

7/16

1104E143

Candidate's Seat No : _____

M.Com. Sem.-4 Examination

509 (EB)

Service Marketing

April-2025

Time : 2-30 Hours]

[Max. Marks : 70

પ્રશ્ન ૧ સેવાની અપેક્ષાઓનો અર્થ અને પ્રકારો, તેમજ ગ્રાહકની સેવાની અપેક્ષાઓને પ્રભાવિત કરતા પરિબલો સમજાવો.

[14]

અથવા

પ્રશ્ન ૧ (અ) માલ અને સેવાઓ વચ્ચેનો તફાવત જણાવો.

[7]

(બ) નીચે દર્શાવેલ સેવા ગુણવત્તા મોડેલને સંબંધિત આકૃતિઓ સાથે સમજાવો.

[7]

i. સેવા ગુણવત્તાનું ગેપ મોડેલ (The Gap Model of Service Quality)

ii. સેવાઓનું ત્રિકોણ માર્કેટિંગ મોડેલ (The Services Triangle Marketing Model)

પ્ર.૨ ગ્રાહક સંતોષ અને બ્રાન્ડ પ્રતિષ્ઠા પર સેવા નિષ્ફળતાની અસરનું વિશ્લેષણ કરો. સંસ્થાઓ અસરકારક સેવા પુનઃપ્રાપ્તિ વ્યૂહરચનાઓ કેવી રીતે વિકસાવી શકે છે?

[14]

અથવા

પ્રશ્ન ૨ (અ) સેવા બ્લુપ્રિન્ટિંગ શું છે? સંબંધિત ઉદાહરણો સાથે સેવાની ગુણવત્તા અને કાર્યક્ષમતા સુધારવામાં તેની ભૂમિકા સમજાવો.

[7]

(બ) નવી સેવા વિકાસના તબક્કાઓનું વર્ણન કરો.

[7]

પ્ર.૩. સેવા વિતરણમાં ગ્રાહકોની ભૂમિકા સમજાવો અને તેમનું વર્તન ગ્રાહક સંતોષ અને સેવાની ગુણવત્તાને કેવી રીતે અસર કરે છે તે સમજાવો.

[14]

અથવા

પ્ર.૩ (અ) સેવા વિતરણમાં ઇલેક્ટ્રોનિક ચેનલોની ભૂમિકા સમજાવો.

[7]

(બ) આંતરરાષ્ટ્રીય ચેનલો દ્વારા સેવાઓ પહોંચાડવાના પડકારો અને તકો સમજાવો.

[7]

(P.T.O)

પ્રશ્ન.૪. ઇન્ટિગ્રેટેડ સર્વિસીસ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સ (ISMC) ની વિભાવના સમજાવો અને સતત સેવા બ્રાન્ડિંગ સુનિશ્ચિત કરવામાં તેના મહત્વની ચર્ચા કરો. [14]

અથવા

પ્રશ્ન.૪. (અ) સેવા ઉદ્યોગમાં ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ કિંમત નિર્ધારણ વ્યૂહરચનાઓનું યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે વિવેચનાત્મક મૂલ્યાંકન કરો. [7]

(બ) ધંધાની નફાકારકતા અને રાષ્ટ્રીય અર્થતંત્ર પર સેવાઓની નાણાકીય અસરો સમજાવો. [7]

પ્રશ્ન. ૫

MCQ.

(14)

1. સેવાનો મૂળ સ્વભાવ કયો નથી?
 - a) અવિભાજ્યતા
 - b) વિજાતીયતા
 - c) નાશવંતતા
 - d) એકરૂપતા
2. GATS એટલે શું?
 - a) General Agreement on Trade in Services
 - b) General Alliance on Trade in Services
 - c) General Agreement on Trade and Supply
 - d) General Acceptance on Trade in Services
3. સર્વિસ માર્કેટિંગ મિક્સના 7P માં કયો સમાવેશ થતો નથી?
 - a) પ્રક્રિયા
 - b) ભૌતિક પુરાવા
 - c) પેકેજિંગ
 - d) પ્રમોશન
4. સર્વિસ ટ્રાયેન્ગલ માર્કેટિંગ મોડેલના ઘટકો કયા છે?
 - a) કંપની
 - b) પ્રદાતાઓ
 - c) ગ્રાહકો
 - d) ઉપરોક્ત બધા
5. નીચેનામાંથી કયું રિલેશનશિપ માર્કેટિંગનું મુખ્ય લક્ષ્ય છે?
 - a) ફક્ત નવા ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે

- b) ગ્રાહકો સાથે લાંબા ગાળાના સંબંધો જાળવી રાખવા અને બનાવવા
- c) ગ્રાહકની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા વિના ઉત્પાદન વેચાણમાં વધારો
- d) ગ્રાહક સપોર્ટ દૂર કરીને સેવા ખર્ચ ઘટાડવો
6. સેવા ડિઝાઇનમાં નીચેનામાંથી કયો પડકાર નથી?
- a) સેવાઓની અમૂર્તતા
- b) સેવા વિતરણને પ્રમાણિત કરવામાં મુશ્કેલી
- c) કર્મચારીઓની ઓછી સંડોવણી
- d) સેવાઓનું એક સાથે ઉત્પાદન અને વપરાશ
7. સર્વિસ બ્લુપ્રિન્ટિંગ મુખ્યત્વે શેમાં મદદ કરે છે?
- a) સેવા પ્રક્રિયાઓ ઓળખવી અને સુધારવી
- b) ગ્રાહક ક્રિયાપ્રતિક્રિયા ઘટાડવી
- c) સેવા નિષ્ફળતાના વધતા બનાવો
- d) ગ્રાહક-નિર્ધારિત સેવા ધોરણોને દૂર કરવા
8. સેવાઓના સંદર્ભમાં, "સર્વિસસ્કેપ" શું દર્શાવે છે?
- a) ભૌતિક વાતાવરણ જ્યાં સેવા ક્રિયાપ્રતિક્રિયાઓ થાય છે
- b) સેવાઓનું ઓનલાઇન માર્કેટિંગ
- c) સેવાઓ માટે કિંમત નિર્ધારણ વ્યૂહરચના
- d) સેવા વ્યવસાયોને અસર કરતા કાનૂની નિયમો
9. આંતરરાષ્ટ્રીય ચેનલો દ્વારા સેવાઓ પહોંચાડવામાં મુખ્ય પડકાર શું છે?
- a) આંતરરાષ્ટ્રીય બજારોમાં ગ્રાહકોનો અભાવ
- b) વિવિધ સાંસ્કૃતિક અને નિયમનકારી વાતાવરણમાં સુસંગત સેવા ગુણવત્તા જાળવી રાખવી
- c) વૈશ્વિક સેવા ઉદ્યોગોમાં સ્પર્ધાનો અભાવ
- d) વૈશ્વિક સ્તરે સેવાઓનું માનકીકરણ કરવાની સરળતા
10. ઇલેક્ટ્રોનિક સેવા વિતરણનો મુખ્ય પડકાર શું છે?
- a) ટેકનોલોજીકલ પ્રગતિનો અભાવ
- b) સુરક્ષા અને ગોપનીયતાની ચિંતાઓને કારણે ગ્રાહકોમાં વિશ્વાસનો અભાવ હોઈ શકે છે.
- c) તે માનવ કર્મચારીઓની જરૂરિયાતને સંપૂર્ણપણે દૂર કરે છે.
- d) તે કાર્યક્ષમતા અને પ્રતિભાવ સમય ઘટાડે છે
11. સેવા સંસ્થાઓમાં માંગ અને ક્ષમતાનું સંચાલન મહત્વપૂર્ણ છે કારણ કે:

- a) ભવિષ્યના ઉપયોગ માટે સેવાઓ સંગ્રહિત કરી શકાતી નથી
- b) સેવાઓની માંગ હંમેશા સ્થિર રહે છે.
- c) માંગમાં વધઘટથી સેવાની ગુણવત્તા પર કોઈ અસર થતી નથી.
- d) સેવાની માંગને પહોંચી વળવા માટે ઓવરબુકિંગ શ્રેષ્ઠ માર્ગ છે.
12. નીચેનામાંથી કયા પરિબલો સેવાઓના ભાવને નોંધપાત્ર રીતે પ્રભાવિત કરે છે?
- a) સેવાની મૂર્તતા
- b) સેવાઓની નાશવંતતા અને પરિવર્તનશીલતા
- c) ફક્ત ઉત્પાદનનો નિશ્ચિત ખર્ચ
- d) સેવા વિતરણમાં ગ્રાહકની સંડોવણીનો અભાવ
13. ઇન્ટિગ્રેટેડ ગેપ્સ મોડેલ ઓફ સર્વિસીસમાં, જ્યારે ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ મેનેજમેન્ટની અપેક્ષાઓ સાથે મેળ ખાતી નથી ત્યારે કયો તફાવત રહે છે?
- a) સેવા વિતરણમાં અંતર
- b) જ્ઞાનનો અભાવ
- c) વાતચીતનો અભાવ
- d) પ્રદર્શન ગેપ
14. ઇન્ટિગ્રેટેડ ગેપ્સ મોડેલ ઓફ સર્વિસીસનું મુખ્ય કેન્દ્ર શું છે?
- a) સેવા વ્યવસાયો માટે નાણાકીય સંસાધનોનું સંચાલન
- b) ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ અને વાસ્તવિક સેવા વિતરણ વચ્ચે સેવા ગુણવત્તાના અંતરને ઓળખવા અને તેને દૂર કરવા
- c) સેવા કંપનીઓ માટે વધતો કાર્યકારી ખર્ચ
- d) સેવા ઉદ્યોગમાં સ્પર્ધા દૂર કરવી

M.Com. SEM - IV

509 EB/ ED: SERVICE MARKETING

Date:

Total Marks: 70

Time:

Note: Each question carries an equal weightage of 14 Marks.

Q.1 Explain the meaning and types of service expectations along with factors that influence customer expectations of service. [14]

OR

Q.1 (A) Give the Differences between Goods and services [7]

(B) Explain below mentioned Model of Service Quality with respective diagrams. [7]

i. The Gap Model of Service Quality

ii. The Services Triangle Marketing Model

Q.2 Analyze the impact of service failure on customer satisfaction and brand reputation. How can organizations develop effective service recovery strategies? [14]

OR

Q.2 (A) What is service blueprinting? Explain its role in improving service quality and efficiency with relevant examples. [7]

(B) Describe the stages in new service development. [7]

Q.3. Explain the role of customers in service delivery and explain how their behavior impacts customer satisfaction and service quality. [14]

OR

Q.3 (A) Explain the role of electronic channels in service delivery. [7]

(B) Explain the challenges and opportunities of delivering services through international channels. [7]

Q.4. Explain the concept of Integrated Services Marketing Communications (ISMC) and discuss its significance in ensuring consistent service branding. [14]

OR

Q.4. (A) Critically evaluate different pricing strategies used in the service industry with suitable examples. [7]

(B) Explain the financial effects of services on business profitability and national economies. [7]

Q'5 M.C.Q. [14]

1. Which one is not the basic nature of service?

a) Inseparability

b) Heterogeneity

(P.T.O)

- c) Perishability
 - d) Homogeneity
2. GATS stands for What?
 - a) General Agreement on Trade in Services
 - b) General Alliance on Trade in Services
 - c) General Agreement on Trade and Supply
 - d) General Acceptance on Trade in Services
 3. Which one is not included in 7P's of Service Marketing Mix?
 - a) Process
 - b) Physical Evidence
 - c) Packaging
 - d) Promotion
 4. Which are the components of Service Triangle Marketing Model?
 - a) Company
 - b) Providers
 - c) Customers
 - d) All of the above
 5. Which of the following is a key goal of Relationship Marketing?
 - a) Attracting new customers only
 - b) Retaining and building long-term relationships with customers
 - c) Increasing product sales without customer interaction
 - d) Reducing service costs by eliminating customer support
 6. Which of the following is NOT a challenge in service design?
 - a) Intangibility of services
 - b) Difficulty in standardizing service delivery
 - c) Lower employee involvement
 - d) Simultaneous production and consumption of services
 7. What does Service Blueprinting primarily help in?
 - a) Identifying and improving service processes
 - b) Reducing customer interaction
 - c) Increasing service failure incidents
 - d) Eliminating customer-defined service standards
 8. In the context of services, what does "servicescape" refer to?
 - a) The physical environment where service interactions occur
 - b) The online marketing of services
 - c) The pricing strategies for service offerings
 - d) The legal regulations affecting service businesses
 9. What is a key challenge in delivering services through international channels?
 - a) Lack of customers in international markets
 - b) Maintaining consistent service quality across different cultural and regulatory environments
 - c) The absence of competition in global service industries
 - d) The ease of standardizing services globally
 10. What is a key challenge of electronic service delivery?
 - a) Lack of technological advancements
 - b) Customers may lack trust due to security and privacy concerns

- c) It completely eliminates the need for human employees
 - d) It reduces efficiency and response time
11. Managing demand and capacity in service organizations is important because:
- a) Services cannot be stored for future use
 - b) Demand for services always remains constant
 - c) Service quality is not affected by demand fluctuations
 - d) Overbooking is the best way to handle service demand
12. Which of the following factors significantly influences the pricing of services?
- a) The tangibility of the service
 - b) The perishability and variability of services
 - c) The fixed cost of production only
 - d) The absence of customer involvement in service delivery
13. In the Integrated Gaps Model of Services, which gap exists when customer expectations do not match management's perception of those expectations?
- a) The Service Delivery Gap
 - b) The Knowledge Gap
 - c) The Communication Gap
 - d) The Performance Gap
14. What is the key focus of the Integrated Gaps Model of Services?
- a) Managing financial resources for service businesses
 - b) Identifying and closing service quality gaps between customer expectations and actual service delivery
 - c) Increasing operational costs for service firms
 - d) Eliminating competition in the service industry
-

