

ข้อสอบนักวิชาการตลาด อสค. องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

1. นักการตลาดที่ดีต้องมีมุมมองต่อลูกค้าในลักษณะใดมากที่สุด

- ก. Customer behavior
- ข. Customer needs
- ค. Customer relations
- ง. Customer market

ตอบ ข.

2. ข้อใดกล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดโดยครอบคลุม

- ก. แผนการดำเนินงานทั้งหมดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- ข. การบริการธุรกิจโดยรวมของฝ่ายการตลาด
- ค. วิธีการและกระบวนการบริหารส่วนผสมทางการตลาด 4Ps
- ง. การตลาดแนวใหม่ Customer RelationshipMarketing

ตอบ ก.

3. ข้อใดไม่ใช่ Marketing Process

- ก. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด
- ข. การวิจัยและเลือกตลาดเป้าหมาย
- ค. การวิจัยและเลือกตลาดเป้าหมาย
- ง. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ตอบ ง.

4. ข้อใดไม่ใช่หลักเกณฑ์ของแนวความคิดทางการตลาด

- ก. แผนการตลาด
- ข. ยอดขาย
- ค. กำไร
- ง. ลูกค้า

ตอบ ก.

5. ข้อใดเป็นแนวความคิดการตลาดสมัยเก่า

- ก. แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์
- ข. แนวความคิดมุ่งการขาย
- ค. แนวความคิดมุ่งการผลิต
- ง. แนวความคิดมุ่งการตลาดและสังคม

ตอบ ค.

6. ข้อใดเป็นแนวความคิดการตลาดสมัยใหม่

- ก. แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์
- ข. แนวความคิดมุ่งการผลิต
- ค. แนวความคิดมุ่งการตลาดและสังคม
- ง. แนวความคิดมุ่งการขาย

ตอบ ค.

7. ข้อใดไม่ใช่สิ่งแวดล้อม มหภาค Macro -environment

- ก. การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- ข. สภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่แตก
- ค. การเปลี่ยนแปลงอัตราการขายของ Supplier
- ง. อัตราการจ้างกำลังคน

ตอบ ง.

8. ส่วนผสมทางการตลาดมุ่งเน้นข้อใดเป็นสำคัญ

- ก. ลูกค้ำ
- ข. ความพึงพอใจ
- ค. การตอบสนอง
- ง. ยอดขายและกำไร

ตอบ ก.

9. ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับตลาดเป้าหมาย

- ก. Segmentations
- ข. MarketingAnalysis
- ค. Maximize Profit
- ง. PositioningProduct

ตอบ ค.

10. ข้อใดกล่าวถึง Mass Market ได้ถูกต้องที่สุด

- ก. ตลาดที่เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายรูปแบบ
- ข. เป็นแนวความคิดที่เน้นด้านการผลิต
- ค. ตลาดที่ต้องค้นหาความต้องการของผู้บริโภคเป็นรายบุคคล
- ง. ตลาดที่มุ่งการจัดส่วนผสมทางการตลาด

ตอบ ข.

11. ข้อใดเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

- ก. สินค้ามีคุณภาพ
- ข. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น
- ค. สินค้าปรับเปลี่ยนทัศนคติผู้บริโภคได้
- ง. สินค้าราคาถูกสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า

ตอบ ค.

12. ก่อนการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด ต้องทราบผลิตภัณฑ์ของตนเองก่อนยกเว้นข้อใด

- ก. รูปแบบของการส่งเสริมการตลาด
- ข. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
- ค. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ผลิตภัณฑ์
- ง. หาข้อมูลสินค้า

ตอบ ข.

13. ข้อใดคือหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

- ก. 5W 1H
- ข. Customer Relation Marketing
- ค. Information, Black Box
- ง. Customer Motivation

ตอบ ก.

14. องค์ประกอบใดของกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความคาดหวัง

- ก. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
- ข. รูปแบบของผลิตภัณฑ์
- ค. คุณสมบัติแฝงของผลิตภัณฑ์
- ง. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ตอบ ค.

15. ข้อใดกล่าวถึงกลยุทธ์ MixStrategy ได้ถูกต้องที่สุด

- ก. การนำสินค้าออกแสดงหน้าร้าน
- ข. การจัดการสาธิตสินค้าภายในร้าน
- ค. การลด แลก แจก แถม
- ง. การใช้กลยุทธ์ Push Strategy และ Pull Strategy ร่วมกัน

ตอบ ง.

16. ข้อใดหมายถึงกลยุทธ์

- ก. การแบ่งตลาดที่มีการแข่งขันออกจากกัน
- ข. วิธีการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย
- ค. การสร้างความแตกต่างที่ต้องอาศัยหลักทางจิตวิทยา
- ง. การทำกำไรให้สูงสุดได้โดยการพยายามลดต้นทุนการผลิต

ตอบ ข.

17. ข้อใดเป็นขั้นตอนแรกของการจัดทำกลยุทธ์

- ก. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
- ข. การจัดวางทิศทางขององค์การ
- ค. การกำหนดกลยุทธ์
- ง. การปฏิบัติงานตามกลยุทธ์

ตอบ ก.

18. ข้อใดไม่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

- ก. กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ข. กลยุทธ์เกี่ยวกับราคา
- ค. กลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย
- ง. กลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

ตอบ ค.

19. ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์

- ก. การวิเคราะห์พฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย
- ข. การเลือกตลาดเป้าหมาย
- ค. การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด
- ง. การตรวจสอบกิจกรรม และผลการปฏิบัติงาน

ตอบ ง.

20. ข้อใดหมายถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

- ก. การแสดงให้เห็นทิศทางการดำเนินงานโดยรวม
- ข. งานที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรเป็นผู้กำหนดแนวทางในการทำงาน
- ค. แนวทางกว้างๆ ที่กำหนดขึ้นเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ
- ง. ความมุ่งหมายหรือเหตุผลที่องค์กรได้จัดตั้งขึ้น

ตอบ ข.

21. ข้อใดเป็นกลยุทธ์แบบผลึก

- ก. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ข. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลางพร้อมพนักงานขาย
- ค. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลาง และบริโภคนก่อนสุดท้าย
- ง. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้ผลิต

ตอบ ข.

22. ข้อใดเป็นกลยุทธ์แบบดิ่ง

- ก. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ข. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลางพร้อมพนักงานขาย
- ค. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลาง และผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ง. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้ผลิต

ตอบ ก.

23. ข้อใดเป็นกลยุทธ์แบบผสม

- ก. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ข. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลางพร้อมพนักงานขาย
- ค. มุ่งส่งเสริมไปยังคนกลาง และผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ง. มุ่งส่งเสริมไปยังผู้ผลิต

ตอบ ค.

24. การกำหนดราคาคือข้อใดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานด้านการตลาด

- ก. การกำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนและบวกกำไรที่ต้องการ
- ข. การกำหนดราคาเดียวกันในทุกประเทศ
- ค. การกำหนดราคาโดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน
- ง. การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์

ตอบ ง.

25. ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด

- ก. กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ข. กลยุทธ์เกี่ยวกับราคา
- ค. กลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย
- ง. กลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

ตอบ ค.

26. วิจัยตลาดหมายถึงอะไร

- ก. กระบวนการในการแสวงหาความรู้ที่เชื่อถือได้ โดยใช้วิธีการที่เชื่อถือได้
- ข. การวางแผน การรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องตรงประเด็นในการตัดสินใจทางการตลาด
- ค. การจัดเตรียมข้อมูลทางการตลาด และการจัดเตรียมทำรายงาน
- ง. การออกแบบการวิจัยตลาดในเรื่องการกำหนดแหล่งของข้อมูล

ตอบ ข.

27. ข้อใดที่แสดงว่าการวิจัยตลาดเป็นกระบวนการ

- ก. มีการกำหนดปัญหา
- ข. มีการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล
- ค. มีการสรุปผลเพื่อหาทางแก้ไขปัญหา
- ง. ถูกทุกข้อ

ตอบ ง.

28. ข้อใดเป็นกระบวนการในการแสวงหาความรู้ที่เชื่อถือได้

- ก. การวิจัย
- ข. การทดลอง
- ค. การคำนวณ
- ง. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอบ ก.

29. การเสนอสินค้าใหม่ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ก่อนจำหน่ายจริงเป็นการวิจัยประเภทใด

- ก. การสำรวจ
- ข. การสังเกตการณ์
- ค. การทดสอบตลาด
- ง. การหาสาเหตุ

ตอบ ค.

30. ข้อใดเป็นการกำหนดขอบเขตของการวิจัยตลาด

- ก. การตั้งสมมติฐานทางการวิจัย
- ข. การกำหนดประชากรที่ต้องการศึกษา
- ค. การกำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา
- ง. ข้อ ข. และข้อ ค. ถูกต้อง

ตอบ ง.

31. ข้อใดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเลือกเครื่องมือการวิจัย

ก. ตัวแปรที่ศึกษา

ข. งบประมาณ

ค. สมมติฐานทางการวิจัย

ง. ผลของการวิจัย

ตอบ ก.

ขอขอบคุณ : แนวข้อสอบราชการไทย.com