Paper Code : 3798

MCom Sem – III (Old Course)
JUL/SEP – 2021
Service Marketing

કુલ સમય : ૬૦ મીનીટ **કુલ પ્રશ્નો : ૫૦** **વિદ્યાર્થીએ ટીક કરવાના પ્રશ્નો : ૩૫**
નોંધ : વિદ્યાર્થીએ માત્ર ૩૫ પ્રશ્નો જ ટીક કરવાના રહેશે. જો વધારે ટીક કરેલ હશે તો પ્રથમ ૩૫ પ્રશ્નો જ ગણતરીમાં લેવામાં આવશે.

---

1. સેવાઓ કે જે વિક્ષેપ, મૂંઝવણ અથવા ગ્રાહકને મુશ્કેલી વિના થાય છે તેને
(A) શરમ વિના સેવા (B) સર્વિસ ઓડિટ. (C) કાર્યકારી સેવા (D) વિભાગીય સેવા
2. ગ્રાહકો દ્વારા સેવા પ્રાપ્ત કરવા માટે ખર્ચવામાં આવતી માનસિક ઉર્જા _____ તરીકે ઓળખાય છે.
(A) છબીનો ખર્ચ (B) નાણાકીય ભાવ. (C) ઉર્જા ખર્ચ (D) માનસિક ખર્ચ.
3. સેવા લાક્ષણિકતા જે સર્વિસ પેઢીઅને તેના ગ્રાહક વચ્ચેના આંતરસંબંધને પ્રતિબિંબિત કરે છે
(A) સ્પર્શી ન શકાય (B) વિભાજ્ય (C) સજાતીયતા (D) નાશવંત
4. નીચેનામાંથી કયા સેવા એન્કાઉન્ટર થીમ્સમાંથી એક નથી?
(A) સ્વયંસ્ફુરતા (B) અનુકૂલનશીલતા (C) જવાબદારી (D) પુન:પ્રાપ્તિ
5. સેવાઓનું વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતા છે _____
(A) અમૂર્તતા (B) અવિભાજ્ય (C) પરિભ્રમણતા (D) અસફળતા
6. ખાસ કરીને સેવાઓ માટેની અસમર્થતા સાથે કામ કરે છે તે ____ લાક્ષણિકતા છે.
(A) અવિભાજ્ય (B) અમૂર્તતા (C) સજાતીયતા (D) નાશવંતતા
7. નીચેની કઇ વ્યૂહરચનાથી ગ્રાહકો માટે ઉપલબ્ધ સેવાનો પુરવઠો વધે છે?
(A) રચનાત્મક ભાવોની વ્યૂહરચનાનો ઉપયોગ (B)આરક્ષણ પ્રણાલીઓનો ઉપયોગ
(C) ક્ષમતા વહેંચણી (D) પૂરક સેવાઓનો વિકાસ કરવો
8. ગ્રાહકની સંતોષ અને માનવામાં આવતી સેવાની તુલના કરીને વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે
(A) અનુમાનિત સેવા (B) આગાહી સેવા (C) ઇચ્છિત સેવા (D) પૂરતી સેવા
9. ____પરિમાણ એ ફર્મની સુસંગતતા અને સેવા પ્રદર્શનમાં વિશ્વસનીયતાનું મૂલ્યાંકન છે.
(A) સહાનુભૂતિ (B) માનસિકતા (C) ખાતરી (D) વિશ્વસનીયતા.
10. ..... ને કારણે આપવામાં આવતી સેવાઓ માટે યોગ્ય કિંમત નક્કી કરવી મુશ્કેલ છે.
(A) નાશકારકતા (B) વિજાતીયતા. (C) અવિભાજ્યતા. (D) અમૂર્તતા
11. ખાનગી ક્ષેત્રનો વિશ્વનો સૌથી મોટો ઉદ્યોગ અને નોકરીઓનો સૌથી વધુ સેવા ઉત્પાદક _____
(A) આતિથ્ય ઉદ્યોગ (B) આરોગ્ય સેવાઓ (C) વ્યવસાયિક સેવાઓ. (D) વ્યવસાય સેવાઓ
12. હાલના ગ્રાહક આધાર તરફની કંપનીઓના માર્કેટિંગ પ્રયત્નો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું
(A) ઉત્તમ ગ્રાહક સેવા (B) વિજય જાળવવા (C) ગ્રાહક જાળવવા (D) સૌજન્ય જાળવવા
13 ____ ____ ગ્રાહકોની સેવામાં અપેક્ષા કરેલા ફાયદા અને લક્ષણની ઓળખ શામેલ છે.
(A) ભવિષ્યની અપેક્ષાઓનું સંશોધન (B) જરૂરીયાતોનું સંશોધન (C) ખોવાયેલ ગ્રાહક સંશોધન (D) પ્રક્રિયા ચેકપોઈન્ટ મૂલ્યાંકનો
14. સર્વિસ ઉદ્યોગમાં અનેક ઉભરતા વલણો છે જેની_____ સંસ્થાઓને જરૂર છે.
(A) માર્કેટમાં પ્રવેશ કરતા નવા સ્પર્ધકો (B) ઈન્ટરનેટમાં પ્રગતિ (C) ગ્રાહકોની અપેક્ષાઓ વધારી (D) ઈ-કોમર્સમાં આગળ.
15. ગ્રાહકો આખરે ..... દ્વારા સેવાઓ નક્કી કરે છે. .....
(A)સ્પર્ધકોનો પ્રકાર (B)સેવાની કાર્યક્ષમતાનું સ્તર (C) વધઘટનું ચક્ર (D) સ્પર્ધકોની કિંમત.
16. કુલ ગ્રાહક મૂલ્ય સિવાયના_____માં નીચેના બધા ઘટકોનો સમાવેશ કરે છે.
(A) ઉત્પાદન મૂલ્ય (B) સેવા મૂલ્ય. (C) છબી મૂલ્ય (D) કર્મચારીનું મૂલ્ય.
17. સેવા કંપનીઓમાં ઘણીવાર _____હોયછે
(A) એન્જિનિયરિંગ, ઉત્પાદન અને હિસાબ, (B)માર્કેટિંગ, ફાઇનાન્સ અને માનવ સંસાધનો
(C) ઓપરેશન્સ, એકાઉન્ટિંગ અને માર્કેટિંગ (D) માનવ સંસાધનો, માર્કેટિંગ અને ઓપરેશન
18. નબળી સેવા પ્રાપ્ત થતાં ગ્રાહકની હતાશા____છે
(A) છબીના ખર્ચની સમાન છે (B) નાણાકીય કિંમત (C) ઉર્જા ખર્ચ (D) માનસિક ખર્ચ.
19. ઘણી સેવાઓ પૈકી, તબીબી સેવાઓ માટેની માંગ _____ હોય છે.
(A) બિન-સ્થિતિસ્થાપક. (B) સ્થિતિસ્થાપક. (C) અવેજી માંગ (D) પ્રાઇસ ક્રોસ સ્થિતિસ્થાપક માંગ
20 . એવી તકનીક કે જે ગ્રાહકોને એક સાથે ખરીદી સાથે એક સેવા અલગથી મંજૂરી આપે છે તેને____ કહેવામાં આવે છે.
(A) બંડલિંગ (B) મિશ્ર બંડલિંગ (C) ભાવ બંડલિંગ. (D) ઉત્પાદનનું બંડલિંગ
21. સંદેશાવ્યવહારમાં ગ્રાહક માટેની સર્વિસ કંપનીઓની પ્રાથમિક ભૂમિકા. મિશ્રણ છે .....
(A) ગ્રાહકોને મૂંઝવણમાં મૂકે છે. (B) ગ્રાહકોને જાણ કરો અને તેમને યાદ કરાવો
(C) હરીફના દાવાની વિરુદ્ધ (D) ડીલરોને મનાવો
22. ઉત્પાદન જીવન ચક્રના પરિચય તબક્કા દરમિયાન_____ યોગ્ય સંદેશાવ્યવહાર ગણાય
(A) માહિતીપ્રદ હશે. (B) માહિતીપ્રદ અને પ્રેરણાદાયક (C) પ્રેરક. (D) પ્રેરિત અને રીમાઈન્ડર.
23 ઉત્પાદન જીવન ચક્રના વિકાસ અને પરિપક્વતા તબક્કા દરમિયાન સંબંધની વ્યૂહરચનાના ___ની દ્રષ્ટિએ યોગ્ય?
(A) માહિતીપ્રદ (B) માહિતીપ્રદ અને પ્રેરણાદાયક (C) પ્રેરક. (D) પ્રેરક અને રીમાઈન્ડર
24. સેવાઓનું બ્રાંડિંગ મુશ્કેલ બને છે, કારણ કે તે _____
(A) અમૂર્ત છે. (B) વિજાતીય. C. નાશવંત. D. અવિભાજ્ય

25. ઈ માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન્સ વહન કરે છે તે ફાયદો .....
(A) વ્યાપક રૂપે વિખરાયેલા પ્રેક્ષકો સુધી પહોંચવું. (B) અસરકારક રહેવું. (C) પ્રચાર કરવો (D) વધુ ગ્રાહકોનો સંતોષ.
26. ઈ-માર્કેટિંગનો ગેરલાભ
(A) ઉચ્ચ કિંમત. (B) ઓછી પહોંચ. (C) વ્યક્તિગત સંપર્કમાં ઘટાડો (D) સંતોષ ઓછો
27 . નીચે આપેલમાંથી કયુ સર્વિસ કંપનીઓના શારીરિક પુરાવાનો ઘટક નથી?
(A) પાર્કિંગ. (B) કર્મચારીનો દેખાવ (C) બિલિંગ નિવેદનો. (D) -ઈન-હાઉસ પ્રોસેસ સાધનો
28. કર્મચારીઓને ગણવેશ પહેરવાની જરૂરિયાતનો એક ફાયદો એ છે કે તે _____ ની ગ્રાહકોની ધારણા ઘટાડે છે.
(A) અમૂર્તતા. (B) અવિભાજ્યતા. (C) વિજાતીયતા. (D) સમાજીકરણ.
29 . કર્મચારીઓને ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ
(A) સાથે આંતરિક માર્કેટિંગ સોદા (B) સ્થાનિક બજારમાં ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ
(C) દેશની બાજુના ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ (D) કર્મચારીઓની જરૂરિયાત ઓળખવાલેવી જરૂરી છે
30. ઈન્ટરેક્ટિવ માર્કેટિંગનો અર્થ શું છે?
(A) કર્મચારીઓ સાથે વાતચીત કરીને માર્કેટિંગ. (B) ડીલર્સ સાથે વાતચીત દ્વારા માર્કેટિંગ.
(C) કર્મચારીઓ અને ગ્રાહકો વચ્ચે વાતચીત દ્વારા કરવામાં આવેલ માર્કેટિંગ (D) કોઈ નહીં
31 . ગ્રાહકો પ્રત્યે કંપનીની પ્રક્રિયા અને કામગીરી સુધારવા માટે ____ પ્રયાસ કરવો જોઈએ .
(A) બિલ્ડિંગને આધુનિક બનાવવું. (B) ઉત્પાદનને આધુનિક બનાવો.
(C) આરક્ષણ પ્રણાલીનો ઉપયોગ કરીને પ્રતીક્ષામાં ઘટાડો. (D) ગ્રાહકોને બીજી વખત આવવાનું કહેવું
32. નીચેની કઈ સેવા ગ્રાહક વર્તણૂક પર શરતોની ઓછામાં ઓછી અસર થશે?
(A) બેકરીની દુકાન (B) એરકંડિશન્ડ હોટલ. (C) ખુલ્લી પાંચ માળની પાર્કિંગ ગેરેજ (D) ઈન સ્ટોર કોફી કાર્ટ સાથે બુક સ્ટોર
33. _____ એ સર્વિસ ફર્મ્સની શારીરિક સુવિધાઓની માનસિક છબીઓવાળી ગ્રાહકો છે.
(A)આંતરીક પ્રતિભાવ . (B) કલ્પના કરેલ સેવાઓ (C) રચનાનાત્મક પ્રતિભાવ (D) ભાવનાત્મક પ્રતિભાવ.
34. કુલ ગ્રાહક મૂલ્યમાં _____છે
(A) ઉત્પાદન મૂલ્ય (B) વ્યક્તિગત મૂલ્ય. (C) છબી મૂલ્ય (D) સમયનું મૂલ્ય
35. ઉપભોક્તાના મનોબળ અને વલણ એ એ પ્રકારનાં
(A) શારીરિક ગ્રાહક પ્રતિસાદ (B) ભાવનાત્મક (C) વ્યક્તિગત અભિગમ વર્તણૂક (D) આંતરિક પ્રતિભાવ મધ્યસ્થી
36. _____ પ્રકૃતિને કારણે ટોચની માંગનું સંચાલન કરવું મુશ્કેલ બને છે.
(A) અમૂર્તતા. (B) નાશવંતતા (C) અવિભાજ્ય. (D) વિજાતીય
37. અન્ય ક્ષેત્રોમાં _____ સર્વિસ ઉદ્યોગમાં ઘણા ગણો ઉગાડવામાં આવ્યા છે.
(A) ઓછી વૃદ્ધિને કારણે (B) તમામ ક્ષેત્રોમાં વધુ વૃદ્ધિ. (C) ગ્રાહકોની વધુ સમૃધ્ધિ. (D)સેવાની અસરકારક માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના
38. શરૂઆતમાં, બેંક કાઉન્ટરના કર્મચારીઓ ગ્રાહકોને સેવાઓ વેચવાના તેમના નવા કાર્યથી અસ્વસ્થ હતા. આ કયા પ્રકારનાં સંઘર્ષનું ઉદાહરણ છે?
(A) ચેનલ વિરોધાભાસ. (B) સંસ્થા / ક્લાયંટનો સંઘર્ષ (C) વ્યક્તિગત ભૂમિકા વિરોધાભાસ. (D) આંતર-ક્લાયન્ટ સંઘર્ષ
39 . આંતરિક માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાના ભાગ રૂપે, કંપનીએ _____
(A) પર્ફોર્મન્સ મૂલ્યાંકન લીધું છે. (B)કર્મચારીઓને તાલીમ આપવી. (C) વધુ જવાબદારીઓ સોંપવી (D) કર્મચારીઓને સ્થાનાંતરિત કરવું
40. સેવાની ગુણવત્તા .....
(A) કર્મચારીની સંડોવણીના આધારે નક્કી થાય છે. (B) ગ્રાહકની સંડોવણી. (C) ટોચની મેનેજમેન્ટની સંડોવણી (D) કર્મચારી અને ગ્રાહકની સંડોવણી.
41 સેવાઓના માર્કેટિંગ આજના સંદર્ભમાં મહત્વપૂર્ણ છે કારણ કે તે
(A) વધુ ગ્રાહકો બનાવે છે. (B) વધુ જીડીપી ઉત્પન્ન કરે છે. (C) વધુ નોકરીઓ ઉત્પન્ન કરે છે. (D) વધુ નોકરીઓ અને જીડીપી ઉત્પન્ન કરે છે.
42. _____ ગ્રાહકની સર્જનાત્મક જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવા માટે ફ્રન્ટ લાઈન કર્મચારીઓને વિવેકબુદ્ધિ આપે છે.
(A) સશક્તિકરણ (B) એન્ફ્રેન્ચાઈઝમેન્ટ. (C) સેવા ઉત્કટ (D) સેવા આબોહવા
43. ગ્રાહકો વેબસાઈટ્સનો ન્યાય કરવા માટેના ચાર મુખ્ય પરિમાણોનો ઉપયોગ કરે છે કે જેમાં ___જરૂરી
(A) ખાતરી (B) વિશ્વસનીયતા (C) . સહાનુભૂતિ (D) અવલંબનતા
44. કઈ, ક્યારે અને કેવી રીતે નવી સેવાઓ ગ્રાહકને પહોંચાડવામાં આવે છે.
(A) નવી સર્વિસ વિકાશ (B) સતત.સેવા વિતરણ (C) નવી સેવા અને ગ્રાહક ડિલિવરી સતત. (D). ગ્રાહક વિતરણ સતત:
45. સેવા કામગીરીની કાર્યક્ષમતા વધારવા માટેની વ્યૂહરચનાઓમાં
(A) સિવાય કર્મચારીઓની તાલીમ સિવાયની બધી બાબતોનો સમાવેશ થાય છે. (B)પ્રતીક્ષાના સમયને ઘટાડવો.
(C) અન્યને પેટા કોન્ટ્રેક્ટ આપવું. (D) સેવાની પ્રક્રિયાની સમજ આપીને ગ્રાહકોને અસરકારક રીતે રોકશો
46. ગ્રાહક રીટેન્શન, પુનરાવર્તન વ્યવસાય અને ગ્રાહક સંદર્ભો
(A) આંતરિક સેવા ગુણવત્તા માટે વૈકલ્પિક પગલાં છે. (B) બાહ્ય સેવા મૂલ્ય (C) કર્મચારી સંતોષ. (D) ગ્રાહકની નિષ્ઠા.
47. સેવાઓ ખરીદવાની પ્રક્રિયા જટિલ બને છે કારણ કે
(A) આકારણી અને તુલના કરવી મુશ્કેલ છે. (B) કોઈ સીધી વેચાણ ઉપલબ્ધ નથી.
(C) ઘણા ઉત્પાદનો મૂંઝવણ તરફ દોરી જાય છે. (D). ડોર ડિલિવરી શક્ય નથી.
48. સ્પર્ધકોને જીતવા અને ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે, કંપનીએ ..... એ બનાવવાની જરૂર છે.
(A) નવા બજારો. (B) નવા ગ્રાહકો (C) વેચાણ દરખાસ્ત જે મૂલ્યવાન છે અને વધુ તકો છે. (D) વધુ ઉત્પાદનો.
49. શારીરિક પુરાવા મદદ કરે છે
(A) ગ્રાહકો દ્વારા સેવાનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે (B) સેવાઓ પ્રદાન કરવા
(C) પ્રદાતા દ્વારા સેવાઓનું મૂલ્યાંકન કરવું. (D) તૃતીય પક્ષ દ્વારા ગુણવત્તાનું મૂલ્યાંકન કરવા.
50. સર્વિસ માર્કેટમાં ખાસ મહત્વ ધરાવતા ગ્રાહક સંચલનના ક્ષેત્રો એ_____ છે.
(A) ગ્રાહકની ભાગીદારીનું સંચાલન (B). ગ્રાહકની વ્યવસ્થા .
(C) ગ્રાહકોનું સંચાલન કરવું. (D) ગ્રાહક સંબંધનું સંચાલન
