

ใบความรู้เรื่อง ปัจจัยกำหนดความต้องการในการซื้อสินค้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๑ เรื่อง สินค้าและบริการ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๕ เรื่อง ปัจจัยกำหนดความต้องการในการซื้อสินค้า

รายวิชาสังคมศึกษา รหัสวิชา ส๑๖๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน ได้แก่

๑. ราคาสินค้า กล่าวคือเมื่อราคาสินค้าแพงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณลดลงในทางตรงกันข้าม เมื่อสินค้านั้นมีราคาถูกลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้น

๒. รายได้ โดยเฉพาะรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลถ้ารายได้เพิ่มขึ้นจะซื้อสินค้าหรือบริการโดยทั่วไปเพิ่มขึ้น

๓. รสนิยมของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการใดนั้นขึ้นอยู่กับความชื่นชอบส่วนตัวของผู้บริโภค

๔. การให้เครดิตของผู้ผลิต ถ้าผู้ผลิตขายสินค้าเงินผ่อนสำหรับสินค้าที่มีราคาสูงเช่น รถยนต์ บ้าน ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้านั้นได้

๕. ฤดูกาล ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าบางประเภทของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาว ผู้บริโภคซื้อเสื้อกันหนาวเพิ่มขึ้นและในฤดูร้อนผู้บริโภคน้ำแข็งเพิ่มขึ้น

๖. การคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า การคาดการณ์เกี่ยวกับราคาสินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลต่อปริมาณความต้องการซื้อในปัจจุบัน เช่น ถ้าคาดการณ์ว่าราคาน้ำมันจะเพิ่มขึ้น ประชาชนจะซื้อเก็บไว้ใช้ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อในปัจจุบันเพิ่มขึ้น

๗. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน เช่น เครื่องดื่มไม่แอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้น ผู้บริโภคจะหันไปซื้อเครื่องดื่มไม่แอลกอฮอล์ หรือสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น ถ้าราคารถยนต์ลดลง ทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นส่งผลให้ความต้องการซื้อน้ำมันเพิ่มขึ้น

๘. การโฆษณา มีความสำคัญมากในปัจจุบันเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น

๙. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น นโยบายของรัฐ การประชาสัมพันธ์ อัตราดอกเบี้ย การเก็บภาษีของรัฐ เป็นต้น