

ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 193 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และที่ระดับนัยสำคัญ .05 ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.96 อายุ 25 ถึง 30 ปี ร้อยละ 28.50 ตำแหน่งงานที่ทำหัวหน้างาน ร้อยละ 37.31 ประสบการณ์ในการทำงาน 7 ถึง 10 ปี ร้อยละ 43.01 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ภายใน 1 สัปดาห์มากกว่า 30 ชั่วโมง ร้อยละ 48.19 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ภายใน 1 สัปดาห์ ศึกษาการใช้โปรแกรมต่างๆ ร้อยละ 52.85 อนึ่ง ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มี

Abstract

The purpose of this research is to study and compare the advantages of utilizing the wireless computer network of consumers within the metropolitan area categorized by the general information of the consumers using survey method with the sample size of 193 users. To collect the data, the questionnaires are generated. Statistics used to evaluate the data is percentage, average or mean, and standard deviation. Hypothesis is tested with variance (One-way ANOVA) and at the .05 significant level. The outcome is compared using Scheffe's method of the pairwise on average.

The results of this thesis are 55.96 percent of the samples are females, 28.50 percent is in the age of 25 to 30 years, 37.31 percent is in management levels, 43.01 percent has 7 to 10 years experience, 48.19 percent spends time using computers in 1 week for more than 30

ประโยชน์ที่ได้มากด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาด้านสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้านการติดตั้งและการใช้งาน ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโภค และด้านความประหยัด ตามลำดับและผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ผู้บริโภคที่มีตำแหน่งงานและระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้บริโภคที่มีเพศประสบการณ์ในการทำงานและลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

hours, and 52.85 of the studied population spends time on the computer learning how to use applications.

The advantages of utilizing the wireless computer network in metropolitan are more than familiar. The most outcome leads to the improvement of the organization. The next is to meet consumers' needs in terms of installations and uses. Never the less, communications, skill development of consumers, and its economy are to follow, respectively.

Hypothesis testing result shows that ages of the consumers receiving the advantages of the wireless computer network in the metropolitan are statistically different at .001 confidence. Consumers who are in management positions and who spend more times using computer are advanced from utilizing this wireless computer network in the metropolitan area. The difference is significant at .01 confidence interval. There is generally no sign of the difference for consumers who use computers in this wireless network in the metropolitan, in terms of sex, experience, and how they use applications on the computer.

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบไร้สายของພູບຣິກໃນເຂດສາກ

*ฉัตตะ อัสวฤทธิดำรงค์

ความสำคัญของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจุบันย่านธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก การบริหารธุรกิจในยุคนี้จะต้องเร็วและมีการตอบรับกันอย่างรวดเร็วที่เรียกว่า Real Time ทั้งทางด้านการให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร การแข่งขันส่วนใหญ่จะเน้นความสะดวกรวดเร็วและทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ หรือความสะดวกสบาย และเอื้ออำนวยต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด การให้บริการที่รวดเร็วไม่ต้องให้ผู้ใช้บริการคอยนาน การตอบสนองการให้บริการ Internet จึงมีทางเลือกมากมายให้กับผู้ที่ต้องการให้บริการ Internet ดังกล่าวมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น จึงเกิดระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบไร้สาย (Wireless LAN) ในยุคสมัยที่มี Internet แรกๆ ระบบเครือข่ายแบบที่มีสายเป็นตัวเชื่อมต่อไปยังคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น (Wired LAN) นั้น ผู้บริโภคที่ต้องการใช้ จะต้องซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของตัวเอง และเชื่อมสัญญาณผ่านระบบโทรศัพท์บ้าน ถ้าเป็นร้านค้าหรือร้านอาหารที่ต้องการให้

บริการ Internet แก่ลูกค้าภายในร้าน แม้กระทั่งบริษัทต่างๆ ที่ต้องการให้บริการเช่นกัน จะต้องซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ คอยให้บริการลูกค้า และด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ ทำให้การบริการเป็นไปได้ยาก และต้องสูญเสียพื้นที่การตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นต้องเดินสายไฟและสาย LAN ออกไปเพื่อเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น เพื่อให้สามารถเชื่อมต่อ Internet ได้ ทำให้เกิดความยุ่งยากแก่เจ้าของกิจการในการติดตั้ง และดูแลระบบ อีกทั้งจะต้องเดินสาย LAN ไปยังคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่ต้องการเชื่อมต่อ Internet ทำให้จะต้องเดินสายยาวไปมา และต้องเก็บสายให้เรียบร้อยเพื่อความสวยงาม[1]

การนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบไร้สายนี้มาแก้ปัญหา จะทำให้เกิดการลดต้นทุนในหลายด้าน เช่น ลดต้นทุนทางด้านทรัพยากรมนุษย์ เพราะไม่ต้องจ้างช่างคอยดูแลหลายคน แค่นักคนก็สามารถแก้ไขได้ ลดต้นทุนทางด้านอุปกรณ์ เพราะไม่ต้องกังวลเรื่องของสายไฟและสาย LAN

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ไม่ต้องเดินสายให้ยุ่งยากมีเพียงคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่มีระบบ Wireless LAN ก็สามารถเชื่อมต่อ Internet ได้ทันที ยังเก็บรักษาได้ง่ายเพราะมีขนาดเล็กและเบา และส่วนใหญ่ลูกค้ามักมีคอมพิวเตอร์แบบพกพาเป็นของตนเอง ถ้าหากลูกค้ารู้ว่าสถานที่ใดมีระบบเครือข่าย Wireless LAN ก็จะไปใช้บริการในสถานที่นั้นทางด้านเจ้าของธุรกิจก็ไม่ต้องลงทุนซื้อคอมพิวเตอร์อีกด้วย [2]

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา ผู้ศึกษามุ่งศึกษาตัวแปรดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริโศคที่ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบไร้สาย ในเขตสาทร ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ตำแหน่งงานที่ทำ
- ประสบการณ์การทำงาน
- ระยะเวลาในการใช้งาน
- ลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ประโยชน์ที่ได้รับจาก การใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สาย ของผู้ใช้บริโศคในเขตสาทร

บริโศค

- ด้านสนองความต้องการของผู้
- ด้านการติดต่อสื่อสาร
- ด้านการติดตั้งและการใช้งาน
- ด้านความประหยัด
- ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโศค
- ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

องค์การ

2. ขอบเขตประชากร

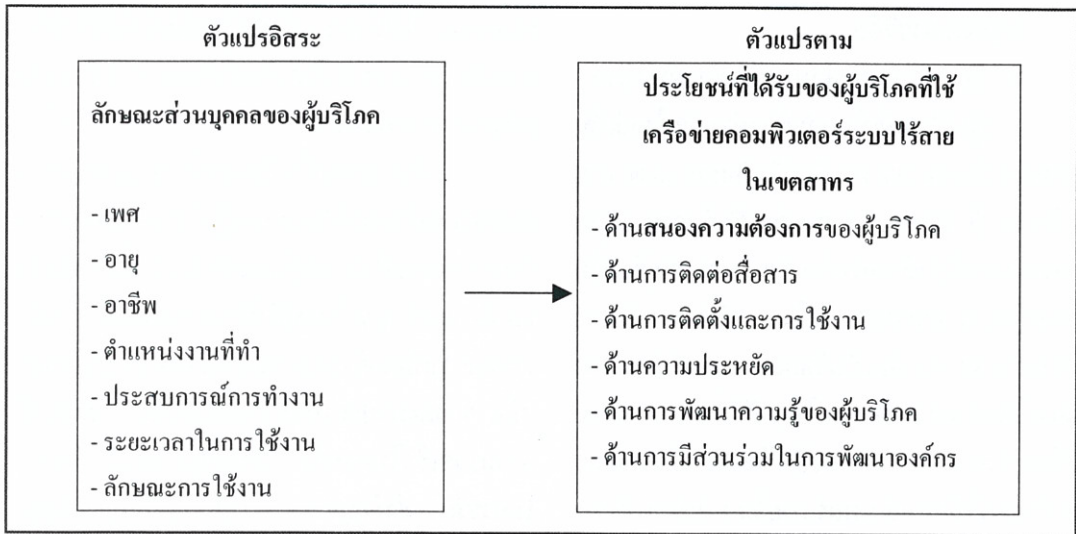
ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโศคที่ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทร และระยะเวลา ระหว่างเดือนธันวาคม 2549 - กุมภาพันธ์ 2550 รวม 3 เดือน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สาย ของผู้ใช้บริโศคในเขตสาทร
2. เพื่อเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบไร้สายของผู้บริโศคในเขตสาทรจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโศค

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำความรู้ที่ได้ มากำหนด กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 : กรอบแนวคิด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ ผู้ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในเขตสาทร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในเขตสาทร จำนวน 372 คน เป็นผู้ที่ใช้ระบบเครือข่ายไร้สาย และแบบมีสายเป็นประจำทุกวัน และที่ทำงานอยู่ในสำนักงานต่างๆ ในเขตสาทร ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้ระบบเครือข่ายไร้สาย

2. กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างจาก ผู้บริโภคที่ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในเขตสาทร โดยใช้สูตรยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ +5 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 193 คน โดยใช้การสุ่มอย่างสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยสูตรของยามาเน่ เป็นวิธีการคำนวณค่าความคลาดเคลื่อนได้อย่างใกล้เคียง ใช้ประโยชน์จากการกำหนดช่วงแห่งความเชื่อมั่นที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.5 เป็นสูตรการคำนวณที่ง่ายที่สุดและเป็นที่ยอมรับของนักวิจัย โดยเปรียบเทียบได้จากตารางยามาเน่

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการขอความอนุเคราะห์ในการเก็บ ข้อมูลโดยแบบสอบถามผ่านทางบุคคลต่างๆ ในบริษัท ที่ตั้งอยู่ในเขตสาทร แล้วผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 55.96 อายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ตำแหน่งงานที่ทำหัวหน้างาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 37.31 ประสบการณ์ในการทำงาน 7 ถึง 10 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 43.01 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ภายใน 1 สัปดาห์มากกว่า 30 ชั่วโมง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ ภายใน 1 สัปดาห์ ศึกษาการใช้โปรแกรมต่างๆ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 52.85

2. ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุดด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาด้านสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้านการติดตั้งและการใช้งาน ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโภค และด้านความประหยัดตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่าในประเด็นเกี่ยวกับมีความสะดวกในการใช้งานเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาทำให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการทำงานได้อย่างรวดเร็ว ทำให้คลายเครียดจากรายการบันเทิงใน

Internet ได้นำความรู้เพื่อไปพัฒนาใช้กับชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดทักษะการใช้ระบบสารสนเทศ ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุด ในข้อง่ายต่อการเชื่อมต่อ Internet ได้รวดเร็วเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุดเกี่ยวกับมีความรวดเร็วในการรับ - ส่งข้อมูล รองรับปริมาณในการรับ - ส่งข้อมูล และความปลอดภัยของข้อมูลตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านการติดตั้งและการใช้งานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่าในประเด็นเกี่ยวกับการติดตั้งทำได้ง่ายและสะดวกเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเคลื่อนย้ายระบบได้สะดวก ควบคุมการใช้งานในแต่ละเครื่องในเครือข่ายได้ ขยายเครือข่ายได้ไม่จำกัด มีซอฟต์แวร์การใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และสามารถแก้ไขปัญหาได้ง่าย ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านความประหยัดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประโยชน์ที่ได้ระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่าในประเด็นเกี่ยวกับใช้ทรัพยากรร่วมกันได้เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาประหยัดเวลาในการติดตั้งเครือข่าย ประหยัดเวลาในการแก้ไขระบบที่ขัดข้อง ไม่ต้องยุ่งยากในการเดินสาย LAN ใช้ร่วมกับอุปกรณ์แบบเก่าได้ และลดค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้ดูแลระบบ ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าประโยชน์ที่ได้ระดับมาก ทุกข้อ โดยพบว่าในประเด็นเกี่ยวกับเรียนรู้วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาผู้บริโภคมีความเข้าใจการทำงานเครือข่าย ผสมผสานเครือข่ายแบบมีสายและไร้สายได้ เกิดการค้นคว้าหาความรู้มากขึ้น รู้จักมาตรฐานต่างของระบบไร้สาย และสามารถเขียนซอฟต์แวร์ใช้กับเครือข่ายได้เอง ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ที่ได้ระดับมากทุกข้อ โดยพบว่าในประเด็นเกี่ยวกับทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสภาวะการแข่งขันของตลาดภายนอก พร้อมเตรียมตัวพัฒนาตนเองเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาข้อมูลที่รวดเร็วและอัปเดต ทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะนำเสนอให้แก่ผู้บริหารในองค์กรเป็นไปอย่างถูกต้อง พนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกองค์กร เป็นแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายของสมาชิกในองค์กร ประยุกต์การใช้เครือข่ายไร้สายในงานขององค์กร เป็น และพนักงานได้รับความรู้จากการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1) ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

2) ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทร ด้านสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโภค และด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ด้านการติดตั้งและการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความประหยัดไม่แตกต่างกัน

3) ผู้บริโภคที่มีตำแหน่งงานที่ทำต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีตำแหน่งงานที่ทำต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคที่มีตำแหน่งงานที่ทำต่างกันมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายใน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ต่างกัน มีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการใช้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่อีกต่างกั นมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทรในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคที่มีลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่อีกต่างกั นมีประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายในเขตสาทร ด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ด้านสนองความต้องการของผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทร

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ทวีติยา สันธพาศ์[3] พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตนี้ช่วยเพิ่มโอกาสการแข่งขันทางการตลาดให้แก่บริษัท และองค์กร จากความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อสื่อสารและยังใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้กว้างขวางมากขึ้น การบริหารธุรกิจในยุคนี้จึงต้องรวดเร็วและมีการตอบรับการทั้งทางด้านการให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร การแข่งขันส่วนใหญ่จะเน้นการความสะดวกรวดเร็วและทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ หรือความสะดวกสบาย และเอื้อต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เครือข่ายไร้สาย ยังส่งผลต่อการทำงานของผู้บริโภค หมายถึง ความคล่องตัว ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัวในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัจจัยของการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข่าวสารไปถึงทุกที่ ที่มีความต้องการในการใช้งาน ดังผลการวิจัย จิตรา พร้อมจรรยากุล[4] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมมีความคิดเห็นต่อ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ทั้งด้านการวางแผน การจัดหาทรัพยากร การมุ่งใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงาน และการประเมินผลงาน ในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับมากที่สุด คือหน่วยงานภาครัฐควรนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้งานประชาสัมพันธ์เป็นสื่อ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบไร้สายของผู้บริโภคในเขตสาทรเมื่อพิจารณารายด้านต่างๆ ผลการทดสอบอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1) ด้านสนองความต้องการของผู้บริโภค ควรพัฒนาโปรแกรมในการใช้งานให้มีความสะดวกในการใช้งาน และพัฒนาทักษะการใช้ระบบสารสนเทศของผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม

2) ด้านการติดต่อสื่อสาร พัฒนาจุดบริการสัญญาณเครือข่ายไร้สายให้ครอบคลุมบริเวณมากขึ้นเพื่อให้่ายต่อการเชื่อมต่อ Internet ได้รวดเร็ว และควรพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคเพื่อสร้างความปลอดภัยของข้อมูลให้เกิดขึ้นในเครือข่าย

3) ด้านการติดตั้งและการใช้งาน ควรมีการจัดทำคู่มือการใช้งานที่ชัดเจน อ่านง่าย และมีความถูกต้องเป็นปัจจุบัน อีกทั้งควรจัดตั้งศูนย์บริการติดต่อสอบถามอัตโนมัติ (Call Center) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการติดตั้ง และแก้ไขปัญหาได้ง่าย

4) ด้านความประหยัด พัฒนาการใช้อุปกรณ์บนเครือข่ายร่วมกันให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้ดูแลระบบ

5) ด้านการพัฒนาความรู้ของผู้บริโภค จัดทำข่าวสารส่งถึงผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการเรียนรู้วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสามารถเขียนซอฟต์แวร์ใช้กับเครือข่ายได้เอง

6) ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร ควรจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสถานะการแข่งขันของตลาดภายนอก พร้อมเตรียมตัวพัฒนาตนเอง และสามารถพัฒนาความรู้จากการใช้งานเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป
ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ไม่ได้ตระหนัก
ถึงความต้องการในการใช้งานระบบเครือข่ายไร้สาย
ของผู้บริโภค อาจทำให้ข้อมูลทางสถิติคลาดเคลื่อน
ได้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้งานในเชิง
ลึก น่าจะเป็นปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่ส่งผลให้การวิจัยครั้ง
นี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น แต่ผู้วิจัยไม่ได้วางขอบเขต
พฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ชัดเจนจึงส่งผลให้ผลการ
ทดสอบนั้น บิดเบือนไปบ้าง จึงขอเสนอแนะในการ
ทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีดังนี้

1) ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้
บริโภคในการใช้ระบบเครือข่ายไร้สายใน
เขตกรุงเทพมหานคร

2) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมในเชิง
ปฏิบัติ ของผู้บริโภคในการใช้งานระบบเครือข่าย
ไร้สายในเขตกรุงเทพมหานคร

3) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพในการใช้งานระบบเครือข่ายไร้สายใน
เขตกรุงเทพมหานคร

บรรณานุกรม

- [1] อำนาจ มิ่งมงคลและอรณพ ชันธิกุล (2547) ออกแบบและติดตั้งเครือข่าย Wireless LAN. กรุงเทพฯ : อินโฟเพรส.
- [2] พยอม วงศ์สารศรี (2548) องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : สุภากรพิมพ์.
- [3] ทวีติยา สินธุพงศ์ (2540) สถานภาพ ความต้องการ และปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจ ส่งออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] จิตรา พร้อมจรรยากุล (2545) ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อของบุคลากรที่มีพื้นฐานความรู้ของอินเทอร์เน็ต ในหน่วยงานระดับกรม สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- [5] จตุชัย แพงจันทร์, อนุโชติ วุฒิพรพงษ์ (2546) เจาะระบบ Network ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : อินโฟเพรส.
- [6] ธนวรรณ แสงสุวรรณ, อติลา พงศ์ยี่หล้า, อุไรวรรณ แยมเนียม, ยุทธนา ธรรมเจริญ, ยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์ (2003) Marketing Management การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- [7] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- [8] สมเกียรติ รุ่งเรืองลดา (2544) Internet Sharing สำหรับระบบ LAN ในองค์กรและร้าน Internet Cafe'. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- [9] สมเกียรติ รุ่งเรืองลดา (2544) Home Networking ติดตั้งเครือข่ายในบ้านและออฟฟิศขนาดเล็ก. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- [10] เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธนวิสารพิมพ์.