

แบบทดสอบปลายภาค วิชา ผลิตภัณฑ์และราคา

-
1. นโยบายราคา (Price policy) หมายถึงข้อใด
 - ก. การกำหนดราคาสินค้าชนิดเดียวกัน
 - ข. การกำหนดราคาสินค้าไว้หลายระดับ
 - ค. การตั้งราคา สินค้าที่ต้องขนส่งไปยังพื้นที่ต่าง ๆ
 - ง. การกำหนดราคาสินค้าสำหรับ ลูกค้าประเภทเดียวกัน
 - จ. การกำหนดแนวทางปฏิบัติในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์
 2. การกำหนดราคาสินค้าชนิดเดียวกัน สำหรับผู้ซื้อทุกรายในราคาเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขที่เหมือนกัน คือนโยบายราคาแบบใด
 - ก. นโยบายราคาเดียว
 - ข. นโยบายราคายืดหยุ่นได้
 - ค. นโยบายราคาตามราคาตลาด
 - ง. นโยบายราคาสูงกว่าราคาตลาด
 - จ. นโยบายราคาต่ำกว่าราคาตลาด
 3. นโยบายระดับราคาแบบใด ที่กิจการขนาดเล็กนิยมนำมาใช้
 - ก. นโยบายส่วนลด
 - ข. ส่วนลดยอมให้
 - ค. ระดับราคาต่ำกว่าราคาตลาด
 - ง. ระดับราคาตามราคาตลาด
 - จ. ระดับราคาสูงกว่าราคาตลาด
 4. 2/10, n/30 เป็นเงื่อนไขการชำระราคาสินค้า ตามนโยบายส่วนลด ชนิดใด
 - ก. ส่วนลดการค้า
 - ข. ส่วนลดเงินสด
 - ค. ส่วนลดปริมาณ
 - ง. ส่วนลดตามฤดูกาล
 - จ. ส่วนลดยอมให้

5. การให้ส่วนลด โดยการนับยอดซื้อหลายครั้งรวมกัน คือการให้ส่วนลดแบบใด
- ก. ส่วนลดปริมาณแบบไม่สะสม
 - ข. ส่วนลดปริมาณแบบสะสม
 - ค. ส่วนลดเงินสด
 - ง. ส่วนลดการค้า
 - จ. ถูกทุกข้อ
6. การให้ส่วนลดราคาห้องพักโรงแรม 30% ในฤดูฝน เป็นแนวทางการให้ส่วนลดแบบใด
- ก. ส่วนลดการค้า (Trade Discounts)
 - ข. ส่วนลดเงินสด (Cash Discounts)
 - ค. ส่วนลดปริมาณ (Quantity discount)
 - ง. ส่วนลดตามฤดูกาล (Seasonal Discounts)
 - จ. ส่วนยอมให้จากการส่งเสริมการตลาด (Promotion Allowance)
7. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดข้อใดที่ผู้ค้าปลีกนิยมนำมาใช้ในการตั้งราคา
- ก. กลยุทธ์ราคาสถิตภัณฑ์ใหม่
 - ข. กลยุทธ์ราคาส่วนประสมผลิตภัณฑ์
 - ค. กลยุทธ์ราคาการส่งเสริมการตลาด
 - ง. กลยุทธ์ราคา
 - จ. ถูกทุกข้อ
8. การตั้งราคาแบบลงท้ายด้วยเลขคู่ เช่น 79 หรือ 99 เป็นกลยุทธ์ราคาการส่งเสริมการตลาด แบบใด
- ก. กลยุทธ์ราคาล่อใจ
 - ข. กลยุทธ์ราคาเหยื่อล่อ
 - ค. กลยุทธ์ราคาพิเศษ
 - ง. กลยุทธ์ราคาตามหลักจิตวิทยา
 - จ. กลยุทธ์ราคาขายราคาต้นทุน
9. ข้อใด เป็นวิธีตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการขายโดยการจูงใจในรูปตัวเงิน
- ก. การขายเชื่อคิดดอกเบี้ยต่ำ
 - ข. การตั้งราคาสินค้าขายรวมห่อ
 - ค. กลยุทธ์ตั้งราคาโดยเสนอกรอบราคา
 - ง. กลยุทธ์การขายรวมห่อในราคาพิเศษ
 - จ. การเสนอคืนเงิน และการรับประกันคืนเงิน

10. การเสนอผลิตภัณฑ์แบบแบ่งเกรด คือ กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ตามข้อใด
- ก. การตั้งราคาแยกเป็นสองส่วน
 - ข. การตั้งราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน
 - ค. การตั้งราคาสินค้าให้เลือกหลายทาง
 - ง. การตั้งราคาสินค้าให้แตกต่างกันตามขนาด
 - จ. การตั้งราคาสินค้าให้แตกต่างกันตามคุณภาพสินค้า
11. ข้อใด **ไม่ใช่** ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา
- ก. ต้นทุนสินค้า
 - ข. ตลาดของผู้บริโภค
 - ค. นโยบายของกิจการ
 - ง. ส่วนประสมทางการตลาด
 - จ. วัตถุประสงค์ทางการตลาด
12. ข้อใด **ไม่ใช่** ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- ก. ผลิตภัณฑ์
 - ข. ราคา
 - ค. นโยบายของกิจการ
 - ง. การจัดจำหน่าย
 - จ. การส่งเสริมการตลาด
13. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึงข้อใด
- ก. ต้นทุนคงที่ และไม่แปรผันตามตลาด
 - ข. ต้นทุนต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดสินค้านำมาซึ่งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
 - ค. ต้นทุนที่จะแปรผันตามจำนวนการผลิต หรือยอดขาย
 - ง. ต้นทุนที่ไม่ผันแปรไปตามจำนวนการผลิตสินค้า หรือยอดขาย
 - จ. ต้นทุนของต้นทุนคงที่กับต้นทุนแปรผันเมื่อนำมารวมกัน เป็นต้นทุนรวม
14. ข้อใดเป็นลักษณะของตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างสมบูรณ์
- ก. มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก
 - ข. มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรี
 - ค. ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้เรื่องตลาดอย่างสมบูรณ์
 - ง. สินค้ามีความเหมือนกันทุกประการ สามารถใช้ทดแทนกันได้
 - จ. ถูกทุกข้อ

15. กิจกรรมที่แสวงหาผลกำไรสูงสุด เป็นวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาแบบใด
- ก. การกำหนดราคามุ่งสังคม
 - ข. การกำหนดราคามุ่งกำไร
 - ค. การกำหนดราคามุ่งยอดขาย
 - ง. การกำหนดราคามุ่งการแข่งขัน
 - จ. การกำหนดราคามุ่งรายได้จากการขาย
16. การกำหนดราคาตามหลักจรรยาบรรณที่ดี ไม่เอาเปรียบสังคม เป็นวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาตามข้อใด
- ก. การกำหนดราคามุ่งสังคม
 - ข. การกำหนดราคามุ่งกำไร
 - ค. การกำหนดราคามุ่งยอดขาย
 - ง. การกำหนดราคามุ่งการแข่งขัน
 - จ. การกำหนดราคามุ่งรายได้จากการขาย
17. ร้านขายเสื้อผ้า มีต้นทุนเสื้อตัวละ 120 บาท และต้องการส่วนบวกเพิ่ม 10% ต้องกำหนดราคาขายเท่าไร
- ก. 100 บาท
 - ข. 110 บาท
 - ค. 125 บาท
 - ง. 132 บาท
 - จ. 145 บาท
18. “ไม่พยายามบีบบังคับผู้ค้าอิสระ ให้ขายสินค้าเฉพาะของตน” เป็นจริยธรรมในการตั้งราคาข้อใด
- ก. จริยธรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์
 - ข. จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า
 - ค. จริยธรรมการตั้งราคา
 - ง. ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - จ. จริยธรรมด้านการกระจายสินค้า
19. การปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบตามข้อตกลงหรือสัญญาต่างๆ เป็นลักษณะของจริยธรรมด้านใด
- ก. สภาพแวดล้อม
 - ข. การวิจัยตลาด
 - ค. สัมพันธภาพองค์กร
 - ง. การกระจายสินค้า
 - จ. การส่งเสริมการตลาด

20. “กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค” เป็นหลักการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจข้อใด

ก. ความสมัครใจ

ข. ความรับผิดชอบต่อสังคม

ค. จรรยาบรรณทางธุรกิจ

ง. ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

จ. ข้อกำหนดตามกฎหมาย

.....