Under CSR Support by ipca | Foundation missiongyan

अध्याय - 5 | व्यवसाय की उभरती पद्धतियाँ

QUIZ PART-02

1. **अंतः–बी कॉमर्स किसके बीच होने वाला लेन–देन है?**
   A. दो ग्राहकों के बीच
   B. एक ही फर्म के अंदर विभागों और व्यक्तियों के बीच
   C. दो देशों के बीच
   D. केवल प्रबंधकों के बीच (B)

व्याख्या : अंतः–बी कॉमर्स में फर्म के विभिन्न विभाग और व्यक्ति आपस में इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से लेन–देन करते हैं।

2. **अंतः–बी कॉमर्स को कभी-कभी किस नाम से भी जाना जाता है?**
   A. बी 2 सी
   B. सी 2 सी
   C. बी 2 ई
   D. ई–कंपीट (C)

व्याख्या : इसे बी 2 ई कहा जाता है क्योंकि यह कर्मचारियों से जुड़े कार्यों पर केंद्रित होता है जैसे भर्ती, प्रशिक्षण आदि।

3. **ई–व्यवसाय में कर्मचारी ग्राहकों से बेहतर संपर्क किसके माध्यम से कर सकते हैं?**
   A. रेडियो संदेश
   B. इलेक्ट्रॉनिक सूचियाँ और आदेश–पत्र
   C. हाथ से लिखे नोट
   D. व्यक्तिगत मुलाकातें ही आवश्यक (B)

व्याख्या : कर्मचारी इलेक्ट्रॉनिक सूचियों और आदेश–पत्रों से ग्राहकों के साथ त्वरित संचार कर सकते हैं।

4. **आभासी निजी नेटवर्क तकनीक का अर्थ क्या है?**
   A. कर्मचारी को प्रतिदिन कार्यालय आना आवश्यक है
   B. कर्मचारी कहीं से भी अपने समयानुसार कार्य कर सकता है
   C. कार्यालय केवल शहरों में चलता है
   D. केवल वीडियो गेम कंपनियों के लिए (B)

व्याख्या : इस तकनीक से कर्मचारी बिना कार्यालय आए अपने स्थान से वीडियो/टेली कॉन्फ्रेंसिंग द्वारा कार्य कर सकते हैं।

5. **ग्राहक–से–ग्राहक कॉमर्स किस स्थिति में उपयोगी है?**
   A. जहाँ स्थायी बाज़ार तंत्र मौजूद हो
   B. जहाँ वस्तुओं का पारंपरिक व्यापार होता हो
   C. जहाँ वस्तुओं के लिए स्थायी बाज़ार न हो
   D. केवल बड़े उद्योगों के लिए (C)

व्याख्या : ऐसी वस्तुओं के लिए जहाँ नियमित बाज़ार नहीं है, ग्राहक–से–ग्राहक लेन–देन अधिक उपयोगी होता है।

6. **ग्राहक–से–ग्राहक कॉमर्स का उत्कृष्ट उदाहरण क्या है?**
   A. बैंकिंग पोर्टल
   B. ई–बे
   C. ई–मेल सेवा
   D. टेलीविजन विज्ञापन (B)

व्याख्या : ई–बे जैसे प्लेटफॉर्म पर उपभोक्ता अपनी वस्तुएँ सीधे दूसरे उपभोक्ताओं को बेचते हैं।

7. **ई–कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म ग्राहकों और विक्रेताओं को एक–दूसरे को आँकने की सुविधा क्यों देते हैं?**
   A. मनोरंजन हेतु
   B. प्लेटफॉर्म का रंग बदलने के लिए
   C. विश्वसनीय लेन–देन सुनिश्चित करने के लिए
   D. कीमत बढ़ाने के लिए (C)

व्याख्या : रेटिंग प्रणाली से खरीदार–विक्रेता दोनों की विश्वसनीयता का पता चलता है।

8. **उपभोक्ता मंच और दबाव समूह किस प्रकार की गतिविधि का हिस्सा हो सकते हैं?**
   A. फर्म–से–फर्म कॉमर्स
   B. अंतः–बी कॉमर्स
   C. ग्राहक–से–ग्राहक कॉमर्स
   D. केवल विज्ञापन (C)

व्याख्या : उपभोक्ता मंच और दबाव समूह ग्राहक–से–ग्राहक संपर्क वाली गतिविधियों का हिस्सा होते हैं।

9. **उपभोक्ता अपने अनुभव साझा करने के लिए क्या कर सकता है?**
   A. केवल शिकायत दर्ज कर सकता है
   B. एक संदेश समूह को भेज सकता है
   C. उत्पाद वापस कर सकता है
   D. कुछ नहीं कर सकता (B)

व्याख्या : उपभोक्ता किसी उत्पाद या सेवा से जुड़े अपने अनुभव संदेश के माध्यम से समूह में साझा कर सकता है।

10. **इंटरनेट की व्यापक उपलब्धता का एक लाभ क्या है?**
   A. खरीदार केवल स्थानीय क्षेत्र में खोज सकता है
   B. वैश्विक स्तर पर संभावित खरीदार ढूँढ़ना संभव होता है
   C. केवल निश्चित स्थान पर लेन–देन होता है
   D. लेन–देन सीमित समय में ही संभव है (B)

व्याख्या : इंटरनेट वैश्विक स्तर पर ग्राहकों और विक्रेताओं को जोड़ता है और व्यापार का दायरा बढ़ाता है।

मिशन ज्ञान जब चाहें, जहाँ चाहें, जैसे चाहें! 100% FREE! Video COURSES | QUIZ | PDF | TEST SERIES Download Mission Gyan App