

- การแบ่งส่วนการตลาด ช่วยให้สามารถวางกลยุทธ์การตลาดได้อย่างไร
 - สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
 - เปรียบเทียบหาข้อแตกต่างสินค้าของกิจการกับคู่แข่ง
 - สามารถใช้เงินทุนทางการตลาดได้อย่างประหยัด
 - ลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ของกิจการ
 - สามารถกำหนดส่วนประสมทางการตลาดได้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย=
- “ช่วงเทศกาลกินเจ ชาวไทยและชาวจีนในประเทศไทยจะบริโภคผัก ผลไม้มากขึ้นกว่าช่วงเวลาอื่นๆ” ข้อใดเป็นตัวแปรที่มีผลสัมพันธ์กับข้อความดังกล่าวมากที่สุด
 - อัตราการใช้สินค้า=
 - ปัจจัยการตลาด
 - ช่วงวัยของผู้บริโภค
 - ความภักดีต่อตราสินค้า
 - ค่านิยมในการบริโภค
- ตัวแปรเชิงภูมิศาสตร์ที่นำมาใช้แบ่งส่วนตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ควรเป็นข้อใด
 - สถานภาพครอบครัว
 - เขตภูมิอากาศ=
 - อาชีพของลูกค้า
 - ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่
 - เขตเมือง เขตนอกเมือง
- การตลาดเป้าหมาย เป็นที่นิยมในการจัดการการตลาดเพราะอะไร
 - ไม่ต้องวิจัยหาความต้องการของลูกค้า
 - ไม่ต้องวางแผนการตลาดก็ขายสินค้าได้มาก
 - ลูกค้าพอใจที่จะมาหาซื้อสินค้าจากนักการตลาด
 - ตลาดได้ผ่านการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดมาได้ชัดเจน=
 - คู่แข่งไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายของกิจการ
- “บริษัทได้ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายสตรีทุกประเภท ทั้งชุดชั้นใน ชุดนอน ชุดทำงาน ชุดลำลอง” จัดเป็นกลยุทธ์การครอบคลุมตลาดแบบใด
 - มุ่งตลาดเฉพาะส่วน / เฉพาะตลาด =
 - มุ่งตลาดผลิตภัณฑ์แตกต่าง
 - เลือกสรรผลิตภัณฑ์
 - ครอบคลุมตลาดทั้งหมด
 - ตลาดมวลชน
- “ผู้มาเยือนในระบบออนไลน์ ได้สร้างข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า รวมกลุ่มบนผลประโยชน์บน อินเทอร์เน็ตเพื่อแบ่งปันข่าวสาร ประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการซื้อ” เป็นวิธีการที่เรียกว่าอะไร
 - B2C
 - C2B
 - C2C=
 - B2B
 - E-commerce
- “การจัดแบ่งกลุ่มผู้ซื้อในตลาดออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามเกณฑ์ของตัวแปรให้เหมาะสมกับตลาดนั้น” ตลาดดังกล่าวเรียกว่าอะไร
 - การตลาดรวม (Mass Marketing)
 - ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
 - ตลาดเป้าหมาย (Target Market)
 - การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)=
 - การตลาดผลิตภัณฑ์แตกต่าง (Product Differentiate)
- นักการตลาดได้เลือกตลาดใดตลาดหนึ่งเพื่อจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดนั้น ตลาดดังกล่าวเรียกว่าอะไร
 - การตลาดรวม (Mass Marketing)
 - ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
 - ตลาดเป้าหมาย (Target Market)=
 - การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)
 - การตลาดผลิตภัณฑ์แตกต่าง (Product Differentiate)
- “เมื่อนักการตลาดได้ตลาดเป้าหมายมาแล้ว นักการตลาดจะ**ปฏิบัติกิจกรรมใด** เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายนั้น” เป็นลักษณะของอะไร
 - การตลาดรวม (Mass Marketing)
 - ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) =
 - ตลาดเป้าหมาย (Target Market)
 - การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)

- E. การตลาดผลิตภัณฑ์แตกต่าง (Product Differentiate)
10. “บริษัทโคคาโคลา สมัยก่อนได้นำเสนอน้ำอัดลมสีดำ ภายใต้ชื่อ โคคาโคล่า ชนิดเดียวขายให้กับผู้ซื้อทั้งตลาด โดยไม่สนใจความแตกต่างของผู้ซื้อ” ตลาดดังกล่าวเรียกว่าอะไร
- A. การตลาดรวม/ตลาดรวม (Mass Marketing)=
- B. ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- C. ตลาดเป้าหมาย (Target Market)
- D. การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)
- E. การตลาดผลิตภัณฑ์แตกต่าง (Product Differentiate)
11. “ตลาดระดับล่าง ตลาดระดับกลาง ตลาดระดับบน” วิธีการเรียกตลาดดังกล่าวใช้เกณฑ์ในข้อใดมาแบ่งส่วนตลาด”
- A. ภูมิอากาศ
- B. เขตพื้นที่
- C. จิตวิทยา
- D. โอกาสการซื้อ
- E. รายได้=
12. “ นักการตลาดใช้**ตัวแปรความประหยัต์** มาทำการแบ่งส่วนการตลาด” ตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรชนิดใด
- A. เชิงจิตวิทยา
- B. เชิงประชากร
- C. เชิงภูมิศาสตร์
- D. เชิงพฤติกรรมการซื้อ=
- E. เชิงปัจจัยการตลาด
13. ตลาดส่วนแบ่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องมีความสมบัติอย่างไร
- A. ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดได้ดีกว่าคู่แข่ง
- B. สามารถวัดค่าได้ เข้าถึงได้ และมีขนาดพอเหมาะ =
- C. เสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่ำ
- D. คู่แข่งขันไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้
- E. ได้กลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้สูงที่จะทำการได้มาก
14. ข้อใด **ไม่ได้** ใช้ตัวแปรเชิงพฤติกรรมในการแบ่งส่วนตลาด
- A. ยาสีฟันที่ขายได้ดีในตลาดต้องผสมฟลูออไรด์และสารเพิ่มฟอง
- B. ผู้ซื้อในตลาดดิจิทัลนิยมชมชอบผลิตภัณฑ์ที่ดารากาพยนตร์ซื้อใช้
- C. แม่บ้านไทยซื้ออาหารสำเร็จรูปมากขึ้นโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ
- D. เด็กวัยรุ่นไม่ชอบการดื่มนมเป็นประจำวัน
- E. ผ้าอ้อมสำเร็จรูปมีหลายขนาดมาตรฐานเพื่อให้เหมาะกับทารกที่มีน้ำหนักแตกต่างกัน=
15. “กลุ่มลูกค้าผู้สูงวัย เกษียณอายุแล้ว ไม่สนใจการเปลี่ยนแปลง มีความจงรักภักดีสูงต่อตราสินค้าที่ชอบ” กลุ่มลูกค้าดังกล่าวเรียกว่าอะไร
- A. ลูกค้าหัวเก่า=
- B. ลูกค้าสิทธิเอาอย่าง
- C. ลูกค้าตกยุค
- D. ลูกค้าผู้นำ
- E. ลูกค้าที่นักการตลาดไม่ควรสนใจ
16. “ช่วงเวลาที่ยอดขายผลิตภัณฑ์เติบโตอย่างช้าๆ เพราะเพิ่งเริ่มวางตลาด จึงยังไม่มีกำไร มีค่าใช้จ่ายสูง”
- อยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงใด
- A. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ=
- B. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโต
- C. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโตเต็มที่ / อิ่มตัว
- D. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงตกต่ำ
- E. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วยแสวงหาทุนนวัตกรรม
17. “ช่วงเวลาที่ยอดขายผลิตภัณฑ์เติบโตช้าลง เพราะผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับโดยผู้ซื้อที่มีศักยภาพเกือบหมดแล้ว ถ้าเริ่มคงที่หรือลดลงเพราะมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น” อยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงใด
- A. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ
- B. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโต
- C. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโตเต็มที่ / อิ่มตัว=
- D. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงตกต่ำ
- E. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วยแสวงหาทุนนวัตกรรม
18. “ช่วงเวลาที่ยอดขายผลิตภัณฑ์ขึ้นอย่างรวดเร็ว และผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ถ้าเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล” อยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงใด
- A. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ
- B. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโต=
- C. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโตเต็มที่ / อิ่มตัว

- D. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงตกต่ำ
 - E. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วยแสวงหานวัตกรรม
19. ช่วงวงจรชีวิตช่วงใด เป็นช่วงที่กิจการต้องส่งเสริมการตลาดโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้สินค้าใหม่ของกิจการ
- A. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงแนะนำ=
 - B. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโต
 - C. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเติบโตเต็มที่ / อิ่มตัว
 - D. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงตกต่ำ
 - E. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วยแสวงหาวัตกรรม
20. “สิน้ย่ายต่อการจำ” เป็นคุณลักษณะของอะไร
- A. Brand name=
 - B. Logo
 - C. Slogan
 - D. Trade mark
 - E. Product Line
21. “ฮอนด้า, ลักส์, โค้ก, ไกลซ์ด, ลิงห์” เป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่าอะไร
- A. Brand name=
 - B. Logo
 - C. Slogan
 - D. Trade mark
 - E. Product Line
22. สิ่งใดที่เป็นส่วนแสดงถึงการคุ้มครองตามกฎหมายให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์
- A. Brand name
 - B. Trade mark =
 - C. Slogan
 - D. Logo
 - E. Product Line
23. ข้อใด ไม่ใช่ แสดงถึงประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
- A. ให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - B. เปรียบเสมือนเป็นพนักงานขายเงียบ
 - C. รักษาสภาพสินค้าให้อยู่ในสภาพดี
 - D. ทำให้ผู้ซื้อเกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์=
 - E. ทำให้ผู้ซื้อสามารถจดจำสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ได้
24. ผลิตภัณฑ์ในข้อใดจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อไม่ตระหนักถึงความต้องการหรือไม่มีความต้องการถ้าไม่ถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ
- A. บริการตัดผม
 - B. น้ำอัดลม
 - C. การประกันชีวิต=
 - D. ตู้เย็น
 - E. ครีมบำรุงผิว
25. ความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์หมายถึงข้อใด
- A. จำนวนรายการสินค้าที่มีขาย
 - B. จำนวนชนิดของสินค้าในแต่ละสายผลิตภัณฑ์
 - C. จำนวนสินค้าหลายชนิดที่ใช้ประโยชน์ร่วมกัน
 - D. จำนวนลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการ
 - E. จำนวนสายผลิตภัณฑ์ที่กิจการมีขาย=
26. เหตุผลใดที่กิจการต้องมีการขยายสายผลิตภัณฑ์ยืดลง หรือทำสินค้าในระดับล่างเพิ่มขึ้น
- A. ตลาดบนมีลักษณะเติบโต
 - B. ตลาดบนยังคงมีความนิยมในสินค้าเดิม
 - C. คุณภาพสินค้าที่มีอยู่ไม่ได้มาตรฐาน
 - D. มีโอกาสทางการตลาดในตลาดระดับล่าง=
 - E. ตลาดล่างมีคู่แข่งจำนวนมาก
27. “อำนาจการซื้อ” ขึ้นอยู่กับปัจจัยใด
- A. ราคาสินค้า
 - B. ความพึงพอใจของลูกค้า
 - C. รายได้ของลูกค้า=
 - D. ความนิยมของลูกค้า

- E. ความต้องการของผู้ขาย
28. การเพิ่มผู้ใช้สินค้า (Brand User) ในช่วงวงจรผลิตภัณฑ์อิมิตด้วยวิธีการใด
- สร้างตราให้เป็นผู้นำในตลาด
 - เพิ่มการใช้สินค้าให้ผู้ซื้อ หรือลดราคาสินค้า=
 - ใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง
 - เพิ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มใหม่ ๆ
 - แจกตัวอย่างสินค้าเดิมให้ลูกค้าทดลองใช้
29. ข้อใด **ไม่ใช่** ลักษณะของช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ช่วงเจริญเติบโต (Growth Stage)
- แจกตัวอย่างสินค้าเดิมให้ลูกค้าทดลองใช้=
 - คู่แข่งชั้นเริ่มเข้ามาในตลาดเพราะมองเห็นโอกาส
 - ใช้กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่ายแบบใหม่ ๆ
 - ปรับปรุงรูปลักษณะของสินค้าให้มากขึ้น
 - มุ่งโฆษณาให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า
30. ข้อใดคือ คุณลักษณะของตราสินค้าที่ดี
- บอกให้รู้ว่าเป็นสินค้าอะไร
 - ใช้กับสินค้าหลายๆ รายการในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน
 - มุ่งขายให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่มเท่านั้น
 - โดดเด่น คล้ายคลึงกับตราของคู่แข่งชั้น
 - ไม่ล้ำสมัย สันง่ายต่อการจดจำ=

Google Studio AI Prompt

/ Start Prompt

ขั้นตอนการแปลงชุดข้อสอบต่อไปนี้ให้เป็น GIFT Format สำหรับนำเข้า Moodle

ข้อตกลงและกฎการทำงานของเรา:

- โครงสร้างหลัก: ข้อสอบจะแบ่งเป็น "ส่วนข้อสอบ" เรียงกันตามลำดับข้อ
- การระบุเฉลย: ในรายการตัวเลือก ตัวเลือกใดที่มีเครื่องหมาย "=" อยู่ต่อท้าย แปลว่าว่า ตัวเลือกที่เป็นคำตอบ สามารถนำไปประมวลผลต่อไปตามลำดับ
- การจัดการตัวเลือก (สำคัญที่สุด): รูปแบบของหัวข้อตัวเลือกอาจไม่สม่ำเสมอ (เช่น A., a), 1., n., ข.) ไม่ต้องสนใจรูปแบบหน้าตัวเลือก ให้ใช้ตรรกะการนับลำดับแทน
 - ถ้าเฉลยคือ 'A' หรือ 'ก' ให้หมายถึงตัวเลือกที่ 1
 - ถ้าเฉลยคือ 'B' หรือ 'ข' ให้หมายถึงตัวเลือกที่ 2
 - ถ้าเฉลยคือ 'C' หรือ 'ค' ให้หมายถึงตัวเลือกที่ 3
 - ในแต่ละข้อให้ใส่ Question name เป็นลำดับข้อไปด้วย ตัวอย่างรูปแบบดังนี้ ::ข้อที่ 1 ต่อด้วยโจทย์แต่ละข้อ::
 - และต่อไปเรื่อยๆ ตามลำดับ
- Feedback: หากมี Feedback จะใช้สัญลักษณ์ '#' ต่อท้ายตัวเลือกนั้นๆ

กรุณาแปลงข้อสอบชุดนี้โดยใช้กฎทั้งหมดที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด

วางข้อสอบของคุณที่นี่ หรือ แนบไฟล์ text

/ End Prompt

/ Start Prompt

ฉันต้องการแปลงชุดข้อสอบปรนัยต่อไปนี้ให้เป็น **Moodle XML format** ที่สมบูรณ์แบบสำหรับนำเข้า Moodle

กรุณาปฏิบัติตามข้อตกลงและข้อกำหนดต่อไปนี้อย่างเคร่งครัด:

****ข้อตกลงเกี่ยวกับ "ไฟล์ต้นฉบับ":****

- ข้อสอบเป็นแบบปรนัย มีเลขข้อกำกับ (1., 2., 3., ...)
- เฉลยที่ถูกต้อง จะถูกระบุโดยมีเครื่องหมาย '=' ต่อท้ายบรรทัดของตัวเลือกนั้น

****ข้อกำหนดสำหรับ "Moodle XML Output":****

- สร้างไฟล์ XML ที่สมบูรณ์ เริ่มต้นด้วย '<quiz>' และปิดท้ายด้วย '</quiz>'
- แต่ละข้อให้สร้างเป็น '<question type="multichoice">'
- **การสร้างแท็ก '<name>':**** ให้สร้างข้อความสำหรับแท็ก '<text>' ที่อยู่ภายใน '<name>' ด้วยรูปแบบนี้: '::ข้อที่ [ลำดับข้อ] [ข้อความโจทย์เต็ม]:' (โดยให้คุณสร้างลำดับข้อ 1, 2, 3,... ขึ้นมาเอง)
- **การสร้างแท็ก '<questiontext>':**** ให้นำเฉพาะข้อความโจทย์ (โดย**ลบเลขข้อต้นฉบับทิ้งไป**) มาใส่
- **การสร้างแท็ก '<answer>':****
 - ตัวเลือกที่ถูกต้อง (ที่ลงท้ายด้วย '=') ให้กำหนด attribute เป็น 'fraction="100"'
 - ตัวเลือกที่ผิดทั้งหมด ให้กำหนด attribute เป็น 'fraction="0"'
- **สิ่งสำคัญ:**** ให้ครอบข้อความทั้งหมดที่อยู่ในแท็ก '<text>' ด้วย '<![CDATA[...]]>' เพื่อป้องกันปัญหาเกี่ยวกับอักขระพิเศษหรือโค้ด HTML
- **สถานะการสลับตัวเลือก (Shuffle Flag):**** ตรวจสอบว่ามีเครื่องหมายดอกจัน * ต่อท้ายเลขข้อหรือไม่

ถ้ามี * (เช่น 15.): กำหนดค่าสำหรับ <shuffleanswers> เป็น 0 (ไม่สลับ)

ถ้าไม่มี * (เช่น 1., 15.): กำหนดค่าสำหรับ <shuffleanswers> เป็น 1 (สลับ)

กรุณาแปลงข้อสอบชุดนี้ตามกฎทั้งหมดที่ตกลงกันได้

[คัดลอกและวางข้อสอบทั้งหมดของคุณที่นี่]

/ End Prompt