

QUIZ
PART-02
अध्याय - 5 | व्यवसाय की उभरती पद्धतियाँ

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. बैकिंग 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 प्लेटफॉर्म 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।