

DO NOT OPEN THIS TEST BOOKLET UNTIL YOU ARE ASKED TO DO SO

T.B.C. : 29/14/ET

Booklet Sr. No.

153

TEST BOOKLET
TOURISM ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
PAPER II

Time Allowed : 1 $\frac{1}{4}$ Hours]

[Maximum Marks : 100

All questions carry equal marks.

INSTRUCTIONS

1. Write your Roll Number only in the box provided alongside.
Do not write anything else on the Test Booklet.
 2. This Test Booklet contains 50 items (questions). Each item comprises four responses (answers). Choose only one response for each item which you consider the best.
 3. After the candidate has read each item in the Test Booklet and decided which of the given responses is correct or the best, he has to mark the circle containing the letter of the selected response by blackening it completely with ball point pen as shown below. *H.B. Pencil should not be used* in blackening the circle to indicate responses on the answer sheet. In the following example, response "C" is so marked :
- (A) (B) ● (D)
4. Do the encoding carefully as given in the illustrations. While encoding your particulars or marking the answers on answer sheet, you should blacken the circle corresponding to the choice in full and no part of the circle should be left unfilled. You may clearly note that since the answer sheets are to be scored/evaluated on machine, any violation of the instructions may result in reduction of your marks for which you would yourself be responsible.
 5. You have to mark all your responses ONLY on the ANSWER SHEET separately given. *Responses marked on the Test Booklet or in any paper other than the answer sheet shall not be examined.* Use ball point pen for marking responses.
 6. All items carry equal marks. Attempt all items.
 7. Before you proceed to mark responses in the Answer Sheet fill in the particulars in the front portion of the Answer Sheet as per the instructions.
 8. After you have completed the test, hand over the OMR answer sheet to the Invigilator.
 9. In case of any discrepancy found in English and Hindi Version in this paper, the English Version may be treated as correct and final.

DO NOT OPEN THIS TEST BOOKLET UNTIL YOU ARE ASKED TO DO SO

TOURISM ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

Paper II

Time Allowed : $1\frac{1}{4}$ Hours]

[Maximum Marks : 100

Note :— This paper contains *Fifty (50)* multiple choice questions, each question carries *two (2)* marks. Attempt *All* of them.

1. In 1961 PATA established its first chapter in :
(A) India and Maldives (B) Germany and Sweden
(C) New Zealand and Hong Kong (D) Canada and Hawaii
2. Which of the following are Specialised Recreational Attractions (SRAs) :
(A) Hill Stations (B) Theme Parks
(C) Monuments (D) Restaurants
3. Sustainable Tourism aims at :
(A) Environmental Purity (B) Community well-being
(C) Local Prosperity (D) All of these

पर्यटन प्रशासन एवं प्रबंध

प्रश्न-पत्र II

समय : $1\frac{1}{4}$ घण्टे]

[पूर्णांक : 100

नोट : इस प्रश्न-पत्र में पचास (50) बहुविकल्पीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न के दो (2) अंक हैं। सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

1. वर्ष 1961 में पैसिफिक एरिया ट्रैवल एसोसिएशन (पाटा) ने अपना पहला चैप्टर स्थापित किया :

- (A) भारत और मालदीव में (B) जर्मनी और स्वीडन में
(C) न्यूजीलैंड और हांगकांग में (D) कनाडा और हवाई में

2. निम्नलिखित में से कौन विशेषताप्राप्त मनोरंजक आकर्षण (एस.आर.ए.एस.) हैं ?

- (A) हिल स्टेशन (B) थीम पार्कस्
(C) संस्मारक (D) रेस्तराँ

3. सतत् पर्यटन का उद्देश्य होता है :

- (A) पर्यावरणगत शुद्धता (B) सामुदायिक भलाई
(C) स्थानीय समृद्धि (D) ये सभी

4. Which organisation was established on recommendations of Yunus Committee ?

(A) IATO

(B) TFCI

(C) TAFI

(D) FHRAI

5. Ecomuseum means as areas or regions with distinct heritage identity. This concept originated in the country :

(A) Italy

(B) Greece

(C) France

(D) Britain

6. What does EDI stand for ?

(A) Exchange Data Information

(B) Electronic Document Interchange

(C) Electronic Data Interchange

(D) Exchange of Data Internationally

4. यूनुस समिति की सिफारिश पर कौनसा संगठन स्थापित हुआ ?

(A) आई.ए.टी.ओ.

(B) टी.एफ.सी.आई.

(C) टी.ए.एफ.आई.

(D) एफ.एच.आर.ए.आई.

5. इको-म्यूजियम का अर्थ ऐसा क्षेत्र या इलाका है जिसकी पहचान विशिष्ट विरासत हो। इस संकल्पना का उद्भव किस देश में हुआ ?

(A) इटली

(B) ग्रीस

(C) फ्रांस

(D) ब्रिटेन

6. ई.डी.आई. का पूरा नाम है :

(A) एक्सचेंज डाटा इन्फॉर्मेशन

(B) इलेक्ट्रॉनिक डॉक्यूमेंट इंटरचेंज

(C) इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज

(D) एक्सचेंज ऑफ डाटा इंटरनेशनली

7. In the question given below there are two statements, one labelled as Assertion (A) and the other labelled as the Reason (R).

Assertion (A) : Tourism is intensely Geographic phenomenon.

Reason (R) : Tourism stimulates large scale movement of people on an increasingly globalized scale and forges distinctive relationship between people-as Tourists and the spaces and places they visit. It has significant implications for process of physical development and resource exploitation, whilst the presence of visitors will frequently exert a range of economic, social, cultural and environmental impacts.

In the context of the two statements, which of the following is *correct* ?

- (A) Both (A) and (R) are true but (R) is not the correct explanation of (A)
 - (B) Both (A) and (R) are true and (R) is the correct explanation of (A)
 - (C) (A) is true but (R) is false
 - (D) (A) is false but (R) is true
8. Regarding handicrafts Aurangabad is famous for its :
- (A) Morjaris and Bandies
 - (B) Tie and Dye Fabrics
 - (C) Paithani Sarees and Himroo Shawls
 - (D) Variety of Kundan Jewellery

7. नीचे दिये गये प्रश्न में दो कथन हैं जिनमें एक अभिकथन (A) है दूसरा तर्क (R) है।

अभिकथन (A) : पर्यटन उत्कट रूप से भौगोलिक संघटना है।

तर्क (R) : पर्यटन बढ़ते हुए वैश्विक स्तर पर लोगों की व्यापक पैमाने पर आवाजाही को प्रोत्साहित करता है और पर्यटक के रूप में लोगों और जगहों तथा उन स्थानों को जिन्हें वे देखने जाते हैं, के बीच विशिष्ट संबंध का निर्माण करता है। संसाधनों के दोहन और भौतिक विकास की प्रक्रिया में इसके सार्थक परिणाम निकलते हैं जब तक आगंतुकों की उपस्थिति बार-बार विभिन्न आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और पर्यावरणिक प्रभावों वाली होगी।

इन दो कथनों के सन्दर्भ में निम्नलिखित में कौनसा सही है ?

- (A) (A) और (R) दोनों सही हैं लेकिन (R), (A) की सही व्याख्या नहीं है।
- (B) (A) और (R) दोनों सही हैं और (R), (A) की सही व्याख्या है।
- (C) (A) सही है लेकिन (R) गलत है
- (D) (A) गलत है लेकिन (R) सही है

8. हस्तशिल्पकला के क्षेत्र में औरंगाबाद प्रसिद्ध है :

- (A) मोर्जरी और बंडी
- (B) टाई और डाई वस्त्र
- (C) पैठानी साड़ी और हिमरू शॉल
- (D) कुन्दन आभूषण के प्रकार

9. Which one of the following usually generates the highest rate of commission for travel agents ?
- (A) Airline Tickets (B) Hotel Reservations
(C) Travel Insurance (D) Traveller's Cheques
10. Which of the following is *not* a service innovation strategy ?
- (A) Branded service innovation
(B) Established service innovation
(C) Incremental service innovation
(D) Radical service innovation
11. Developing a product and brand image in the minds of consumers that can also include improving a customer's perception about the experience they will have if they choose to purchase any product or service, is called :
- (A) Branding (B) Positioning
(C) Targeting (D) Segmentation

9. निम्नलिखित में से किससे ट्रैवेल एजेंटों को सामान्यतः सर्वाधिक कमीशन प्राप्त होता है ?

(A) एयरलाइन टिकट

(B) होटल आरक्षण

(C) यात्रा बीमा

(D) यात्री चेक

10. निम्नलिखित में से कौनसी सेवा नवोन्मेष रणनीति नहीं है ?

(A) ब्रांडेड सेवा नवोन्मेष

(B) स्थापित सेवा नवोन्मेष

(C) वृद्धिशील सेवा नवोन्मेष

(D) मौलिक सेवा नवोन्मेष

11. उपभोक्ताओं के मन में उत्पाद और ब्रांड छवि को विकसित करना जिसमें उपभोक्ताओं के उस

अनुभव के प्रत्यक्ष ज्ञान को भी शामिल किया जा सकता है, जो वे किसी उत्पाद अथवा सेवा

को खरीदने का चुनाव करते समय करेंगे, कहलाता है :

(A) ब्रांडिंग

(B) पोजीशनिंग

(C) टारगेटिंग

(D) सेगमेंटेशन

12. Maslow's Hierarchy of Needs faces criticism, because :

- (A) little evidence for the ranking of needs that Maslow described or for the existence of a definite hierarchy at all
- (B) his definition of self-actualization is difficult to test scientifically
- (C) most research has not been able to substantiate the idea of a needs hierarchy
- (D) All of the above

13. The greatest threat to Coastal Tourism is from :

- (A) Earthquakes
- (B) Cyclones
- (C) Tsunami
- (D) Global warming

14. "Marketing research is the systematic and objective search for, and analysis of, information relevant to the identification and solution of any problem in the field of marketing." This definition of Marketing Research was given by :

- (A) Pearson
- (B) Green and Tull
- (C) Philip Kotler
- (D) S.C. Johnson

12. मास्लो के आवश्यकताओं के पदक्रम (मास्लोस हेरारकी ऑफ नीड्स) की आलोचना इसलिए होती है, क्योंकि :

- (A) मास्लो द्वारा व्याख्यायित आवश्यकताओं के पदक्रम अथवा निश्चित पदक्रम के अस्तित्व के लिए अल्प प्रमाण
- (B) उसकी आत्मसिद्धि की परिभाषा की वैज्ञानिक रूप से जाँचना कठिन है।
- (C) आवश्यकता पदक्रम के विचार को अधिकांश अनुसंधान प्रमाणित नहीं कर सके।
- (D) उपर्युक्त सभी

13. तटीय पर्यटन के लिए सबसे बड़ी चुनौती है :

- (A) भूकंप
- (B) चक्रवात
- (C) सुनामी
- (D) वैश्विक तपन

14. "विपणन अनुसंधान, विपणन के क्षेत्र की किसी समस्या के समाधान और उसकी पहचान हेतु उपयुक्त सूचना के विश्लेषण के लिए, वस्तुपरक और व्यवस्थित अनुसंधान है।" विपणन अनुसंधान की इस परिभाषा के प्रस्ताता हैं :

- (A) पीयर्सन
- (B) ग्रीन एंड टल
- (C) फिलिप कॉटलर
- (D) एस. सी. जॉनसन

15. The standard error is a statistical measure of :
- (A) The normal distribution of scores around the sample mean
 - (B) The extent to which a sample mean is likely to differ from the population mean
 - (C) The clustering of scores at each end of a survey scale
 - (D) The degree to which a sample has been accurately stratified
16. Which of the following is *not* a type of non-probability sampling ?
- (A) Snowball sampling
 - (B) Stratified random sampling
 - (C) Quota sampling
 - (D) Convenience sampling
17. The term 'Data processing error' refers to :
- (A) Activities or events related to the sampling process
 - (B) Faulty techniques of coding and managing data
 - (C) Problems with the implementation of the research process
 - (D) The unavoidable discrepancy between the sample and the population

15. मानक त्रुटि एक सांख्यिकीय माप है :

- (A) प्रतिचयन माध्य के आसपास आँकड़ों का सामान्य विभाजन
- (B) सीमा जहाँ तक एक प्रतिचयन माध्य की जनसंख्या माध्य से भिन्नता की संभावना है।
- (C) प्रत्येक सर्वेक्षण माप के अंत में आँकड़ों का इकट्ठा हो जाना
- (D) डिग्री जहाँ तक एक प्रतिचयन को सटीक रूप से क्रियान्वित किया गया है (स्ट्रैटीफाइड)

16. निम्नलिखित में से कौनसा गैर-संभाव्यता प्रतिचयन का प्रकार नहीं है ?

- (A) स्नॉबाल प्रतिचयन
- (B) क्रियान्वित (स्ट्रैटीफाइड) यादृच्छिक प्रतिचयन
- (C) नियतांश प्रतिचयन
- (D) सुविधा प्रतिचयन

17. 'आँकड़ा प्रक्रिया त्रुटि' (डाटा प्रोसेसिंग एरर) पदबंध संबंधित है :

- (A) प्रतिचयन प्रक्रिया से संबंधित घटनाओं या गतिविधियों से
- (B) आँकड़ों के प्रबंधन एवं कोडिंग की त्रुटिपूर्ण तकनीक से
- (C) अनुसंधान प्रक्रिया के कार्यान्वयन के साथ समस्याओं से
- (D) प्रतिचयन और जनसंख्या के बीच अपरिहार्य विषमता से

18. In Statistics, the standard deviation is a measure that is used tothe amount of variation or dispersion of a set of data values.

- (A) Multiply (B) Divide
(C) Quantify (D) Add

19. Match List-I with List-II and select the *correct* answer using the codes given below the lists :

List-I

- (a) Marketing mix
(b) Product mix
(c) Product line
(d) Product diversifications

List-II

- (i) Product basket offered by firm
(ii) Set of related products
(iii) Collection of controllable marketing variables
(iv) Entering into new product areas

Codes :

- | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) (iv) | (ii) | (iii) | (i) |
| (B) (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (C) (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (D) (i) | (ii) | (iv) | (iii) |

18. सांख्यिकी में, मानक विचलन एक माप है जिसका प्रयोग विषमता की मात्रा के अथवा आँकड़ा मूल्यों के समूह के विसर्जन के लिए किया जाता है।

- (A) गुणा (B) भाग
(C) मात्रा (D) योग

19. सूची-I को सूची-II के साथ सुमेलित कीजिए और सूचियों के नीचे दिये गए कोडों की सहायता से सही उत्तर दीजिए :

सूची-I

- (a) मार्केटिंग मिक्स
(b) प्रॉडक्ट मिक्स
(c) प्रॉडक्ट लाइन
(d) उत्पाद विशाखन (डाइवर्सिफिकेशन)

सूची-II

- (i) फर्म द्वारा प्रस्तुत (आफर्ड) की गयी उत्पाद बास्केट
(ii) सम्बद्ध उत्पादों का समुच्चय
(iii) नियंत्रणयोग्य विपणन चरों का संकलन
(iv) नवीन उत्पाद क्षेत्रों में प्रवेश

कोड :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| (A) | (iv) | (ii) | (iii) | (i) |
| (B) | (ii) | (iii) | (iv) | (i) |
| (C) | (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (D) | (i) | (ii) | (iv) | (iii) |

20. Match the Sellers 4Ps with Customers 4Cs and choose the *correct* codes given at the end of the lists :

List-I
(Sellers 4Ps)

- (a) Product
- (b) Price
- (c) Place
- (d) Promotion

List-II
(Customers 4Cs)

- (i) Customer solution
- (ii) Customer cost
- (iii) Convenience
- (iv) Communication

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|------|-------|-------|
| (A) | (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (B) | (ii) | (i) | (iii) | (iv) |
| (C) | (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (D) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

21. Match List-I with List-II and select the *correct* answer using the codes given below the lists :

List-I

- (a) Stated need
- (b) Real need
- (c) Unstated need
- (d) Delight need

List-II

- (i) Customer wants expensive car
- (ii) Customer wants a car with low operational cost
- (iii) Customer expects good service from dealer
- (iv) Customer would like the dealer to include some good gift

Codes :

- | | (a) | (b) | (c) | (d) |
|-----|-------|------|-------|-------|
| (A) | (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (B) | (ii) | (i) | (iii) | (iv) |
| (C) | (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (D) | (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

20. विक्रेता 4Ps के साथ उपभोक्ता 4Cs का सुमेलित काजए तथा कूट का मदद स सहर उतर का चयन कीजिए :

सूची-I
(विक्रेता 4Ps)

- (a) उत्पाद
(b) मूल्य
(c) स्थान
(d) प्रोत्साहन

सूची-II
(उपभोक्ता 4Cs)

- (i) उपभोक्ता समाधान
(ii) उपभोक्ता लागत
(iii) सुविधाएँ
(iv) संप्रेषण

कोड :

- | | | | |
|-----------|------|-------|-------|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (B) (ii) | (i) | (iii) | (iv) |
| (C) (iii) | (i) | (ii) | (iv) |
| (D) (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

21. सूची-I को सूची-II से सुमेलित कीजिए तथा दिये कूटों में से सही कूट का चयन कीजिए:

सूची-I

- (a) वर्णित आवश्यकता
(b) वास्तविक आवश्यकता
(c) अवर्णित आवश्यकता
(d) आनंद आवश्यकता

सूची-II

- (i) उपभोक्ता महींगी कार चाहता है
(ii) उपभोक्ता ऐसी कार चाहता है जिसके चलाने में कम लागत आती है
(iii) उपभोक्ता डीलर से अच्छी सेवा की अपेक्षा करता है
(iv) उपभोक्ता डीलर से किसी अच्छे उपहार को शामिल करने की अपेक्षा करेगा

कूट :

- | | | | |
|-----------|------|-------|-------|
| (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (B) (ii) | (i) | (iii) | (iv) |
| (C) (iii) | (iv) | (i) | (ii) |
| (D) (iv) | (i) | (ii) | (iii) |

22. In terms of Marketing, what does "Motivation" mean ?
- (A) An inner drive that reflects goal-directed arousal
 - (B) Better communication skills
 - (C) Inspiring employees to perform better
 - (D) (A) and (B) both
23. The activity that provides incentives to sales force to achieve objective is known as :
- (A) Sales Promotion
 - (B) Sales Expansion
 - (C) Sales Relationship
 - (D) Reward
24. Niche market means :
- (A) a free market
 - (B) equity market
 - (C) capital market
 - (D) a specified market for the target group
25. What is the risk involved in the Tourism Marketing and Business ?
- (A) Natural Risk
 - (B) Competitive Risk
 - (C) Human and Political Risks
 - (D) All of these

22. विपणन की शब्दावली में 'अभिप्रेरण' का क्या अभिप्राय है ?
- (A) आंतरिक अभियान जिससे लक्ष्य निर्देशित उद्बोधन प्रतिबिंबित होता है
 (B) बेहतर संप्रेषण दक्षताएँ
 (C) कर्मचारियों को बेहतर निष्पादन की प्रेरणा देना
 (D) (A) और (B) दोनों
23. अनुक्रिया जो लक्ष्य अर्जन हेतु बिक्री के लिए प्रोत्साहन उपलब्ध कराती है, कहलाती है :
- (A) बिक्री प्रोत्साहन (B) बिक्री विस्तारण
 (C) बिक्री संबंध (D) पुरस्कार
24. निक (Niche) विपणन का अभिप्राय है :
- (A) एक मुक्त बाजार
 (B) इक्विटी बाजार
 (C) पूँजी बाजार
 (D) लक्षित समूह के लिए विशेषीकृत बाजार
25. पर्यटन बाजार और व्यवसाय में किस प्रकार का जोखिम शामिल है ?
- (A) प्राकृतिक जोखिम (B) प्रतियोगात्मक जोखिम
 (C) मानव और राजनीतिक जोखिम (D) ये सभी

26. In case there are too many outliers in the data set, the most representative average value is :
- (A) Mean (B) Median
(C) Mode (D) None of these
27. When a new product is developed to achieve new growth objective, the growth strategy of the firm is called :
- (A) Market Penetration (B) Product Development
(C) Diversification (D) None of these
28. Available evidence suggests that holiday (vacation) propensity generally increases with :
- (A) Age (B) Size of Household
(C) Unemployment (D) Level of Education
29. For volume weight calculation, the dimensions of $81.6 \times 56.2 \times 36.5$ cm are rounded off to :
- (A) $81 \times 56 \times 36$ cm (B) $82 \times 56 \times 36$ cm
(C) $82 \times 56 \times 37$ cm (D) None of these

26. डाटा सेट में यदि बहुत अधिक बहिर्वासी (आउटलायर्स) हैं, सर्वाधिक प्रतिनिधिक औसत मूल्य है :
- (A) माध्य (B) माध्यिका
(C) बहुलक (D) इनमें से कोई नहीं
27. जब एक नये उत्पाद को, विकास उद्देश्य प्राप्त करने के लिए विकसित किया जाता है, तब कम्पनी की विकास रणनीति को कहा जाता है :
- (A) बाजार भेदन (B) उत्पाद विकास
(C) विविधता (D) इनमें से कोई नहीं
28. उपलब्ध साक्ष्य से पता चलता है कि छुट्टियों (अवकाश) की प्रकृति सामान्यतः इसके साथ बढ़ती है :
- (A) उम्र (B) परिवार का आकार
(C) बेरोजगारी (D) शिक्षा का स्तर
29. परिमाण भार की गणना हेतु $81.6 \times 56.2 \times 36.5$ सेमी. के परिमाण को निम्न प्रकार से राउंड ऑफ कर दिया जाता है :
- (A) $81 \times 56 \times 36$ सेमी. (B) $82 \times 56 \times 36$ सेमी.
(C) $82 \times 56 \times 37$ सेमी. (D) इनमें में से कोई नहीं

30. Which one of the following is *not* the parametric test ?
- (A) Chi-square test
 - (B) Mann-Whitney U-test
 - (C) *t*-test
 - (D) Wilcoxon signed-rank test
31. The forward hold (FWD) and aft cargo hold (AFT) are located in the :
- (A) Upper deck
 - (B) Main deck
 - (C) Lower deck
 - (D) All of these
32. To address the constraints being faced by the hotel industry in obtaining multiple clearances and to streamline the system for speedy clearances of hotel projects, the Govt. of India has approved a board named as :
- (A) Hotel Facilitation Board
 - (B) Hospitality Projects Approval Board
 - (C) Hotel Division and Promotion Board
 - (D) Hospitality Development and Promotion Board

30. निम्न में से कौनसा सच्चा मानदंडीय परीक्षण नहीं है ?

(A) काई-स्क्वायर टेस्ट

(B) मैम-व्हिटनी यू-टेस्ट

(C) टी-टेस्ट

(D) विल्कोक्सन हस्ताक्षरित-श्रेणी टेस्ट

31. फारवर्ड होल्ड (एफ.डब्ल्यू.डी.) तथा एफ्ट (AFT) कार्गो होल्ड (ए.एफ.टी.) स्थित होते हैं :

(A) ऊपरी डेक पर

(B) मुख्य डेक पर

(C) निचली डेक पर

(D) इन सभी पर

32. होटल उद्योग द्वारा बहुत सारी स्वीकृतियाँ प्राप्त करने में होने वाली कठिनाइयों को दूर करने तथा होटल परियोजनाओं की शीघ्र स्वीकृति हेतु प्रणाली को दुरुस्त करने के लिए भारत सरकार ने एक बोर्ड का गठन किया है, जिसका नाम है :

(A) होटल फैंसिलिटेशन बोर्ड

(B) आतिथ्य परियोजनाएँ स्वीकृति बोर्ड

(C) होटल प्रभाग और संवर्धन बोर्ड

(D) आतिथ्य विकास और संवर्धन बोर्ड

33. Profitability ratios are :
- (A) Absolute measures of profit
 - (B) A profit maximising exercise
 - (C) Ratios that reflect how much a company made relative to what it cost to earn the profit
 - (D) Ratios that reflect relationships between scale of operations and the profits
34. Who amongst the following has given the 'Needs Hierarchy Theory of Motivation' ?
- (A) Herzberg
 - (B) Maslow
 - (C) Vroom
 - (D) Adams
35. The characteristic(s) of business ethics is/are :
- (A) Study of Goals and Means
 - (B) Dynamic Philosophy
 - (C) Relating to Human Aspects
 - (D) All of the above

33. लाभप्रदता अनुपात कहते हैं :
- (A) लाभ के निरपेक्ष उपाय
- (B) लाभ को बढ़ाने वाला अभ्यास
- (C) वे अनुपात जो यह बताते हैं कि लाभ को कमाने में जो लागत आई है उसके सापेक्ष कंपनी ने कितना लाभ कमाया
- (D) वे अनुपात जो संकायों के तथा लाभ के बीच के संबंधों का द्योतक हैं ?
34. निम्न में से किसने उत्प्रेरणा का "आवश्यकता पूर्वापारक्रम सिद्धांत" दिया है ?
- (A) हर्जबर्ग (B) मास्लो
- (C) ब्रूम (D) एडम्स
35. बिजनेस नैतिकता की विशेषताएँ हैं :
- (A) लक्ष्यों एवं साधनों का अध्ययन
- (B) गत्यात्मक दर्शन
- (C) मानवीय पक्षों से संबंधित
- (D) उपर्युक्त सभी

36. The concept of cost of capital is useful in :
- (A) Capital budget decisions
 - (B) Capital structure decisions
 - (C) Both of the above (A) and (B)
 - (D) None of the above
37. 'USP' in marketing jargon refers to :
- (A) Unassailable Selling Position
 - (B) User Satisfaction-based Pricing
 - (C) Universal Selling Proposition
 - (D) Unique Selling Proposition
38. The process of classifying customers into groups with similar needs, characteristics of behaviour is called :
- (A) Market segmentation
 - (B) Market development
 - (C) Market penetration
 - (D) Target marketing

36. पूँजी लागत संकल्पना का उपयोग किया जाता है :

- (A) पूँजी बजट निर्णय में
- (B) पूँजी संरचना निर्णय में
- (C) उपर्युक्त (A) और (B) दोनों
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

37. बाज़ार की शब्दावली में यू.एस.पी. का मतलब है :

- (A) अनअसेलेबल सेलिंग प्रोजीशन
- (B) यूजर सैटिस्फैक्शन बेस्ट प्राइसिंग
- (C) यूनिवर्सल सेलिंग प्रोजीशन
- (D) यूनिक सेलिंग प्रोजीशन

38. ग्राहक की जरूरतों और उनके व्यवहार के आधार पर उनके वर्गीकरण की प्रक्रिया को कहते हैं :

- (A) बाज़ार का वर्गीकरण
- (B) बाज़ार का विकास
- (C) बाज़ार भेदन
- (D) निश्चित ग्राहक वर्ग वाली मार्केटिंग

39. The aim of Customer Relationship Management (CRM) is to produce high :
- (A) Customer value
 - (B) Customer loyalty
 - (C) Customer satisfaction
 - (D) Customer equity
40. When a consumer expresses thoughts, feelings, images, experiences, beliefs, and so on that become associated with the brand, the consumer is expressing ?
- (A) Brand knowledge
 - (B) Brand loyalty
 - (C) Brand preference
 - (D) Brand quality
41. Promotion mix includes :
- (A) Advertising, publicity, personal selling, promotion
 - (B) Physical attributes, brand, packaging and product life cycle
 - (C) Brand name, product benefits, delivery and credit
 - (D) Transportation, material handling, packaging and customer service

39. ग्राहक सम्पर्क प्रबंध का उद्देश्य उच्च उत्पादन करना है :

- (A) ग्राहक मूल्य का
- (B) ग्राहक स्वामिभक्ति का
- (C) ग्राहक सन्तुष्टि का
- (D) ग्राहक साम्य

40. जब कोई उपभोक्ता अपने विचार, भावना, छवि, अनुभव और विश्वास अभिव्यक्त करता है और यह ब्रांड से जुड़ जाता है, तो उपभोक्ता व्यक्त कर रहा है :

- (A) ब्रांड का ज्ञान
- (B) ब्रांड के प्रति विश्वसनीयता
- (C) ब्रांड की प्राथमिकता
- (D) ब्रांड की गुणवत्ता

41. प्रोत्साहन संयुक्त प्रयास (प्रोमोशन मिक्स) में शामिल हैं :

- (A) विज्ञापन देना, प्रचार-प्रसार करना, निजी बिक्री, बड़ावा
- (B) भौतिक प्रदर्शन, ब्रांड, पैकेजिंग और उत्पादन जीवन-चक्र
- (C) ब्रांड नाम, उत्पादन लाभ, वितरण और भरोसा
- (D) अभिगमन, सामग्री पहुँचाना, पैकेजिंग और उपभोक्ता सेवा

42. Which one of the following is the feature of a travel agency ?
- (A) He sells services on behalf of hotels and transport companies
 - (B) He purchases sites for hotels and transport companies
 - (C) He guides the tourists and their destinations
 - (D) He is a contractor to bring sites from the transport companies
43. In the terminology of airports handling operations :
- (A) the staff of the airline are spread throughout the logistics route
 - (B) Conveyor systems of airlines change from time to time
 - (C) Boarding passes are the documents to identify the luggage
 - (D) Baggage identification tags are attached only to suitcases
44. The costliest class in International Flights is :
- (A) C
 - (B) Y
 - (C) F
 - (D) J

42. निम्नलिखित अभिलक्षणों में कौनसा एक ट्रेवल एजेंसी का अभिलक्षण है ?

- (A) वह यातायात कंपनियों और होटल की ओर से विक्रय सेवाएँ प्रदान करता है
- (B) वह यातायात कंपनियों और होटल के लिए जगहों की खरीद करता है
- (C) वह पर्यटकों और उनके गंतव्यों के लिए मार्गदर्शन करता है
- (D) वह यातायात कंपनियों से स्थान खरीदने वाला कॉन्ट्रैक्टर है

43. विमानपत्तन (एअरपोर्ट) उठाने-रखने (हैंडलिंग) प्रचालनों में :

- (A) हवाई कंपनी (एअरलाइन) के कर्मचारी पूरे संभार तंत्र (लॉजिस्टिक्स) मार्ग पर फैले होते हैं
- (B) हवाई कंपनी की संप्रेषण प्रणाली (कन्वेयर सिस्टम) समय-समय पर परिवर्तित होती रहती हैं
- (C) बोर्डिंग पास, सामान की पहचान के दस्तावेज हैं
- (D) बैगेज पहचान पट्टी (टैग) केवल सूटकेस पर लगाए जाते हैं

44. अंतर्राष्ट्रीय उड़ानों में सबसे महँगी श्रेणी है :

- (A) C
- (B) Y
- (C) F
- (D) J

45. The product mix of the tourism industry includes :
- (A) Accommodation (B) Recreation
(C) Transportation (D) All of these
46. Which one of the following data is *not* to be furnished to the appropriate government authority by the proprietor or director of the hotel :
- (A) Economic or financial background of the proprietor or director
(B) Name of the hotel
(C) Address of the hotel
(D) Total number of rooms
47. Who identified Mussoorie as a tourist attraction :
- (A) Lord Dalhousie (B) Lord Clive
(C) Captain Young (D) Deboigne from France
48. In the 12th Five Year Plan, for Tourism Sector total outlay requirement (excluding Mega Projects) was worked out to be :
- (A) Five thousand crore (B) Four thousand crore
(C) Three thousand crore (D) Six thousand crore

45. पर्यटन व्यवसाय के उत्पाद मिश्रण (प्रोडक्ट मिक्स) में शामिल है :

- (A) आवास (B) मनोरंजन
(C) यातायात (D) ये सभी

46. निम्नलिखित में से कौनसा डाटा होटल के मालिक अथवा निदेशक द्वारा उचित सरकारी प्राधिकरण को नहीं भरना पड़ता ?

- (A) मालिक अथवा निदेशक की वित्तीय अथवा आर्थिक पृष्ठभूमि
(B) होटल का नाम
(C) होटल का पता
(D) कमरों की कुल संख्या

47. पर्यटक आकर्षण के रूप में मसूरी की पहचान किसने की ?

- (A) लार्ड डलहौजी (B) लार्ड क्लाइव
(C) कैप्टेन यंग (D) फ्रांसीसी डिबोइन

48. 12वीं पंचवर्षीय योजना में पर्यटन क्षेत्र के लिए कुल पूंजी आवश्यकता (विशाल परियोजनाओं के बिना) कितनी आंकी गयी थी ?

- (A) पाँच हजार करोड़ (B) चार हजार करोड़
(C) तीन हजार करोड़ (D) छः हजार करोड़

49. Match List-I with List-II and select the *correct* answer using the codes given below the lists :

List-I

(Terms)

- (a) Transit Flight
- (b) Overview Slate room
- (c) Cab
- (d) AC Chair Car

List-II

(Modes of Transport)

- (i) Taxi
- (ii) Aircraft
- (iii) Train
- (iv) Sea Cruise

Codes :

- | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| | (a) | (b) | (c) | (d) |
| (A) | (i) | (ii) | (iii) | (iv) |
| (B) | (ii) | (iv) | (i) | (iii) |
| (C) | (iv) | (iii) | (ii) | (i) |
| (D) | (iii) | (ii) | (i) | (iv) |

50. Which among the following statements is *not true* about Euro Rail ?
- (A) All major routes are served by premier and comfortable high speed trains
 - (B) Night trains for the long distances private and shared cabins are available
 - (C) Scenic trains with exciting views and relaxing trips
 - (D) All of the above are true

49. सूची-I को सूची-II से सुमेलित कीजिए तथा सूचियों के नीचे दिये गये कूटों में से सही उत्तर का चयन कीजिए :

सूची-I (शब्दावली)	सूची-II (यातायात के साधन)
(a) ट्रांजिट प्लाइट	(i) टैक्सी
(b) ओवरव्यू स्लेट रूप	(ii) एयरक्राफ्ट
(c) कैंब	(iii) रेलगाड़ी
(d) ए.सी. चेयर कार	(iv) सी क्रूज

कूट :

(a)	(b)	(c)	(d)
(A) (i)	(ii)	(iii)	(iv)
(B) (ii)	(iv)	(i)	(iii)
(C) (iv)	(iii)	(ii)	(i)
(D) (iii)	(ii)	(i)	(iv)

50. निम्नलिखित में से कौनसा कथन यूरो रेल के बारे में सत्य नहीं है ?

- (A) सभी मुख्य मार्ग प्रीमियर तथा आरामदायक उच्च गति रेल सेवा देते हैं
(B) लंबी दूरी की रात्रि रेलगाड़ियाँ निजी तथा साझा कोबिन उपलब्ध कराती हैं
(C) मनोरम रेलें भव्य नजारों एवं आरामदायक यात्रा सहित
(D) उपर्युक्त सभी सत्य हैं