



AAM-002-001408

Seat No. _____

B. Com. (Sem. IV) (CBCS) Examination

April / May – 2016

Business Management

(ELE. I)

(Marketing Research) (New Course)

Faculty Code : 002

Subject Code : 001408

Time : 2 $\frac{1}{2}$ Hours]

[Total Marks : 70

સૂચના : (૧) બંને વિભાગના પ્રશ્નોના જવાબ મુખ્ય ઉત્તરવહીમાં જ આપવા.

(૨) દરેક પ્રશ્નના ગુણ જમણી બાજુ દર્શાવેલા છે.

વિભાગ - I

૧ M.C.Q.

૨૦

(૧) ગ્રાહકની ટેવો, અભિરૂચિ અને તેમનાં વલણોનો અભ્યાસ એટલે...

(A) બજાર સંશોધન (B) વાણિજ્ય સંચાલન

(C) ધંધાકીય પૂર્વાનુમાન (D) ઉત્પાદન સંચાલન

(૨) નિયોજિત બજાર સંશોધન કયો ખ્યાલ સ્વીકારે છે ?

(A) સેવા બજાર સંશોધન (B) અમર્યાદિત બજાર સંશોધન

(C) મૂડી બજાર સંશોધન (D) મર્યાદિત બજાર સંશોધન

(૩) બજાર સંશોધનનાં કેન્દ્રમાં કોણ છે ?

(A) વિતરકો (B) હરીફો

(C) વેપારી (D) ગ્રાહક

(૪) સર્વેક્ષણનાં મુખ્ય પ્રકાર કેટલા છે ?

(A) આઠ (B) છ

(C) ચાર (D) બે

- (પ) નીચેનામાંથી કયુ ઓન-લાઈન બજાર સંશોધનનું શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ છે ?
- (A) ગ્રીન ફીલ્ડ ઓન લાઈન સર્વે (B) ઈ-મેઈલ સર્વે
- (C) ડેલ્ટા કેબલ સર્વે (D) બુલેટીન
- (દ) કઈ પદ્ધતિમાં માહિતી એકત્રિત કરવા માટે આંખોનો વિશેષ ઉપયોગ કરવામાં આવે છે ?
- (A) અવલોકન (B) મુલાકાત
- (C) અનુસૂચિ (D) પ્રશ્નાવલિ
- (૭) આંકડાશાસ્ત્રીઓ કઈ ઉત્કલ્પના વધુ પસંદ કરે છે ?
- (A) મિશ્ર ઉત્કલ્પના (B) વિકલ્પ ઉત્કલ્પના
- (C) શૂન્ય ઉત્કલ્પના (D) પ્રાયોગિક ઉત્કલ્પના
- (૮) વિતેલી ઘટનાઓના સંશોધન અભ્યાસ માટે કઈ સંશોધન પદ્ધતિ યોગ્ય છે ?
- (A) નિરીક્ષણ (B) મુલાકાત
- (C) ઓન-લાઈન સર્વે (D) પ્રશ્નાવલિ
- (૯) ગૌણ માહિતીના મૂલ્યાંકન માટે જોસેલીએ કેટલા પગથિયા દર્શાવેલા છે ?
- (A) આઠ (B) છ
- (C) ચાર (D) બે
- (૧૦) “ઉત્કલ્પના એક અનુમાનિત કથન હોવું જોઈએ.” એ ખ્યાલ સૌ પ્રથમ કોણે આપ્યો ?
- (A) કરલિંગર (B) કરમોરલ
- (C) કરતોરલ (D) કરફીંગર
- (૧૧) સંભાવના નિદર્શનમાં કેટલી શરતો પૂરી કરવી જરૂરી છે ?
- (A) બે (B) ત્રણ
- (C) ચાર (D) પાંચ
- (૧૨) નીચેનામાંથી કયુ, સારી નિદર્શ ડિઝાઈનનું લક્ષણ છે ?
- (A) વેચાણ પર આધારિત (B) ખરીદી પર આધારિત
- (C) તર્ક પર આધારિત (D) રોકડ પર આધારિત

(૧૩) મતદાન પ્રકારની મુલાકાતમાં કેવા પ્રશ્નો પૂછવામાં આવે છે ?

(A) MIQ (B) MQC

(C) MCQ (D) MJQ

(૧૪) બજાર સંશોધનની રૂપરેખામાં પ્રથમ સોપાન કયું છે ?

(A) પરિણામોનું અર્થઘટન (B) માહિતી એકત્રિકરણ

(C) ચલોની ઓળખ (D) સમસ્યાની ઓળખ

(૧૫) કઈ કિંમત વિતરણને બે સમાન ભાગમાં વહેંચે છે ?

(A) મધ્યસ્થ (B) મધ્યક

(C) બહુલક (D) Z-test

(૧૬) પ્રમાણિત વિચલન એ શેનું માપ છે ?

(A) વિચલનાંક (B) પ્રસારમાન

(C) આવૃત્તિ વિતરણ (D) મધ્યવર્તિ સ્થિતિ

(૧૭) સંશોધન કાર્યક્ષેત્રનાં વ્યવસ્થાતંત્રમાં કોની નીતિ મહત્વની છે ?

(A) મેનેજર (B) લે-આઉટ

(C) પ્રશ્નાવલિ (D) કર્મચારી

(૧૮) નીચેનામાંથી કોણે નમૂના પસંદગી પદ્ધતિનો ચાર્ટ રજૂ કર્યો ?

(A) એસ.સી. સક્સેના (B) આર.એસ. દાવર

(C) સી.આર. કોઠારી (D) એસ.આર. શેરલેકર

(૧૯) મોટાભાગનાં સંશોધનમાં શેની ચકાસણી કરાય છે ?

(A) સમસ્યાઓની (B) આંકડાશાસ્ત્રીય પૃથ્થકરણની

(C) નમૂનાઓની (D) ઉત્કલ્પનાની

(૨૦) W.H.O. એટલે...

- (A) વર્લ્ડ હેલ્થ ઓર્ગેનાઈઝેશન (B) વર્લ્ડ હીમ ઓર્ગેનાઈઝેશન
(C) વર્લ્ડ હોમ ઓર્ગેનાઈઝેશન (D) વર્લ્ડ હેપી ઓર્ગેનાઈઝેશન

વિભાગ - II

૨ બજાર સંશોધનનો અર્થ સમજાવી, તેના હેતુઓ અને કાર્યક્ષેત્ર સમજાવો. ૧૦

અથવા

૨ સંશોધન રૂપરેખાનાં સોપાનો વર્ણવો. ૧૦

૩ બજાર સંશોધન પ્રક્રિયાનાં વિવિધ તબક્કાઓ જણાવો. ૧૦

અથવા

૩ વર્ણનાત્મક સંશોધન અને પ્રાયોગિક સંશોધન વિશે નોંધ લખો. ૧૦

૪ સંશોધન અહેવાલ તૈયાર કરતી વખતે કયા મહત્વનાં મુદ્દાઓનો સમાવેશ કરવો જોઈએ ? ૧૦

અથવા

૪ નિદર્શન પસંદગીની ઉપયોગિતા અને મર્યાદા સમજાવો. ૧૦

૫ ગૌણ માહિતી એટલે શું ? ગૌણ માહિતી સ્ત્રોતનાં ફાયદાઓ અને મર્યાદાઓ સમજાવો. ૧૦

અથવા

૫ નિદર્શન ભૂલ અને બિન-નિદર્શન ભૂલ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. ૧૦

૬ ઓન-લાઈન માહિતી સ્ત્રોત એટલે શું ? તેનું મહત્વ સમજાવો. ૧૦

અથવા

૬ ટૂંક નોંધ લખો : ૧૦

(૧) ઉત્કલ્પના.

(૨) બજાર સંશોધનનું મહત્વ.

ENGLISH VERSION

- Instructions :**
- (1) Write answers of both sections in main answer sheet.
 - (2) Marks of each question is indicated on right side.

Section - I

1 M.C.Q. 20

- (1) The study of consumer habits, aptitudes and their trends means.
(A) Market Research (B) Business Management
(C) Business Forecast (D) Production Management
- (2) Which approach is accepted by applied market research?
(A) Service Market Research
(B) Unlimited Market Research
(C) Capital Market Research
(D) Limited Market Research
- (3) Who is the centre in market research ?
(A) Distributors (B) Competitors
(C) Trader (D) Consumer
- (4) How many types of survey ?
(A) Eight (B) Six
(C) Four (D) Two
- (5) Which of the following is the best example of on-line market research ?
(A) Greenfield on-line survey (B) E-mail survey
(C) Delta cabel survey (D) Bulletin

- (6) In which method data are collected specifically with the use of eyes ?
- (A) Observation (B) Interview
(C) Schedule (D) Questionnaire
- (7) Which hypothesis is very much preferred by statisticians ?
- (A) Mixed Hypothesis (B) Alternative Hypothesis
(C) Null Hypothesis (D) Experimental Hypothesis
- (8) Which research method is appropriate for the research study of past events ?
- (A) Observation (B) Interview
(C) On-line survey (D) Questionnaire
- (9) How many steps given by JOSELYN for evaluation of secondary data ?
- (A) Eight (B) Six
(C) Four (D) Two
- (10) Who has given the hypothesis should be a conjectural statement first ?
- (A) Kerlinger (B) Kermoral
(C) Kertoral (D) Kerfinger
- (11) Which forms are necessary for probability sampling ?
- (A) Two (B) Three
(C) Four (D) Five
- (12) Which of the following is the best characteristics of a good sample design ?
- (A) Based on sales (B) Based on Purchase
(C) Base on logic (D) Based on Cash
- (13) Which type of questions is asked in poll type interview ?
- (A) MIQ (B) MQC
(C) MCQ (D) MJQ

- [Contd...

Section - II

2 Define marketing research, explain its objectives and scope. **10**

OR

2 Describe the steps involved in research. **10**

3 State the various stages involved in marketing research process. **10**

OR

3 Write notes on descriptive research and experimental research. **10**

4 While preparing research report, which important points to be included ? **10**

OR

4 Explain importance and limitations of sampling selection. **10**

5 What is secondary data ? Discuss the advantages and limitations of secondary data resources. **10**

OR

5 Explain the difference between the sampling error and non sampling error. **10**

6 What is on-line data resources ? Explain its importance. **10**

OR

6 Write short notes on : **10**

(1) Hypothesis.

(2) Importance of marketing research.