

วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง		
ข้อสอบวัดผลกลางภาคเรียน	ชั้น/กลุ่มเรียน	ปีการศึกษา.....
สาขาวิชา.....		
วิชา 30200 – 1002 หลักการตลาด	10 คะแนน	เวลา 20 นาที
ชื่อ-นามสกุล	เลขที่	ห้อง

ตอนที่ 1 คำสั่ง จงเลือกข้อถูกที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ในสายตาของลูกค้า ข้อใดคือราคาที่เหมาะสม

- ก. ราคาต้องกำหนดตามต้นทุน
- ข. ราคาต้องกำหนดตามคู่แข่ง
- ค. ราคาต้องกำหนดขึ้นโดยความต้องการซื้อ
- ง. ราคาต้องสอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์
- จ. ราคาต้องกำหนดตามกำไรที่ต้องการ

2. การกำหนดราคาสูงควรทำเมื่อใด

- ก. เมื่อกิจการเป็นผู้นำตลาด
- ข. เมื่อกิจการมีกำลังการผลิตที่จำกัด
- ค. เมื่อต้องการเจาะตลาดอย่างรวดเร็ว
- ง. เมื่อขยายการผลิตจำนวนมาก
- จ. เมื่อต้องการกีดกันการแข่งขัน

3. Market Share หมายถึงข้อใด

- ก. ส่วนครองตลาด
- ข. ส่วนบวกเพิ่ม
- ค. ตลาดเป้าหมาย
- ง. การแบ่งส่วนตลาด
- จ. ตลาดกลุ่มย่อย

4. “iPhone 16” เป็นผลิตภัณฑ์อยู่ในขั้นแนะนำสู่ตลาด กลยุทธ์การกำหนดราคาข้อใดเหมาะสมที่สุด

- ก. ราคาสูง
- ข. ราคาต่ำ
- ค. ราคาพอใจ
- ง. ราคาเดียว
- จ. ราคาเพื่อความอยู่รอด

5. ในการแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) ควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายด้านใดเป็นสำคัญ

- ก. การหีบห่อ
- ข. การขนส่ง
- ค. การคลังสินค้า
- ง. การบริการ
- จ. การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ

6. สาเหตุที่ต้องมีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย คือข้อใด

- ก. สินค้าไม่เก่าเก็บ
- ข. สินค้าผ่านคนกลางมากราย
- ค. สินค้าเคลื่อนย้ายได้สะดวก
- ง. ผู้ผลิตไม่ต้องขายทางตรง
- จ. สินค้ากระจายไปสู่ลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย

7. การขายในข้อใดสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง และประหยัดแรงงาน

- ก. การขายปลีกอิสระ
- ข. การขายปลีกหน้าร้าน
- ค. การขายแบบการจัดงานปาร์ตี้
- ง. การขายโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ
- จ. การขายตามบ้าน

8. ข้อใดเป็นจุดเด่นหรือข้อดีของการขนส่งทางอากาศ

- ก. สามารถบรรทุกสินค้าได้มาก
- ข. เป็นการขนส่งที่รวดเร็วที่สุด
- ค. มีต้นทุนในการขนส่งต่อหน่วยระยะทางต่ำที่สุด
- ง. สามารถให้บริการจากประตูถึงประตู (Door to Door Service)
- จ. สามารถขนส่งได้ต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน และ 7 วันต่อสัปดาห์

9. “สื่อ” ประเภทใดที่มีอัตราค่าบริการแพงที่สุด

- ก. วิทยู
- ข. โทรทัศน์
- ค. นิตยสาร
- ง. หนังสือพิมพ์
- จ. อินเทอร์เน็ต

10. คุณสมบัติเด่นของการประชาสัมพันธ์ คือข้อใด

- ก. ค่าใช้จ่ายแพงมาก
- ข. ทำให้ผู้ขายรู้ผลการเสนอขายได้ทันที
- ค. เป็นการเสนอขายกับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ
- ง. เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง
- จ. เร่งเร้าให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น

11. จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ที่สำคัญ คือข้อใด
- ก. กระตุ้นเร้าให้ผู้เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์
 - ข. กระตุ้นให้เกิดความสนใจโดยอาศัยข่าว
 - ค. สร้างความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้า
 - ง. กระตุ้นให้เกิดการรับรู้และตระหนักในตัวผลิตภัณฑ์
 - จ. กระตุ้นเร้าให้เกิดการซื้อทันที
12. การส่งเสริมการขายวิธีใดจะเกิดผลต่อการทดลองใช้มากที่สุด
- ก. การแจกคู่มือ
 - ข. การชิงโชค
 - ค. การแจกตัวอย่าง
 - ง. การคืนเงิน
 - จ. การลดราคา
13. ประกันชีวิตมักใช้การส่งเสริมการตลาดใด
- ก. การโฆษณา
 - ข. การประชาสัมพันธ์
 - ค. การตลาดทางตรง
 - ง. การขายโดยใช้จดหมาย
 - จ. การขายโดยใช้พนักงานขาย
14. ลูกค้าสามารถเข้าชมสินค้าภายในร้านค้าได้ตลอดเวลาตรงกับลักษณะการขายออนไลน์ข้อใด
- ก. ใช้ต้นทุนต่ำ
 - ข. เปิดร้านค้าได้ทุกวัน
 - ค. กลุ่มลูกค้ามีจำนวนมาก
 - ง. เพิ่มช่องทางในการขายสินค้า
 - จ. ใช้เวลาไม่มากทำเป็นอาชีพเสริมได้
15. ข้อใดเป็นแนวประเพณีปฏิบัติสำหรับอาชีพใด อาชีพหนึ่ง
- ก. ระเบียบ
 - ข. จริยธรรม
 - ค. ข้อปฏิบัติ
 - ง. วัฒนธรรม
 - จ. จรรยาบรรณ
16. ข้อใดเป็นประโยชน์ของการขายออนไลน์ที่สามารถเพิ่มลูกค้าได้มากที่สุด
- ก. ขายได้สะดวกมากขึ้น
 - ข. เปิดขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
 - ค. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้หลายทาง
 - ง. สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่มีอินเทอร์เน็ต
 - จ. ไม่ต้องจ้างพนักงานเฝ้าหน้าร้านตลอดเวลา

17. ข้อใดเป็นจรรยาบรรณของนักการตลาด

- ก. สมชายเสนอขายสินค้าต่อลูกค้าด้วยความเป็นจริงและมอบทุนปรับปรุงศาลาริมทาง
- ข. สมศรีเบิกค่าใช้จ่ายในการออกพบลูกค้าตามจริงและได้เสนอแนะกลไกที่จะเอาชนะคู่แข่งขั้นได้ต่อผู้บริหารขององค์กร
- ค. สมหญิงจัดทำโบรชัวร์ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสรรพคุณของสินค้าให้มากกว่าความเป็นจริงเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้เร็วขึ้น
- ง. สมศักดิ์ชนะการแข่งขันการขายได้ค่านายหน้ามา 10,000 บาท ด้วยความดีใจจึงนำกลยุทธ์ของบริษัทไปคุยโอ้อวดเพื่อข่มขวัญคู่แข่งชั้นในวงเหล้า
- จ. สมชัยเขียนใบเบิกเงินค่าใช้จ่ายจากบริษัทเกินความเป็นจริง เนื่องจากจำเป็นจะต้องนำเงินไปเป็นค่ารักษาพยาบาลแม่ที่เป็นโรคมะเร็งระยะสุดท้าย

18. ข้อใด ไม่ใช่ จรรยาบรรณนักการตลาดด้านการตั้งราคา

- ก. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์
- ข. กำหนดสินค้าให้มีราคาสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุผล
- ค. ไม่ผูกขาดช่องทางการกระจายสินค้าหรือบริการ
- ง. ไม่รวมกลุ่มกันในการกำหนดราคาที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้ซื้อ
- จ. รวมกลุ่มกันหรือสมยอมรู้เห็นในการตั้งราคาสินค้าที่ทำให้ได้กำไรมากที่สุด

19. ข้อใด ไม่ใช่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

- ก. ผู้ซื้อผู้ขายพบปะกัน
- ข. มีโอกาสในการซื้อไม่จำกัด
- ค. มีกิจกรรม ลด แลก แจก แถม
- ง. บริการจัดส่งสินค้าถึงที่อยู่อาศัย
- จ. ซื้อสินค้าได้ทุกชนิดตลอด 24 ชั่วโมง

20. ข้อใดคือ CRM

- ก. Customer Relationship Mobile ข. Customer Relationship Management
- ค. Cost Relationship Mobile ง. Customer Repair Management
- จ. Customer Reuse Mobile Management