

วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง

ข้อสอบวัดผลกลางภาคเรียน ชั้น/กลุ่มเรียน ปีการศึกษา.....

สาขาวิชา.....

วิชา 30202 – 2015 การจัดการร้านค้าสมัยใหม่ 10 คะแนน เวลา 20 นาที

ชื่อ-นามสกุล	เลขที่	ห้อง
--------------	--------	------

ตอนที่ 1 คำสั่ง จงเลือกข้อถูกที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดไม่สอดคล้องกับลักษณะของร้านค้าแบบดั้งเดิม
 - ก. เป็นร้านค้าขนาดเล็กและขนาดกลาง
 - ข. ให้ความสำคัญกับทำเลตั้ง
 - ค. ราคาขึ้นอยู่กับด้านภูมิศาสตร์
 - ง. ใช้เทคโนโลยีและหลักการบริหารจัดการสมัยใหม่
2. ผู้ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ตรงกับร้านค้าแบบใด
 - ก. ตัวแทนจำหน่ายย่อย
 - ข. ผู้ค้าส่งรายย่อย
 - ค. ร้านโชห่วย
 - ง. ร้านขายของชำ
3. ร้านค้าที่ขายสินค้ามากกว่า 100,000 รายการ ตั้งอยู่ใจกลางเมืองคือข้อใด
 - ก. ร้านสรรพอาหาร
 - ข. ซูเปอร์เซ็นเตอร์
 - ค. ร้านค้าส่ง
 - ง. ร้านสะดวกซื้อ
4. Lazada, Shopee, Grab จัดเป็นร้านค้าประเภทใด
 - ก. การขายตรง
 - ข. ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์
 - ค. ร้านค้าปลีกแบบแคตตาล็อก
 - ง. การขายทางโทรทัศน์
5. การนำเครื่องจักรอัตโนมัติมาตั้งตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นร้านค้าประเภทใด
 - ก. การขายตรง
 - ข. ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์
 - ค. ร้านค้าปลีกทางไปรษณีย์
 - ง. การขายด้วยเครื่องอัตโนมัติ

6. ร้านค้าสมัยใหม่ที่สร้างความสะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึง สะท้อนความสำคัญต่อใคร
- ก. ผู้ผลิตและคนกลาง
 - ข. ผู้บริโภคคนสุดท้าย
 - ค. ผู้ประกอบการรายใหม่
 - ง. เศรษฐกิจและสังคม
7. ร้านค้าสมัยใหม่ที่ใช้เงินลงทุนต่ำและมีโอกาสสร้างกำไรเร็ว สะท้อนความสำคัญต่อใคร
- ก. ผู้ผลิตและคนกลาง
 - ข. ผู้บริโภคคนสุดท้าย
 - ค. ผู้ประกอบการรายใหม่
 - ง. เศรษฐกิจและสังคม
8. ข้อใดไม่ใช่ร้านค้าสมัยใหม่ประเภทอาหาร
- ก. ร้านอาหาร
 - ข. ซูเปอร์เซ็นเตอร์
 - ค. ร้านค้าส่ง
 - ง. ร้านสะดวกซื้อ
9. ข้อใดเป็นกลุ่มร้านค้าสมัยใหม่ประเภทจำหน่ายสินค้าทั่วไป
- ก. ร้านอาหาร
 - ข. ซูเปอร์เซ็นเตอร์
 - ค. ร้านค้าส่ง
 - ง. ร้านสะดวกซื้อ
10. แพลตฟอร์ม Facebook, Twitter, TikTok จัดเป็นร้านค้าออนไลน์กับธุรกิจบนแพลตฟอร์มใด
- ก. แพลตฟอร์มการค้นหา
 - ข. แพลตฟอร์มการสื่อสาร
 - ค. แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์
 - ง. แพลตฟอร์มจับคู่
11. ข้อใดสอดคล้องกับความสำคัญของการตลาดดิจิทัลที่ว่า 'รวดเร็วเพียงการคลิก'
- ก. ความสะดวก
 - ข. การวัดผลได้ตลอดเวลา
 - ค. สร้างความผูกพันกับลูกค้า
 - ง. สร้างความตระหนักในตราสินค้า
12. พฤติกรรมการเข้าถึงแหล่งขายสินค้า การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย สอดคล้องกับพฤติกรรมดิจิทัลใด
- ก. พฤติกรรมการซื้อขาย
 - ข. พฤติกรรมการชำระสินค้า
 - ค. พฤติกรรมมีส่วนร่วม
 - ง. พฤติกรรมการบริโภค

13. ผังแบบกริด (Grid Layout) ของร้านค้าคือข้อใด
- ก. จัดชั้นวางสินค้าไม่สมมาตร
 - ข. วางสินค้าเป็นวงปิด
 - ค. วางสินค้าเล่นกับผนังโค้ง
 - ง. ชั้นวางสินค้าเป็นแถวยาวคู่ขนานกับทางเดิน
14. แผนผังแบบอิสระ (Free Form Layout) ของร้านค้าคือข้อใด
- ก. จัดชั้นสินค้าไม่สมมาตร
 - ข. วางสินค้าเป็นวงปิด
 - ค. ตกแต่งร้านเน้นความคิดสร้างสรรค์
 - ง. วางชั้นสินค้าแนวตรงมีป้ายบอก
15. ป้ายที่วางใกล้กับสินค้าเพื่อแนะนำลูกค้าคือข้อใด
- ก. ป้ายบอกที่ตั้ง
 - ข. ป้ายบอกกลุ่ม
 - ค. ป้ายแนะนำ ณ จุดขาย
 - ง. ป้ายโปรโมชั่น
16. การใช้บทเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศร้านค้าปลีกสอดคล้องกับการสร้างประสบการณ์ด้านใด
- ก. สี
 - ข. แสง
 - ค. ดนตรี
 - ง. กลิ่น
17. การดำเนินธุรกิจในแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง สอดคล้องกับปัจจัยใดในการกำหนดราคา
- ก. อุปสงค์
 - ข. ต้นทุน
 - ค. สภาพเศรษฐกิจ
 - ง. กฎหมายและจรรยาบรรณธุรกิจ
18. การตั้งราคาสินค้าใหม่สูงในช่วงแรกที่เข้าสู่ตลาดคือข้อใด
- ก. กำหนดราคาจุดคุ้มทุน
 - ข. การตั้งราคาแบบบวกกำไร
 - ค. การตั้งราคาแบบประเมินคุณค่า
 - ง. การตั้งราคาสูง (Skimming)
19. การจัดบรรยากาศภายในร้านค้าถือเป็นการสื่อสารกับผู้บริโภคแบบใด
- ก. สื่อสารไม่ใช้บุคคล มีค่าใช้จ่าย
 - ข. สื่อสารใช้บุคคล มีค่าใช้จ่าย
 - ค. สื่อสารไม่ใช้บุคคล ไม่มีค่าใช้จ่าย
 - ง. สื่อสารใช้บุคคล ไม่มีค่าใช้จ่าย

20. การกล่าวขอโทษลูกค้าอย่างจริงใจเมื่อบริการผิดพลาด สอดคล้องกับกลยุทธ์ใด

- ก. การกล่าวขอโทษ
- ข. การตอบรับข้อร้องเรียนเร็ว
- ค. การให้พนักงานตัดสินใจแก้ปัญหา
- ง. การชดเชยเป็นส่วนลด