

**แบบประเมินผลหลังการเรียนรู้
เฉลยและแนวตอบกิจกรรมการเรียนรู้**

แบบประเมินผลหลังการเรียน

ส่วนที่ 1 ปรนัย จงพิจารณาเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. ถ้ากิจการตัดสินใจลดราคาผลิตภัณฑ์ลง จะเกิดผลอย่างไร
 - ก. สามารถดึงดูดลูกค้าที่มีความไวต่อราคา
 - ข. คู่แข่งอาจมีปฏิกิริยาตอบโต้ด้วยการลดราคา
 - ค. ยอดขายคุ่มทุนจะเพิ่มขึ้น
 - ง. ถูกทุกข้อ
2. ข้อใดเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภคน้อยที่สุด
 - ก. การลดลงของต้นทุนการผลิต
 - ข. การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมและรายได้ของผู้บริโภค
 - ค. ความไวต่อราคาและการคาดคะเนราคาในอนาคต
 - ง. โปรแกรมการส่งเสริมการขายของกิจการ
3. สินค้าในข้อใดที่ไม่เหมาะสมกับการใช้วิธีการลดราคา
 - ก. สินค้าที่กำลังอยู่ในระยะเจริญเติบโต ที่เริ่มมีคู่แข่งขึ้น
 - ข. สินค้าระยะแนะนำ ที่ต้องการเจาะตลาดอย่างรวดเร็ว
 - ค. สินค้าที่ผู้ซื้อมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง
 - ง. สินค้าที่ผู้ซื้อมีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อย
4. ลักษณะดีมานด์ที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ เกิดขึ้นในกรณีใด
 - ก. ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อตรา
 - ข. ลูกค้าเป็นชนชั้นสูง
 - ค. สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
 - ง. ถูกทุกข้อ
5. ลักษณะดีมานด์ที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง เกิดขึ้นในกรณีใด
 - ก. เป็นสินค้าในตลาดผูกขาด
 - ข. หาสินค้าทดแทนได้ง่าย
 - ค. ลูกค้ามีฐานะทางเศรษฐกิจดี
 - ง. กิจการมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดี
6. ข้อใดคือปัจจัยสำคัญที่กำหนดความไวต่อราคาของผู้ซื้อ
 - ก. การตระหนักถึงสินค้าทดแทน
 - ข. รายได้และความภักดีต่อตรา

- ค. ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ง. ถูกทุกข้อ
7. ข้อใดที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาเชิงจิตวิทยามากที่สุด
- ก. การกำหนดราคาแบบปรับตาม
 ข. การกำหนดราคาเพื่อเจาะตลาด
 ค. การกำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย
 ง. การกำหนดราคาสายผลิตภัณฑ์
8. ตลาดลักษณะใดซึ่งมักมีการกำหนดราคาแบบร่วมมือ และ ใช้การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา
- ก. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ข. ตลาดผู้ขายน้อยราย
 ค. ตลาดผูกขาด ง. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
9. ตลาดลักษณะใดซึ่งมีการใช้กลยุทธ์แนวระดับราคา (Price lining) เพื่อแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
- ก. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ข. ตลาดผูกขาด
 ค. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ง. ตลาดผู้ขายน้อยราย
10. ตลาดสินค้าเกษตรกรรมข้อใดที่ราคาถูกกำหนดจากความต้องการซื้อและการเสนอขายในตลาด
- ก. ข้าวเปลือก ข. อ้อย
 ค. ยาสสูบ ง. ถูกทุกข้อ
11. ในกรณีใดที่เราควรกำหนดราคาเท่าคู่แข่ง
- ก. ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะแตกต่างกัน
 ข. มีวัตถุประสงค์ด้านผลตอบแทนตามเป้าหมาย
 ค. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับกันทั่วไป
 ง. ต้องการดำเนินกลยุทธ์ราคาแบบเป็นกลาง
12. เหตุผลในข้อใด สนับสนุนกลยุทธ์ราคาต่ำกว่าคู่แข่งอย่างเด่นชัด
- ก. ผลิตภัณฑ์มีความเป็นมาตรฐานใกล้เคียงกัน
 ข. มีวัตถุประสงค์ขยายส่วนครองตลาดอย่างรวดเร็ว
 ค. ต้องการเปลี่ยนแปลงราคาอ้างอิงในใจผู้บริโภค

17. ค่าต่อไปนี้เป็นข้อใดมิใช่ "ราคา" ของผลิตภัณฑ์
- ก. ค่าหน่วยกิต
 - ข. ค่าตอบแทน
 - ค. ค่าเสียโอกาส
 - ง. ดอกเบี้ย
18. ข้อใดคือบทบาทของราคาต่อผู้บริโภค
- ก. มีส่วนกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
 - ข. ยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิต
 - ค. กำหนดรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภค
 - ง. กำหนดความไวต่อราคาของผู้บริโภค
19. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาข้อใดนำไปสู่การกำหนดราคาต่ำ
- ก. การกำหนดราคาเพื่อขยายส่วนครองตลาด
 - ข. การกำหนดราคาเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน
 - ค. การกำหนดราคาเพื่อตอบสนองคู่แข่งรายย่อย
 - ง. ถูกทุกข้อ
20. ข้อใดคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาขึ้นแก่การตลาดสามารถควบคุมได้
- ก. ความต้องการซื้อ ต้นทุน
 - ข. ต้นทุน ผลิตภัณฑ์
 - ค. ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย
 - ง. วัตถุประสงค์ขององค์การและความต้องการซื้อ
21. ข้อใดควรจะเป็นขั้นตอนแรกในการตัดสินใจด้านราคา
- ก. กำหนดนโยบายราคา
 - ข. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
 - ค. กำหนดโครงสร้างราคา
 - ง. กำหนดกลยุทธ์ราคา
22. ผู้ผลิตมีต้นทุนสินค้าชนิดหนึ่งเท่ากับ 54 บาท การจำหน่ายจะผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก ถ้าอัตรากำไรแบบลูกใช้เป็น 10%, 20%, 40% ราคาขายปลีกของสินค้านี้เท่ากับเท่าใด
- ก. 100 บาท
 - ข. 120 บาท
 - ค. 125 บาท
 - ง. ไม่มีข้อถูก

33. ข้อใดไม่ถูกต้อง
- โดยทั่วไปราคาสินค้ามีแนวโน้มลดลงในระยะเจริญเติบโตและถดถอย
 - การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในแต่ละระดับราคาทำให้ทราบได้ชัดเจนว่าระดับราคาเท่าใดให้ผลกำไรดีที่สุด
 - การโฆษณามีส่วนช่วยเพิ่มความไวต่อราคาของผู้ซื้อ ในผลิตภัณฑ์ทุกประเภท
 - การโฆษณาจะช่วยลดระดับความไวต่อราคาของผู้ซื้อ ในกรณีของผลิตภัณฑ์ราคาสูง คุณภาพและชื่อเสียงดี
34. ข้อใดมิได้แสดงถึงการให้ราคาเป็นเครื่องมือบริหารช่องทางการตลาด
- ใช้นโยบายส่วนลด เพื่อจูงใจคนกลาง
 - กำหนดราคาขายขั้นต่ำ เพื่อขจัดปัญหาการตัดราคาของผู้จำหน่าย
 - กำหนดเพดานราคาขายปลีก
 - การให้ส่วนลดพิเศษเพื่อจูงใจพนักงานขายของบริษัท
35. ส่วนลดแบบใด ช่วยสร้างแรงจูงใจอุปถัมภ์ร้านค้า จากลูกค้าของกิจการ ได้ดีที่สุด
- ส่วนลดปริมาณแบบไม่สะสม
 - ส่วนลดปริมาณแบบสะสม
 - ส่วนลดการค้า
 - ส่วนลดเงินสด
36. กิจการที่ความต้องการซื้อไม่แน่นอน ผันผวนขึ้นลง ควรใช้ส่วนลดแบบใด
- ส่วนยอมให้
 - ส่วนลดเงินสด
 - ส่วนลดตามฤดูกาล
 - ส่วนลดปริมาณ
37. ข้อใดไม่ถูกต้อง
- ราคา F.O.B. คือราคาไม่รวมค่าขนส่ง
 - ตัวอย่างของราคาขายหลายเขตคือราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง
 - การตั้งราคาจากจุดฐานนั้น ราคา = ต้นทุนสินค้า + ค่าขนส่งจริง
 - ค่าขนส่งมี เกิดขึ้นในกรณีของการตั้งราคาขายเขตเดียว
38. ข้อใดไม่ถือเป็นมาตรการทางกฎหมายที่กรมการค้าภายใน ปฏิบัติในการควบคุมราคาสินค้าที่อยู่ในรายการสินค้าควบคุม
- การให้ผู้จำหน่ายแสดงราคาขายปลีก

ง. กรณีสินค้าชนิดเดียวสามารถวิเคราะห์จุดคุ้มทุนได้ทั้งวิธีสูตรคำนวณและวิธีกราฟ

49. จากข้อมูลต่อไปนี้

ราคาขายต่อหน่วย	เท่ากับ	20 บาท
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	เท่ากับ	10 บาท
ต้นทุนคงที่รวม	เท่ากับ	40,000 บาท

ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน และค่าอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (CM Ratio) ของสินค้านี้เท่ากับเท่าใด

- ก. 4,000 หน่วย , 2 ข. 4,000 หน่วย, 0.5
ค. 6,000 หน่วย, 2 ง. 6,000 หน่วย, 0.5

50. ข้อใดไม่ถูกต้อง

- ก. การให้ส่วนลดการค้ามีความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมมากกว่าสินค้าเกษตรกรรม
ข. สินค้าอุตสาหกรรมมีการจำหน่ายแบบให้เข้ามากกว่าสินค้าบริโภค
ค. ราคาสินค้าบริโภคมีความซับซ้อนมากกว่าราคาสินค้าอุตสาหกรรม
ง. ในสินค้าอุตสาหกรรมมีผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อและการตัดสินใจมีเหตุผลมากกว่าสินค้าบริโภค

ส่วนที่ 2 อัดนัย จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ถ้าท่านเป็นผู้รับผิดชอบการตัดสินใจด้านราคาในบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายหนึ่ง ที่จำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลางคือผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก อยากรทราบว่าในการตัดสินใจกำหนดราคาของท่านนั้น ท่านจะคำนึงถึงปัจจัยใดบ้าง จงอธิบาย
2. จากข้อมูลของกิจการแห่งหนึ่งซึ่งผลิตสินค้า 5 รุ่น คือ Model A,B,C,D และ E ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย, ราคาขายต่อหน่วย และปริมาณการขายของสินค้าแต่ละรายการ รวมทั้งต้นทุนคงที่แสดงในตารางต่อไปนี้

Model

	A	B	C	D	E
ราคา/หน่วย	20	22.5	25	30	35
ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC)	14	15	16	18	20
ปริมาณการขาย (Q)	15,000	20,000	40,000	30,000	20,000

ต้นทุนคงที่ (TFC) = 100,000

จงคำนวณ

- (1) อัตรากำไรส่วนเพิ่มถ่วงน้ำหนัก (Weight CM)
- (2) ยอดขายคุ้มทุน (BES)
- (3) ถ้าจำนวนขายเปลี่ยนไปเป็น A = 40,000 หน่วย, B = 40,000 หน่วย, C = 10,000 หน่วย, D = 20,000 หน่วย และ E = 15,000 หน่วย

จงหาอัตรากำไรส่วนเพิ่มรวมและยอดขายคุ้มทุนใหม่

3. ถ้าท่านเป็นผู้จัดการผลิตภัณฑ์ รับผิดชอบดูแลผลิตภัณฑ์จาวนรับสัญญาณดาวเทียมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ได้วางระบบการจัดจำหน่ายแบบขายตรง โดยพนักงานขายของบริษัทผู้จำหน่าย ถ้าต้นทุนสินค้า (รวมภาษีและค่าขนส่งถึงคลังสินค้าของบริษัท) เป็นดังนี้

รุ่นเล็ก ขนาดจาวน 4 ฟุต ต้นทุน 6,000 บาท

รุ่นกลางขนาดจาวน 6 ฟุต ต้นทุน 9,000 บาท

รุ่นใหญ่ ขนาดจาวน 8 ฟุต ต้นทุน 12,000 บาท

จงอธิบายถึง

- (1) ท่านจะมีขั้นตอนการกำหนดราคาสินค้าได้อย่างไร
- (2) กลยุทธ์ราคาที่ท่านจะใช้ในการจำหน่ายสินค้านี้
- (3) โครงสร้างราคาของสินค้านี้