

นพสิทธิ์ วัฒนศิริ 2550: พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อการ์ดแสดงผลของผู้บริโภค  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชา  
เศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์โสมสกว เพชรานนท์, Ph.D.  
179 หน้า

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ถูกใช้เพื่อการบันเทิงมากขึ้น โดยเฉพาะในการรับชมภาพยนตร์ และเกมส์  
คอมพิวเตอร์ทำให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่นิยมซื้อการ์ดแสดงผล มาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของเครื่อง  
คอมพิวเตอร์ เพื่อให้คอมพิวเตอร์มีการแสดงผลของภาพที่มีความละเอียดสูง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์  
เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปของตลาดการ์ดแสดงผล 2) พฤติกรรมการซื้อการ์ดแสดงผลของผู้บริโภค 3) ความ  
สัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อการ์ดแสดงผลของผู้บริโภค 4) การให้ระดับความสำคัญ  
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค และ 5) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการให้ระดับความสำคัญของ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อการ์ดแสดงผลของผู้บริโภค โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ติดตั้ง  
การ์ดแสดงผล ซึ่งให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามภายหลังเข้าชมกระถู่ขอความร่วมมือในการตอบ  
แบบสอบถามจำนวน 100 คน ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 แล้วนำข้อมูล  
มาทำการวิเคราะห์  $\chi^2$  และประเมินค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดผู้ผลิตกราฟฟิกรูปประมวลผลแบบแยกมีลักษณะ โครงสร้างตลาดเป็นตลาด  
ผู้ขายน้อยราย และตลาดผู้ผลิตการ์ดแสดงผล มีลักษณะ โครงสร้างตลาดเป็นแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด  
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า  
10,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีความรู้เกี่ยวกับการ์ดแสดงผล กลุ่มตัวอย่างซื้อการ์ดแสดงผล  
เพื่อใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นหลักโดยมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และความรู้เกี่ยวกับการ์ดแสดงผลที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อการ์ดแสดงผลยี่ห้อ Asus ที่ใช้กราฟฟิกรูปของบริษัท Nvidia  
เนื่องจากเป็นที่นิยมมีชื่อเสียง มีราคาประมาณ 3,000-6,000 บาท ตัวแทนจำหน่ายที่เลือกใช้บริการ คือ Dcom  
เนื่องจากมีการรับประกันสินค้าที่ดี เว็บไซต์และเวบบอร์ดเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นิยมเพื่อใช้ค้นหาข้อมูล  
ประกอบการตัดสินใจซื้อการ์ดแสดงผล ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดแสดงผลของกลุ่มตัวอย่างมาก  
ที่สุด คือ ตัวกลุ่มตัวอย่างเอง โดยมีความสัมพันธ์กับเพศ และความรู้เกี่ยวกับการ์ดแสดงผลที่ระดับนัยสำคัญทาง  
สถิติ 0.05 ปัจจัยทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยส่วน  
บุคคลทุกปัจจัยที่แตกต่างกันจะให้ระดับความสำคัญปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือ ผู้ผลิตการ์ดแสดงผลควรมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์การ์ดแสดงผล  
พร้อมกับการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถ  
ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และจดจำตราสินค้าของบริษัท