ชื่อ..... ชั้น..... เลขที่.....

โรงเรียนกันทรลักษ์วิทยา **อำเภอกันทรลักษ์** **จังหวัดศรีสะเกษ**

แบบทดสอบกลางภาค **ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564** **ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6**

รายวิชา หลักการตลาด รหัสวิชา ง30286 **ครูผู้สอน นางรัชกร ชะนะนิล** **เวลา 90 นาที**

****

คำชี้แจง ให้นักเรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. การตลาด หมายถึงอะไร
   ก. สถานที่ซื้อขายสินค้า
   ข. กลุ่มผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าทั้งหมด
   ค. การซื้อการขายก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตรา และผลิตภัณฑ์ขึ้น
   ง. กระบวนการวางแผนและดำเนินการตาม แนวความคิด สินค้าและบริการเพื่อก่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยน และสร้างความ พอใจให้กับบุคคลและ องค์กร
2. ความหมายของการตลาด (Mnrketing) ในแง่สังคม ตรงกับข้อใด
   ก. กิจกรรมหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ
   ข. กิจกรรมทุกอย่างของธุรกิจ
   ค. ความอยู่ดีกินดีของประชาชนทั่วไป
   ง. การแลกเปลี่ยนสิ่งที่มีคุณค่าต่อกัน
3. ร้านสะดวกซื้อก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ใดแก่ผู้บริโภคมากที่สุด
   ก. เวลา ข. สถานที่
   ค. ราคา ง. รูปแบบของสินค้า
4. กิจการใดที่ให้อรรถประโยชน์ด้านราคากับลูกค้ามากที่สุด
   ก. เซเว่น อีเลฟเว่น ข. แม็คโคร
   ค. ตลาดสดทั่วไป ง. ห้างสรรพสินค้า
5. การตลาดก่อให้เกิดการจ้างงาน เป็นความสำคัญของการตลาดต่อหน่วยงานใดมากที่สุด
   ก. ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ
   ข. องค์กรธุรกิจ
   ค. ผู้บริโภค
   ง. องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร
6. การตลาดทำให้มีคุณภาพการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น เป็นความสำคัญของการตลาดต่อสิ่งใดมากที่สุด
   ก. ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ
   ข. องค์กรธุรกิจ
   ค. ผู้บริโภค
   ง. องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร
7. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงอะไร
   ก. ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
   ข. ตลาดเป้าหมาย
   ค. ตลาดคนกลาง
   ง. ปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้
8. ผลิตภัณฑ์โดยปกติไม่รวมถึงข้อใด
   ก. คุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์นั้น
   ข. ตรายี่ห้อ
   ค. การออกแบบบรรจุภัณฑ์
   ง. สื่อโฆษณาที่ใช้
9. การขาย หมายถึงอะไร
   ก. การพบปะระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย
   ข. กิจกรรมในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อ
   ค. กิจกรรมทางการตลาด
   ง. กิจกรรมในการส่งเสริมการตลาด
10. การตลาดกับการขายแตกต่างกันอย่างไร
    ก. การตลาดเป็นส่วนหนึ่งของการขาย
    ข. การขายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด
    ค. การตลาดมุ่งที่พนักงานขาย การขายมุ่งที่ลูกค้า
    ง. การตลาดมุ่งกำไรระยะยาว การขายมุ่งกำไรระยะสั้น

Wynnsoft
LIVEWORKSHEETS

11. แนวความคิดทางการตลาด หมายถึงข้อใด
    ก. ปรัชญาการจัดการทางการตลาด
    ข. การบริหารการตลาด
    ค. การดำเนินงานทางการตลาด
    ง. การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด
12. แนวความคิดมุ่งการผลิต หมายถึงข้อใด
    ก. ผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
    ข. ผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุดด้วยต้นทุนต่ำที่สุด
    ค. ผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
    ง. ผลิตสินค้าเพื่อการวางจำหน่ายให้กว้างขวางที่สุด
13. การใช้การส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ขายสินค้าได้มากขึ้นเป็นแนวความคิดทางการตลาดข้อใด
    ก. แนวความคิดมุ่งการผลิต
    ข. แนวความคิดมุ่งการขาย
    ค. แนวความคิดมุ่งตัวผลิตภัณฑ์
    ง. แนวความคิดมุ่งการตลาดเพื่อสังคม
14. การบริหารการตลาด หมายถึงอะไร
    ก. การวางแผนด้านการตลาด
    ข. การปฏิบัติงานตามแผน
    ค. วางแผนและบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
    ง. การวางแผนด้านการปฏิบัติงานและการควบคุมการปฏิบัติงานด้านการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
15. การดำเนินงาน การสั่งการ เป็นขั้นตอนใดของการวางแผนการตลาด
    ก. การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
    ข. การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด
    ค. การวางแผน
    ง. การปฏิบัติงานตามแผน
16. การวางแผนการตลาดขั้นตอนใด ที่ใช้ตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่กำหนด
    ก. การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
    ข. การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด
    ค. การปฏิบัติงานตามแผน
    ง. การควบคุมการปฏิบัติงาน
17. ปัจจัยทางธุรกิจคือข้อใด
    ก. สถานประกอบการ คน เงิน การจัดการ
    ข. ทุน แรงงาน วัสดุ การจัดการ
    ค. คน เงิน วัสดุ เครื่องจักร วิธีการ การบริหาร
    ง. คน เงิน วัสดุ เครื่องจักร
18. ข้อใดคือแนวความคิดทางการตลาดมุ่งการตลาด
    ก. ออกแบบสินค้าตามแนวคิดของผู้ประกอบการ
    ข. กระจายสินค้าให้เข้าถึงตลาดให้มากที่สุด
    ค. วิจัยตลาดเพื่อหาความต้องการของลูกค้า
    ง. ผลิตสินค้าคุณภาพดีที่สุดสำหรับลูกค้า
19. แผนหลักของกิจการคือข้อใด
    ก. แผนกลยุทธ์ ข. แผนยุทธวิธี
    ค. แผนการตลาด ง. แผนธุรกิจ
20. การกำหนดรายละเอียดการดำเนินงานของแผนหมายถึงข้อใด
    ก. แผนกลยุทธ์ ข. แผนยุทธวิธี
    ค. แผนการตลาด ง. แผนธุรกิจ
21. ข้อใดคือบทบาทการตลาดด้านสังคม
    ก. คนรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น
    ข. ต้นทุนสินค้าเพิ่มสูงขึ้น
    ค. มีอาชีพต่าง ๆ มากขึ้น ง. มีการกระจายรายได้
22. ข้อใดคือบทบาทการตลาดด้านเศรษฐกิจ
    ก. การแต่งกายเปลี่ยนไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าการสั่งตัดเย็บ
    ข. การเปลี่ยนลักษณะที่อยู่อาศัยจากบ้านเดี่ยวเป็นอาคารสูง
    ค. นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปมากขึ้น
    ง. มีการหมุนเวียนปัจจัยการผลิต

Online Maketing
Wynnsoft
LIVEWORKSHEETS

23. การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นบทบาทการตลาดด้านใด
    ก. ด้านเศรษฐกิจ ข. ด้านการเมือง
    ค. ด้านสังคม ง. ด้านเทคโนโลยี
24. ข้อใดเป็นหน้าที่ทางการตลาดที่ช่วยให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้ตามคุณภาพที่ต้องการ
    ก. หน้าที่การซื้อสินค้าที่ถูกต้อง
    ข. หน้าที่การขายสินค้าที่ถูกต้อง
    ค. หน้าที่การซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
    ง. หน้าที่การจัดมาตรฐานสินค้า
25. ข้อใดคือหน้าที่ทางการตลาดที่เกี่ยวกับสินค้า
    ก. การซื้อสินค้า ข. การขนส่ง
    ค. การเก็บรักษาสินค้า ง. การเงิน
26. หน้าที่ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าข้อใดที่ทำกำไรให้กับกิจการโดยตรง
    ก. การซื้อสินค้า
    ข. การขายสินค้า
    ค. การจัดมาตรฐานสินค้า
    ง. การเลือกแหล่งซื้อสินค้า
27. ข้อใดคือหน้าที่ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า
    ก. การประกันภัย
    ข. การเก็บรักษาสินค้า
    ค. การขายสินค้า
    ง. การโฆษณา
28. ข้อใดกล่าวถูกต้องที่สุด
    ก. การขนส่งทางบกเหมาะสำหรับขนส่งสินค้าที่ต้องการความปลอดภัยสูง
    ข. การขนส่งทางรถไฟเป็นวิธีการขนส่งที่มีต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยสูง
    ค. การขนส่งทางถนนเป็นวิธีการขนส่งภายในประเทศที่มีความยืดหยุ่นด้านเวลาสูงสุด
    ง. การขนส่งทางอากาศเหมาะสำหรับการค้าระหว่างประเทศมากที่สุด

29. ข้อใดคือหน้าที่ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของผู้ประกอบการ
    ก. การเงิน
    ข. การขนส่งสินค้า
    ค. การขายสินค้า
    ง. การซื้อสินค้า
30. บริษัทรับทำวิจัยตลาดให้ผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับหน้าที่ทางการตลาดด้านอำนวยความสะดวกข้อใด
    ก. การให้คำแนะนำปรึกษาด้านการลงทุน
    ข. การให้บริการด้านการจัดการ
    ค. การรับภาระความเสี่ยงแทนผู้ผลิต
    ง. การให้บริการด้านข้อมูลทางการตลาด
31. ตลาดให้ความสำคัญถึงอะไร
    ก. ผู้ซื้อหรือลูกค้า
    ข. ประชาชนทั่วไป
    ค. ผู้ขายสินค้า
    ง. ผู้ผลิตสินค้า
32. ข้อแตกต่างระหว่างสินค้าในตลาดผู้บริโภคกับสินค้าในตลาดธุรกิจคือข้อใด
    ก. สินค้าในตลาดผู้บริโภคมีราคาต่อหน่วยสูงกว่าสินค้าในตลาดธุรกิจ
    ข. สินค้าในตลาดผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อต่อครั้งสูงกว่าสินค้าในตลาดธุรกิจ
    ค. การซื้อสินค้าในตลาดผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านคนกลางประเภทต่าง ๆ
    ง. การซื้อสินค้าในตลาดผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิต
33. การแบ่งส่วนตลาดหมายถึงอะไร
    ก. การแบ่งตลาดใหญ่ออกเป็นตลาดย่อย ๆ
    ข. การแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ
    ค. การแบ่งตลาดตามเขตพื้นที่
    ง. การแบ่งผู้บริโภคเป็นตลาดย่อย โดยภายในแต่ละส่วนแบ่งตลาดจะมีคุณลักษณะบางอย่างเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน

Online Maketing
Wynnsoft
LIVEWORKSHEETS

34. ชุดชั้นใน สำหรับวัยแรกรุ่น เป็นการแบ่งส่วนตลาดสินค้าผู้บริโภค โดยอาศัยปัจจัยข้อใด
    ก. อายุ
    ข. การศึกษา
    ค. วัฒนธรรม
    ง. ครอบครัว
35. ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปบรรจุกล่องแช่แข็ง ใช้การแบ่งส่วนตลาดสินค้าผู้บริโภค โดยอาศัยปัจจัยข้อใด
    ก. ค่านิยม
    ข. วิถีการดำเนินชีวิต
    ค. อายุ
    ง. รายได้
36. กิจการมีนโยบายเน้นตลาดลูกค้ารายใหญ่มากกว่ารายย่อย ใช้การแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรมตามปัจจัยข้อใด
    ก. สถานะของลูกค้า
    ข. ขนาดของบริษัทลูกค้า
    ค. ขนาดของคำสั่งซื้อของลูกค้า
    ง. การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้
37. ตลาดเป้าหมายหมายถึงข้อใดมากที่สุด
    ก. กลุ่มลูกค้าที่กิจการจะผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการ
    ข. กลุ่มลูกค้าที่กิจการพยายามตอบสนองความต้องการให้มากที่สุด
    ค. กลุ่มลูกค้าที่กิจการจะพัฒนารูปแบบสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการ
    ง. กลุ่มลูกค้าที่กิจการเลือกจะพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตอบสนองความต้องการและความพอใจของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ
38. กิจการขนาดเล็ก มีทรัพยากรต่าง ๆ จำกัด จะเข้าสู่ตลาดควรเลือกตลาดเป้าหมายข้อใดมากที่สุด
    ก. ตลาดมวลรวม ข. ตลาดหลายส่วน
    ค. ตลาดเดี่ยว ง. ตลาดมวลรวมแบบแตกต่าง
39. กิจการออกผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว แต่ใช้ส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างไปตามตลาดเป้าหมาย ใช้การเลือกตลาดเป้าหมายข้อใดมากที่สุด
    ก. ตลาดมวลรวม
    ข. ตลาดหลายส่วน
    ค. ตลาดเดียว
    ง. ตลาดมวลรวมแบบแตกต่าง
40. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร
    ก. การวางผลิตภัณฑ์บนชั้นวางสินค้าของร้านค้า
    ข. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนกับคู่แข่งขัน
    ค. การกำหนดคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของตนเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขัน
    ง. การกำหนดจุดวางของผลิตภัณฑ์ในตลาดแข่งขัน
41. พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงอะไร
    ก. สาเหตุของการซื้อของผู้บริโภค
    ข. แรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภค
    ค. รูปแบบของการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค
    ง. กระบวนการตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าของผู้บริโภค
42. ขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือข้อใด
    ก. การแสวงหาข้อมูล
    ข. การรับรู้ปัญหา
    ค. การประเมินทางเลือก
    ง. การตัดสินใจซื้อ
43. ข้อใดแสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่เกิดจากคุณลักษณะของผู้ซื้อมากที่สุด
    ก. ต้นว่านซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อหนึ่งทันทีที่เห็นของแถม
    ข. ต้นว่านซื้อยาสีฟันยี่ห้อหนึ่งทันทีที่มีการลดราคา 50%
    ค. ต้นว่านซื้อสบู่ยี่ห้อเดิม ๆ กับที่ครอบครัวใช้
    ง. ต้นว่านตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูปยี่ห้อหนึ่งเนื่องจากเทคโนโลยีทันสมัยมาก

Online Maketing
Wynnsoft
LIVEWORKSHEETS

44. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุดคือข้อใด
ก. กลุ่มอ้างอิง
ข. วัฒนธรรมย่อย
ค. ฐานะทางเศรษฐกิจ
ง. ครอบครัว

45. ความต้องการใช้สินค้าเช่นเดียวกับเพื่อนร่วมงานเป็นระดับความต้องการของมาสโลว์ข้อใด
ก. ความต้องการด้านร่างกายหรือพื้นฐาน
ข. ความต้องการความปลอดภัยในชีวิต
ค. ความต้องการด้านสังคม
ง. ความต้องการการยกย่องนับถือ

46. ต้นเรียนจบ ปวช. มีงานทำที่บริษัทเล็ก ๆ ความฝันคืออยากมีบ้านเป็นของตนเอง เป็นระดับความต้องการของมาสโลว์ ข้อใด
ก. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต
ข. ความต้องการความปลอดภัยในชีวิต
ค. ความต้องการด้านสังคม
ง. ความต้องการการยกย่องนับถือ

47. ตามทฤษฎีการกระตุ้นและการตอบสนองที่มีแรงเสริม ตัวกระตุ้นที่เป็นแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรมมากที่สุดคือข้อใด
ก. แรงจูงใจ
ข. แรงเสริม
ค. การตอบสนอง
ง. แรงขับ

48. ก่อนซื้อสินค้าจะเปรียบเทียบบริการหลังการขายเป็นขั้นตอนใดของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
ก. การตระหนักถึงปัญหา
ข. การตัดสินใจซื้อ
ค. พฤติกรรมหลังการซื้อ
ง. การประเมินผลทางเลือก

49. ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอย่างสม่ำเสมอ เป็นขั้นตอนใดของกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่
ก. การยอมรับ
ข. การประเมินค่า
ค. การทดสอบ
ง. ความสนใจ

50. ในครอบครัวใครเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาซักผ้ามากที่สุด
ก. พ่อ
ข. แม่
ค. พี่ชายคนโต
ง. ลูกสาวคนเล็ก

****



Wynnsoft
LIVEWORKSHEETS