

แบบประเมินผลก่อนการเรียน

ส่วนที่ 1 ปรนัย : จงพิจารณาเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. คำต่อไปนี้ ข้อใดไม่ใช่ "ราคา" ของสินค้าหรือบริการ
 - ก. ค่าเช่า
 - ข. ค่าหน่วยกิต
 - ค. ค่าเสียโอกาส
 - ง. ค่าบริการ
2. ข้อใดคือบทบาทของราคาต่อองค์การธุรกิจ
 - ก. เป็นสิ่งกำหนดรายได้ที่แท้จริงของผู้ซื้อ
 - ข. มีผลต่อความอยู่รอด รายได้และผลกำไร
 - ค. กำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
 - ง. ผลต่อการแข่งขันด้านราคาและการจัดสรรทรัพยากร
3. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาข้อใดที่นำไปสู่การกำหนดราคาสูง
 - ก. กำหนดราคาเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน
 - ข. กำหนดราคาเพื่อเพิ่มส่วนครองตลาด
 - ค. กำหนดราคาเพื่อปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณที่ดี
 - ง. กำหนดราคาเพื่อผลตอบแทนจากการลงทุนตามเป้าหมาย
4. ข้อใดคือปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดราคา
 - ก. วัตถุประสงค์ ลูกค้า ต้นทุน ความต้องการซื้อ
 - ข. คู่แข่งขัน ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ ต้นทุน
 - ค. ภาวะเศรษฐกิจ จรรยาบรรณ ลูกค้า ความต้องการซื้อ
 - ง. กฎหมาย ต้นทุน ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน
5. ยุทธวิธีข้อใด ควรใช้ในกรณีที่ต้องการขึ้นราคาสินค้า แต่ไม่สามารถกระทำได้
 - ก. ลดปริมาณสินค้าลงบ้างและไม่ให้ผู้ซื้อสังเกตเห็นถึงความเปลี่ยนแปลง
 - ข. ลดการให้บริการประกอบและการบรรจุหีบห่อ
 - ค. แยกราคาสินค้าออกจากบริการและอุปกรณ์ประกอบ
 - ง. ถูกทุกข้อ

17. ข้อใดเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาเชิงจิตวิทยาน้อยที่สุด
- ก. การตั้งราคาเพื่อแสดงเกียรติภูมิ ข. การตั้งราคาแบบบวกเพิ่ม
 ค. การตั้งราคาเชิงระดับ ง. การตั้งราคาล่อใจ
- คำตอบต่อไปนี้ใช้ตอบคำถามข้อ 18-20
- ก. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
 ข. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
 ค. ตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีผลิตภัณฑ์เหมือนกัน
 ง. ตลาดผูกขาด
18. ตลาดในข้อใดซึ่งมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์หลายระดับ (Price Lining) ตามความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคู่แข่งชั้นมาก แต่สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้
19. ตลาดใดซึ่งบริษัทต่าง ๆ มักเสนอราคาใกล้เคียงกันแต่สร้างความแตกต่างโดยการบริการ, ชื่อเสียง, ภาพพจน์ และการส่งเสริมการตลาดแทนการแข่งขันด้านราคา
20. ตลาดที่ไม่มีผู้ขาย รายใดมีอิทธิพลเหนือราคาสินค้า ราคาจะถูกกำหนดจากความต้องการซื้อ และการเสนอขายในตลาดคือข้อใด
21. การกำหนดราคาเท่ากับคู่แข่ง ควรใช้เมื่อใด
- ก. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับกันดี
 ข. ผลิตภัณฑ์มีลักษณะแตกต่างกันอย่างเด่นชัด
 ค. ผลิตภัณฑ์ที่เด่นเหนือคู่แข่งชั้น
 ง. มีวัตถุประสงค์เจาะตลาดอย่างรวดเร็ว
22. การกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งควรใช้เมื่อใด
- ก. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทดีกว่าคู่แข่ง ข. กลุ่มเป้าหมายมีความไวต่อราคา
 ค. มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย ง. ถูกทุกข้อ
23. สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยู่ในช่วงได้รับคุ้มครองสิทธิผลิตจำหน่ายตามกฎหมายและหาสินค้าทดแทนยาก ควรกำหนดราคาแบบใด
- ก. ตั้งราคาเพื่อเผชิญกับการแข่งขัน

- ข. ตั้งราคาสูงเพื่อตัดวงกำไร
- ค. ตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งชั้นเพื่อนำสู่ตลาด
- ง. ตั้งราคาเท่ากับคู่แข่งชั้นเพื่อรักษาระดับราคาในตลาด

จากข้อมูลต่อไปนี้ ใช้ตอบคำถามข้อ 24-25

(หน่วยพันบาท)

ราคาประมูล	95	100	105	110	115	120	125	130	135	140
ความน่าจะเป็นในการชนะประมูล	1.0	.9	.8	.7	.6	.5	.4	.3	.2	.1

ต้นทุนเท่ากับ 100,000 บาท

24. ราคาประมูลที่เหมาะสมที่สุดคือทำให้ได้รับกำไรส่วนเพิ่มคาดหวังสูงสุด คือราคาใด
- ก. 115,000 บาท
 - ข. 130,000 บาท
 - ค. 120,000 บาท
 - ง. ไม่มีคำตอบที่ถูกต้อง
25. ถ้าบริษัทต้องการได้รับโอกาสในการชนะประมูลไม่น้อยกว่า 60% ควรเสนอราคาประมูลเท่าใด
- ก. 105,000 บาท
 - ข. 110,000 บาท
 - ค. 115,000 บาท
 - ง. 120,000 บาท
26. ราคาเจาะตลาดควรใช้ในกรณีใด
- ก. ผลิตภัณฑ์มีความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อราคาน้อย
 - ข. ผู้บริโภครับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์สูง
 - ค. มีสินค้าทดแทนมากและหาได้ง่าย
 - ง. ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษ และเป็นสินค้าเจาะจงซื้อ

- ข. ค่า CM ratio จะน้อยลง
 - ค. จุดคุ้มทุนจะเปลี่ยนแปลงไปจากกรณีไม่กำหนดกำไรตามเป้าหมายไว้
 - ง. ค่า CM ratio ไม่เปลี่ยนแปลง
38. ผู้บริโภครับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพ, คุณสมบัติ, ความสำคัญ, ประโยชน์ใช้สอย แล้วทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์นั้น (ราคาของผลิตภัณฑ์) หมายถึงข้อใด
- ก. ความไวต่อราคาของผู้ซื้อ
 - ข. ความคำนึงถึงราคา
 - ค. การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์
 - ง. การรับรู้ด้านราคา
39. การรับรู้ด้านความแตกต่างของราคา การใช้ตัวเลขดี รวมทั้งการใช้ตัวเลขแสดงการเปลี่ยนแปลงราคาที่เหมาะสม จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงราคาดังกล่าว สูงหรือต่ำกว่าความเป็นจริงได้ หมายถึงข้อใด
- ก. การนำหลักจิตวิทยาด้านการรับรู้ต่อราคาของผู้ซื้อมาใช้ประโยชน์
 - ข. กลยุทธ์การกำหนดราคาตามความต้องการของผู้ซื้อ
 - ค. การประเมินความไวต่อราคาของผู้ซื้อ
 - ง. ถูกทุกข้อ
40. ข้อใดคือขั้นตอนแรกในการพิจารณาประเมินราคา
- ก. การวิเคราะห์ก่อนรวมประมวล
 - ข. การคาดคะเนต้นทุน
 - ค. การคาดคะเนความน่าจะเป็นในการชนะประมูล
 - ง. การพิจารณาราคาประมูลที่เหมาะสม
41. ข้อใดมีความสัมพันธ์กับการกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด
- ก. ความยากง่ายและความเร็วของคู่แข่งในการผลิตสินค้าทดแทน
 - ข. ผลตอบแทนของกิจการตลอดระยะวงจรกิจวัตร
 - ค. ต้นทุนส่วนเพิ่มและต้นทุนในอนาคต
 - ง. ขนาดและขอบเขตของการดำเนินงานของกิจการ

- ง. ถูกทุกข้อ
47. ข้อใดแสดงถึงนโยบายราคาสินค้าเกษตรกรรมของรัฐบาล
- การประกันราคาราคาพืชผล
 - การควบคุมการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรบางชนิด
 - การรับจำนำสินค้าเกษตรกรรม
 - ถูกทุกข้อ
48. กลยุทธ์ราคาข้อใดคือการกำหนดราคาดมุงที่การแข่งขัน
- กลยุทธ์ราคา ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
 - กลยุทธ์ราคา เพื่อให้ได้รับผลกำไรสูงสุด
 - กลยุทธ์ราคาแบบปรับตามผู้นำตลาด
 - กลยุทธ์ราคาแสดงเกียรติภูมิ
49. ข้อใดไม่จัดเป็นสินค้าควบคุม ตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ในปัจจุบัน
- | | |
|--------------|------------------|
| ก. น้ำมันพืช | ข. รถจักรยานยนต์ |
| ค. ข้าวสาร | ง. เหล็กเส้น |
50. ข้อใดไม่ถูกต้อง
- โดยทั่วไป ราคาสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อสินค้าเข้าสู่ระยะเจริญเติบโต
 - สามารถใช้การโฆษณาในการเพิ่มหรือลดระดับความไวต่อราคาของผู้ซื้อ
 - สามารถใช้นโยบายราคาในการบริหารช่องทางการตลาด
 - ส่วนลดปริมาณมีส่วนสร้างแรงจูงใจอุปถัมภ์ร้านค้า

ส่วนที่ 2 อัดนัย จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ถ้าท่านเป็นผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product manager) รับผิดชอบดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องฟอกอากาศบริสุทธิ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ท่านมีหน้าที่ต้องกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เพื่อจำหน่ายในท้องตลาดโดยระบบการจัดจำหน่ายจะผ่านตัวแทนจำหน่ายและใช้พนักงานขายแนะนำสินค้าโดยตรงถึงผู้ซื้อ ทำการโฆษณาโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีรายการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย อยากทราบว่า ในการจะตัดสินใจด้านราคาผลิตภัณฑ์นี้ ปัจจัยใดบ้างที่เข้ามามีอิทธิพลเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของท่าน จงอธิบายยกตัวอย่างประกอบรวมทั้งชี้ให้

เห็นถึงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้นที่มีผลต่อการวางแผนด้านราคาผลิตภัณฑ์

2. จงอธิบายถึง "กลยุทธ์การกำหนดราคา" ตามความรู้ความเข้าใจของท่านว่ามีอยู่กี่แบบ อะไรบ้าง แต่ละแบบมีหลักการหรือแนวคิดพื้นฐานอย่างไร จงอธิบายโดยสรุป รวมทั้งแสดงความคิดเห็นของท่านว่าหากท่านเป็นผู้ที่ต้องตัดสินใจด้านราคาให้กับผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง ชนิดใด ท่านจะเลือกใช้กลยุทธ์ราคาแบบใด เพราะเหตุใด (ท่านอาจสมมติผลิตภัณฑ์หนึ่งใดขึ้นมาใช้ประกอบการอธิบายหรืออธิบายในหลักการทั่วไปก็ได้)
3. - ถ้ามีผู้กล่าวว่า "การกำหนดราคาสินค้าเป็นเรื่องง่ายมาก ไม่ต้องใช้ความรู้หรือทฤษฎีอะไร มาก เพียงแต่ท่านรู้ว่า ต้นทุนสินค้านี้เป็นอย่างไร และรู้อัตรากำไรที่ต้องการก็สามารถกำหนดราคาได้" ท่านเห็นด้วยกับคำกล่าวนี้หรือไม่ เพราะเหตุใด
4. บริษัทผลิตและจำหน่ายครกไฟฟ้า ยี่ห้อหนึ่ง มีข้อมูลด้านต้นทุนกำไรส่วนเพิ่มและสัดส่วนการขายดังนี้

มีครกไฟฟ้าอยู่ 3 แบบ คือ รุ่นซูเปอร์บิก, รุ่นกลางสวารพัดประโยชน์ และรุ่นจิ๋วจอมพลัง ซึ่งแต่ละรุ่นได้รับความนิยมจากผู้ซื้อเท่า ๆ กัน ทำให้ปริมาณครกไฟฟ้าแต่ละแบบขายได้เท่ากัน แต่อัตรากำไรส่วนเพิ่มของครกไฟฟ้า 3 แบบนี้แตกต่างกัน คือ รุ่นซูเปอร์บิก มีกำไรส่วนเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับ 500 บาท รุ่นกลางมีกำไรส่วนเพิ่มต่อหน่วยเท่ากับ 350 บาท และรุ่นจิ๋วจอมพลังได้กำไรส่วนเพิ่ม 150 บาทต่อหน่วย ถ้าบริษัทมีต้นทุนคงที่เท่ากับ 100,000 บาท อยากทราบว่าบริษัทจะต้องจำหน่ายครกไฟฟ้าทั้ง 3 แบบ เป็นจำนวนกี่เครื่องจึงจะคุ้มทุน และรายรับจากการขาย ณ จุดคุ้มทุนเป็นเท่าใด ถ้าสินค้าทั้ง 3 มีต้นทุนผันแปรต่อหน่วยเท่ากับ 1,000 บาท 650 บาท และ 350 บาท ตามลำดับ (จงแสดงการคำนวณให้เห็นด้วย)