



ปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษา
กลุ่ม ถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
Facebook ประเทศไทย

โดย

นายธนา ชูระกิจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษา
กลุ่ม ถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ
Facebook ประเทศไทย

โดย

นายธนา ชุระกิจ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

AFFECTIVE FACTORS OF MEMBERS' LOYALTY THROUGH VIRTUAL
COMMUNITY: A CASE STUDY OF MOBILE TECHNOLOGY
GROUPS OF FACEBOOK THAILAND

BY

MR. THANA TURAKIT



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
TECHNOLOGY MANAGEMENT
COLLEGE OF INNOVATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรมการ

วิทยานิพนธ์

ของ

นาย ธนา ชูระกิจ

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษา กลุ่ม غامตอปัญหา
เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพล สังข์โพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิไกร งามศิริจิตต์)

คณบดี



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษา กลุ่ม ถามตอบปัญหาเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นายธนา ฐระกิจ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง ด้วยการทดสอบความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ได้แก่ สมาชิกของชุมชนเสมือนจริงภายในกลุ่มถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 394 คน โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความจงรักภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงกรณีศึกษา กลุ่ม ถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย เป็นผลมาจาก ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) และ สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)

โดยสถิติต่างๆที่ใช้ในการทดสอบลักษณะความเหมาะสมของแบบจำลองความสัมพันธ์ของความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงที่นำไปสู่ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง มีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงหลังปรับปรุงความเหมาะสมของแบบจำลองซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์แต่ละปัจจัยได้โดยบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role) และปัจจัยคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ในด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) และด้านคุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System

Quality) ส่งอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) ในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)

นอกจากนี้ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust) และการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness) ยังส่งอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) ในด้านสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) โดย ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) ยังส่งอิทธิพลต่อ สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) อีกด้วย

คำสำคัญ: ชุมชนเสมือนจริง, ผู้ดูแลชุมชน, คุณลักษณะด้านระบบ, ปัจจัยทางสังคม, การมีส่วนร่วมของสมาชิก, ความภักดี

Thesis Title	AFFECTIVE FACTORS OF MEMBERS' LOYALTY THROUGH VIRTUAL COMMUNITY: A CASE STUDY OF MOBILE TECHNOLOGY GROUPS OF FACEBOOK THAILAND
Author	Mr. Thana Turakit
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Technology Management College of Innovation Thammasat University
Thesis Advisor	Asst. Prof. Pravit Khaemasunun, Ph.D.
Academic Year	2017

ABSTRACT

The objectives of this research were to study relatives of multiple factors that influence to members' loyalty of the virtual community in the context of Q&A Groups of Mobile Technology within Facebook Thailand communities by inspecting and developing suitable relationship of structural model with empirical data.

The samples used in the research were 394 members of Q&A Groups of Mobile Technology within Facebook Thailand communities and use Structural Equation Model to analyse the data. From the data analysis using AMOS software, it is found that members' loyalty of the virtual community is developed by Member Satisfaction and Sense of Belonging.

The statistical datum were tested on compatibility of the correlation model of critical success factors which lead to members' loyalty of the virtual community contain true correlation and can be used to describe the tendency of each factor. Important variables such Administrator's role, System Characteristics as of Information Quality and System Quality, Social Factors as of Trust and Social usefulness, and Member Involvement as of Sense of Belonging and Member

Satisfaction are perceptual key elements that contribute to members' loyalty of the virtual community.

Keywords: Virtual Community, Administrator's role, System Characteristics, Social Factors, and Member Involvement, and members' loyalty



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาให้คำแนะนำต่างๆ ทำให้งานวิจัยนี้ดำเนินการออกมาได้อย่างเป็นขั้นตอนถึงแม้จะประสบปัญหาในช่วงแรก รวมถึงให้กำลังใจ แต่สุดท้ายก็ผ่านมาได้ด้วยดี นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพล สังข์โพธิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิไกร งามศิริจิตต์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่แนะนำแนวทาง ปรับปรุงแก้ไข วิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่ทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของทางวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่คอยติดตาม ประสานงาน และช่วยเหลือจนกระทั่งวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วง

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณกิตติธัตต์ อมตวัธมธนกิจ ผู้ดูแลกลุ่มถามตอบที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเฟสบุ๊คที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการเก็บตัวอย่างงานวิจัย อีกทั้งยังให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินการกระจายแบบสอบถามไปยังสมาชิกในกลุ่ม ทำให้แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในงานวิจัยครั้งนี้ครบถ้วนตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ รวมถึงเพื่อนๆ MTT20 ที่ช่วยสนับสนุน ตลอดจนให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์นี้ให้สำเร็จลุล่วง

นอกจากกลุ่มบุคคลที่ผู้วิจัยได้กล่าวขอบพระคุณไปข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณธนิตย์สร อินทร์ตัน น้องของผู้วิจัยที่นอกจากให้ความช่วยเหลือในการหาโปรแกรมที่ใช้ในการแปรผลและวิเคราะห์ผลทางสถิติแล้ว ยังให้คำแนะนำในด้านข้อมูลอ้างอิงและข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอีกด้วย

อีกกลุ่มบุคคลที่ผู้วิจัยอยากขอบพระคุณคือ บุคคลในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็น มารดาของผู้วิจัย คุณน้าและคุณยาย ผู้เป็นที่รักและผู้มีพระคุณอย่างยิ่ง ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษา ให้กำลังใจ รวมถึงคอยผลักดันและเคี่ยวเข็ญตลอดระยะเวลาการทำวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัยนี้จนสำเร็จได้ตามคาดหมาย

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณ ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์ไม่มากนักสำหรับผู้สนใจ ซึ่งหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นายธนา ชูระกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
รายการสัญลักษณ์และคำย่อ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3. ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย	3
1.5. กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1. ชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)	5

2.1.1. ความหมายของชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)	5
2.1.2. ประเภทของชุมชนเสมือนจริง	6
2.1.3. ประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริง	7
2.2. ปัจจัยที่ส่งผลให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จ	9
2.2.1. การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement)	9
2.2.1.1. บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's role)	9
2.2.2. คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics)	10
2.2.2.1. คุณภาพของสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality)	11
2.2.2.2. คุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System Quality)	12
2.2.3. ปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors)	12
2.2.3.1. ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust)	12
2.2.3.2. ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness)	13
2.2.4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement)	13
2.2.4.1. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)	13
2.2.4.2. สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)	13
2.3. ความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริง	14
2.3.1. ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty)	14
2.4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	16
3.1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	16
3.2. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2.1. ประชากร	17
3.2.2. กลุ่มตัวอย่าง	17
3.2.3. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	17
3.3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	18

3.4. สมมติฐานการวิจัย	19
3.5. เครื่องมือในการวิจัย	20
3.6. การทดสอบเครื่องมือวิจัย	21
3.7. เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม	23
3.8. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.9. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผล	24
3.10. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	26
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	27
4.1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	27
4.1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographic)	27
4.2. การวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวแปรในการวิจัย	31
4.3. การทดสอบสมมติฐาน	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	59
5.1. อภิปรายและสรุปผลการวิจัย	59
5.2. แนวทางการนำไปใช้	64
5.3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	65
รายการอ้างอิง	66
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่องานวิจัย	71
ภาคผนวก ข การประมวลผลการวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS และ AMOS	77
ภาคผนวก ค การทดสอบเครื่องมือวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS	87
ประวัติผู้เขียน	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 ตารางสรุปขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 ตารางความหมายของเกณฑ์ค่าระดับความเชื่อมั่น	22
3.4 ตารางสรุปค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปร	23
3.5 ตารางแผนการดำเนินงานวิจัย	26
4.1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	27
4.2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	28
4.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพ	28
4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา	29
4.5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์	29
4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลในการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม	30
4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)	33
4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)	35
4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลคุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)	36
4.10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)	38
4.11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)	40
4.12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)	42
4.13 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)	44
4.14 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)	45

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.15 ตารางเกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องขององค์ประกอบเชิงยืนยัน ความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์	50
4.16 ตารางผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของ โครงสร้างแบบจำลอง	51
4.17 ตารางผลวิเคราะห์ขององค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของ โครงสร้างแบบจำลองหลังการตัดตัวแปร	53



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2 ภาพ Delone and Maclean IS Success Model	11
3 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานที่ใช้	19
4.1 ภาพโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง	48
4.2 ภาพผลการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง	49
4.3 ภาพค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง	55
4.4 ภาพค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance) ของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง	55
5.1 ภาพโครงสร้างแบบจำลองของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงหลังจากการปรับปรุงแบบจำลองให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	61

รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
N	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
α	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
X ²	แทน ค่าทางสถิติในการพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลโดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)
Df	แทน ค่าที่ใช้เพื่อชดเชยความผิดพลาดของตัวอย่าง (Degree of Freedom)
P-value	แทน ค่าสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
CMIN/DF	แทน ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model)
RMSEA	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation)
TLI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index)
NFI	แทน ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index)
CFI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
GFI	แทน ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม (Goodness of Fit Index)
ADMIN	แทน บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)
INFOQ	แทน คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)
SYSQ	แทน คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)
TRUST	แทน ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)
SOCIAL	แทน ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)
SENSB	แทน สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)
MEMSAT	แทน ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)
MEMLOY	แทน ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ชุมชนเสมือนจริงหรือ Virtual Community เป็นการรวมกลุ่มกันทางอินเทอร์เน็ต โดยการอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆที่คล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยไม่ถูกจำกัดด้วยขอบเขตทางภูมิศาสตร์ เวลาและสถานที่ (Rheingold 1993) นอกจากเป็นการรวมกลุ่มทางสังคมแล้ว วัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มของสมาชิกมาจากความต้องการที่แตกต่างกันออกไปในด้าน กระบวนการคิด อารมณ์ และสภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น (Sproull and Faraj 1997)

ที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ทำการศึกษากลุ่มชุมชนเสมือนจริงหรือ Virtual Community ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ด้านสังคม และด้านการตลาด และจากการทบทวนงานวิจัยต่างประเทศพบว่า นอกจากการศึกษาด้านปัจจัยสำเร็จในด้านโครงสร้างและองค์ประกอบของชุมชนเสมือนจริงแล้ว (Leimeister, Sidiras et al. 2004; De Valck, Langerak et al. 2007; Hinds and Lee 2008) การศึกษาพฤติกรรมการเข้าเป็นสมาชิก การใช้งานชุมชนเสมือนจริงของสมาชิก ตลอดจนการมีส่วนร่วมในชุมชนเสมือนจริง (Preece 2001; Ludford, Cosley et al. 2004; De Valck, Langerak et al. 2007; Tsai and Pai 2013) มีความเชื่อมโยงกันในการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริงที่ทำให้การสร้างชุมชนเสมือนจริงให้ประสบผลสำเร็จและมีการใช้งานของสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

ในขณะที่จากการทบทวนงานวิจัยในประเทศไทย มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริงเป็นจำนวนมาก แต่ในบรรดางานวิจัยเหล่านั้นมีอยู่จำนวนน้อยที่ศึกษาความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงของสมาชิก อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยเชิงปริมาณของ กชพรรณ อุปรักชาติพงษ์ (2552) ที่ศึกษาการสร้างชุมชนเสมือนจริงให้ประสบความสำเร็จ โดยยกกรณีตัวอย่าง hi5 ในการศึกษา พบว่าปัจจัยในเรื่องความน่าเชื่อถือของชุมชนเสมือนจริงส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอื่นๆอีกที่ไม่ได้นำประเด็นเรื่องความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงของสมาชิกมาศึกษาแต่อย่างใด

ปัจจุบัน Facebook ถือได้ว่าเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือชุมชนเสมือนจริงในอีกแง่มุมหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิก (Park, Kee

et al. 2009) นอกจากการติดต่อสื่อสารแล้ว Facebook ยังมีลักษณะของชุมชนเสมือนจริง ประเภทสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน เพราะสมาชิกสามารถที่จะสร้างกลุ่ม หรือชุมชนขึ้นมาเอง ไม่ว่าจะกลุ่มหลักหรือกลุ่มย่อย เพื่อรวมกลุ่มสมาชิกที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้ายคลึงกันได้ (Kurtz 2013)

จากความสำเร็จดังกล่าวพบว่า มีข้อมูลที่น่าสนับสนุนความสำเร็จเกี่ยวกับการใช้งาน Facebook ของคนไทยที่ระบุว่า ผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทยเป็นจำนวน 34 ล้านคน แบ่งเป็นผู้ใช้งานสม่ำเสมอ 85% และไม่ค่อยใช้งาน 15% โดยแต่ละวันในประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Facebook มากกว่า 24 ล้านคน (แหล่งที่มา: Facebook Community Highlights, Q2 2015) โดยอัตราการเติบโตของ Facebook ในประเทศไทย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ถึง 33% (แหล่งที่มา: Facebook internal data, June 2015) และจากผลสำรวจของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) พบว่า คนไทยนิยม ใช้ Facebook บ่อยที่สุด ถึง 92.1% และเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่คนไทยนิยมใช้เป็นอันดับหนึ่งมาตลอดระยะเวลา 3 ปี

ความหมายของความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงส่วนหนึ่งมาจากผลการศึกษาของ Preece ที่พบว่าจำนวนสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้น (Number of participants) ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของสมาชิก (Degree of reciprocity) และความเชื่อมั่นของสมาชิก (Trust) เป็นผลมาจากปัจจัยด้านการเข้าร่วมทางสังคมของสมาชิก (Sociability) ในขณะที่จำนวนข้อผิดพลาดที่สมาชิกแสดงออก (Number of errors) ผลผลิตจากการใช้งานชุมชนของสมาชิก (Productivity) และความพึงพอใจของสมาชิก (User Satisfaction) เป็นผลมาจากปัจจัยด้านการเข้าใช้งานชุมชนเสมือนจริงของสมาชิก (Usability) (Preece 2001) ส่วน Johnson เห็นว่าความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนทางด้านระบบ (Technical support) และเทคนิคในการสื่อสาร (Communication technique) ที่เพียงพอถึงจะทำให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จ (Johnson 2001) นอกจากนี้ Huang ระบุว่าบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงมีส่วนทำให้สมาชิกเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย นำมาซึ่งความพึงพอใจแก่สมาชิกและส่งผลให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จ (Huang, Hsu et al. 2008) ในขณะที่ Lin ระบุว่าชุมชนเสมือนจริงจะสำเร็จอย่างยั่งยืน ก็ต่อเมื่อสมาชิกมีพฤติกรรมในแง่ความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง (Lin 2008)

จากความหมายดังกล่าวนำมาสู่ความมุ่งหมายของงานวิจัยนี้ที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิก (Member Loyalty) โดยทำการทบทวนงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาปัจจัยด้านบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role) คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ปัจจัยทางสังคมของสมาชิก (Social Factors) และการมีส่วนร่วมของ

สมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) มาเป็นกรอบในการศึกษาโดยนำกลุ่มถา มตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ประสบความสำเร็จในการใช้กลุ่มของ Facebook เป็นสื่อกลางใน การประสานงานระหว่างสมาชิกผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นๆ ซึ่งประกอบ ไป ด้วย SAMSUNG GALAXY S6 & S6 EDGE CLUB, LG G4 CLUB THAILAND, และ MIUI THAILAND

งานวิจัยนี้จึงมีความแตกต่างจากการศึกษาที่ผ่านมาตรงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจในการค้นคว้าหา ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง

1.2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสบความสำเร็จของ ชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง

1.2.2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนเสมือนจริงที่จะดำเนินการชุมชน เสมือนจริงเพื่อสร้างความผูกพันกับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงที่มีผลในด้าน ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง โดยนำกลุ่มถา มตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็น กรณศึกษา เพื่อให้สามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจในการพัฒนาชุมชนเสมือนจริงประเภทชุมชน สัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่สมาชิกในชุมชนได้ โดยมุ่งเน้นศึกษาแบบจำลองความภักดีของ สมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชน เสมือนจริงและสามารถนำมากำหนดแนวทางในการดำเนินการชุมชนเสมือนจริงที่เหมาะสมและมี ประสิทธิภาพแก่ภาครัฐ เอกชนและผู้สนใจได้ ดังนั้นประชากรที่จะศึกษาเป็นกลุ่มผู้ลงทะเบียนกับ Facebook และเป็นสมาชิกกับกลุ่มถา มตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่นี้อีกด้วย

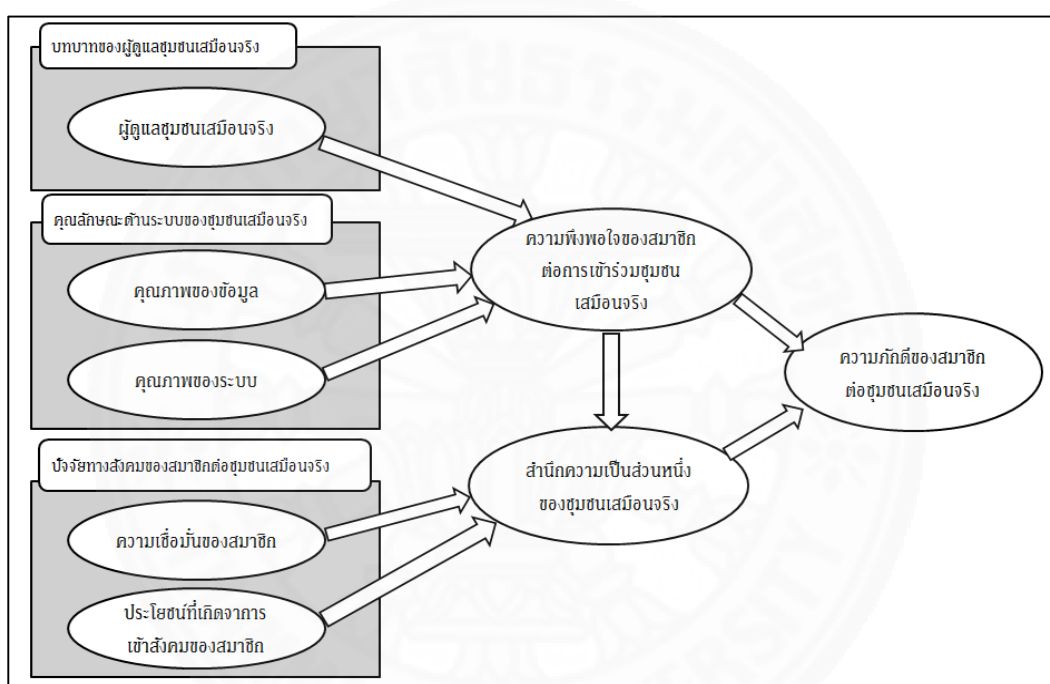
1.4. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1.4.1 ชุมชนเสมือนจริง หมายถึง ชุมชนรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตโดยใช้ คอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร โดยมีการรวมกลุ่มกันทางความคิด เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล มี ความสัมพันธ์ทางสังคมโดยไม่จำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

1.5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของชุมชนเสมือนจริง ในด้านความภักดีของสมาชิก (Member Loyalty) โดยพิจารณาปัจจัยด้านบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role) คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ปัจจัยทางสังคมของสมาชิก (Social Factors) และการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) มาเป็นกรอบในการศึกษา

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย



1.6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ผลของงานวิจัยในครั้งนี้คาดว่าจะได้ประโยชน์ดังต่อไปนี้

1.6.1. เพื่อทราบถึงแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) ประเภทชุมชนสัมพันธ์ที่ประสบผลสำเร็จได้

1.6.2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญที่ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง

1.6.3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนผู้สนใจในการดำเนินการชุมชนเสมือนจริงประเภทชุมชนสัมพันธ์ ในประเทศไทยให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อสร้างความผูกพันกับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิก โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 ชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)

2.1.1 ความหมายของชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)

ระยะแรกที่ชุมชนเสมือนจริงได้รับความสนใจ มีนักวิชาการบางส่วนอภิปรายถึงเหตุผลของการรวมตัวกันของกลุ่มคนต่างๆผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเพราะความคล้อยคลึงในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจทางด้านจิตใจและทางสังคม (Coon 1998; Chan and Li 2010) เพราะในอดีตการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนมักจำกัดด้วยขอบเขตทางด้านภูมิศาสตร์ ด้านเวลาและสถานที่ ถึงแม้ชุมชนจะมีที่ตั้งอยู่อย่างชัดเจน มีกิจกรรมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน แต่ปัญหาในการติดต่อสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดูเหมือนจะหมดไปนับตั้งแต่คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อน คนในชุมชน หรือกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆที่คล้อยคลึงกัน (Rheingold 1993)

ต่อมาเมื่อชุมชนเสมือนจริง ได้รับความสนใจในวงกว้าง มีนักวิชาการพยายามที่จะนิยามชุมชนเสมือนจริง ซึ่งสามารถสรุปได้สองทิศทางคือ เน้นไปที่ความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์และการสื่อสารที่รวดเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนรูปแบบเดิม (Bagozzi and Dholakia 2002; Ridings, Gefen et al. 2002) นอกจากความหมายกว้างๆของชุมชนเสมือนจริงที่ได้กล่าวมานั้น ความคิดเห็นของ Rheingold ที่ระบุว่าชุมชนเสมือนจริงเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยอาศัยคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ผ่านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ จนกระทั่งพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกทั้งแบบส่วนตัวและส่วนรวม ซึ่งการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสมาชิกในกลุ่มที่รวมกันเหล่านี้มีจำนวนมากพอและรู้จักกันต่อเนื่องยาวนาน (Rheingold 1993)

จากความหมายของ Rheingold ต่อชุมชนเสมือนจริงที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในกลุ่ม Hagel และ Armstrong ได้ให้ความหมายของชุมชนเสมือนจริงว่าเป็นการพึ่งพิงสภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการสื่อสารเพื่อการรวมตัวกันของสมาชิกโดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาและการสื่อสารของสมาชิกสร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยไม่มีข้อจำกัดทางอายุ เพศ วย เชื้อชาติ ชนชั้นและการศึกษา เรียกได้ว่ามีความหลากหลายของสมาชิก การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน ยังเป็นไปอย่างรวดเร็ว สะดวก ติดต่อกันได้อย่างไม่จำกัด โดยทั้งสองยังกล่าวถึงการรวมกลุ่มกันของสมาชิกนั้น เป็นเพราะสมาชิกมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่คล้ายคลึงกัน จึงร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชนเสมือนจริงได้ ยิ่งไปกว่านั้นสมาชิกสามารถที่จะเข้าและออกจากชุมชนเสมือนจริงอย่างอิสระ (Hagel and Armstrong 1997) ซึ่งคำอธิบายของ Hagel และ Armstrong เกี่ยวกับชุมชนเสมือนจริงนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากได้ถูกนำไปอ้างอิงในงานวิจัยอยู่บ่อยครั้ง (Lee, Vogel et al. 2003) ยกตัวอย่าง งานวิจัยของ Kaplan และ Haenlein ที่ระบุว่าชุมชนเสมือนจริงเกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทางด้านโครงข่ายเว็บ 2.0 มาใช้ป็นสื่อทางสังคมและช่องทางที่ช่วยให้ชุมชนเสมือนจริงขนาดใหญ่บนโครงข่ายที่ซับซ้อนจากการทำงานร่วมกันของแอปพลิเคชันต่างๆ ให้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ (Kaplan and Haenlein 2010) และถึงแม้จะมีงานวิจัยที่ศึกษาการนำเทคโนโลยีมาใช้ในรูปแบบต่างๆของชุมชนเสมือนจริง ไม่ว่าจะเป็น ฟอรัม วิกิ บล็อกหรือไมโครบล็อก ที่ถึงแม้จะมีมุมมองทางเทคนิคที่แตกต่างกัน แต่ที่ล้วนจะสนับสนุน เปิดกว้าง การมีส่วนร่วมของคนในโครงข่ายที่ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นเครื่องมือสารสนเทศในการติดต่อ สื่อสารและรวมกันชุมชนที่มีระดับของการร่วมมือสูง (Lin 2008)

จากการรวบรวมความหมายชุมชนเสมือนจริงสามารถสรุปได้ว่า ชุมชนเสมือนจริงเป็นชุมชนรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร โดยมีการรวมกลุ่มกันทางความคิด เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล มีความสัมพันธ์ทางสังคมโดยไม่จำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

2.1.2 ประเภทของชุมชนเสมือนจริง

มีนักวิชาการได้แบ่งประเภทของชุมชนเสมือนจริงได้หลากหลายดังต่อไปนี้

Hagel และ Armstrong แบ่งชุมชนเสมือนจริง ออกเป็น 4 ประเภท ตามการตอบสนองความต้องการของสมาชิก ได้แก่ ความสนใจ (Interests), การสร้างความสัมพันธ์ (Relationship building), การทำธุรกรรม (Transactions) และจินตนาการ (Fantasies) (Hagel and Armstrong 1997)

- ด้านความสนใจ (Interests) : เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกโดยรวมกลุ่มหรือแยกย่อยกันไปตามความสนใจและความเชี่ยวชาญของสมาชิกในกลุ่ม
- ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship building): เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันได้มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกัน
- ด้านการทำธุรกรรม (Transactions): เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้า
- ด้านจินตนาการ (Fantasies): เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่เปิดโอกาสให้สมาชิกแบ่งปันจินตนาการและความบันเทิงร่วมกัน

ในขณะที่ Ridings และ คณะ แบ่งชุมชนเสมือนจริง ออกเป็น 4 ประเภทเช่นกันแต่แบ่งตามประเภทของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่สร้างขึ้น ได้แก่ กลุ่มอภิปราย (Listserv), ห้องสนทนา (Chat room), มัดหรือเกมแฟนตาซีและการผจญภัย (Multi-User Dimensions: MUDs), และกระดานข่าว (Bulletin boards) (Ridings, Gefen et al. 2002)

นอกจากนี้ Kozinets แบ่งชุมชนเสมือนจริง ออกเป็น 2 มิติ ตามความสนใจของสมาชิกและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนเสมือนจริง โดยให้น้ำหนักความสำคัญแก่โครงสร้างทางสังคมของชุมชนเสมือนจริงมากกว่าความสนใจของสมาชิก เพราะโครงสร้างทางสังคมจะเน้นไปในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างสมาชิกในชุมชน ในขณะที่ความสนใจของสมาชิกเป็นเพียงแค่การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกเท่านั้น (Kozinets 2002)

จากการแบ่งประเภทของชุมชนเสมือนจริงของนักวิชาการต่างๆ สามารถสรุปประเภทของชุมชนเสมือนจริงได้ดังนี้ แบ่งประเภทตามความต้องการของสมาชิก ตามประเภทของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และโครงสร้างทางสังคมของชุมชนเสมือนจริง

2.1.3 ประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริง

เนื่องจากชุมชนเสมือนจริงเกิดขึ้นมาจากแนวคิดที่หลากหลาย ฉะนั้นมุมมองที่หลากหลายย่อมถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลายเช่นกัน โดย Gupta และ Kim ได้จำแนกประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริงเป็น 7 ด้าน (Gupta and Kim 2004) ดังต่อไปนี้

- (1) มุมมองด้านเทคโนโลยี (Technology) - ชุมชนเสมือนจริงเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารโดยไม่จำกัดสถานที่ มีราคาถูกและสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว มีการ

แลกเปลี่ยนไฟล์ซึ่งกันและกัน มีการเข้าถึงบริการที่เป็นสาธารณะเพื่อรองรับการใช้งานของสมาชิกไม่ว่าจะเป็น การพูดคุยด้วยเสียง ประชุมทางไกลด้วยวิดีโอ และเสียง เพื่อประสบการณ์เสมือนจริง

- (2) มุมมองด้านธุรกิจ (Business) - ชุมชนเสมือนจริงสามารถช่วยส่งเสริมราคาสินค้าของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงผู้คนในวงกว้าง เพิ่มความสนใจในตัวสินค้าและบริการระหว่างลูกค้าจากประสบการณ์ที่พูดกันปากต่อปาก ซึ่งจะกลายมาเป็นแรงขับเคลื่อนให้องค์กรต่างๆหันมาพัฒนาและยอมรับกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผ่านชุมชนเสมือนจริง
- (3) มุมมองด้านอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) – ความเชื่อใจเป็นสิ่งสำคัญในมุมมองด้านอีคอมเมิร์ซของชุมชนเสมือนจริงเพราะเมื่อสมาชิกเกิดความไว้วางใจกันก็จะทำให้สื่อสารระหว่างกันด้วยความเชื่อใจกันเป็นไปอย่างต่อเนื่อง
- (4) มุมมองด้านการตลาด (Marketing) - ชุมชนเสมือนจริงช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าในการสืบค้นข้อมูล โดยข้อมูลที่ลูกค้าสืบค้นจะถูกค้นจากฐานข้อมูลในวงกว้าง ทำให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในด้านเศรษฐกิจ อย่างเช่น ราคาพิเศษ ก็สามารถที่จะเสนอราคาของลูกค้าต้องการและสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ผู้ที่ต้องการจะโฆษณาสินค้าก็สามารถที่จะลดค่าใช้จ่ายในการสืบค้นข้อมูลเช่นกัน ด้วยการเข้าถึงกลุ่มบริโภคได้ตรงตามเป้าหมาย นักการตลาดก็สามารถที่จะเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้บริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทที่จำหน่ายเครื่องอุปโภคบริโภคก็สามารถที่จะเพิ่มจุดยืนของสินค้าผ่านทางชุมชนเสมือนจริง โดยชุมชนเสมือนจริงสามารถช่วยเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งเสริมแรงงานเสมือนในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยในเรื่องการจัดการข้อมูลและทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจในการเป็นผู้นำทางความคิดได้
- (5) มุมมองด้านสังคม (Sociological) - การแลกเปลี่ยนความรู้เป็นประโยชน์ที่สำคัญของชุมชนเสมือนจริงโดยสมาชิกสามารถให้ข้อมูลด้วยการโพสต์ข้อความไปยังสมาชิกในกลุ่ม หรือได้รับข้อมูลจากการสืบค้นข้อมูล และเมื่อสมาชิกมี

ปฏิสัมพันธ์ในการถามตอบก็จะทำให้ชุมชนเสมือนจริงนั้นๆเป็นแหล่งศูนย์รวมขององค์ความรู้

- (6) มุมมองด้านเศรษฐกิจ (Economic) - ชุมชนเสมือนจริงสามารถเพิ่มมูลค่าของชุมชนด้วยการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้ ค่าธรรมเนียมด้านเนื้อหา การทำธุรกรรม และค่าธรรมเนียมโฆษณา โดยได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นๆของธุรกิจ
- (7) มุมมองด้านการเรียนรู้ (Learning) - ชุมชนเสมือนจริงมีส่วนช่วยในการเรียนรู้ โดยกระตุ้นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะมีข้อแตกต่างจากห้องเรียนรูปแบบเดิม แต่ห้องเรียนเสมือนจริงสามารถเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการเข้าถึงฐานข้อมูลความรู้และผู้เชี่ยวชาญได้ดียิ่งขึ้นและสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ได้

2.2. ปัจจัยที่ส่งผลให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จ

2.2.1 การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement)

Koh และคณะ พบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จ เพราะผู้ดูแลสามารถที่จะให้คำแนะนำต่างๆแก่สมาชิก ตลอดจนนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิก (Koh, Kim et al. 2007) ซึ่ง Leimeister พบว่าการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในระดับนโยบายของชุมชนโดยผู้ดูแลชุมชนจะจัดการกับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็ขึ้นอยู่กับระดับพฤติกรรมที่ไม่สุภาพเหมาะสมกับชุมชนเสมือนจริง (Leimeister, Sidiras et al. 2004) โดย Kristine และคณะยังเห็นพ้องกับ Koh และคณะอีกว่าผู้ดูแลชุมชนควรที่จะสามารถดูแลภาวะเบี่ยงเบนต่างๆในการควบคุมสมาชิกให้ปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชน กล่าวคือ ยิ่งผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงให้ความสำคัญในดูแลและมีส่วนร่วมกับสมาชิกเท่าไรก็ยิ่งนำมาซึ่งความพึงพอใจให้แก่สมาชิกในชุมชน (De Valck, Langerak et al. 2007)

2.2.1.1. บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's role)

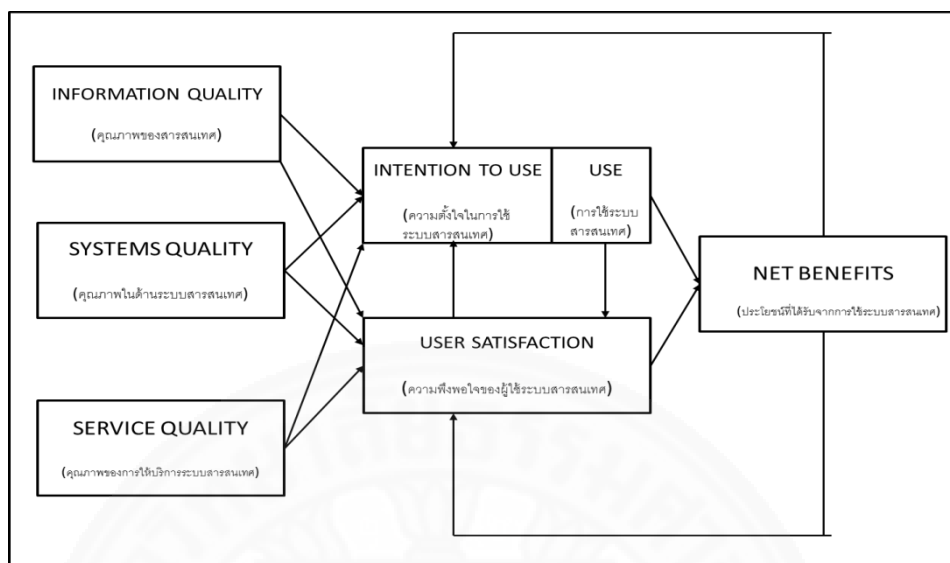
Koh ให้มุมมองต่อบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงที่ดีว่าควรมีการแบ่งปันความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกในชุมชนเพื่อนำไปสู่ประโยชน์ในแนวทางเดียวกันของสมาชิกคือ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการช่วยเหลือให้สมาชิกค้นหาในสิ่งที่สนใจได้ (Koh,

Kim et al. 2007) โดยจากงานวิจัย Leimeister ที่ทำการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงจากมุมมองของสมาชิกและผู้ดูแล พบว่าบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงจำเป็นที่จะต้องให้คำแนะนำแก่สมาชิกได้ มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพ น่าสนใจ รวมถึงปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย จนสามารถสร้างแรงจูงใจให้คนเข้ามายังชุมชนหรือมีส่วนร่วมกับชุมชน จัดการข้อมูลของสมาชิกได้อย่างปลอดภัย มีความเป็นกลางปราศจากอคติในการยอมรับสมาชิก ยกย่องชมเชยสมาชิกเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเกิดแรงจูงใจในการเข้าร่วมชุมชน รู้จักแก้ปัญหาและเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารชุมชน ซึ่งจากตัวอย่างที่กล่าวมาถึงบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงย่อมทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกพึงพอใจและไม่ละทิ้งชุมชน (Leimeister, Sidiras et al. 2006)

2.2.2 คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics)

DeLone and McLean ได้พัฒนาแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ 6 ด้านคือ 1) คุณภาพของระบบสารสนเทศ (systems quality) เป็นการวัดคุณภาพของระบบโดยพิจารณาการมีฐานข้อมูลที่ดี ระบบที่ง่ายต่อการใช้งานและง่ายต่อการเรียนรู้ มีความยืดหยุ่น ข้อมูลมีความถูกต้องเชื่อถือได้ และมีความปลอดภัย 2) คุณภาพของสารสนเทศ (information quality) เป็นการวัดผลลัพธ์ของข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศโดยพิจารณาถึงสารสนเทศที่มีความถูกต้องทันเวลาสอดคล้องกับการใช้งาน และสามารถตรวจสอบได้ 3) คุณภาพของการให้บริการระบบสารสนเทศ (service quality) เป็นการวัดการให้บริการระบบสารสนเทศที่ทำการประเมินเกี่ยวกับความเร็วในการให้บริการ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงกับการใช้ระบบสารสนเทศและความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศ 4) การใช้ระบบสารสนเทศ (usage intentions) เป็นการวัดผลกระทบของสารสนเทศต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ 5) ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศ (user satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจหรือการตอบสนองของผู้ใช้งานต่อข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศและ 6) ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศ (net benefits) เป็นการวัดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการดำเนินงานขององค์กรโดยพิจารณาถึงการบริหารการจัดบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้อง โดยตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ทั้ง 6 นี้มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เริ่มจากคุณภาพของระบบ และคุณภาพของสารสนเทศมีผลต่อการใช้สารสนเทศ และความพอใจของผู้ใช้งาน และทั้งการใช้สารสนเทศกับความพอใจของผู้ใช้งานก็มีอิทธิพลต่อกัน และยังมีอิทธิพลต่อผลกระทบส่วนบุคคล ซึ่งมีผลต่อผลกระทบในการดำเนินงานขององค์กรอีกด้วย (DeLone and McLean 1992; DeLone and McLean 2003) โดยความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.2 นี้

ภาพที่ 2 ภาพ D&M IS Success Model (Delone and Maclean, 2003)



โดยงานวิจัยครั้งนี้นำตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศในด้านคุณภาพของสารสนเทศ (information quality) คุณภาพในด้านระบบสารสนเทศ (systems quality) และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศ (user satisfaction) มาเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ชุมชนเสมือนจริงประสบความสำเร็จในด้านความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง เพราะเนื่องจากระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริงที่มีคุณภาพ กอปรกับสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริงที่มีคุณภาพ ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานชุมชนเสมือนจริง ตามแนวคิดของ Lin ที่พบว่าคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริงที่ประกอบไปด้วย คุณภาพในด้านข้อมูลสารสนเทศและคุณภาพในด้านระบบ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลให้สมาชิกพึงพอใจต่อชุมชนเสมือนจริง (Lin 2008)

2.2.2.1. คุณภาพของสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality)

การประเมินความสำเร็จชุมชนเสมือนจริง จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึง ความถูกต้องของข้อมูล เนื้อหาข้อมูลที่ทันสมัย ง่ายต่อบุคคลที่ต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูล เพื่อการใช้งานและเรียนรู้ที่เข้าใจได้ง่าย เนื้อหาชัดเจน มีความถูกต้องสมบูรณ์ รวบรวม กระชับ และปราศจากอคติ ซึ่งจะทำให้ข้อมูลสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริงมีความน่าเชื่อถือและยังส่งผลต่อความพึงพอใจแก่สมาชิก (Delone and McLean 2003)

2.2.2.2. คุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System Quality)

การประเมินผลของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริงนั้น จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงความต้องการของสมาชิก รวมถึงความมีประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริงในด้านพื้นฐาน

ของระบบ การทำงานที่ถูกต้องมีประสิทธิภาพ ระบบมีความทันสมัยและมีความยืดหยุ่น ถึงแม้ในเวลาซ่อมบำรุง ก็สามารถทำการตอบสนองสมาชิกได้ทันเวลา ซึ่งจะทำให้ระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริงมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังส่งผลต่อความพึงพอใจแก่สมาชิกอีกด้วย (Delone and McLean 2003)

2.2.3 ปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors)

Chiu ได้ให้ความหมายปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงว่า หมายถึง ข้อตกลงที่แต่ละบุคคลได้ให้ไว้กับชุมชน ที่นำมาซึ่งวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชน (Chiu, Hsu et al. 2006) โดย Wellman ได้ให้เหตุผลของการเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง ก็เพราะสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความรู้ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เป็นการการสนับสนุนทางสังคมอีกรูปแบบหนึ่งในการสร้างเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Wellman 2005) ซึ่งหากกล่าวถึงเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ งานวิจัยของ Preece พบว่า กิจกรรมของสมาชิกที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของสมาชิก ในขณะที่การเข้าใช้งานชุมชนเสมือนจริงมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริง (Preece 2001) โดยงานวิจัยในครั้งนี้ จะนำปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงและประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริงมาพิจารณา เพราะทั้งสองปัจจัยส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในด้านสำนักความ เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hampton ที่พบว่า ถึงแม้สมาชิกจะอยู่ห่างไกลกันแต่สามารถรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริงก็เพราะสมาชิกมีความเชื่อมั่นและสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน (Hampton and Wellman 2001)

2.2.3.1. ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust)

นอกจาก Hampton จะพบว่าความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงจะส่งผลให้สมาชิกรับรู้ถึงความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแล้ว Ridings ได้ให้ความหมายความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงว่า ความเชื่อมั่นเกิดจากการที่สมาชิกในชุมชนเสมือนจริงพยายามที่จะสร้างความน่าเชื่อถือต่อสมาชิกคนอื่นด้วยความจริงใจ โดย Ridings ยังระบุอีกว่า การสื่อสารภายในชุมชนเสมือนจริงเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่นของสมาชิก เพราะสมาชิกไม่ได้สื่อสารกันต่อหน้า ซึ่งหากสมาชิกขาดความน่าเชื่อถือระหว่างกันแล้ว ชุมชนเสมือนจริงก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ (Ridings, Gefen et al. 2002)

2.2.3.2. ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness)

จากแนวคิดของ Preece ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของสมาชิกทำให้สมาชิกในชุมชนเสมือนจริงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นต่อกัน ก็จะทำให้รู้สึกว่าคุณสมบัติที่เข้าเป็นสมาชิกอยู่นั้นมีประโยชน์แก่ตนเอง (Preece 2001) ถึงแม้จะนิยามเรื่องความมีประโยชน์ต่อชุมชนของสมาชิกจะแตกต่างกันตามความรู้สึกของสมาชิก (Blanchard and Markus 2002)

2.2.4 การมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement)

2.2.4.1. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)

จากงานวิจัยของ Kristine และคณะ ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนเสมือนจริงที่มีผลกระทบต่อความถี่ในการเยี่ยมชมชุมชนของสมาชิกพบว่า นอกจากข้อมูลที่สมาชิกแบ่งปันร่วมกันนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อสมาชิกตามแนวคิดของ Preece แล้ว การปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกยังนำมาซึ่งความพึงพอใจของสมาชิก เพราะเมื่อสมาชิกมีความพึงพอใจแล้วก็ทำให้รู้สึกอยากเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (De Valck, Langerak et al. 2007) ซึ่งนอกจากความพึงพอใจจะส่งผลให้สมาชิกสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริงแล้ว ยังมีส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงซึ่งพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Teo, Chan et al. 2003)

2.2.4.2. สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)

นอกจากความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่ Preece ได้กล่าวว่าเป็นเพราะการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชนแล้ว Koh และ Kim ยังระบุว่าการศึกษาที่สมาชิกในชุมชนยอมเปิดใจที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อน ทำให้สมาชิกแม้ไม่รู้จักกันมาก่อนกลับรับรู้ถึงการยอมรับ ก็จะทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Koh and Kim 2003) ในขณะที่ Ridings and Gefen ได้ให้ความเห็นว่าเพียงแค่ข้อมูลและความคิดเห็นของสมาชิกที่แบ่งปันแก่สมาชิกในกลุ่ม ก็ถูกทำให้รู้สึกบรรลุถึงเป้าหมายของความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแล้ว (Ridings and Gefen 2004)

2.3. ความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริง

2.3.1 ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty)

แนวความคิดเรื่องความภักดีของลูกค้าถูกนำมาศึกษาอยู่บ่อยครั้งในมุมมองทางการตลาด ซึ่ง Oliver ได้ให้ความหมายถึงความภักดีว่าเป็นการที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆเป็นอย่างมาก จนกระทั่งนำมาซึ่งความมั่นใจสัญญาของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆว่าจะกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้านั้นๆอีก (Oliver, 1999) โดยการศึกษาของ Keating, Rugimbana, และ Quazi พบว่า การที่บริษัทหรือร้านค้าได้รับมาซึ่งความพึงพอใจก็จะส่งผลถึงความภักดีของลูกค้า ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้บริษัทหรือร้านค้าประสบความสำเร็จและมีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Keating, Rugimbana, & Quazi, 2003) ในขณะที่ความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงของงานวิจัยนี้หมายถึง ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงเพราะความภักดีของสมาชิกนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ยืนยาวระหว่างสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง (Lin 2008)

2.4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กชพรรณ อุปรักษาติพงษ์ 2552 ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาการสร้างชุมชนเสมือนจริงให้ประสบความสำเร็จ โดยนำ hi5 มาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นกลุ่มสมาชิกของ hi5 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย จากนั้นใช้ สถิติ Samples T Test ในการวิเคราะห์สมมติฐานของงานวิจัยพบว่า ปัจจัยในเรื่องความน่าเชื่อถือของชุมชนเสมือนจริงในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ระบบการจัดการสมาชิก และแหล่งข้อมูล เป็นปัจจัยสัมพันธ์เชิงบวกที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ สามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการสร้างชุมชนเสมือนจริงให้ประสบความสำเร็จได้

Yueh-Hua Lee 2014 ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษา การแสดงตัวตนทางสังคมต่อชุมชนเสมือนจริงที่ส่งผลถึงความภักดีของสมาชิก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นสมาชิกที่อยู่ในชุมชนเกมส์ออนไลน์จำนวน 254 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย และใช้ Confirmatory Factor Analysis เพื่อหาค่าความสัมพันธ์แต่ละปัจจัย โดยประยุกต์ใช้ chi-square เพื่อหาค่าความแตกต่างของสองตัวแปรจากการทดสอบ Confirmatory Factor Analysis ซึ่งผลของงานวิจัยจากการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) พบว่าการสื่อสารเพื่อการแสดงตัวตนทางสังคมต่อชุมชนเสมือนจริงเป็นปัจจัยที่ส่งต่อความภักดีของสมาชิก ในขณะที่สื่อกลางในการสื่อสารเช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือซอฟต์แวร์ ไม่มีผลต่อความภักดีของสมาชิกถึงแม้จะช่วยทำให้ข้อความส่งถึงสมาชิกในชุมชนได้อย่างทันท่วงทีก็ตาม

Shu-Hsun Ho และ Chiung-Hui Huang ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการสำรวจ ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จของชุมชนวิดีโอเกมออนไลน์ ภายใต้มุมมองของสมาชิกและผู้นำชุมชนซึ่งกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นสมาชิกที่อยู่ในชุมชนเกมออนไลน์จำนวน 2227 คน และเป็นผู้นำ ชุมชน 41 คนจาก เกมออนไลน์ทั้งหมด 30 เกมส์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัยและ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลพหุระดับ (two-level hierarchical linear modeling: HLM) ในการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกและผู้นำชุมชนซึ่งผลของงานวิจัยพบว่าระดับการปฏิสัมพันธ์ที่สูงของผู้นำ ชุมชนจะส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิก การแลกเปลี่ยนข้อมูล ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคม ของสมาชิก และความสนุกสนานที่เกิดขึ้นต่อชุมชนวิดีโอเกมออนไลน์ อีกทั้งยังนำมาซึ่งความภักดี ของสมาชิกต่อชุมชน

Rodoula H. Tsiotsou ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษา บทบาท ความสัมพันธ์ทางสังคมและความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นสมาชิกจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ทั่วไปจำนวน 320 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย จากนั้นใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ตรวจสอบสมมติฐาน โดยผลของการวิจัยพบว่า พฤติกรรม ของสมาชิกบนเครือข่ายสังคมมีความสัมพันธ์ทางสังคมโดยตรงและมีความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วม ทางสังคมไม่ว่าจะเป็นรูปแบบออนไลน์และในการพบปะกันในชีวิตจริงนั้นนำมาซึ่งความจงรักภักดีของ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอถึงวิธีการที่ใช้ในการทำงานวิจัย โดยทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง โดยนำกลุ่มถามตอบเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1.1. ค้นหาและกำหนดปัญหา:

- ทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย รวมถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมา กำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1.2. การวางแผนวิจัย:

- นำปัญหาและวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสมมติฐานงานวิจัย
- สรุปลักษณะที่ต้องการศึกษาแล้วนำไปสร้างแบบสอบถาม
- ทำการกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3. การเก็บรวบรวมข้อมูล:

- นำแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง
- ติดตามและรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

3.1.4. การวิเคราะห์ข้อมูล:

- ทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยใช้โปรแกรม SPSS
- วิเคราะห์สมมติฐานงานวิจัย
- วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง

3.1.5. สรุปผลการวิจัย:

- ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง
- เสนอแนะแนวทางปฏิบัติหรือแนวทางการนำความสำเร็จในการพัฒนา ชุมชนเสมือนจริงไปใช้

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากร หมายถึง ผู้ลงทะเบียนกับ Facebook และเป็นสมาชิกกับกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่

- กลุ่ม SAMSUNG GALAXY S6 & S6 EDGE CLUB จำนวน 13,361 คน
- กลุ่ม LG G4 CLUB THAILAND จำนวน 3,238 คน
- กลุ่ม MIUI THAILAND จำนวน 13,275 คน

ประชากรรวมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 29,874 คน (หมายเหตุ: เข้าตรวจสอบจำนวนสมาชิกครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มตัวแทนของสมาชิกกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.2.3 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการส่งแบบสอบถาม โดยใช้ตารางของ Taro Yamane (Yamane, 1967) โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง สามารถแสดงได้ดังตาราง

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	-	-	-	-	222	83
1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	316	94
2,000	-	-	714	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,364	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	530	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	98
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,765	938	566	375	98
7,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
> 100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ที่มา : Taro Yamane. Statistics : An Introductory Analysis. N.Y. Harper and Row 1967 p.886

จากข้อมูลจำนวนสมาชิกกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ยกมาเป็นกรณีศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงนั้น ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 29,874 คน (เข้าใช้งานครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558) จากตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ของกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีลักษณะเป็นชุมชนเสมือนจริงของ Facebook สามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้ 394 ตัวอย่าง ซึ่งถ้าจำแนกเป็นอัตราส่วนของแต่ละกลุ่มจะได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ตารางสรุปขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร (คน)	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (คน)
SAMSUNG GALAXY S6 & S6 EDGE CLUB	13,361	176
LG G4 CLUB THAILAND	3,238	43
MIUI THAILAND	13,275	175
รวม	29,874	394

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่

- 3.3.1.1 บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's role)
- 3.3.1.2 คุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality)
- 3.3.1.3 คุณภาพของระบบในชุมชนเสมือนจริง (System Quality)
- 3.3.1.4 ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust)
- 3.3.1.5 ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness)
- 3.3.1.6 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)
- 3.3.1.7 สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)

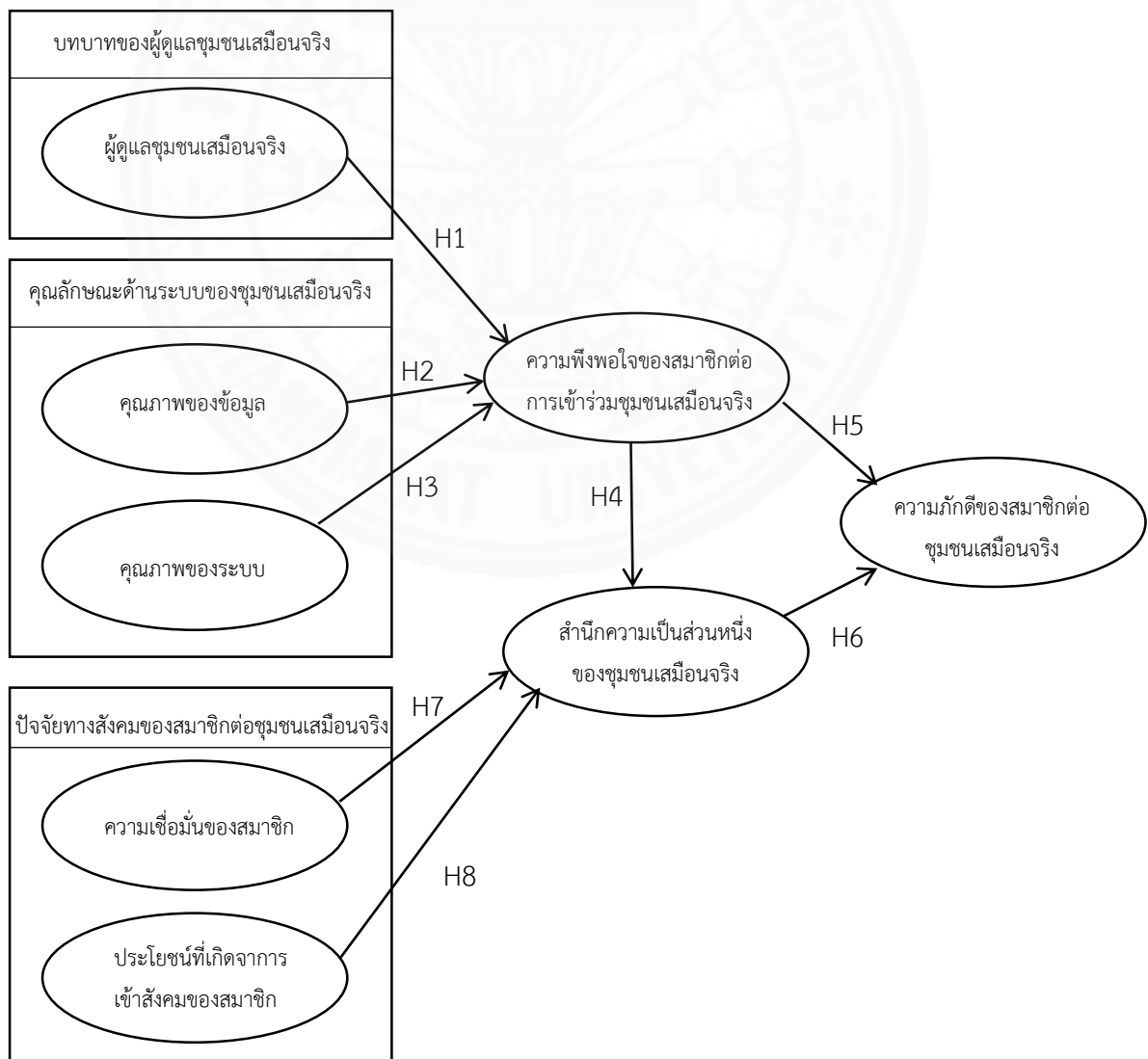
3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

3.3.2.1 ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty)

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงโดยนำกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นกรณีศึกษา ด้วยการนำตัวแปรอิสระต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงและตัวแปรตามเป็นความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง มากำหนดกรอบแนวคิดและตั้งสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานที่ใช้



สมมติฐานที่ 1: บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 4: ความพึงพอใจของสมาชิกส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 5: ความพึงพอใจของสมาชิกส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 6: สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริงส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 7: ความเชื่อมั่นของสมาชิกส่งผลต่อความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 8: ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

3.5 เครื่องมือในการวิจัย

3.5.1 แบบสอบถาม (Questionnaire)

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ที่จะถูกส่งไปยังกลุ่มเพื่อขอความร่วมมือสมาชิกในการกรอกแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกจำนวน 394 ตัวอย่าง โดยแบ่งคำถามออกเป็นส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

3.5.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

3.5.2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถาม

3.5.2.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม โดยการกำหนดรูปแบบของคำถาม ทั้งนี้ได้ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจาก เอกสาร ตำรา และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาในการเสนอแนะแก้ไข

3.5.2.3 สร้างแบบสอบถามตามขอบเขตและโครงสร้างที่ได้กำหนดไว้ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามประกอบไปด้วย 5 ส่วน รวมทั้งสิ้น 38 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิก จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง จำนวน 4 ข้อ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงของ Koh and Kim (2003), Koh et al. (2007) และ Leimeister et al. (2006) โดยประยุกต์คำถามให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง จำนวน 8 ข้อ จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงด้านคุณลักษณะของระบบและปัจจัยทางสังคมของ Lin (2008)

ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง จำนวน 8 ข้อ จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงด้านคุณลักษณะของระบบและปัจจัยทางสังคมของ Lin (2008)

ส่วนที่ 5 : แบบสอบถามกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง จำนวน 12 ข้อ จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงด้านคุณลักษณะของระบบและปัจจัยทางสังคมของ Lin (2008)

3.5.2.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามกลับมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

3.5.2.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปทำการทดสอบกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

3.5.2.6 นำแบบสอบถามที่เชื่อถือได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง

3.6 การทดสอบเครื่องมือวิจัย

หลังจากออกแบบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทำการทดสอบ (Pilot test) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อวัดค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

k = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 = ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ซึ่งเกณฑ์การประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient; α) มีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

ตารางที่ 3.3 ตารางความหมายของเกณฑ์ค่าระดับความเชื่อมั่น

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)	ความหมายของค่าระดับความเชื่อมั่น
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

จากความหมายดังกล่าว แสดงว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามได้อย่างคงที่จะทำให้คะแนนที่ได้จากการตอบคำถามมีค่าใกล้เคียง 1 หรือเท่ากับ 1 ซึ่งแสดงว่า แบบสอบถามนั้นมีคุณภาพ แต่ในทางกลับกันหากแบบสอบถามใดไม่มีคุณภาพ ค่าคะแนนความเชื่อมั่นที่ได้จะมีค่าใกล้เคียงเท่ากับ 0 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามชุดนั้นไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำมาใช้ทำการวิจัย โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดค่าความเชื่อมั่นควรมีอย่างน้อย 0.7 ขึ้น

ไปจึงจะสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ โดยรายละเอียดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาแต่ละปัจจัยมีดังนี้

ตารางที่ 3.4 ตารางสรุปค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	N of Items
บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง	0.831	4
คุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง	0.863	4
คุณภาพของระบบในชุมชนเสมือนจริง	0.821	4
ความเชื่อมั่นของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง	0.809	4
ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิก	0.866	4
สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง	0.814	4
ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง	0.912	4
ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง	0.849	4

3.7 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

เกณฑ์การให้คะแนน สามารถแบ่งตามลักษณะของเนื้อหาของแบบสอบถาม ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิกมีลักษณะเป็นแบบ Check List

ส่วนที่ 2-5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง คุณลักษณะด้านระบบ ปัจจัยทางสังคมของสมาชิกและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง ซึ่งการให้คะแนนแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2 ถึง ส่วนที่ 5 นี้จะใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับ (Likert Scale) โดยหลักการในการให้คะแนนตัวแปรกำหนดไว้ดังนี้

คะแนน 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนน 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
คะแนน 3	หมายถึง	ไม่มีความเห็น
คะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วย
คะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยจะนำมาคำนวณพิสัยในแต่ละอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

จากการคำนวณข้างต้น สามารถนำมาพิจารณาระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เป็นคะแนนบ่งชี้ระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เป็นคะแนนบ่งชี้ระดับ ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เป็นคะแนนบ่งชี้ระดับ ไม่มีความเห็น

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เป็นคะแนนบ่งชี้ระดับ เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เป็นคะแนนบ่งชี้ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.8 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยทำหนังสือถึงวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือสมาชิกในการกรอกแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form จากนั้นนำลิงค์ของแบบสอบถามไปฝากไว้ยังกลุ่ม Facebook เพื่อขอความร่วมมือสมาชิกในการกรอกแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยสอบถามความคืบหน้าในการกรอกแบบสอบถามจากสมาชิกเพื่อให้ได้แบบสอบถามครบตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม ตลอดจนข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.9.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งเป็นการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูลด้วยการใช้การคำนวณหาค่าแจก

แรงแจกความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสมาชิกของกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีลักษณะเป็นชุมชนเสมือนจริงของ Facebook เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ต และเหตุผลสำหรับการเข้าเป็นสมาชิก เป็นต้น

3.9.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงได้แก่ บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ ความน่าเชื่อถือของสมาชิก ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิก สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง และความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น ความแปรปรวนร่วม (Covariance) ของข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3.9.3 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ด้วยการใช้ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ค่า p-value ค่าดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model: CMIN/DF) ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation :RMSEA) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index: TLI) ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index : NFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) และ ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม Goodness of Fit Index : GFI) เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.9.4. เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ต้องการศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง ทำให้กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้มาจากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทางทฤษฎีของตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวใดตัวหนึ่งสามารถส่งผลต่อตัวแปรอิสระอีกตัวแปรหนึ่งได้หรือไม่ โดยผู้วิจัยทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรม SPSS ควบคู่ไปกับโปรแกรม Analysis of Moment Structures (AMOS) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์แต่ละตัวแปร และทำการปรับโครงสร้างของโมเดลให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูล

3.9.5 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ (causal-model) ว่ามีตัวแปรแฝง (latent variables) ในการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนของโมเดลแล้ว ยังใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์อิทธิพล (path

analysis) ของตัวแปรที่ได้จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีแล้วสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยพิจารณาผลจากค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้นและความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น เพื่อนำมาสรุปได้เป็นความสัมพันธ์และเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวว่าตัวแปรใดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง

3.10 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาการดำเนินการวิจัย โดยใช้ระยะเวลา 6 ภาคเรียน คือ ภาคเรียนที่ 1/2558 จนถึง ภาคเรียนที่ 1/2560 ระยะเวลา 24 เดือน

ตารางที่ 3.5 แผนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย	การดำเนินการ													
	ก.ค. 58	ส.ค. 58	ก.ย. 58	ค.ค. 58	พ.ย. 58	ธ.ค. 58	ม.ค. 59	ก.พ. 59	มี.ค. 59	เม.ย. 59 - ก.ค. 60	ส.ค. 60	ก.ย. 60	ต.ค. 60	
1. การเตรียมตัวก่อนวิจัย														
1.1 ค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาวิจัย														
1.2 เสนอหัวข้องานวิจัยแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำมาพิจารณา														
2. การวางแผนงานวิจัย														
2.1 ศึกษารายละเอียดและรูปแบบงานวิจัย														
2.2 จัดทำงานวิจัยเพื่อนำเสนอรายละเอียดและระเบียบวิธีวิจัย														
3. การดำเนินงานวิจัย														
3.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในภาคเรียนก่อน														
3.2 พัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บข้อมูลในภาคเรียนก่อน														
3.3 ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม														
3.4 ดำเนินการเก็บข้อมูล														
4. การสรุปผลงานวิจัย														
4.1 สรุปผลงานวิจัย														
4.2 นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลและทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย														
5. การจัดทำรายงานวิจัยและนำเสนอรายงานวิจัยที่สมบูรณ์														
5.1 นำเสนอรายงานวิจัยที่สมบูรณ์														
5.2 ปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย														
5.3 นำส่งงานวิจัยที่สมบูรณ์แก่ทางวิทยานิพนธ์														

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) กรณีศึกษา กลุ่มถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวแปรในการวิจัย
- 4.3 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographic)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
ชาย	241	61.20
หญิง	153	38.80
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 241 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.20 และเพศหญิงจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	13	3.30
21 -25 ปี	96	24.40
26 -40 ปี	237	60.20
41 -50 ปี	45	11.40
มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป	3	0.80
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานั้น ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-40 ปี เป็นจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 60.20 โดยจำนวนรองลงมาคืออายุระหว่าง 21-25 ปี เป็นจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 ถัดไปเป็นอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 ในขณะที่กลุ่มที่อายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 13 คน และอายุมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพ

อาชีพ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.90
ข้าราชการ	25	6.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.10
พนักงานเอกชน	206	52.30
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.80
อื่นๆ	2	0.50
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน เป็นจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละกว่า 52.30 โดยจำนวนรองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ถัดไปเป็นนักเรียนและนักศึกษาจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ในขณะที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงาน รัฐวิสาหกิจและข้าราชการมีจำนวนไล่เลี่ยกันคือ 28 และ 25

คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 และ 6.30 ตามลำดับ ในขณะที่อาชีพอื่น ๆ นั้นมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา/ปวช.	13	3.30
อนุปริญญา/ปวส.	27	6.90
ปริญญาตรี	279	70.80
สูงกว่าปริญญาตรี	75	19.00
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมาการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ถัดไปเป็นอนุปริญญาหรือปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 และมัธยมศึกษาหรือปวช. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ในขณะที่ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่าเลย

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์

ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00
1-3 ปี	2	0.50
3-5 ปี	73	18.50
มากกว่า 5 ปี	319	81.00
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีมากกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 81 โดยรองลงมา มีประสบการณ์อยู่ที่

3-5 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ 1-3 ปี นั้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และแทบจะไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่เคยเป็นสมาชิกของกลุ่มใดๆเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ซึ่งเป็นส่วนน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลในการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม

เหตุผลสำหรับการเข้าเป็นสมาชิก	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ	139	35.30
อัปเดตข่าวสาร	228	57.90
หาเพื่อนใหม่	6	1.50
สื่อสารกับสมาชิกในกลุ่ม	21	5.30
อื่นๆ	0	0.00
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้นส่วนใหญ่สนใจในการติดตามอัปเดตข่าวสาร เป็นจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมาเป็นกลุ่มที่สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ถัดไปเป็นกลุ่มที่ต้องการสื่อสารกับสมาชิกในกลุ่มนั้น มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และต้องการหาเพื่อนใหม่ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวแปรในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
α	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
χ^2	แทน ค่าทางสถิติในการพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูล โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)
Df	แทน ค่าที่ใช้เพื่อชดเชยความผิดพลาดของตัวอย่าง (Degree of Freedom)
P-value	แทน ค่าสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
CMIN/DF	แทน ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model)
RMSEA	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation)
TLI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index)
NFI	แทน ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index)
CFI	แทน ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
GFI	แทน ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม (Goodness of Fit Index)

อักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ADMIN	แทน บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)
INFOQ	แทน คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)
SYSQ	แทน คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)
TRUST	แทน ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)
SOCIAL	แทน ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)
SENSB	แทน สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)
MEMSAT	แทน ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)
MEMLOY	แทน ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)

4.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อดังนี้

- (1) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม
- (2) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอด
- (3) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก
- (4) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)

บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
	5	4	3	2	1				
(1) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม	238 (60.4)	102 (25.9)	44 (11.2)	10 (2.5)	0 (0.0)	4.4416	0.78982	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(2) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา	262 (66.5)	89 (22.6)	37 (9.4)	6 (1.5)	0 (0.0)	4.5406	0.72724	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(3) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก	50 (12.7)	168 (42.6)	140 (35.5)	35 (8.9)	1 (0.3)	3.5863	0.83127	เห็นด้วย	
(4) ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบอย่างเคร่งครัด	328 (83.2)	59 (15.0)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.8147	0.43239	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
คะแนนเฉลี่ย						4.3458	0.69518	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่าบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role) ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.3458$, S.D. = 0.69518) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่องผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่งเป็นจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 60.40 รองลงมาเห็นด้วย 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 ไม่แน่ใจ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 ไม่เห็นด้วย 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่องผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่นั้นมีการปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่งเป็นจำนวน 262 คน คน

คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาเห็นด้วย 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 จำนวนถัดมาเป็น ไม่แน่ใจ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และไม่เห็นด้วย 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่องผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยเป็นจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาไม่แน่ใจ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ในขณะที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และไม่เห็นด้วย 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 ซึ่งจำนวนคนที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีเพียงแค่ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่องผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบอย่างเคร่งครัด ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่งเป็นจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 83.20 รองลงมาเห็นด้วย 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และไม่แน่ใจ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ในขณะที่ไม่มีใครนั้นไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics)

แบ่งได้ออกเป็น 2 ข้อดังนี้

4.2.2.1 ข้อมูลคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความถูกต้อง
- (2) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์
- (3) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ
- (4) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีข้อมูลทั้งหมดที่ฉันต้องการ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)

คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1				
(1) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความถูกต้อง	110 (27.9)	187 (47.5)	88 (22.3)	9 (2.3)	0 (0.0)	4.0102	0.77157	เห็นด้วย	
(2) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์	83 (21.1)	157 (39.8)	134 (34.0)	20 (5.1)	0 (0.0)	3.7690	0.83800	เห็นด้วย	
(3) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นข้อมูลใหม่อยู่เสมอ	303 (76.9)	79 (20.1)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.7386	0.50462	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(4) ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีข้อมูลทั้งหมดที่ฉันต้องการ	135 (34.3)	156 (39.6)	91 (23.1)	12 (3.0)	0 (0.0)	4.0508	0.8334	เห็นด้วย	
คะแนนเฉลี่ย						4.14215	0.73690	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมเห็นด้วย ($\bar{x} = 4.14215$, S.D. = 0.73690) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่องข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความถูกต้อง ส่วนใหญ่จะเห็นด้วย เป็นจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่ง 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 ไม่แน่ใจ 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และไม่เห็นด้วย 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่องข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ส่วนใหญ่เห็นด้วย เป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาไม่แน่ใจ 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 และไม่เห็นด้วย 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 ตามลำดับ โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่องข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 76.90 รองลงมาเห็นด้วย 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 และไม่แน่ใจ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่องข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีข้อมูลทั้งหมดที่สมาชิกต้องการ สมาชิกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย เป็นจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 โดยรองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่งซึ่งมีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 ในขณะที่มีสมาชิกกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจ 91 คน และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และ 3.00 ตามลำดับ โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.2.2 คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความน่าเชื่อถือ
- (2) สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มใน Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ได้อย่างง่ายดาย
- (3) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความรวดเร็วในการตอบสนอง
- (4) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลคุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)

คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
(1) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความน่าเชื่อถือ	226 (57.4)	113 (28.7)	53 (13.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.4289	0.73880	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

(2) สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มใน Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ได้อย่างง่ายดาย	206 (52.3)	123 (31.2)	59 (15.0)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.3401	0.79506	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(3) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความรวดเร็วในการตอบสนอง	292 (74.1)	93 (23.6)	8 (2.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.7157	0.50986	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(4) ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก	163 (41.4)	133 (33.8)	91 (23.1)	7 (1.8)	0 (0.0)	4.1472	0.83417	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย						4.40798	0.71947	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.9 พบว่าคุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.40798$, S.D. = 0.71947) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่องระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาเห็นด้วย 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และไม่เห็นด้วย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่องสามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มใน Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ได้อย่างง่ายดาย ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 รองลงมาเห็นด้วย 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 โดยมีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่องระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความรวดเร็วในการตอบสนอง ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาเห็นด้วย 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 มีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และไม่เห็นด้วย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่องระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 163 คน คิดเป็น

ร้อยละ 41.40 รองลงมาเห็นด้วย 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และไม่เห็นด้วย 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 โดยไม่มีใครที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors)

แบ่งได้ออกเป็น 2 ข้อดังนี้

4.2.3.1 ความเชื่อมั่นของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Trust)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการอภิปรายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ
- (2) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการการอภิปรายหัวข้อต่างๆ มากกว่าตัวเราเอง
- (3) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น
- (4) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)

ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
(1) โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการอภิปรายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ	106 (26.9)	67 (17.0)	104 (26.4)	96 (24.4)	21 (5.3)	3.3579	1.25658	ไม่มี ความเห็น	

(2) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการกรอกรายหัวข้อต่างๆมากกว่าตัวเราเอง	152 (38.6)	118 (29.9)	110 (27.9)	9 (2.3)	5 (1.3)	4.0228	0.93394	เห็นด้วย
(3) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น	160 (40.6)	180 (45.7)	51 (12.9)	3 (0.8)	0 (0.0)	4.2614	0.70634	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(4) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น	108 (27.4)	185 (47.0)	93 (23.6)	8 (2.0)	0 (0.0)	3.9975	0.76998	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย						3.90990	0.91671	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.10 พบว่าความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.90990$, S.D. = 0.91671) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่อง โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการกรอกรายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 รองลงมาไม่แน่ใจโดยมีจำนวนไล่เลี่ยกันอยู่ที่ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วย 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 มีสมาชิกที่เห็น 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่อง รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการกรอกรายหัวข้อต่างๆมากกว่าตัวเราเอง ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาเห็นด้วย 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 มีจำนวนสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 ไม่เห็นด้วย 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 และมีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่อง รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่เห็นด้วย เป็นจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่ง 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และไม่เห็นด้วย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่อง รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่เห็นด้วย เป็นจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่ง 108 คน

คิดเป็นร้อยละ 27.40 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 และไม่เห็นด้วย 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.3.2 ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น
- (2) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้ได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น
- (3) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น
- (4) การเข้าร่วมกลุ่มช่วยทำให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)

ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1				
(1) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น	113 (28.7)	118 (29.9)	134 (34.0)	29 (7.4)	0 (0.0)	3.7995	0.93987	เห็นด้วย	
(2) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้ได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	75 (19.0)	100 (25.4)	122 (31.0)	94 (23.9)	3 (0.8)	3.3807	1.06875	ไม่มี ความเห็น	
(3) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	116 (29.4)	144 (36.5)	86 (21.8)	46 (11.7)	2 (0.5)	3.8274	0.99906	เห็นด้วย	

(4) การเข้าร่วมกลุ่มช่วยให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น	175 (44.4)	183 (46.4)	35 (8.9)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.3503	0.64926	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย						3.83948	0.91424	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness) โดยรวมเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.83948$, S.D. = 0.91424) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่อง การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ เป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาเห็นด้วย 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 ซึ่งมีจำนวนสมาชิกที่เห็นด้วยอย่างยิ่งไล่เลี่ยกัน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 และไม่เห็นด้วย 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่อง การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ เป็นจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาเห็นด้วย 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่เห็นด้วย 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 เห็นด้วยอย่างยิ่ง 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่อง การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่เห็นด้วย 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 ไม่เห็นด้วย 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่อง การเข้าร่วมกลุ่มช่วยให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น ส่วนใหญ่เห็นด้วย 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่ง 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 และไม่เห็นด้วย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement)

แบ่งได้ออกเป็น 3 ข้อย่อยดังนี้

4.2.4.1 สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Facebook
- (2) โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook
- (3) โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook
- (4) โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจจากสมาชิกของกลุ่ม Facebook

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)

สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1			
(1) โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Facebook	211 (53.6)	138 (35.0)	43 (10.9)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.4162	0.70212	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(2) โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook	266 (67.5)	110 (27.9)	18 (4.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.6294	0.57047	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(3) โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook	105 (26.6)	173 (43.9)	107 (27.2)	9 (2.9)	0 (0.0)	3.9492	0.79275	เห็นด้วย
(4) โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจจากสมาชิกของกลุ่ม Facebook	59 (15.0)	114 (28.9)	193 (49.0)	28 (7.1)	0 (0.0)	3.5178	0.83251	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย						4.12815	0.72446	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.12 พบว่า สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging) โดยรวมเห็นด้วย ($\bar{x} = 4.12815$, S.D. = 0.72446) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่อง โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 211 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาเห็นด้วย 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และไม่เห็นด้วย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่อง โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 266 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาเห็นด้วย 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และมีจำนวนสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 เช่นกัน

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่อง โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่เห็นด้วย 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 รองลงมาไม่แน่ใจ 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 โดยเห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวนสมาชิกใกล้เคียงกันจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และไม่เห็นด้วย 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่อง โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจจากสมาชิกของกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ 193 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาเห็นด้วย 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และไม่เห็นด้วย 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.4.2 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook
- (2) เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook ตรงกับความต้องการ
- (3) กลุ่ม Facebook ตอบสนองความต้องการของฉัน
- (4) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1				
(1) โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook	158 (40.1)	164 (41.6)	71 (18.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.2157	0.73906	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(2) เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook ตรงกับความต้องการ	182 (46.2)	179 (45.4)	28 (7.1)	5 (1.3)	0 (0.0)	4.3655	0.67181	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(3) กลุ่ม Facebook ตอบสนองความต้องการของฉัน	264 (67.0)	98 (24.9)	29 (7.4)	3 (0.8)	0 (0.0)	4.5812	0.66137	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
(4) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook	318 (80.7)	62 (15.7)	14 (3.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.7716	0.49794	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
คะแนนเฉลี่ย						4.4835	0.64255	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction) โดยรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.4835$, S.D. = 0.64255) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่อง โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่เห็นด้วย 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่ง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 ถัดไปมีจำนวนสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และไม่เห็นด้วย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่อง เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook ตรงกับความต้องการ ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาเห็นด้วย 179 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 และไม่เห็นด้วย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่อง กลุ่ม Facebook ตอบสนองความต้องการของฉันทน์ ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาเห็นด้วย 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 และไม่เห็นด้วย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่อง โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 318 คน คิดเป็นร้อยละ 80.70 รองลงมาเห็นด้วย 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และเป็นจำนวนสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.2.4.3 ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty)

แบ่งได้ออกเป็น 4 ข้อย่อยดังต่อไปนี้

- (1) มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม Facebook
- (2) มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook ให้แก่คนที่คุณรู้จัก
- (3) โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook อยู่เสมอ
- (4) โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook ต่อไปในระยะยาว

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละต่อข้อมูลความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)

ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	ระดับการพิจารณา
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1			
(1) มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม Facebook	58 (14.7)	59 (15.0)	121 (30.7)	135 (34.3)	21 (5.3)	2.9949	1.13916	ไม่มี ความเห็น
(2) มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook ให้แก่คนที่คุณรู้จัก	240 (60.9)	113 (28.7)	36 (9.1)	5 (1.3)	0 (0.0)	4.4924	0.71423	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

(3) โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook อยู่เสมอ	43 (10.9)	98 (24.9)	95 (24.1)	135 (34.3)	23 (5.8)	3.0076	1.12453	ไม่มี ความเห็น
(4) โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook ต่อไปในระยะยาว	301 (76.4)	70 (17.8)	17 (4.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	4.6904	0.62644	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย						3.79633	0.90109	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty) โดยรวมเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.79633$, S.D. = 0.90109) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้าน ได้ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ (1) ในเรื่อง มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม Facebook ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาไม่แน่ใจ 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่เห็นด้วย 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ซึ่งมีสมาชิกที่เห็นด้วยอย่างยิ่งจำนวนไล่เลี่ยกันจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ความคิดเห็นที่ (2) ในเรื่อง มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook ให้แก่คนที่คุณรู้จัก ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.90 รองลงมาเห็นด้วย 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 มีสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 และไม่เห็นด้วย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 โดยไม่มีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ความคิดเห็นที่ (3) ในเรื่อง โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook อยู่เสมอ ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาเห็นด้วย 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 ซึ่งมีสมาชิกที่ไม่แน่ใจไล่เลี่ยกันจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 เห็นด้วยอย่างยิ่ง 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และมีสมาชิกที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80

ความคิดเห็นที่ (4) ในเรื่อง โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook ต่อไปในระยะยาว ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 301 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาเห็นด้วย 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 จำนวนถัดไปเป็นสมาชิกที่ไม่แน่ใจ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 และไม่เห็นด้วย 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 โดยไม่มีที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลที่ได้จากการกรอกแบบสอบถามออนไลน์ที่ถูกส่งไปยังสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง โดยแบบสอบถามจำนวนจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 ชุด ถูกนำเข้าสู่อุปกรณ์โปรแกรม Analysis of Moment Structures (AMOS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดลในทางสถิติและใช้เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเอาไว้ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1: บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 4: ความพึงพอใจของสมาชิกส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

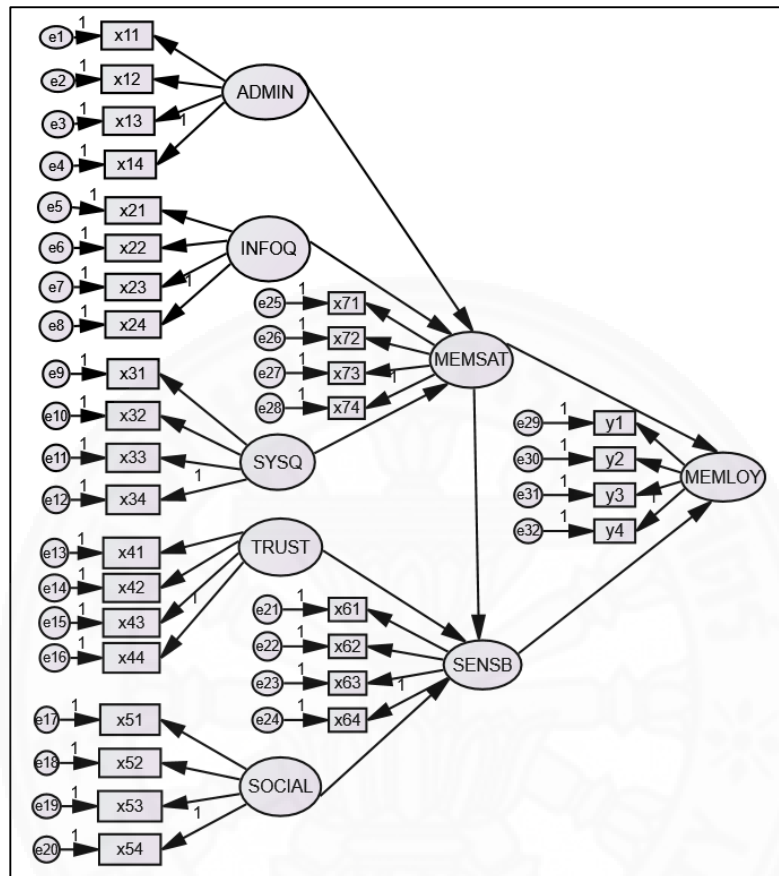
สมมติฐานที่ 5: ความพึงพอใจของสมาชิกส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 6: สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริงส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง

สมมติฐานที่ 7: ความเชื่อมั่นของสมาชิกส่งผลต่อความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

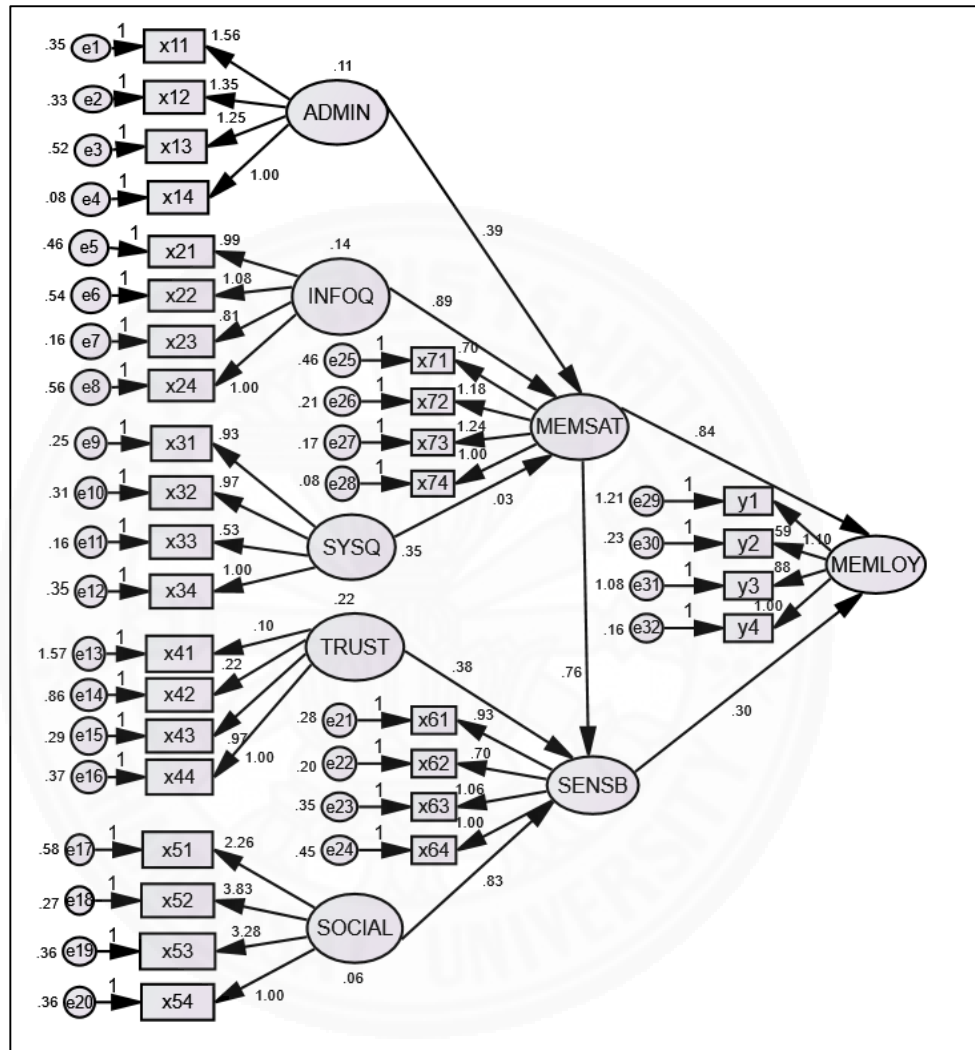
สมมติฐานที่ 8: ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าถึงของสมาชิกส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง

ภาพที่ 4.1 โครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง



จากสมมติฐานที่ระบุในเบื้องต้นจึงเป็นที่มาของโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง ดังภาพที่ 4.1 แต่เนื่องจากขอบเขตของงานวิจัยนี้มุ่งจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของชุมชนเสมือนจริงโดยการหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างจากตัวแปรอิสระต่างๆ โดยคาดว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนั้นจะมีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์และความสัมพันธ์ของโมเดลเมื่อนำเข้าโปรแกรม AMOS สามารถแสดงผลลัพธ์ในรูปแบบของเมทริกซ์ของความแปรปรวนร่วมของข้อมูล ดังภาพที่ 4.2 เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของโมเดลว่าให้ค่าผลลัพธ์ทางสถิติว่ายอมรับหรือปฏิเสธโมเดล

ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง



เมื่อนำโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆทดสอบด้วย โปรแกรม AMOS โดยใช้ข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของการวิเคราะห์สาเหตุหรือการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) จึงทำให้ได้การวิเคราะห์ความเหมาะสมของโมเดลทางสถิติและความสัมพันธ์ของสมมติฐาน ดังแสดงภาพที่ 4.2

ตารางที่ 4.15 เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องขององค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ลำดับ	ตัวชี้วัดทางค่าสถิติในตรวจสอบความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา
1.	ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)	ค่า p-value น้อยกว่า 0.05 ถือว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2.	ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model: CMIN/DF)	ค่าดัชนีที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ถือว่าเป็นค่าดัชนีที่ดีหรือบางครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ถือว่ายอมรับได้ และหากค่าดัชนีเข้าใกล้หรือเท่ากับ 1 จะถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด
3.	ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation :RMSEA)	ค่าดัชนีที่น้อยกว่า 0.10 ถือว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม ถ้าหากค่าดัชนีน้อยกว่า 0.08 หรือ 0.05 แสดงว่ามีความถูกต้องและแบบจำลองมีความเหมาะสมอย่างมาก
4.	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index: TLI)	ค่าดัชนีที่ได้ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปถือว่าเป็นค่าดัชนีที่ดีหรือบางครั้งมากกว่า 0.80 ถือว่าเป็นที่ยอมรับ
5.	ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index : NFI)	ค่าดัชนีที่ได้ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปถือว่าเป็นค่าดัชนีที่ดีหรือบางครั้งมากกว่า 0.80 ถือว่าเป็นที่ยอมรับ
6.	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI)	ค่าดัชนีที่ได้ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปถือว่าเป็นค่าดัชนีที่ดีหรือบางครั้งมากกว่า 0.80 ถือว่าเป็นที่ยอมรับ
7.	ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม Goodness of Fit Index : GFI)	ค่าดัชนีที่ได้ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปถือว่าเป็นค่าดัชนีที่ดีหรือบางครั้งมากกว่า 0.80 ถือว่าเป็นที่ยอมรับ

ที่มา: พูลพงษ์ สุขสว่าง, หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง, วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2557

จากการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง สามารถพิจารณาได้จากค่าดัชนีตัวชี้วัดตามที่ระบุในตารางที่ 4.15 โดยผลการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยใช้โปรแกรม AMOS ค่าทางสถิติที่ได้จำเป็นจะต้องสอดคล้องกับช่วงค่าที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์การพิจารณา จึงจะทำให้แบบจำลองโครงสร้าง

ความสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับ ซึ่งผลลัพธ์ทางสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม AMOS พบว่าค่าความสัมพันธ์ทางสถิติต่างๆ ดังที่ระบุใน ตารางที่ 4.15 ของแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ของงานวิจัยนี้มีผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลอง

ลำดับ	ตัวชี้วัดทางค่าสถิติ	ค่าสถิติที่วัดได้	เกณฑ์การพิจารณา
1.	ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)	0.000	มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อ p-value น้อยกว่าเท่ากับ 0.05
2.	ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (CMIN/DF)	7.784	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 3 ถือว่าความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เหมาะสม
3.	ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation :RMSEA)	0.131	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.10 ถือว่าค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนของแบบจำลองไม่เหมาะสม
4.	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index: TLI)	0.492	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความสอดคล้องของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ
5.	ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index : NFI)	0.498	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ
6.	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI)	0.529	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ
7.	ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม Goodness of Fit Index :GFI)	0.606	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความเหมาะสมของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ

จากการพิจารณาผลลัพธ์ของค่าสถิติต่างๆที่ได้ทำการวิเคราะห์จากโปรแกรม AMOS นั้นพบว่า ค่าสถิติที่วัดได้จากดัชนีวัดความเหมาะสมของแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงนั้น ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจากค่าดัชนีตัวชี้วัดทางค่าสถิติ เช่น CMIN/DF, RMSEA, TLI, NFI, CFI และ GFI คลาดเคลื่อนจากเกณฑ์การ

พิจารณาที่เหมาะสม ดังที่แสดงในตาราง 4.15 แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ค่า p-value ของโครงสร้างแบบจำลองเท่ากับ 0 แสดงว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ (significant) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังที่แสดงใน ภาพที่ 4.2 ซึ่งพบว่าเมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัวแปรในแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง พบว่าความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (MEMSAT) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยของบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (ADMIN) คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (INFOQ) และ คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (SYSQ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.39, 0.89, และ 0.03 ตามลำดับ และสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (SENSB) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยของความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (TRUST) และประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (SOCIAL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.38 และ 0.83 ตามลำดับ

โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติดังกล่าวแสดงว่า ตัวแปรมียุทธิพลอย่างเป็นเหตุเป็นผลที่สามารถตีความทางสถิติและมีนัยสำคัญทางสถิติได้ จึงเห็นสมควรทำการปรับปรุงแบบจำลองตามทฤษฎีของ Schumacker and Lomax ที่เสนอให้ปรับปรุงแบบจำลอง โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) กับตัวแปรแฝงของแบบจำลอง (latent variables) โดยให้ดูความเหมาะสมทางทฤษฎีเป็นสำคัญ (Schumacker and Lomax, 2004) นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Bollen ที่ให้พิจารณาเลือกตัดตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) บางตัวออกจากการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อพบว่าผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Bollen, 1989)

เมื่อพิจารณาทฤษฎีการปรับปรุงแบบจำลองตามทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเพื่อทำการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบข้อคำถามในแบบสอบถาม จากการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญพบว่า ข้อคำถามในบางตัวแปร มีความกำกวม ซึ่งอาจทำให้ค่าพารามิเตอร์ของการวิเคราะห์แบบจำลอง มีความผันผวนจนทำให้ผลการวิเคราะห์โครงสร้างของแบบจำลองไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถึงแม้แบบสอบถามแต่ละข้อจะมีความเชื่อถือได้เมื่อครั้งทำการทดสอบก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลจริงก็ตาม นอกจากนั้น การตรวจสอบค่า Modification Indices (M.I.) จากโปรแกรม AMOS ที่เสนอให้ตัดตัวแปรบางตัวที่มีค่า Modification Indices (M.I.) สูง เพื่อทำการปรับโครงสร้างแบบจำลอง รวมทั้งยังได้รับความเห็นชอบจากการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการตัดตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ที่มีผลกระทบที่ไม่สอดคล้องกับผลวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง เพื่อให้ผล

ที่ได้ใกล้เคียงกับทฤษฎีมากที่สุด โดยวิธีนี้ยังสอดคล้องกับวิธีของ Mueller ที่เสนอว่า ในทางปฏิบัติ ผู้วิจัยควรที่จะศึกษาองค์ประกอบต่างๆของแบบจำลอง เพื่อเปรียบเทียบและกำหนดทางเลือกของแบบจำลอง เพื่อให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด (Mueller, 1996)

จากการตัดตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ออกจากตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ภายใต้เงื่อนไขการพิจารณาผลของค่า Modification Indices (M.I.) ของโปรแกรม AMOS รวมถึงคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วทำการเพิ่มเส้นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยของบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (ADMIN) กับคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (INFOQ) แล้วทำการพิสูจน์ความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม AMOS อีกครั้ง พบว่าค่าความสัมพันธ์ทางสถิติขององค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองมีผลดังต่อไปนี้

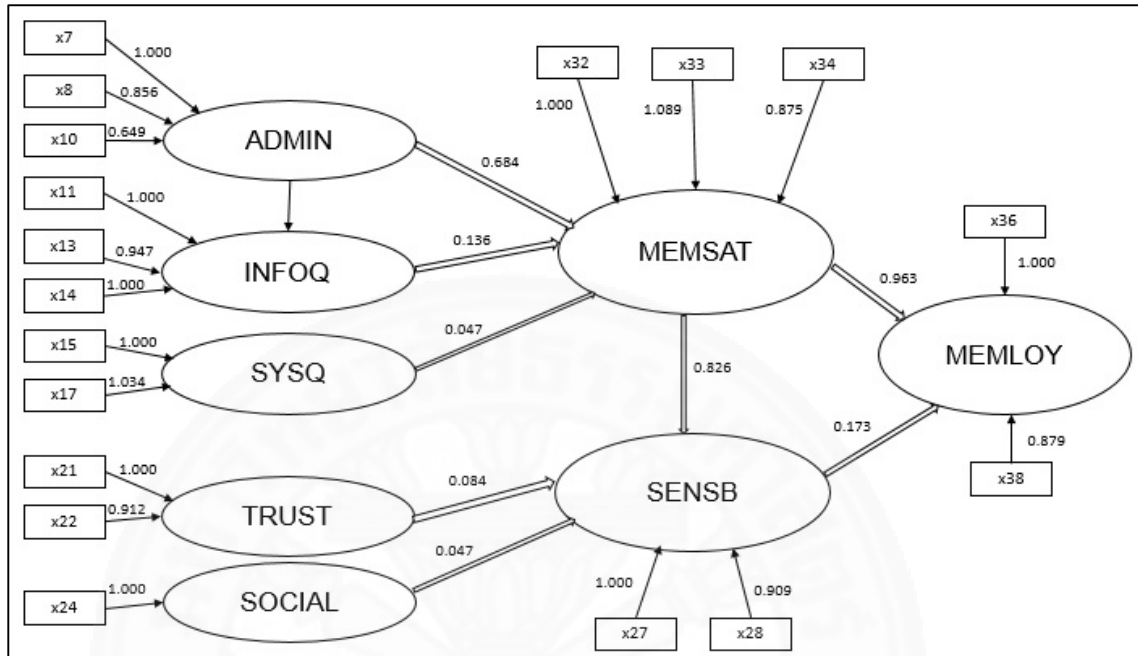
ตารางที่ 4.17 ผลวิเคราะห์ขององค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลองหลังการตัดตัวแปร

ลำดับ	ตัวชี้วัดทางค่าสถิติ	ค่าสถิติที่วัดได้	เกณฑ์การพิจารณา
1.	ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)	0.000	มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อ p-value น้อยกว่าเท่ากับ 0.05
2.	ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (CMIN/DF)	3.004	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าน้อยกว่า 5 ถือว่าความกลมกลืนของแบบจำลองเป็นที่ยอมรับได้
3.	ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation :RMSEA)	0.084	ค่าดัชนีที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.10 ถือว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม
4.	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (The Tucker Lewis Index: TLI)	0.860	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.80 หรือเทียบเท่า 0.90 ถือว่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบเป็นที่ยอมรับได้
5.	ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (Normed Fit Index : NFI)	0.857	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.80 หรือเทียบเท่า 0.90 ถือว่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน เป็นที่ยอมรับได้
6.	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI)	0.889	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.90 หรือเทียบเท่าถือว่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบเป็นที่ยอมรับได้

7.	ค่าดัชนีวัดความเหมาะสม (Goodness of Fit Index :GFI)	0.886	ค่าดัชนีที่ได้มีค่ามากกว่า 0.80 หรือเทียบเท่า 0.90 ถือว่าระดับความเหมาะสมของแบบจำลองที่ยอมรับได้
----	---	-------	--

จากตารางผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความเหมาะสมของโครงสร้างแบบจำลอง ที่ได้ทำการทดสอบจากโปรแกรม AMOS พบว่า ค่าตัวชี้วัดทางสถิติต่างๆของแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง มีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริง หลังจากทำการปรับโครงสร้างของแบบจำลอง ซึ่งสามารถอธิบายแนวโน้มความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้ ค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดล (CMIN/DF) มีค่าน้อยกว่า 5 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าน้อยกว่า 0.10 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (TLI) มีค่ามากกว่า 0.80 ค่าดัชนีวัดเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืน (NFI) มีค่ามากกว่า 0.80 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่ามากกว่า 0.90 รวมไปถึงค่าดัชนีวัดความเหมาะสม (GFI) มีค่ามากกว่า 0.80 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ค่าดัชนีที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมโครงสร้างของแบบจำลอง แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างของแบบจำลองหลังจากทำการปรับโครงสร้างแล้วมีความถูกต้อง เหมาะสมความและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ค่าความน่าจะเป็นของสมมติฐานหรือค่า p-value ที่ได้จากการคำนวณด้วยโปรแกรม AMOS นั้นมีค่าเท่ากับ 0.00 แสดงว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ได้ โดยต้องการที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงภายใต้ขอบเขตของงานวิจัยอีกด้วย

ภาพที่ 4.3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง



ภาพที่ 4.4 ค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance) ของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง

row\type	vname	ADMIN1	ADMIN2	ADMIN4	INFOQ1	INFOQ3	INFOQ4	SYSQ1	SYSQ3	TRUST3	TRUST4	SOCIAL2	SENSB1	SENSB2	MEMSAT2	MEMSAT3	MEMSAT4	MEMLOY2	MEMLOY4
n		394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394
cov	ADMIN1	0.622																	
cov	ADMIN2	0.213	0.528																
cov	ADMIN4	0.176	0.151	0.186															
cov	INFOQ1	0.219	0.114	0.126	0.594														
cov	INFOQ3	0.187	0.149	0.134	0.147	0.254													
cov	INFOQ4	0.173	0.196	0.131	0.281	0.155	0.693												
cov	SYSQ1	0.156	0.118	0.097	0.171	0.094	0.171	0.544											
cov	SYSQ3	0.164	0.149	0.097	0.094	0.116	0.131	0.14	0.259										
cov	TRUST3	0.22	0.105	0.097	0.096	0.119	0.187	0.055	0.11	0.498									
cov	TRUST4	0.166	0.197	0.083	0.079	0.091	0.19	0.014	0.121	0.224	0.591								
cov	SOCIAL2	0.152	0.03	0.063	0.151	0.028	0.148	0.202	0.06	0.02	-0.007	1.139							
cov	SENSB1	0.141	0.171	0.118	0.087	0.16	0.101	0.075	0.126	0.188	0.171	0.192	0.492						
cov	SENSB2	0.204	0.155	0.117	0.098	0.132	0.09	0.078	0.115	0.125	0.08	0.04	0.21	0.325					
cov	MEMSAT2	0.237	0.249	0.134	0.138	0.149	0.197	0.084	0.139	0.199	0.196	-0.015	0.188	0.186	0.45				
cov	MEMSAT3	0.231	0.196	0.151	0.197	0.185	0.189	0.106	0.142	0.155	0.126	0.063	0.217	0.223	0.252	0.436			
cov	MEMSAT4	0.169	0.154	0.112	0.167	0.131	0.149	0.113	0.118	0.128	0.124	0.054	0.169	0.169	0.195	0.222	0.247		
cov	MEMLOY2	0.184	0.219	0.16	0.142	0.164	0.143	0.162	0.148	0.178	0.133	0.041	0.252	0.231	0.272	0.27	0.224	0.509	
cov	MEMLOY4	0.195	0.185	0.133	0.196	0.155	0.216	0.148	0.145	0.157	0.162	0.077	0.197	0.177	0.215	0.233	0.211	0.279	0.391

หากจะสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริง ในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง โดยการนำกลุ่มถามตอบเทคโนโลยี โทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นกรณีศึกษานั้นสามารถสรุปได้ว่า

1. บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (ADMIN) ส่งผลโดยตรงต่อการเกิดความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง (MEMSAT) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.684 ซึ่งบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook นั้น จำเป็นที่จะต้องดูแลให้สมาชิกทุกคนปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่มอย่างเคร่งครัด อีกทั้งควรที่จะศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพื่อที่จะอัปเดตข้อมูลข่าวสาร และแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยให้แก่สมาชิกอยู่ตลอดเวลา รวมถึงพยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลสมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง นอกจากนี้แล้วควรที่จะฟังความคิดเห็นของสมาชิกเมื่อได้รับคำแนะนำ ดีชมจากสมาชิก เพื่อเนื้อหาที่ถูกต้องสมบูรณ์อีกด้วย

2. คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (INFOQ) ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง (MEMSAT) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.136 ซึ่งเป็นค่า น้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานรองมาจากบทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (ADMIN) โดยความหมายของคุณภาพของข้อมูลนั้นคือ ข้อมูลภายในกลุ่มของ Facebook ถึงแม้ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลจะมีความสำคัญน้อยที่สุดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง แต่ข้อมูลภายในกลุ่มของ Facebook จำเป็นที่จะต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องและมีข้อมูลทั้งหมดที่สมาชิกต้องการ รวมไปถึงเป็นข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ

3. คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (SYSQ) ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง (MEMSAT) เช่นกัน ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.047 ซึ่งเป็นค่า น้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง แต่อย่างไรก็ตาม ความหมายของคุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook คือ ระบบกลุ่มของ Facebook มีความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของสมาชิก เป็นการนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือต่อการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นความสามารถใน ด้านพื้นฐานและการทำงานที่มีประสิทธิภาพของระบบ

4. ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (TRUST) ส่งผลทำให้สมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริงเกิดสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (SENSB) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.084 โดยถือว่าการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกแต่ละคน รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น รวมถึงมีเจตนารมณ์ที่จะไม่มีทัศนคติลบ หรือไม่ดีต่อสมาชิกคนอื่น ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อกันและกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม

5. ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (SOCIAL) ส่งผลทำให้สมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริงเกิดสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (SENSB) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.047 โดยถือว่าการเข้าร่วมกลุ่มทำให้สมาชิกแต่ละคนมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น มีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น รับรู้ได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น และรับรู้ได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น

6. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (MEMSAT) ส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (SENSB) และความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (MEMLOY) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.826 และ 0.963 ตามลำดับ โดยความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกอันนำมาซึ่งความรู้สึกพึงพอใจโดยรวม อีกทั้งข้อมูลในกลุ่มตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก รวมไปถึงข้อมูลภายในกลุ่มตรงกับความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งทั้งหมดนี้นอกจากจะส่งผลทำให้สมาชิกเกิดสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (SENSB) แล้ว ยังส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริงอีกด้วย (MEMLOY)

7. สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (SENSB) ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (MEMLOY) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.173 ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจส่วนตัวที่สมาชิกได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิก โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อน ทำให้สมาชิกรับรู้ถึงการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รวมไปถึงความรู้สึกผูกพันกับสมาชิกภายในกลุ่ม ตลอดจนคำปลอบขวัญและกำลังใจระหว่างสมาชิก ทำให้สมาชิกแต่ละคนรับรู้ได้ถึงความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook

จากการสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง จำเป็นที่จะต้องประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) โดยแบ่งออกเป็น คุณภาพของสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality) และคุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System Quality) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) ที่แบ่งออกเป็น ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust) และประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness) โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) ประกอบไปด้วย ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) และสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of

Belonging) ที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีของต่อกลุ่มของ Facebook ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานของสำนักความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) น้อยกว่าในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) ถึงแม้ทั้งสองปัจจัยจะมีความสัมพันธ์กันและส่งผลให้เกิดความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook ก็ตาม



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) กรณีศึกษากลุ่มถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง กับการนำผลจากการศึกษาปัจจัยที่สำคัญเหล่านั้นเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนเสมือนจริง เพื่อสร้างความผูกพันกับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ได้แก่สมาชิกภายในกลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 29,874 คน จาก 3 กลุ่ม กลุ่มถามตอบเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ กลุ่ม "SAMSUNG GALAXY S6 & S6 EDGE CLUB", กลุ่ม "LG G4 CLUB THAILAND" และ กลุ่ม "MIUI THAILAND" โดยการใช้ตารางของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05 ตามวิธีการเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของ Taro Yamane

5.1 อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

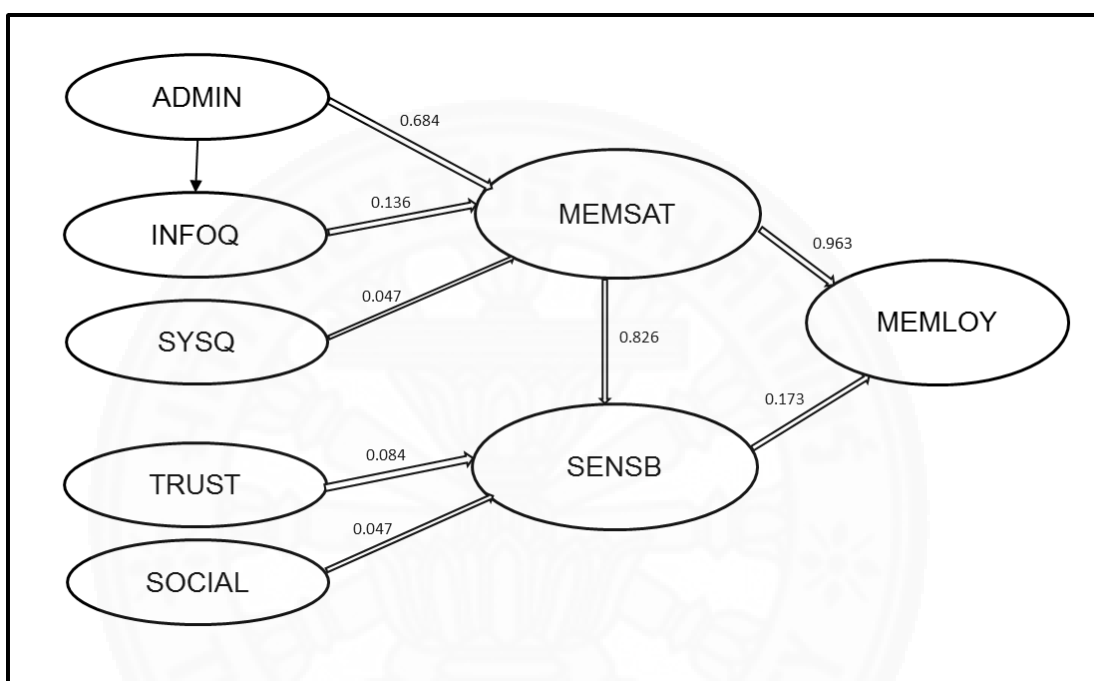
ผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกจำนวน 394 คน ที่กรอกแบบสอบถามออนไลน์พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยอายุส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 26-40 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน โดยการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์มากกว่า 5 ปี โดยเหตุผลในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกประกอบไปด้วย ต้องการอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ สนใจศึกษาในเทคโนโลยีใหม่ๆของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ต้องการสื่อสารกับสมาชิกในกลุ่ม รวมไปถึง หาเพื่อนใหม่ที่มีความสนใจในเรื่องเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นเดียวกับตน โดยเหตุผลส่วนใหญ่ในการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกคือ ต้องการอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์โดยพื้นฐานจากความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของตัวสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของชุมชนเสมือน

จริงของ Hagel และ Armstrong (Hagel and Armstrong 1997) ที่ว่าชุมชนเสมือนจริงเป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่คล้ายคลึงกัน โดยไม่มีข้อจำกัดทางอายุ เพศ วัย เชื้อชาติ ชนชั้นและการศึกษา เป็นการพึ่งศักยภาพของเทคโนโลยีในการสื่อสาร โดยตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ได้แก่ บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (ADMIN) คุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง (INFOQ) คุณภาพของระบบในชุมชนเสมือนจริง (SYSQ) ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (TRUST) ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (SOCIAL) ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (MEMSAT) และสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (SENSB) และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร ได้แก่ ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (MEMLOY) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม AMOS ของแต่ละตัวแปรที่กล่าวไปนั้นพบว่า ค่าเฉลี่ยของทุกตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงและมีความสัมพันธ์กัน โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม AMOS เพื่อการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ดังที่กล่าวไปแล้วเบื้องต้น

ถึงแม้ค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงและมีความสัมพันธ์ต่อกัน แต่ความเหมาะสมของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโครงสร้างแบบจำลองไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจากค่าดัชนีตัวชี้วัดทางค่าสถิติ ได้แก่ $CMIN/DF = 7.784$ (มากกว่า 3 ถือว่าความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เหมาะสม) $RMSEA = 0.131$ (ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนมากกว่า 0.10) $TLI = 0.492$ (ค่าดัชนีต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความสอดคล้องของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ) $NFI = 0.498$ (ค่าดัชนีต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับเปอร์เซ็นต์ความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ) $CFI = 0.529$ (ค่าดัชนีต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความกลมกลืนของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ) และ $GFI = 0.606$ (ค่าดัชนีต่ำกว่า 0.90 ถือว่าระดับความเหมาะสมของแบบจำลองไม่เป็นที่ยอมรับ) แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ค่า p-value ของแบบโครงสร้างจำลอง เท่ากับ 0 แสดงว่าโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติ (significant) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงแบบจำลองให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการตัดตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ออกจากตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ภายใต้เงื่อนไขการพิจารณาผลของค่า Modification Indices ของโปรแกรม AMOS รวมถึงคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งสามารถแสดงค่าอิทธิพลรวมของความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปร หลังจากการปรับปรุงโครงสร้างแบบจำลองของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ

ความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงได้ดังภาพ ภาพที่ 5.1

ภาพที่ 5.1 โครงสร้างแบบจำลองของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริงหลังจากการปรับปรุงแบบจำลองให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ค่าดัชนีชี้วัดทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโครงสร้างแบบจำลอง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกกับชุมชนเสมือนจริง แสดงว่าหลังจากการปรับปรุงโครงสร้างแบบจำลองแล้ว แบบจำลองที่ปรับมีลักษณะความสัมพันธ์ที่แท้จริง โดยลักษณะโครงสร้างแบบจำลองที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาแสดงผลของตัวแปรแต่ละตัวแปรที่ส่งผลความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริงได้ เนื่องจากแบบจำลองมีนัยยะ (significant) ของความสัมพันธ์ (P-value = 0.000) โดยปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) ในด้านบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (ADMIN) และปัจจัยในคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ในด้านคุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง (INFOQ) และในด้าน คุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (SYSQ) ส่งผลโดยตรงต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement) ในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือน

จริง (MEMSAT) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.684 0.136 และ 0.047 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koh และคณะ ที่พบว่าการที่ผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงสามารถควบคุมดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อตกลงต่างๆอย่างเหมาะสม ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Koh, Kim et al. 2007) นอกจากนี้การที่ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลสมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง เอาใจใส่สมาชิกด้วยการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก นำมาซึ่งความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริงด้วยนั้น ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ De Valck และคณะ ที่พบว่ายิ่งผู้ดูแลชุมชนเพิ่มความสำคัญในการดูแล และมีส่วนร่วมกับสมาชิกมากขึ้น ก็นำมาซึ่งความพึงพอใจให้แก่สมาชิกในชุมชนที่มากขึ้นตามไปด้วย (De Valck, Langerak et al. 2007) งานวิจัยนี้ยังพบว่าการที่ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook อัปเดตข้อมูลข่าวสารและแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยให้แก่สมาชิกอยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกอีกด้วย เป็นเพราะสมาชิกส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริงนั้นโดยต้องการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Leimeister ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในปัจจุบัน ด้านผู้ดูแลชุมชน พบว่าผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริงจำเป็นที่จะต้องนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพ น่าสนใจ รวมถึงปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยก็ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกพึงพอใจ (Leimeister, Sidiras et al. 2006)

จากปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) จะเห็นว่า มีการกล่าวถึงข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน โดยงานวิจัยนี้พบว่า คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ในด้านคุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (INFOQ) และคุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (SYSQ) ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกภายในชุมชนเสมือนจริง (MEMSAT) โดยข้อมูลภายในชุมชนจำเป็นที่จะต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องและมีข้อมูลทั้งหมดที่สมาชิกต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ DeLone และ McLean ที่พบว่าข้อมูลภายในชุมชนเสมือนจริงจำเป็นที่จะต้องมีความถูกต้องเข้าใจได้ง่ายและเนื้อหาชัดเจนถึงจะส่งผลต่อความพึงพอใจแก่สมาชิก (DeLone and McLean 2003) เช่นเดียวกับ Lin ที่พบว่าคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) ในด้านคุณภาพของข้อมูลสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality) และคุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System Quality) ส่งผลต่อปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) ในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) (Lin 2008)

ในส่วนปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) ด้านความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Trust) และประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิก

ในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness) ส่งผลโดยตรงต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement) ในด้านสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.084 และ 0.047 นั้น พบว่าการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกทำให้สมาชิกแต่ละคนมีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นของตน และสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่นเป็นการนำมาซึ่งการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น และรับรู้ได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Preece ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของสมาชิกทำให้สมาชิกในชุมชนเสมือนจริงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นต่อกัน ก็จะทำให้รู้สึกว่าคุณสมบัติที่เข้าเป็นสมาชิกอยู่นั้นมีประโยชน์แก่ตนเอง (Preece 2001) รวมไปถึงการที่สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นต่อสมาชิกคนอื่นที่ว่า สมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่นและมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่นนั้น ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Ridings ที่ว่าความเชื่อมั่นของสมาชิกเกิดจากการที่สมาชิกในชุมชนเสมือนจริงพยายามที่จะสร้างความน่าเชื่อถือต่อสมาชิกคนอื่นด้วยความจริงใจ เพราะสมาชิกไม่ได้สื่อสารกันต่อหน้า ความเชื่อมั่นจึงเป็นพื้นฐานของความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงด้วย (Ridings, Gefen et al. 2002) รวมไปถึงทฤษฎีของ Hampton ที่พบว่าถึงแม้สมาชิกจะอยู่ห่างไกลกันแต่สามารถรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง ก็เพราะสมาชิกมีความเชื่อมั่นและสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน (Hampton and Wellman 2001)

ในขณะที่ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement) ในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) ส่งผลต่อสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.825 แล้ว ยังส่งผลโดยตรงกับความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty) ด้วยน้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานอยู่ที่ 0.963 อีกด้วย ซึ่งมากกว่าสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) ที่ส่งผลโดยตรงกับความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงในด้านความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty) ด้วยเช่นกัน ที่น้ำหนักความสัมพันธ์มาตรฐานที่ 0.173 โดยสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Lin ที่ พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty) แล้ว สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) ยังส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty) อีกด้วย

5.2 แนวทางการนำไปใช้

ผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงแบบจำลองโครงสร้างปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงที่มีผลในด้านความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง โดยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจในการพัฒนาชุมชนเสมือนจริงประเภทชุมชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่สมาชิกในชุมชนด้วยการใช้กลุ่มของ Facebook เป็นตัวกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างสมาชิก ซึ่งจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญแก่การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) คุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) และปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement) ซึ่งถ้าขาดอย่างหนึ่งอย่างใด การดำเนินการพัฒนาชุมชนเสมือนจริงเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพคงจะเกิดขึ้นไม่ได้

จากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกบน Facebook ประกอบกับผลของงานวิจัยที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางในการดำเนินการชุมชนเสมือนจริงเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างสมาชิก โดยอาศัยปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) และปัจจัยในคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) เพราะผลการวิจัยแสดงให้เห็นแล้วว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้สามารถเชื่อมโยงถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member involvement) ในด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) กับสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) ที่เป็นผลมาจากปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin involvement) ควรจะสรรหาผู้ดูแลชุมชนที่มีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกได้ในระดับนโยบายของชุมชน เพื่อจัดการกับสมาชิกที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมและกระทำผิดต่อนโยบายของชุมชนเสมือนจริง ซึ่งหากผู้ดูแลชุมชนสามารถปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของชุมชนอย่างเคร่งครัด ก็จะทำให้จัดการกับสมาชิกในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะนำมาซึ่งความพึงพอใจแก่สมาชิกในชุมชน รวมถึงสามารถให้คำแนะนำแก่สมาชิก ปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลในชุมชนให้ทันสมัยเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารชุมชน ก็จะส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกพึงพอใจและไม่ละทิ้งชุมชน

ในส่วนคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) นอกจากผู้ดูแลชุมชนควรที่จะปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลในชุมชนให้ทันสมัย เพราะสมาชิกส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมกลุ่มมีแนวโน้มที่ต้องการอัปเดตข่าวสารใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาแล้วนั้น ความถูกต้องของข้อมูลก็

จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญควบคู่ไปด้วย โดยผู้ดูแลชุมชนอาจมีส่วนช่วยสมาชิกในการคัดกรองข้อมูลภายในชุมชนให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ ทำให้นำมาซึ่งคุณภาพของข้อมูลสารสนเทศในชุมชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของปัจจัยในคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง นอกจากนี้แล้วคุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง ยังเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่จะต้องพิจารณาถึงความสามารถพื้นฐานของระบบ ที่ควรจะสามารถตอบสนองการใช้งานของสมาชิกได้ทันเวลา มีความทันสมัย และมีความยืดหยุ่น รองรับการใช้งานที่หลากหลายของสมาชิก ซึ่งจะทำให้ระบบสารสนเทศของชุมชนเสมือนจริงมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังส่งผลต่อความพึงพอใจแก่สมาชิกด้วย

การคำนึงถึงปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) เป็นอีกสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นของสมาชิกและการคำนึงถึงประโยชน์จากการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริงของสมาชิก เนื่องจากผลจากการวิจัยนี้พบว่า พื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกเกิดจากการที่สมาชิกภายในชุมชนเคารพและให้ความสำคัญต่อสมาชิกคนอื่น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเมื่อพบปัญหาในชุมชน ไม่สร้างอคติระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานของการสร้างความน่าเชื่อถือต่อชุมชนเสมือนจริงด้วย ซึ่งกิจกรรมหรือการมีปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกที่ส่งเสริมให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน แบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร นอกจากเป็นองค์ประกอบทางสังคมในการพัฒนาชุมชนเสมือนจริงที่ควรจะสนับสนุนแล้ว ยังเป็นการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่นำมาซึ่งการรับรู้ถึงประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกชุมชนเสมือนจริงอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 5.3.1 ศึกษาเชิงเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินการชุมชนเสมือนจริงในแพลตฟอร์มอื่น
- 5.3.2 ศึกษาการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในรูปแบบออนไลน์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกในการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง

รายการอ้างอิง

บทความวารสาร

- Bagozzi, R. P. and U. M. Dholakia (2002). "Intentional social action in virtual communities." *Journal of interactive marketing* 16(2): 2-21.
- Blanchard, A. L. and M. L. Markus (2002). Sense of virtual community-maintaining the experience of belonging. *System Sciences, 2002. HICSS. Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on, IEEE.*
- Bollen, K.A. (1989). "Structural equations with latent variables". New York: John Wiley & Sons.
- Chan, K. W. and S. Y. Li (2010). "Understanding consumer-to-consumer interactions in virtual communities: The salience of reciprocity." *Journal of Business Research* 63(9): 1033-1040.
- Chiu, C.-M., M.-H. Hsu, et al. (2006). "Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories." *Decision Support Systems* 42(3): 1872-1888.
- Coon, D. A. (1998). An investigation of# friends internet relay chat as a community.
- De Valck, K., F. Langerak, et al. (2007). "Satisfaction with Virtual Communities of Interest: Effect on Members' Visit Frequency*." *British Journal of Management* 18(3): 241-256.
- DeLone, W. H. and E. R. McLean (1992). "Information systems success: The quest for the dependent variable." *Information systems research* 3(1): 60-95.
- Delone, W. H. and E. R. McLean (2003). "The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update." *Journal of management information systems* 19(4): 9-30.
- Gupta, S. and H.-W. Kim (2004). Virtual community: Concepts, implications, and future research directions. *Proceedings of the tenth Americas conference on information systems.*
- Hagel, J. and A. Armstrong (1997). *Net gain: Expanding markets through virtual communities*, Harvard Business Press.

- Hampton, K. and B. Wellman (2001). "Long Distance Community in the Network Society Contact and Support Beyond Netville." *American Behavioral Scientist* 45(3): 476-495.
- Hinds, D. and R. M. Lee (2008). Social network structure as a critical success condition for virtual communities. Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 41st Annual, IEEE.
- Huang, E., M.-H. Hsu, et al. (2008). "Understanding participant loyalty intentions in virtual communities." *WSEAS transactions on Information Science and applications* 5(4): 497-511.
- Johnson, C. M. (2001). "A survey of current research on online communities of practice." *The internet and higher education* 4(1): 45-60.
- Kaplan, A. M. and M. Haenlein (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business horizons* 53(1): 59-68.
- Koh, J. and Y.-G. Kim (2003). "Sense of virtual community: A conceptual framework and empirical validation." *International Journal of Electronic Commerce* 8(2): 75-94.
- Koh, J., Y.-G. Kim, et al. (2007). "Encouraging participation in virtual communities." *Communications of the ACM* 50(2): 68-73.
- Kozinets, R. V. (2002). "The field behind the screen: Using the method of netnography to research market-oriented virtual communities." *Journal of Consumer research* 39(1): 61-72.
- Kurtz, G. "Students' Perceptions of Using Facebook Group and a Course Website as Interactive and Active Learning Spaces."
- Lee, F. S., D. Vogel, et al. (2003). "Virtual community informatics: A review and research agenda." *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)* 5(1): 5.
- Leimeister, J. M., P. Sidiras, et al. (2004). Success factors of virtual communities from the perspective of members and operators: An empirical study. System Sciences, 2004. Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on, IEEE.

- Leimeister, J. M., P. Sidiras, et al. (2006). "Exploring success factors of virtual communities: The perspectives of members and operators." *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 16(3-4): 279-300.
- Lin, H.-F. (2008). "Determinants of successful virtual communities: Contributions from system characteristics and social factors." *Information & Management* 45(8): 522-527.
- Ludford, P. J., D. Cosley, et al. (2004). Think different: increasing online community participation using uniqueness and group dissimilarity. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, ACM.
- Park, N., K. F. Kee, et al. (2009). "Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes." *CyberPsychology & Behavior* 12(6): 729-733.
- Preece, J. (2001). "Sociability and usability in online communities: Determining and measuring success." *Behaviour & Information Technology* 20(5): 347-356.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*, MIT press.
- Ridings, C. M. and D. Gefen (2004). "Virtual community attraction: Why people hang out online." *Journal of Computer-Mediated Communication* 10(1): 00-00.
- Ridings, C. M., D. Gefen, et al. (2002). "Some antecedents and effects of trust in virtual communities." *The Journal of Strategic Information Systems* 11(3): 271-295.
- Sproull, L. and S. Faraj (1997). "Atheism, sex, and databases: The net as a social technology." *Culture of the Internet*: 35-51.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). "A beginner's guide to structural equation modeling". Psychology Press.
- Teo, H.-H., H.-C. Chan, et al. (2003). "Evaluating information accessibility and community adaptivity features for sustaining virtual learning communities." *International journal of human-computer studies* 59(5): 671-697.
- Tsai, H.-T. and P. Pai (2013). "Explaining members' proactive participation in virtual communities." *International journal of human-computer studies* 71(4): 475-491.

Wellman, B. (2005). "Community: from neighborhood to network." Communications of the ACM 48(10): 53-55.

Yamane, T. (1967). "Statistics: An introductory analysis". New York: Harper and Row.

พลพงษ์ สุขสว่าง (2557). "หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง", วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2557

วิทยานิพนธ์

กชพรรณ อุปริชาติพงษ์. (2552) การศึกษาการสร้างชุมชนเสมือนจริงให้ประสบความสำเร็จ โดยนำ hi5 มาเป็นกรณีศึกษา. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลสถิติ Facebook Thailand, สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2559, จาก

<https://gooleanalyticsthailand.wordpress.com/2015/09/17/อัปเดตข้อมูลสถิติ-facebook-thailand-q2-2015>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง

คำชี้แจงของแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามนี้ มีทั้งหมด 38 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographic) 6 ข้อ

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role) 4ข้อ

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Characteristics) 8 ข้อ

3.1 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality) 4 ข้อ

3.2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Quality) 4 ข้อ

ส่วนที่ 4: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Social Factors) 8 ข้อ

4.1 ความเชื่อมั่นของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Trust) 4 ข้อ

4.2 ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness) 4 ข้อ

ส่วนที่ 5: คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Involvement) 12

ข้อ

5.1 สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) 4 ข้อ

5.2 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction) 4 ข้อ

5.3 ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty) 4 ข้อ

นิยามคำศัพท์ : ชุมชนเสมือนจริง หมายถึง ชุมชนจำลองที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันบนโลก อินเทอร์เน็ต (ในที่นี้หมายถึง กลุ่ม ใน Facebook ที่ถูกยกเป็นกรณีศึกษา)

ขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถามทุกข้อ ตรงกับความเป็นจริงและสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อข้อมูลที่สมบูรณ์และมีประโยชน์ต่องานวิจัย โดยผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม โดยคำตอบของท่านจะไม่ถูกนำมาเปิดเผยในรายละเอียดไม่ว่ากรณีใดๆ เป็นรายบุคคล จะทำการแสดงเป็นภาพรวมเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

นาย ธนา ชูระกิจ

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คำถามส่วนที่ 1: ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographic) (6 ข้อ: ข้อ 1-6)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามที่เป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ไม่เกิน 20 ปี 21 - 25 ปี 26 - 40 ปี
 41 - 50 ปี มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป
3. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ
4. ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์
 น้อยกว่า 1 ปี 1-3 ปี 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
6. เหตุผลสำหรับการเข้าเป็นสมาชิก
 สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ อัปเดตข่าวสาร หาเพื่อนใหม่ สื่อสารกับสมาชิกในกลุ่ม
อื่นๆ

คำถามส่วนที่ 2: บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role) (4 ข้อ: ข้อ 7-10)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
7.	ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม					
8.	ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา					
9.	ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก					
10.	ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด					

คำถามส่วนที่ 3 : คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Characteristics) 8 ข้อ แบ่งเป็น

3.1 คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality) (4 ข้อ: ข้อ 11-14)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
11.	ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความถูกต้อง					
12.	ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์					
13.	ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลใหม่ที่อยู่เสมอ					
14.	ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีข้อมูลทั้งหมดที่ฉันต้องการ					

3.2 คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality) (4 ข้อ: ข้อ 15-18)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
15.	ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความน่าเชื่อถือ					
16.	สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มใน Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ได้อย่างง่ายดาย					
17.	ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความรวดเร็วในการตอบสนอง					
18.	ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก					

คำถามส่วนที่ 4 : ปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social Factors) 8 ข้อ แบ่งเป็น

4.1 ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust) (4 ข้อ: ข้อ 19-22)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
19.	โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการอภิปรายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ					
20.	รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการอภิปรายหัวข้อต่างๆมากกว่าตัวเราเอง					
21.	รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น					
22.	รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น					

4.2 ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness) (4 ข้อ: ข้อ 23-26)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
23.	การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น					
24.	การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้ได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น					
25.	การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น					
26.	การเข้าร่วมกลุ่มช่วยทำให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น					

คำถามส่วนที่ 5 : การมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Involvement) 12 ข้อแบ่งเป็น

5.1 สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging) (4 ข้อ: ข้อ 27-30)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
27.	โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Facebook นี้					
28.	โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้					
29.	โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook นี้					
30.	โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจจากสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้					

5.2 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction) (4 ข้อ: ข้อ 31-34)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
31.	โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook นี้					
32.	เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook นี้ตรงกับความต้องการ					
33.	กลุ่ม Facebook นี้ตอบสนองความต้องการของฉัน					
34.	โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook นี้					

5.3 ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty) (4 ข้อ: ข้อ 35-38)

คำแนะนำ กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด (ระบุ 1 คำตอบ)

ลำดับ	รายการคำถาม	ระดับการพิจารณา				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง 5	เห็น ด้วย 4	ไม่ แน่ใจ 3	ไม่ เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง1
35.	มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม Facebook นี้					
36.	มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook นี้ให้แก่คนที่คุณรู้จัก					
37.	โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook นี้อยู่เสมอ					
38.	โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้ต่อไปใน ระยะยาว					

ภาคผนวก ข
การประมวลผลการวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS และ AMOS

SPSS Frequency Table

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	241	61.20
หญิง	153	38.80
รวม	394	100.00
อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	13	3.30
21 -25 ปี	96	24.40
26 -40 ปี	237	60.20
41 -50 ปี	45	11.40
มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป	3	0.8
รวม	394	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.90
ข้าราชการ	25	6.30
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	28	7.10
พนักงานเอกชน	206	52.30
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.80
อื่นๆ	2	0.50
รวม	394	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา/ปวช.	13	3.30

อนุปริญญา/ปวส.	27	6.90
ปริญญาตรี	279	70.80
สูงกว่าปริญญาตรี	75	19.00
รวม	394	100.00
ประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ต		
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00
1-3 ปี	2	0.50
3-5 ปี	73	18.50
มากกว่า 5 ปี	319	81.00
รวม	394	100.00
เหตุผลสำหรับการเข้าเป็นสมาชิก		
สนใจในเทคโนโลยีใหม่ๆ	139	35.30
อัปเดตข่าวสาร	228	57.90
หาเพื่อนใหม่	6	1.50
สื่อสารกับสมาชิกในกลุ่ม	21	5.30
อื่นๆ	0	0.00
รวม	394	100.00

Statistics

คำถามส่วนที่ 2: บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)

1. บทบาทของผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook (Admin's Role)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
	5	4	3	2	1			
1.1. ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ พยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม	238 (60.4)	102 (25.9)	44 (11.2)	10 (2.5)	- (0.0)	4.4416	0.78982	
1.2. ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอด	262 (66.5)	89 (22.6)	37 (9.4)	6 (1.5)	- (0.0)	4.5406	0.72724	
1.3. ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก	50 (12.7)	168 (42.6)	140 (35.5)	35 (8.9)	1 (0.3)	3.5863	0.83127	
1.4. ผู้ดูแลกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบอย่างเคร่งครัด	328 (83.2)	59 (15.0)	7 (1.8)	- (0.0)	- (0.0)	4.8147	0.43239	
คะแนนเฉลี่ย						4.3458	0.69518	

คำถามส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System characteristics)

3.1 คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)

2. คุณภาพของข้อมูลในกลุ่มของ Facebook (Information Quality)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
	5	4	3	2	1			
2.1. ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความถูกต้อง	110 (27.9)	187 (47.5)	88 (22.3)	9 (2.3)	- (0.0)	4.0102	0.77157	
2.2. ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์	83 (21.1)	157 (39.8)	134 (34.0)	20 (5.1)	- (0.0)	3.7690	0.83800	
2.3. ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นข้อมูลที่ใหม่อยู่	303 (76.9)	79 (20.1)	12 (3.0)	- (0.0)	- (0.0)	4.7386	0.50462	

เสมอ							
2.4. ข้อมูลในกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีข้อมูลทั้งหมดที่ฉันต้องการ	135 (34.3)	156 (39.6)	91 (23.1)	12 (3.0)	- (0.0)	4.0508	0.83344
คะแนนเฉลี่ย						4.14215	0.73690

3.2 คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)

3. คุณภาพด้านระบบของกลุ่มของ Facebook (System Quality)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1		
3.1. ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่มีความน่าเชื่อถือ	226 (57.4)	113 (28.7)	53 (13.5)	2 (0.5)	- (0.0)	4.4289	0.73880
3.2. สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มใน Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ได้อย่างง่ายดาย	206 (52.3)	123 (31.2)	59 (15.0)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.3401	0.79506
3.3. ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความรวดเร็วในการตอบสนอง	292 (74.1)	93 (23.6)	8 (2.0)	1 (0.3)	- (0.0)	4.7157	0.50986
3.4. ระบบกลุ่มของ Facebook ที่เป็นสมาชิกอยู่ สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก	163 (41.4)	133 (33.8)	91 (23.1)	7 (1.8)	- (0.0)	4.1472	0.83417
คะแนนเฉลี่ย						4.40798	0.71947

คำถามส่วนที่ 4 : ปัจจัยทางสังคมของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social Factors)

4.1 ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)

4. ความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Trust)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1		
4.1. โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการอธิบายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่า	106 (26.9)	67 (17.0)	104 (26.4)	96 (24.4)	21 (5.3)	3.3579	1.25658

สมาชิกคนอื่นๆ							
4.2. รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการการอภิปรายหัวข้อต่างๆมากกว่าตัวเราเอง	152 (38.6)	118 (29.9)	110 (27.9)	9 (2.3)	5 (1.3)	4.0228	0.93394
4.3. รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น	160 (40.6)	180 (45.7)	51 (12.9)	3 (0.8)	- (0.0)	4.2614	0.70634
4.4. รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น	108 (27.4)	185 (47.0)	93 (23.6)	8 (2.0)	- (0.0)	3.9975	0.76998
คะแนนเฉลี่ย						3.90990	0.91671

4.2 ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)

5. ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Social usefulness)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1		
5.1. การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น	113 (28.7)	118 (29.9)	134 (34.0)	29 (7.4)	- (0.0)	3.7995	0.93987
5.2. การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	75 (19.0)	100 (25.4)	122 (31.0)	94 (23.9)	3 (0.8)	3.3807	1.06875
5.3. การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	116 (29.4)	144 (36.5)	86 (21.8)	46 (11.7)	2 (0.5)	3.8274	0.99906
5.4. การเข้าร่วมกลุ่มช่วยทำให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น	175 (44.4)	183 (46.4)	35 (8.9)	1 (0.3)	- (0.0)	4.3503	0.64926
คะแนนเฉลี่ย						3.83948	0.91424

คำถามส่วนที่ 5 : การมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Involvement)

5.1 สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของ Facebook (Sense of Belonging)

6. สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ของ Facebook (Sense of Belonging)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
	5	4	3	2	1			
6.1. โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่ง ของกลุ่ม Facebook นี้	211 (53.6)	138 (35.0)	43 (10.9)	2 (0.5)	- (0.0)	4.4162	0.70212	
6.2. โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็น สมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้	266 (67.5)	110 (27.9)	18 (4.6)	- (0.0)	- (0.0)	4.6294	0.57047	
6.3. โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook นี้	105 (26.6)	173 (43.9)	107 (27.2)	9 (2.9)	- (0.0)	3.9492	0.79275	
6.4. โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจ จากสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้	59 (15.0)	114 (28.9)	193 (49.0)	28 (7.1)	- (0.0)	3.5178	0.83251	
คะแนนเฉลี่ย						4.12815	0.72446	

5.2 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)

7. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการ เข้าร่วมกลุ่มของ Facebook (Member Satisfaction)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)						\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
	5	4	3	2	1			
7.1. โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมี ปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook นี้	158 (40.1)	164 (41.6)	71 (18.0)	1 (0.3)	- (0.0)	4.2157	0.73906	
7.2. เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook นี้ตรงกับความต้องการ	182 (46.2)	179 (45.4)	28 (7.1)	5 (1.3)	- (0.0)	4.3655	0.67181	
7.3. กลุ่ม Facebook นี้ตอบสนอง ความต้องการของฉัน	264 (67.0)	98 (24.9)	29 (7.4)	3 (0.8)	- (0.0)	4.5812	0.66137	
7.4. โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook นี้	318 (80.7)	62 (15.7)	14 (3.6)	- (0.0)	- (0.0)	4.7716	0.49794	
คะแนนเฉลี่ย						4.48350	0.64255	

5.3 ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)

ความภักดีของสมาชิกต่อกลุ่มของ Facebook (Member Loyalty)	ระดับการพิจารณา จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็น ด้วย 4	ไม่ แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1		
1. มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมใน กิจกรรมของกลุ่ม Facebook นี้	58 (14.7)	59 (15.0)	121 (30.7)	135 (34.3)	21 (5.3)	2.9949	1.13916
2. มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook นี้ให้แก่คนที่คุณรู้จัก	240 (60.9)	113 (28.7)	36 (9.1)	5 (1.3)	- (0.0)	4.4924	0.71423
3. โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook นี้อยู่เสมอ	43 (10.9)	98 (24.9)	95 (24.1)	135 (34.3)	23 (5.8)	3.0076	1.12453
4. โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้ต่อไปในระยะยาว	301 (76.4)	70 (17.8)	17 (4.3)	6 (1.5)	- (0.0)	4.6904	0.62644
คะแนนเฉลี่ย						3.79633	0.90109

AMOS

สรุปผลค่าทางสถิติก่อนปรับโครงสร้างแบบจำลอง

Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
MEMSAT <--- ADMIN	.390	.053	7.329	***	
MEMSAT <--- SYSQ	.029	.026	1.129	.259	
MEMSAT <--- INFOQ	.892	.108	8.294	***	
SENSB <--- SOCIAL	.828	.153	5.399	***	
SENSB <--- MEMSAT	.760	.089	8.515	***	
SENSB <--- TRUST	.382	.071	5.365	***	
MEMLOY <--- SENSB	.301	.074	4.065	***	
MEMLOY <--- MEMSAT	.841	.086	9.748	***	
x14 <--- ADMIN	1.000				
x13 <--- ADMIN	1.250	.150	8.358	***	
x12 <--- ADMIN	1.350	.136	9.957	***	
x11 <--- ADMIN	1.559	.150	10.372	***	
x24 <--- INFOQ	1.000				
x23 <--- INFOQ	.809	.109	7.442	***	
x22 <--- INFOQ	1.076	.162	6.625	***	
x21 <--- INFOQ	.990	.150	6.622	***	
x34 <--- SYSQ	1.000				
x33 <--- SYSQ	.533	.052	10.183	***	
x32 <--- SYSQ	.967	.085	11.383	***	
x31 <--- SYSQ	.929	.080	11.583	***	
x44 <--- TRUST	1.000				
x43 <--- TRUST	.975	.177	5.518	***	
x42 <--- TRUST	.216	.130	1.669	.095	
x41 <--- TRUST	.096	.172	.560	.575	
x54 <--- SOCIAL	1.000				

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
x53	<---	SOCIAL	3.279	.468	7.003	***	
x52	<---	SOCIAL	3.828	.543	7.046	***	
x51	<---	SOCIAL	2.263	.352	6.429	***	
x74	<---	MEMSAT	1.000				
x73	<---	MEMSAT	1.238	.085	14.651	***	
x72	<---	MEMSAT	1.176	.088	13.379	***	
x71	<---	MEMSAT	.703	.108	6.538	***	
x64	<---	SENSB	1.000				
x63	<---	SENSB	1.056	.133	7.914	***	
x62	<---	SENSB	.700	.094	7.454	***	
x61	<---	SENSB	.935	.118	7.911	***	
y4	<---	MEMLOY	1.000				
y3	<---	MEMLOY	.879	.152	5.793	***	
y2	<---	MEMLOY	1.102	.091	12.117	***	
y1	<---	MEMLOY	.588	.155	3.780	***	

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	69	3572.938	459	.000	7.784
Saturated model	528	.000	0		
Independence model	32	7113.931	496	.000	14.343

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.498	.457	.532	.492	.529
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.131	.127	.135	.000
Independence model	.184	.180	.188	.000

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.146	.606	.547	.527
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.184	.252	.203	.236

สรุปผลค่าทางสถิติหลังปรับโครงสร้างแบบจำลอง

PVALUE	CHISQ	CMIN/DF	DF	RMSEA	TLI	NFI	CFI	GFI
0.000	460.377	3.004	121.000	0.084	0.860	0.857	0.889	0.886

ภาคผนวก ค

การทดสอบเครื่องมือวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

บทบาทของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ผู้ดูแลกลุ่มพยายามอย่างเต็มที่ที่จะดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม	11.9667	4.033	.698	.772
2) ผู้ดูแลกลุ่มปรับปรุงเนื้อหาและอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอด	11.9333	3.651	.709	.764
3) ผู้ดูแลกลุ่มปรับปรุงเนื้อหาของกลุ่มตามคำแนะนำของสมาชิก	12.2667	4.892	.495	.852
4) ผู้ดูแลกลุ่มปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด	11.9333	3.237	.773	.734

คุณภาพของข้อมูลในชุมชนเสมือนจริง (Information Quality)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ข้อมูลในกลุ่มมีความถูกต้อง	11.6333	3.895	.701	.831
2) ข้อมูลของกลุ่มเป็นข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์	11.5000	4.397	.705	.829
3) ข้อมูลจากกลุ่มเป็นข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ	11.3000	4.217	.710	.825
4) ข้อมูลจากกลุ่มมีข้อมูลที่ทั้งหมดที่ฉันต้องการ	11.7667	3.978	.736	.814

คุณภาพด้านระบบของชุมชนเสมือนจริง (System Quality)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ระบบของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ	11.6667	4.230	.644	.774
2) สามารถเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มได้อย่างง่ายดาย	11.5667	4.875	.546	.816
3) ระบบของกลุ่มใช้เวลาานกว่าจะตอบสนอง	11.8667	4.602	.604	.792
4) ระบบของกลุ่มสามารถปรับให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของสมาชิก	11.8000	3.476	.798	.693

ความเชื่อมั่นของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Trust)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) โดยส่วนตัวรู้สึกมั่นใจในการอภิปรายข้อมูลภายในกลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ	11.6333	4.930	.552	.799
2) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีข้อมูลในการอภิปรายหัวข้อต่างๆมากกว่าตัวเราเอง	11.3333	3.471	.718	.714
3) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มพยายามทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น	11.2000	3.890	.642	.753
4) รู้สึกว่าสมาชิกภายในกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะไม่มีอคติต่อสมาชิกคนอื่น	11.4333	4.116	.625	.761

ประโยชน์ที่เกิดจากการเข้าสังคมของสมาชิกในชุมชนเสมือนจริง (Social usefulness)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการยอมรับต่อสมาชิกคนอื่น	12.3000	4.424	.666	.850
2) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรารู้สึกได้ถึงการมีประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	12.1667	4.489	.721	.830
3) การเข้าร่วมกลุ่มทำให้เรามีโอกาสที่จะเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคนอื่น	12.1333	4.671	.692	.842
4) การเข้าร่วมกลุ่มช่วยทำให้เรามีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีต่อสมาชิกคนอื่น	12.3000	3.459	.822	.788

สำนึกความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) โดยส่วนตัวรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Facebook นี้	11.8000	4.786	.435	.861
2) โดยส่วนตัวรู้สึกพอใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้	11.5333	4.257	.791	.702
3) โดยส่วนตัวรู้สึกผูกพันกับกลุ่ม Facebook นี้	11.8667	3.706	.772	.695
4) โดยรวมรู้สึกได้ถึงขวัญและกำลังใจจากสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้	11.9000	4.576	.589	.787

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการเข้าร่วมชุมชนเสมือนจริง (Member Satisfaction)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) โดยส่วนตัวรู้สึกพึงพอใจกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม Facebook นี้	12.4000	4.524	.843	.871
2) เนื้อหาสาระ ข้อมูลของกลุ่ม Facebook นี้ตรงกับความต้องการ	12.3667	4.792	.837	.872
3) กลุ่ม Facebook นี้ตอบสนองความต้องการของฉัน	12.4667	4.947	.803	.885
4) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจกับกลุ่ม Facebook นี้	12.1667	5.661	.733	.910

ความภักดีของสมาชิกต่อชุมชนเสมือนจริง (Member Loyalty)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม Facebook นี้	12.2000	4.097	.832	.742
2) มีความยินดีที่จะแนะนำกลุ่ม Facebook นี้ให้แก่คนที่คุณรู้จัก	12.0000	4.207	.700	.807
3) โดยส่วนตัวมักจะพูดถึงกลุ่ม Facebook นี้อยู่เสมอ	12.4000	4.800	.686	.810
4) โดยส่วนตัวจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม Facebook นี้ต่อไปในระยะยาว	11.8000	5.269	.555	.860

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายธนา ชุระกิจ
วันเดือนปีเกิด	27 พฤศจิกายน 2522
ตำแหน่ง	Logistics Officer, Thai Polycarbonate Co., LTD
ประสบการณ์ทำงาน	2004-Present Logistics Officer Thai Polycarbonate Co., LTD

