

วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง

ข้อสอบวัดผลปลายภาคเรียน - ชุด 1

ครูผู้สอน อุทุมพร โชควัฒนพรชัย

วิชา 30200-1002 หลักการตลาด

10 คะแนน

เวลา 30 นาที

คำสั่ง ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. Marketing หมายถึงคำตอบในข้อใด

1. การโฆษณาสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักของบุคคลอย่างแพร่หลาย
2. การขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย
3. การกำหนดราคาและการส่งเสริมการขายของผู้ผลิต
4. การนำสินค้าออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อ

2. Packaging ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ Marketing Mix ในข้อใด

1. Place
2. Price
3. Product
4. Promotion

3. ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-ELEVEN ทำให้เกิด Utility ด้านใดแก่ผู้บริโภคมากที่สุด

1. Form Utility
2. Time Utility
3. Place Utility
4. Image Utility

4. แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุด

1. Service
2. Sales Volume
3. Consumer Demand
4. Marketing Mix

5. “โครงการหนังสือมือสองเพื่อน้องผู้ด้อยโอกาส” เป็นแนวความคิดทางการตลาดแบบใด

1. Production Concept
2. Product Concept
3. Social Marketing Concept
4. Marketing Concept

6. สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับงาน คือข้อใด

1. Technology Cultural
2. Supplier Marketing Intermediaries and Market

3. Demographic Natural Resources
4. Financial Institutions Mass media Government
7. ข้อใดที่เป็นลักษณะของการตระหนักถึงปัญหา
 1. ตระหนักถึงสินค้า
 2. มีความต้องการสินค้าแต่ยังไม่มีสินค้าขณะนั้น
 3. ยังไม่มีสินค้า และยังไม่ต้องการ
 4. มีสินค้าแล้วจึงไม่มีปัญหา
8. นักการตลาดสามารถจะนำเอา **Consumer Behavior** ไปใช้ในกรณีใด
 1. เมื่อต้องการนำสินค้าออกสู่ตลาด
 2. เมื่อต้องการโฆษณาสินค้า
 3. เมื่อต้องการเปิดร้านค้า
 4. ถูกทุกข้อ
9. สินค้าประเภทใดที่สามีน่าจะมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อมากกว่าภรรยา
 1. เครื่องสำอาง
 2. เครื่องตัดหญ้า
 3. เสื้อผ้า
 4. ตู้เย็น
10. **Mass Marketing** หมายถึงข้อใด
 1. ตลาดเดียว
 2. ตลาดมวลชน
 3. ตลาดผูกขาด
 4. ตลาดเป้าหมาย
11. ข้อใดเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ลักษณะทาง **Geographic**
 1. ความหนาแน่นของประชากร
 2. ขนาดครอบครัว
 3. วงจรชีวิตครอบครัว
 4. รูปแบบการดำเนินชีวิต
12. **STP** หมายถึงข้อใด
 1. Segmentation Target Promotion
 2. Segmentation Target-Marketing Positioning
 3. Supermarket Target Promotion
 4. Segmentation Target Product
13. ข้อใดต่อไปนี้เป็น **Strength** ของบริษัท

1. รัฐบาลมีการปรับขึ้นภาษี
2. สินค้ามีความซับซ้อนในการผลิต ยากต่อการลอกเลียนแบบ
3. การลดอัตราภาษี
4. การสนับสนุนส่งเสริมจากรัฐบาล

14. ข้อใดคือ Core Product

1. น้ำยาล้างจานล้างคราบได้หมด
2. ขวดบรรจุน้ำยาล้างจานทำจากพลาสติกใส
3. น้ำยาล้างจานมีกลิ่นสมุนไพร
4. ขี้น้ำยาล้างจานแถมแปรงล้างขวด

15. สาเหตุที่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่แล้วล้มเหลวคือข้อใด

1. การตั้งราคาสูงเกินไป
2. สินค้าไม่ตรงความต้องการของผู้บริโภค
3. ต้นทุนสูงราคาจำหน่ายต่ำ
4. เน้นการโฆษณามากเกินไป

16. Skimming Pricing ควรทำเมื่อใด

1. เมื่อกิจการเป็นผู้นำตลาด
2. เมื่อกิจการมีกำลังการผลิตที่จำกัด
3. เมื่อต้องการเจาะตลาดอย่างรวดเร็ว
4. เมื่อขยายการผลิตจำนวนมาก

17. ถ้าต้องการให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อร้านค้าควรให้ส่วนลดแบบใด

1. ส่วนลดการค้า
2. ส่วนลดเงินสดแบบ $2/10, n/30$
3. ส่วนลดปริมาณเมื่อซื้อซ้ำในครั้งเดียว
4. ส่วนลดปริมาณแบบสะสม เช่น สะสมคูปองแลกของรางวัล

18. Market Share หมายถึงข้อใด

1. ส่วนครองตลาด
2. ส่วนบวกเพิ่ม
3. ตลาดเป้าหมาย
4. การแบ่งส่วนตลาด

19. สถาบันทางการตลาดที่จัดเป็นพ่อค้าคนกลางคือข้อใด

1. ตัวแทนโฆษณา
2. ตัวแทนขาย
3. นายหน้า

4. ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง
20. การขนส่งทางใดเป็นบริการแบบ Door to Door Service
 1. ทางรถไฟ
 2. ทางอากาศ
 3. ทางน้ำ
 4. ทางรถบรรทุก
21. ร้านค้าปลีกประเภทให้บริการมีลักษณะตามข้อใด
 1. ควบคุมราคาได้
 2. ควบคุมคุณภาพได้
 3. จุดขายอยู่ที่บรรจุก้นท์
 4. ระบุขนาดของการบริการได้
22. วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าของบริษัทมาก่อน คือข้อใด
 1. ซื้อในปริมาณที่มากขึ้น
 2. เพิ่มการซื้อนอกฤดูกาล
 3. กระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้
 4. เพิ่มปริมาณการใช้
23. Promotion Mix ใดที่นำมาใช้แล้วทำให้เกิดภาพลักษณ์ในแง่ลบแก่ตัวสินค้า
 1. การโฆษณา
 2. การส่งเสริมการขาย
 3. การประชาสัมพันธ์
 4. การตลาดทางตรง
24. การทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะต้องระมัดระวังเรื่องใดมากที่สุด
 1. อุปกรณ์ที่มีราคาสูงเกินไป
 2. ระบบมีความแม่นยำเกินไป อาจจะส่งข้อมูลล่าช้า
 3. ระบบความปลอดภัย อาจโดนโจรกรรมข้อมูลได้
 4. ระบบส่งข้อมูลข่าวสารอาจไม่มีผู้รับผิดชอบที่มีความสามารถ
25. ข้อใด ไม่ใช่ จรรยาบรรณนักการตลาดด้านการตั้งราคา
 1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์
 2. กำหนดสินค้าให้มีราคาสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุผล
 3. ไม่ผูกขาดช่องทางการกระจายสินค้าหรือบริการ
 4. ไม่รวมกลุ่มกันในการกำหนดราคาที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้ซื้อ
26. แนวทางการขายออนไลน์ข้อใดเป็นที่ชื่นชมของผู้บริโภคมากที่สุด
 1. การลดราคา

2. สร้างเว็บไซต์ง่าย
3. ชำระเงินออนไลน์
4. การเข้าสู่โลกออนไลน์ของห้างออนไลน์

27. ข้อใด ไม่ใช่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

1. ผู้ซื้อผู้ขายพบปะกัน
2. มีโอกาสในการซื้อไม่จำกัด
3. มีกิจกรรม ลด แลก แจก แถม
4. บริการจัดส่งสินค้าถึงที่อยู่อาศัย

28. ข้อใดถูกต้อง

1. สายผลิตภัณฑ์ = Product Line
2. รายการผลิตภัณฑ์ = Product mix
3. ตลาดเป้าหมาย = Segment
4. สินค้าและบริการ = Consumer Product

29. “Chain Stores” หมายถึงคำตอบในข้อใด

1. ร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่
2. ร้านค้าปลีกอิสระ
3. สหกรณ์ผู้บริโภค
4. ร้านค้าปลีกที่ได้รับสิทธิทางการค้า

30.



KFC เริ่มต้นมาจากประเทศอะไร

1. อังกฤษ
2. เยอรมัน
3. สหรัฐอเมริกา
4. อิตาลี