

- पूर्ण प्रतियोगिता
 - एक बाजार को पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी कहा जाता है यदि उसमें क्रेताओं तथा विक्रेताओं की बड़ी संख्या, समान उत्पाद, स्वतंत्र प्रवेश तथा बहिर्गमन, उत्पादन के घटकों की पूर्ण गतिशीलता, बाजार की परिस्थितियों के बारे में पूरी जानकारी, परिवहन लागत की अनुपस्थिति, कोई सरकारी व्यवधान नहीं तथा मिलीभगत की अनुपस्थिति।
 - एक फर्म साम्य में होती है जब इसका MC = MR तथा MC वक्र MR वक्र को नीचे से काटता हो।
 - अल्पकाल में फर्म अति सामान्य लाभ (super normal profit) कमा रही हो सकती है या हानि उठा रही हो सकती हैं।
 - दीर्घकाल में सारा अति सामान्य लाभ या हानियाँ उद्योग में नई फर्मों के प्रवेश तथा कुछ पुरानी फर्मों के पलायन के साथ ही मिटने लगती हैं तथा सभी फर्में केवल सामान्य लाभ कमाती हैं।
 - दीर्घकाल में, पूर्ण प्रतियोगिता में, बाजार तंत्र व्यवस्था संसाधनों के अनुकूलतम प्रभारण की ओर ले जाती है।

∎ एकाधिकार-

- एकाधिकार अपूर्ण प्रतिस्पर्द्धा का एक सर्वाधिक विकराल स्वरूप है जिसमें एक उत्पाद का एक एकाकी विक्रेता होता है जिसका कोई निकट प्रतिस्थानापन नहीं होता।
- चूँकि एकाधिकारी फर्म ही उत्पाद विशेष की अकेली उत्पादक होती है अत: उसका माँग वक्र उत्पाद के लिए बाजार के माँग वक्र के समान ही होता है।
- चूँकि एक एकाधिकारी फर्म की बाजार शक्ति होती है अत: उसमें यह योग्यता होती है मूल्यों को सीमान्त लागत के ऊपर चार्ज कर सके तथा धनात्मक आर्थिक लाभ कमा सके।
- एकाधिकार का आधारभूत कारण है प्रवेश के प्रति बाधाएँ, वास्तव में अन्य फर्में बाजार में प्रवेश नहीं कर सकती हैं।
- दीर्घकाल में अति सामान्य लाभ बने रहेंगे क्योंकि प्रवेश प्रतिबाधित होता है।
- एकाधिकार का एक महत्वपूर्ण लक्षण है मूल्य विभेद अर्थात विभिन्न क्रेताओं से एक ही उत्पाद के लिए अलग-अलग मूल्य लेना।
- ऐसे बाजार में लिये जाने वाला मूल्य अपेक्षाकृत अधिक होगा जहाँ माँग कम लोचदार हो तथा ऐसे बाजार में कम होगा जहाँ माँग अधिक लोचदार हो।
- प्रथम श्रेणी के मूल्य विभेद में, एकाधिकारी बाजार को प्रत्येक व्यक्तिगत उपभोक्ता में पृथक-पृथक करता है तथा उनसे ऐसा मूल्य लेता है जिसे देने के वे इच्छुक हैं तथा समर्थ हैं तथा इस प्रकार सम्पूर्ण उपभोक्ता की बचत प्राप्त कर लेता है।
- द्वितीय श्रेणी के मूल्य विभेद में अलग-अलग मूल्य बेची गई विभिन्न मात्रओं के लिए चार्ज किये जाते हैं।
- तृतीय श्रेणी के मूल्य विभेद के अन्तर्गत, अनेक गुणतत्वों द्वारा मूल्य अलग–अलग हो जाते हैं जैसे स्थिति या ग्राहक प्रखण्ड द्वारा।
- प्रतियोगिता के अभाव में, एकाधिकारी को अनुकूलतम स्तर पर उत्पादन करने की आवश्यकता नहीं है।
- चूँकि एकाधिकार शोषणकारी होते हैं तथा अर्थव्यवस्था में अवांछनीय परिणाम उत्पन्न करते हैं अतः सरकार द्वारा उनको नियंत्रित करने तथा एकाधिकारों के सृजन को रोकने के लिए अनेक कदम उठाये जाते हैं।
- वास्तविक जीवन में, पूर्ण एकाधिकार आम नहीं होते क्योंकि एकाधिकारों को या तो नियंत्रित किया जाता है या पूरी तरह से रोक दिया जाता है।

अपूर्ण प्रतियोगिता –

 अपूर्ण प्रतियोगिता एक महत्वपूर्ण श्रेणी है जिसमें व्यक्तिगत फर्म विद्यमान अपूर्णता की मात्रा पर निर्भर होकर अपेक्षाकृत छोटी या बड़ी मात्रा तक मूल्य पर नियंत्रण लागू करती है। बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 4.205

एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता-

- इससे ऐसी बाजार स्थिति का संदर्भ लिया जाता है जिसमें अनेक उत्पादक माल का उत्पादन करते हैं जो एक दूसरे के गहन प्रतिस्थापन होते हैं।
- एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता का अनिवार्य लक्षण होता है बड़ी मात्रा में फर्मों की विद्यमानता, उत्पाद विभेद, विक्रय लागत तथा फर्मों के प्रवेश तथा बहिर्गमन पर स्वतंत्रता।
- एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता में, एकाधिकार तथा पूर्ण प्रतियोगिता के लक्षण आंशिक रूप से विद्यमान होते हैं।
- माँग वक्र अत्यधिक लोचदार होती है तथा एक फर्म का मूल्य पर कुछ न कुछ नियंत्रण रहता है।

अल्पाधिकार प्रतियोगिता–

- अल्पाधिकार को 'कुछ के बीच प्रतियोगिता' के रूप में भी सन्दर्भित किया जाता है क्योंकि कुछ बड़ी फर्में इस बाजार में उत्पादन करती हैं तथा प्रतिस्पर्द्धा करती हैं।
- विभिन्न प्रकार के अल्पाधिकार होते हैं जैसे-पूर्ण तथा विभेदात्मक अल्पाधिकार, खुले तथा बन्द अल्पाधिकार, मिलीभगत तथा प्रतिस्पर्द्धी अल्पाधिकार, आंशिक तथा पूर्ण अल्पाधिकार तथा सिंडीकेटिड एवं संगठित अल्पाधिकार।
- अल्पाधिकार के मुख्य लक्षण है अन्त:निर्भरता, विज्ञापन का महत्व तथा विक्रय लागत एवं ग्रुप व्यवहार। विभिन्न अल्प एकाधिकारी परिवेश विभिन्न अनुकूलम रणनीतियों को जन्म देते हैं तथा अलग–अलग परिणाम उत्पन्न होते हैं।
- मूल्य नेतृत्व वर्चस्वकारी फर्म द्वारा किया जा सकता है या एक कम लागत की फर्म द्वारा अथवा यह वायुदाबमापी मूल्य नेतृत्व हो सकता हैं।
- फर्मों का एक ग्रुप जो स्पष्टत: अपनी गतिविधियों को एकजुट होने के लिए सहमत होते हैं एक कार्टेल कहलाता है।
- Paul A, Sweezy ने Oligopoly के मुडँवा माँग वक्र का प्रतिपादन किया। बदले के डर के कारण लम्बे समय के लिए मुल्यों को अपरिवर्तित बनाये रखा जायेगा तथा मूल्य चिपकने तथा बेलोच की ओर उद्यत होता है।
- अन्य महत्वपूर्ण बाजार फर्में हैं-Duopoly, Monopsony, Oligospony तथा Bilateral Monopoly ।

विविध चयन वाले प्रश्न (MULTIPLE CHOICE QUESTIONS)

1. निम्न तालिका में साम्य बाजार मूल्य क्या होगा?

	मूल्य रु.	माँग (टन प्रतिवर्ष)	आपूर्ति (टन प्रतिवर्ष)
	1	1000	400
	2	900	500
	3	800	600
	4	700	700
	5	600	800
	6	500	900
	7	400	1000
	8	300	1100
(अ)	2 হ.	(ब) 3	रु.
(स)	4 रु.	(द) 5	रु.।

4.206 व्यावसायिक अर्थशास्त्र

2. मान लें कि जब मूल्य 20 रु. है तो माँग की मात्रा 9 यूनिटें हैं तथा जब मूल्य 19 रु. है तो माँग की मात्रा 10 यूनिटें हैं। इस सूचना के आधार पर 9 से 10 यूनिटों तक उत्पादन में वृद्धि से उत्पन्न सीमान्त आगम क्या होती है? (अ) 20 रु. (ৰ) 19 ফ. (स) 10 रु. (द) 1 रु. 3. मान लें कि जब मूल्य 20 रु. है तो माँग की मात्रा 15 यूनिट है तथा जब मूल्य 18 रु. है तो माँग की मात्रा 16 यूनिटें हैं, 15 से 16 तक उत्पादन में वृद्धि से उत्पन्न सीमान्त आगम क्या है? (ৰ) 16 रु. (अ) 18 रु. (स) 12 रु. (द) 28 रु. 4. मान लें एक फर्म उसके स्तर का उत्पादन कर रही है जहाँ MR>MC है। फर्म को अपने लाभों को अधिकतम करने के लिए क्या करना चाहिये? (अ) फर्म को कुछ नहीं करना चाहिये (ब) फर्म को कम श्रम लगाना चाहिये (स) फर्म को मुल्य बढाना चाहिये (द) फर्म को उत्पादन बढाना चाहिये। 5. सीमान्त आगम के समान होता है : (अ) मुल्य में परिवर्तन के उत्पादन में परिवर्तन द्वारा विभाजित करने पर आया आगम (ब) मात्रा में परिवर्तन के मूल्य में परिवर्तन द्वारा विभाजित करने पर आया आगम (स) उत्पादन में एक यूनिट परिवर्तन के कारण P × Q में परिवर्तन (द) मूल्य, लेकिन केवल तभी जबकि फर्म एक मूल्य खोजने वाली फर्म होती। 6. मान लें कि एक एकल व्यापारी 1,00,000 रु. का कुल आगम कमा रहा है तथा उसकी 75,000 रु. की बहिर्मुखी लागतें लग रही हैं। यदि मालिक किसी अन्य कम्पनी में काम कर रहा होता तो वह वर्ष में 30,000 रु. प्राप्त करता है, तो हम निष्कर्ष निकालेंगे कि : (अ) फर्म एक आर्थिक हानि उठा रही है (ब) अस्पष्ट लागतें 25,000 रु. है (स) कुल आर्थिक लागतें 1,00,000 रु. हैं (द) व्यक्ति 25,000 रु. का आर्थिक लाभ कमा रहा है। 7. निम्न में से कौन पूर्ण प्रतियोगिता की एक अनिवार्य शर्त नहीं है? (अ) बड़ी मात्रा में क्रेता या विक्रेता (ब) समान उत्पाद (द) परिवहन लागतों की अनुपस्थिति। (स) प्रवेश की स्वतंत्रता 8. पूर्ण प्रतियोगिता में एक फर्म द्वारा वहन की जा रही माँग वक्र का आकार कैसा होता है? (अ) क्षैतिज (ब) लम्बवत् (स) धनात्मक ढलुआँ (द) ऋणात्मक ढल्आँ। 9. एक फर्म के लाभ को अधिकतम होने के लिए प्रथम क्रम की शर्त होती है? $(\Im) AC = MR$ (\mathbf{a}) MC = MR (स) MR = AR $(\mathbf{q}) \mathbf{A}\mathbf{C} = \mathbf{A}\mathbf{R}$ 10. निम्न में से कौन एक ''मूल्य अर्जक'' (प्राइसटेकर) का लक्षण नहीं है? $(\Im) TR = P \times Q$ (ब) AR = मूल्य (स) ऋणात्मक रूप से ढलुआँ वक्र (द) सीमान्त आगम = मूल्य 11. निम्न में से कौन से कथन असत्य हैं? (अ) आर्थिक लागतों में फर्म द्वारा स्वामित्वाधीन संसाधनों की अवसर लागत शामिल है (ब) लेखांकन लागतों में शामिल हैं केवल अस्पष्ट लागतें

बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 🔰 4.207

- (स) आर्थिक लाभ सदैव ही लेखांकन लाभ से कम होगा यदि फर्म द्वारा स्वामित्वाधीन तथा प्रयुक्त संसाधनों की कोई अवसर लागत हो
- (द) लेखांकन लाभ कुल आगम घटायें अस्पष्ट लागतों के बराबर होता है।
- 12. एक निर्दिष्ट आपूर्ति वक्र के साथ, माँग में एक कमी उत्पन्न करती है :
 - (अ) मूल्य में एक सर्वांगीण कमी लेकिन साम्य मात्रा में एक वृद्धि
 - (ब) मूल्य एक सर्वांगीण वृद्धि लेकिन साम्य मात्रा में कमी
 - (स) मूल्य में सर्वांगीण कमी तथा साम्य मात्रा में कमी
 - (द) सर्वांगीण मूल्य में कोई परिवर्तन नहीं लेकिन साम्य मात्रा में कमी।
- 13. आर्थिक सिद्धान्त में यह माना जाता है कि :
 - (अ) फर्म के भीतर निर्णयन सामान्यत: प्रबन्धकों द्वारा किया जाता है लेकिन मालिकों द्वारा कभी नहीं
 - (ब) फर्म का अन्तिम उद्देश्य होता है लाभों को अधिकतम करना, फर्म के आकार या व्यावसायिक संगठन के प्रारूप की अनदेखी करके
 - (स) जैसे-जैसे फर्म का आकार बढ़ता है वैसे-वैसे उसके उद्देश्य बढ़ते जाते हैं
 - (द) किसी फर्म की मौलिक निर्णयन यूनिट उसके मालिक होते हैं।

14. मान लें कि उपभोक्ताओं की आय तथा बाजार में माल A के विक्रेताओं की संख्या दोनों घटते हैं। इस सूचना के आधार पर हम निष्कर्ष ले सकते हैं कि साम्य :

- (अ) मूल्य बढ़ेगा (ब) मूल्य गिरेगा
- (स) मात्रा बढ़ेगी (द) मात्रा गिरेगी।
- 15. यदि आपूर्ति माँग की तुलना में अधिक अनुपात में बढ़ती है-
 - (अ) नया साम्य मूल्य तथा मात्रा मौलिक साम्य मूल्य तथा मात्रा की अपेक्षा अधिक होगा।
 - (ब) नया साम्य मूल्य मौलिक साम्य मूल्य की अपेक्षा अधिक होगा लेकिन साम्य मात्रा अपेक्षाकृत अधिक होगी।
 - (स) नया साम्य मूल्य तथा मात्रा मौलिक साम्य मूल्य तथा मात्रा की अपेक्षा कम होगा।
 - (द) नया साम्य मूल्य मौलिक साम्य से कम होगा तथा नई साम्य मात्रा अपेक्षाकृत अधिक होगी।

16. मान लें कि वस्तु Z के लिए बाजार में माँग में वृद्धि तथा आपूर्ति की मात्रा में वृद्धि साथ-साथ होती है। परिणाम होगा : (अ) साम्य मुल्य तथा मात्रा में वृद्धि

- (ब) साम्य मूल्य में तथा मात्रा में कमी
- (स) साम्य मात्रा में वृद्धि तथा साम्य मूल्य पर अतिरिक्त प्रभाव
- (द) साम्य मूल्य में कमी तथा साम्य मात्रा में वृद्धि।
- 17. मान लेते हैं कि पर्सनल कम्प्यूटर्स उत्पादन के लिए प्रौद्योगिकी सुधारी जाती है तथा साथ-ही-साथ व्यक्ति पर्सनल कम्प्यूटर्स के नये-नये प्रयोग खोज रहे हैं अत: पर्सनल कम्प्यूटर्स का अधिकाधिक उपयोग हो रहा है। साम्य मूल्य तथा साम्य मात्रा के प्रति निम्न में से क्या कुछ घटेगा?
 - (अ) मूल्य बढ़ेगा; मात्रा निर्धारित नहीं की जा सकती है
 - (ब) मूल्य घटेगा; मात्रा निर्धारित नहीं की जा सकती है
 - (स) मात्रा बढ़ेगी; मूल्य निर्धारित नहीं किया जा सकता है
 - (द) मात्रा घटेगी; मूल्य निर्धारित नहीं किया जा सकता है।
- 18. निम्न में से कौन पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा की एक शर्त नहीं है?
 - (अ) फर्मों की एक बड़ी संख्या
 - (ब) घटकों की पूर्ण गतिशीलता
 - (स) सूचनादायी विज्ञापन ताकि सुनिश्चित हो सके कि उपभोक्ताओं को अच्छी जानकारी है
 - (द) बाजार में प्रवेश तथा बाजार से बहिर्गमन की स्वतंत्रता।

				0-0fm
4.208	\square	/	व्यावसायिक	અથશાસ્ત્ર

- 19. निम्न में से कौन एक पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा वाले बाजार का एक लक्षण नहीं है?
 - (अ) उद्योग में बड़ी मात्रा में फर्में
 - (ब) फर्मों का उत्पादन एक दूसरे के लिए पूर्ण प्रतिस्थापन होता है
 - (स) फर्म अधोगामी ढलुआँ माँग वक्रों का सामना करती हैं
 - (द) संसाधन अत्यन्त गतिशील होते हैं।
- 20. निम्न में से कौन एकाधिकारी प्रतिस्पर्द्धा का एक लक्षण नहीं है?
 - (अ) उद्योग में प्रवेश की सरलता (ब) उत्पाद विभेदीकरण
 - (स) विक्रेताओं की अपेक्षाकृत बड़ी मात्रा (द) एक समरूप उत्पाद।
- 21. एकाधिकार एक उत्पाद बाजार में उत्पन्न हो सकता है क्योंकि
 - (अ) किसी वस्तु के उत्पादन के लिए एक महत्वपूर्ण तौर पर महत्वपूर्ण संसाधन पर एक एकाकी फर्म का स्वामीत्व है।
 - (ब) सरकार ने फर्म को वस्तु के उत्पादन के पेटेन्ट अधिकार दिये हैं।
 - (स) उत्पादन की लागतें तथा पैमाने की बचतें एक एकाकी उत्पादक द्वारा उत्पादन को अधिक कार्यक्षम बना देती हैं।
 - (द) उपरोक्त सभी।
- 22. अल्पाधिकारी उद्योगों के लक्षण हैं :
 - (अ) कुछ वर्चस्वकारी फर्में तथा प्रवेश के लिए सारवान बाधाएँ
 - (ब) कुछ बड़ी-बड़ी फर्में तथा कोई प्रवेश बाधाएँ नहीं
 - (स) अनेक छोटी-छोटी फर्में तथा कोई प्रवेश बाधाएँ नहीं
 - (द) एक वर्चस्वकारी फर्म तथा निम्न प्रवेश बाधाएँ।
- 23. मूल्य-अर्जक फर्में अर्थात ऐसी फर्में जो एक पूर्ण प्रतियोगिता वाले बाजार में विद्यमान होती है, बाजार के प्रति सापेक्षिक ''छोटी'' कही जाती हैं। निम्न में से कौन इस छोटेपन का सर्वोत्तम वर्णन करता है?
 - (अ) व्यक्तिगत फर्म में 10 से कम ही कर्मचारी होने चाहियें
 - (ब) व्यक्तिगत फर्म एक अधोगामी-ढलुआँ माँग वक्र का सामना करती है
 - (स) व्यक्तिगत फर्म की सम्पत्तियाँ 20 लाख रुपये से कम होती है
 - (द) व्यक्तिगत फर्म अपने उत्पादन निर्णयों के माध्यम से बाजार मूल्य को प्रभावित करने में असमर्थ होती है।
- 24. मूल्य-अर्जक (प्राइस-टेकिंग) फर्म के लिए :
 - (अ) सीमान्त आगम मूल्य से कम होता है
 - (ब) सीमान्त आगम मूल्य के बराबर होता है
 - (स) सीमान्त आगम मूल्य की अपेक्षा अधिक होता है
 - (द) सीमान्त आगम तथा मूल्य के बीच सम्बन्ध अनिर्धारणीय होता है।
- 25. एकाधिकारी प्रतियोगिता प्राथमिकत: पूर्ण प्रतियोगिता से भिन्न होती है क्योंकि :
 - (अ) एकाधिकारी प्रतियोगिता में फर्में अपने उत्पादों को विभेदित कर सकती हैं
 - (ब) पूर्ण प्रतियोगिता में, फर्में अपने उत्पादों को विभेदित कर सकती हैं
 - (स) एकाधिकारी प्रतियोगिता में, उद्योग में प्रवेश रोक दिया जाता है
 - (द) एकाधिकारी प्रतियोगिता में, प्रवेश के प्रति अपेक्षाकृत कम बाधाएँ होती हैं।
- 26. एकाधिकारी प्रतियोगिता तथा पूर्ण प्रतियोगिता में दीर्घकालीन साम्य परिणाम समान होते हैं क्योंकि दोनों बाजार संरचनाओं में :
 - (अ) प्रभावी उत्पादन स्तर दीर्घकाल में उत्पादित किया जायेगा
 - (ब) फर्में न्यूनतम औसत लागत पर उत्पादन कर रही होंगी
 - (स) फर्में केवल सामान्य लाभ ही कमा रही होंगी
 - (द) फर्में पैमाने की सभी मितव्ययताओं को वसूल करती हैं।

बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 🔊 4.209 27. निम्नलिखित में से क्या oligopolies का एक महत्वपूर्ण लक्षण है? (अ) एक प्रमापित उत्पाद (ब) लाभ अधिकतम करने का लक्ष्य (स) फर्मों के बीच अन्त:निर्भरता (द) फर्मों द्वारा सामना किये जा रहे अधोगामी ढल्ँवा माँग वक्र। 28. बाजार संरचना के किस स्वरूप में एक फर्म द्वारा अपने उत्पाद के मूल्य पर नियंत्रण की मात्रा काफी बड़ी होती है? (अ) एकाधिकार (ब) अपूर्ण प्रतिस्पर्द्धा (स) अल्पाधिकार (द) पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा। 29. औसत आगम वक्र को जाना जाता है? (अ) लाभ वक्र (ब) माँग वक्र (स) औसत लागत वक्र (द) उदासीन वक्र 30. बाजार संरचना के निम्न स्वरूपों में से किसमें अपने उत्पाद के मुल्य पर एक फर्म का कोई नियंत्रण नहीं होता? (ब) एकाधिकारात्मक प्रतिस्पर्द्धा (अ) एकाधिकार (स) अल्पाधिकार (द) पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा। 31. विभेदात्मक एकाधिकार से बोध होता है कि एकाधिकारी अपने उत्पाद के लिए अलग–अलग मूल्य वसूल करता है? (अ) उपभोक्ताओं के विभिन्न वर्गों से (ब) विभिन्न उपयोगों के लिए (स) विभिन्न स्थानों पर (द) उपरोक्त में कोई। 32. मूल्य विभेद केवल तभी लाभकारी होगा यदि एक उप-बाजार में माँग की लोच : (ब) विभिन्न (अ) समरूप (स) कम (द) शून्य। 33. अल्पाधिकार के संदर्भ में मुड़ी हुई माँग परिकल्पना को समझाने के लिए डिजाईन किया जाता है : (ब) मूल्य हठधर्मिता (अ) मूल्य तथा उत्पादन निर्धारण (स) मुल्य नेतृत्व (द) प्रतियोगियों के बीच टकराव। 34. एक पूर्ण प्रतियोगी बाजार में फर्म एक मूल्य अर्जक ('प्राइस टेकर') होती है। एक मूल्य अर्जक के रूप में यह पदस्थिति इस मान्यता पर आधारित है कि : (अ) फर्म को अपने उत्पाद मूल्य पर कुछ, लेकिन पूर्ण नहीं, नियंत्रण होता है (ब) बाजार में इतने अधिक क्रेता तथा विक्रेता होते हैं कि कोई एकाकी फर्म बाजार को प्रभावित नहीं कर सकती है (स) प्रत्येक फर्म एक समान उत्पाद तैयार करती हैं (द) बाजार स्थान में प्रवेश करने या बाजार से बाहर जाने में सरलता होती है। 35. मान लें कि XYZ कम्पनी के लिए माँग वक्र अधोगामी ढलुआँ तथा सीधी ओर को होता है। हम निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि : (अ) फर्म एक पूर्ण प्रतिस्पर्द्धी बाजार में काम करती है (ब) फर्म स्थापित बाजार मूल्य पर वह सब बेच सकती है जो वह चाहती है (स) XYZ कम्पनी बाजार में एक मूल्य अर्जक नहीं होती क्योंकि उसको उत्पादन की अतिरिक्त इकाइयों को बेचने के लिए मूल्य करने चाहियें (द) XYZ कम्पनी लाभों को अधिकतम करने में समर्थ नहीं होगी क्योंकि मूल्य तथा आगम परिवर्तनीय होते हैं। 36. यदि टूथपेस्ट उद्योग में फर्मों के निम्न बाजार भाग है तो कौन सी बाजार संरचना उद्योग को सबसे अच्छे तरीके से वर्णन करेगी?

	4.210 व्यावसायिक अर्थशान	র
L		
	बाजार भाग	(बाजार का %)
	टूथपेस्ट	18.7
	डैन्टीपेस्ट	14.3
	शाइनीब्राइट	11.6
	आई कान्ट बिलीव इट्स नॉट टूथपेस्ट	9.4
	ब्राईटर दैन व्हाईट	8.8
	पेस्टी स्टफ	7.4
	अन्य	29.8
	(अ) पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा (ब) एकधिकारात्मक प्रतिस्पर्द्धा
	(स) अल्पाधिकार (द) एकाधिकार।
37.	. अल्पाधिकार का मुड़ा हुआ माँग वक्र मॉडल मान्यत	। लेता है कि :
	(अ) किसी मूल्य वृद्धि के प्रति प्रत्युत्तर किसी मूल	न कमी के प्रति प्रत्युत्तर से कम होता है
	(ब) एक मूल्य वृद्धि के प्रति प्रत्युत्तर एक मूल्य म	ं कमी के प्रति प्रत्युत्तर से अधिक होता है
	(स) मॉंग की लोच सतत रहती है बिना यह देखे	के क्या मूल्य वृद्धियाँ रही है या मूल्य में कमियाँ
	(द) माँग की लोच पूरी तरह से लोचदार होती है य	दि मूल्य वृद्धियाँ हों तथा पूरी तरह से बेलोच होती है यदि मूल्य
	गिरें।	
38.	. एक फर्म ''शट-डाऊन (बन्द करने) के बिन्दु'' क	ा सामना करती है जब :
	(अ) औसत कुल लागत उत्पादन के लाभ आधकत	मोकरण स्तर पर मूल्य के बराबर होते हैं
	(ब) आसत पारवतनाय लागत उत्पादन क लाभ अ	धिकतमाकरण स्तर पर मूल्य क बराबर हात ह
	(स) आसत स्थाया लागत उत्पादन क लाभ आधक	तमाकरण स्तर पर मूल्य क बराबर हात ह
•	(द) सामान्त लागत उत्पादन के लाभ आधकतमाक	रण स्तर पर मूल्य क बराबर हात ह। — — — — — — —
39.	. मान लंत हे कि, उत्पादन के लोभ आधकतमाकरण क	सर पर, एक फम दता है कि बाजार मूल्य आसत कुल लागत स रै. जिन्दू में से न्यून स्वर्क के रे
	कम ह लाकन आसत पारवतनाथ लागत स आधक	हा निम्न में से कान सा कथने सहा है?
	(अ) फम का अपना हानिया का न्यूनतम करन क	ालए बन्द कर दना चाहिय ग गर्गात्वच, अपना गुन्ना चाहिये
	(ब) फम को जपनी होनियों को पूरी करने के लि	ए पंचायातः अपना मूल्य बढाना चाहिय गणन ले जाने चाहियें
	(स) फर्म को एक अन्य उद्योग की आर अपन सर	गयन ले जान चाहिय 1 अलाकाल में काम करते रहन चाहिये।
40	्र मल्य उत्पादन के लाभ-अधिकतमीकरण स्तर	ए अरेपकारी न कान करता रहेगा चाहिया पर औमत प्रतितर्तनीय लागत में कम डोता है तो एक फर्म को
40,	जेव नूरेय उर्तार्थ के शाम-आवकरोमाकरण सार चाहिये •	ને બાલત માસ્યતમાં સામત સંચય હોતા હતા હવે વેગ્ય વગ
	पाएष - (अ) उतना उत्पादन जहाँ सीमान्त आगम अल्पकाल	में ऑफोट कर रही स्थिति में सीमान्त लागत के बराबर
	(ज) दीईकाल में आपरेट कर रही स्थिति में सीमा	न लागत के बगबर सीमान्त आगम हेत उत्पादन
	(स) बन्द करना क्योंकि फर्म उस दशा में कोई ह	नि नहीं उतायेगी
	(द) बन्द करना, चँकि यह उसकी परिवर्तनीय लागत	ों को भी परा नहीं कर सकता है यदि वह व्यवसाय में टिकी रहती
	है।	
41.	. एक पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी फर्म की आपूर्ति तालिका अल	पकाल में निम्न के द्वारा निर्धारित की जाती है :
	(अ) उसके औसत आगम	
	(ब) उसकी सीमान्त आगम	
	(स) मुद्रा वक्र के लिए उसकी सीमान्त उपयोगिता	
	(द) उसकी सीमान्त लागत वक्र।	

बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 🎙 4.211 42. अल्पाधिकारी उद्योग का एक लक्षण जो विशिष्ट नहीं होता : (ब) गैर-मूल्य प्रतिस्पर्द्धा को अधिक महत्व (अ) क्षैतिज माँग वक्र (स) मूल्य नेतृत्व (द) उद्योग में फर्मों की छोटी संख्या। 43. भारत में टूथपेस्ट उद्योग की संरचना को निम्न में से किसके के रूप में सर्वोत्तम समझाया जाता है : (अ) पूर्णतः प्रतियोगिता (ब) एकाधिकारात्मक (स) एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता (द) अल्पाधिकारात्मक। 44. भारत में शीतल पेय उद्योग की संरचना को सर्वोत्तम रूप से निम्न में से किसके बताया जाता है : (अ) पूर्णतः प्रतियोगिता (ब) एकाधिकारात्मक (स) एकाधिकारी प्रतियोगिता (द) अल्पाधिकारात्मक। 45. निम्न में से कौन से कथन असत्य हैं : (अ) यहाँ तक कि एकाधिकारी को भी हानि हो सकती है (ब) पूर्णत: प्रतियोगी बाजार में फर्में मूल्य-अर्जक होती हैं (स) यह एक पूर्णत: प्रतियोगी बाजार में एक फर्म के लिए सदैव ही लाभकारी रहता है ताकि भेदभाव वाले मूल्य किये जा सकें (द) मुडा गया माँग वक्र एक अल्पाधिकारी बाजार से सम्बन्ध रखता है। 46. पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा के अन्तर्गत दीर्घकाल में नहीं होगा। (अ) सामान्य लाभ (ब) अतिसामान्य लाभ (द) लागतें। (स) उत्पादन 47. जब होता है . हम जानते हैं कि फर्में मात्र सामान्य लाभ कमा रही होती हैं। (\mathbf{a}) MC = MR $(\Im) AC = AR$ (स) MC = AC $(\mathbf{q}) \quad \mathbf{AR} = \mathbf{MR}$ 48. जब हो, हम जानते हैं कि फर्मों को औसत लागत वक्र के न्यूनतम बिन्दु पर उत्पादन कर रहा होना चाहिये तथा इसलिए उत्पादकीय कार्यक्षमता होगी। $(\Im) AC = AR$ (\mathbf{a}) MC = AC (स) MC = MR $(\mathbf{q}) \mathbf{A}\mathbf{R} = \mathbf{M}\mathbf{R}$ 49. जब हो, तो आबंटनीय कार्यक्षमता होगी जिसका अर्थ है कि अंतिम यूनिट की लागत बिल्कुल उस मूल्य के बराबर होती है जो उपभोक्ता उसके लिए चुकाने के इच्छुक हैं तथा इसलिए सही मूल्य पर सही लोगों को सही सामान ही बेचे जा रहे होते हैं। $(\Im) MC = MR$ $(\mathbf{a}) \mathbf{MC} = \mathbf{AC}$ (\mathbf{H}) MC = AR $(\mathbf{q}) \mathbf{A}\mathbf{R} = \mathbf{M}\mathbf{R}$ 50. कृषि पदार्थों के बाजार ऐसे लक्षण दिखाते हैं जो निम्न में से किसके के निकट होते हैं : (ब) अल्पाधिकार (अ) पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा (स) एकाधिकार (द) एकाधिकारात्मक प्रतिस्पर्द्धा। 51. निम्न में से कौन प्रतियोगी बाजार का एक लक्षण नहीं है? (अ) बाजार में अनेक क्रेता तथा विक्रेता होते हैं। (ब) विक्रय हेतु प्रस्तावित माल व्यापक रूप से समान होता है। (स) फर्म दीर्घकाल में छोटा किन्तु सकारात्मक अति सामान्य लाभ कमाती हैं। (द) फर्म बाजार में आने तथा बाजार छोड़ने के लिए स्वतंत्र होती हैं।

🕝 व्यावसायिक अर्थशास्त्र 4.212 52. निम्न में से कौन से बाजार एक पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी बाजार के लिए अपेक्षाओं को सर्वाधिक संतुष्ट करेंगे? (अ) बिजली (ब) केबुल टेलीविजन (स) कोला (द) दुध 53. निम्नलिखित में से कौन-सा कथन एक पूर्णत: प्रतिस्पर्द्धी फर्म के सम्बन्ध में एकदम सही है? (अ) माँग वक्र अधोगामी ढलुँवा होता है। (ब) माँग वक्र सदैव ही सीमान्त आगम वक्र के ऊपर रहता है। (स) औसत आगम को मूल्य के बराबर होने की आवश्यकता नहीं है। (द) मूल्य सम्पूर्ण बाजार में साम्य द्वारा दिया तथा निर्धारित किया जाता है। 54. हैन्ड टूल्ज (जैसे हैमर्स तथा स्क्रूड्राईवर्स) के लिए बाजार, ड्रेपर, स्टेनले तथा क्राफ्ट्समैन द्वारा छाया रहता है। इस बातार को सबसे अच्छे तरीके में सेके रूप में व्यक्त करते हैं। (अ) एकाधिकारी प्रतिस्पर्द्धी (ब) एक एकाधिकार (स) एक अल्पाधिकार (द) पूर्णतः प्रतिस्पर्द्धी 55. एक बाजार संरचना किसमें अनेक फर्में अपने उत्पादों को बेचती हैं जो समान होते हैं लेकिन एकदम हूबहू नहीं होते, जानी जाती है– (अ) एकाधिकारी प्रतिस्पर्द्धा (ब) एकाधिकार (स) पूर्णतः प्रतिस्पर्द्धा (द) अल्पाधिकार 56. जब एक अल्पाधिकारी व्यक्तिगत तौर पर अपने उत्पादन स्तर का चयन करता है ताकि उसके लाभ अधिकतम हो सकें, तो वह ऐसा मूल्य चार्ज करता है जो होता है-(अ) या तो एकाधिकार या एक प्रतिस्पर्द्धी बाजार द्वारा चार्ज किये गये मूल्य से अधिक। (ब) या तो एकाधिकार या प्रतिस्पर्द्धी बाजार द्वारा चार्ज किये गये मूल्य से कम। (स) एक एकाधिकारी द्वारा चार्ज किये गये मूल्य से अधिक तथा एक प्रतिस्पर्द्धी बाजार द्वारा चार्ज किये गये मूल्य से कम। (द) एक एकाधिकार द्वारा चार्ज किये मूल्य से कम तथा एक प्रतिस्पर्द्धी बाजार द्वारा चार्ज किये गये मूल्य से अधिक। 57. एक प्रतिस्पर्द्धी बाजार के दीर्घकालीन साम्य में, फर्में पर ऑपरेट करती हें। (अ) सीमान्त लागत तथा सीमान्त आगम के कटान पर (ब) उनके प्रभावी पैमाने पर (स) शून्य आर्थिक लाभ पर (द) उपरोक्त सभी उत्तर ठीक हैं। 58. निम्न में से कौन एक एकाधिकारी प्रतिस्पर्द्धी बाजार का एक लक्षण नहीं है? (अ) स्वतंत्र प्रवेश तथा बहिर्गमन (ब) दीर्घकाल में असामान्य लाभ (स) अनेक विक्रेता (द) विभेदीकृत उत्पाद 59. एक अत्यन्त ही अल्पकालीन बाजार में : (अ) आपूर्ति स्थिर रहती है। (ब) माँग स्थिर रहती है। (स) माँग तथा आपूर्ति स्थिर रहती है। (द) उपरोक्त में कोई नहीं। 60. समय तत्व की विचारधारा को सोचा था : (अ) एडम स्मिथ ने (ब) ऑल्फ्रेड मार्शल ने (स) पीगू ने (द) लियोनल रोबिन्सन ने। 61. कुल आगम = (अ) मूल्य × मात्रा (ब) मूल्य × आय (द) उपरोक्त में से कोई नहीं (स) आय × मात्रा

बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 🕯 4.213 62. औसत आगम होता है उपार्जित आगम : (अ) प्रति इनपुट इकाई (ब) प्रति उत्पाद इकाई (द) उत्पादन की विभिन्न इकाइयाँ (स) इनपुट की विभिन्न इकाइयाँ 63. AR को सांकेतिक तौर पर लिखा जा सकता है : (अ) MR/O (ब) मूल्य × मात्रा (द) उपरोक्त में कोई नहीं (स) TR/Q 64. AR को के रूप में भी जाना जाता है। (अ) मुल्य (ब) आय (द) उपरोक्त में कोई नहीं (स) आगम 65. सीमान्त आगम को से उत्पन्न कुल आगम में बदलाव के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। (अ) किसी वस्तु की एक अतिरिक्त कार्य का क्रय (ब) किसी वस्तु की एक अतिरिक्त इकाई का विक्रय (स) किसी वस्तु की अनुगामी इकाइयों का विक्रय (द) उपरोक्त में से कोई नहीं। 66. जब e > 1 तब MR होता है : (अ) शून्य (ब) ऋणात्मक (स) धनात्मक (द) 1 67. जब e = 1 तब MR होता है : (अ) धनात्मक (ब) शून्य (स) 1 (द) ऋणात्मक 68. जब e < 1 तब MR होता है : (अ) ऋणात्मक (ब) शून्य (स) धनात्मक (द) 1 69. मद 'बाजार' से सन्दर्भ दिया जाता है : (अ) एक स्थान जहाँ क्रेता तथा विक्रेता मुल्य के लिए किसी वस्तु या सेवा पर सौदेबाजी करते हैं। (ब) एक स्थान जहाँ क्रेता सौदेबाजी नहीं करते। (स) एक स्थान जहाँ विक्रेता सौदेबाजी नहीं करते। (द) उपरोक्त में से कोई नहीं। 70. पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा के अन्तर्गत फर्म होती है : (अ) मूल्य निर्माता, न कि मूल्य वाहक (ब) मूल्य वाहक, न कि मूल्य निर्माता (द) उपरोक्त में से कोई नहीं (स) न मुल्य वाहक, न ही मुल्य निर्माता 71. एक एकाधिकारी मुल्य होता है : (अ) निर्माता (ब) वाहक (स) समायोजक (द) उपरोक्त में से कोई नहीं 72. मूल्य विभेद का एक लक्षण होता है। (ब) एकाधिकार (अ) एकाधिकारी प्रतिस्पर्द्धा (स) पूर्ण प्रतिस्पर्द्धा (द) अल्पाधिकार 73. एकाधिकार में, मुल्य पर नियंत्रण की मात्रा होती है : (अ) कुछ नहीं (
ब) कुछ (स) अत्यन्त विचारणीय (द) उपरोक्त में से कोई नहीं



74. सामान्यत: नाशवान वस्तुओं जैसे मक्खन, अंडे, दूध, सब्जियाँ, आदि के लिए होगा :

- (अ) क्षेत्रीय बाजार (ब) स्थानीय बाजार
- (स) राष्ट्रीय बाजार (द) उपरोक्त में से कोई नहीं
- 75. मूल्य P, पर, चित्र में दी गई फर्म उत्पादन करेगी-



बाजारों का अर्थ तथा प्रकार 🥆 4.215 81. अल्पाधिकार में जब उद्योग पर किसी एक बड़ी फर्म का वर्चस्व होता है जिसको ग्रुप लीडर के रूप में जाना जाता है तो इस स्थिति को कहते हैं : (अ) पूर्ण अल्पाधिकार (ब) मिलीभगत वाला अल्पाधिकार (स) आंशिक अल्पाधिकार (द) सिंडीकेटिड अल्पाधिकार 82. जब उत्पाद को एक केन्द्रीयकृत संस्था के माध्यम से बेचा जाता है जो अल्पाधिकार को जाना जाता है : (अ) संगठित अल्पाधिकार (ब) आंशिक अल्पाधिकार (द) सिंडीकेटिड अल्पाधिकार (स) प्रतिस्पर्द्धी अल्पाधिकार 83. जब एकाधिकारी उपभोक्ताओं को उपबाजारों में वर्गीकृत करता है तथा अलाभ उपबाजारों में विभिन्न मूल्य चार्ज करता है तो इसको के रूप में जाना जाता है। (अ) मूल्य विभेद का प्रथम चरण (ब) मूल्य विभेद का द्वितीय चरण (द) उपरोक्त में से कोई नहीं (स) मूल्य विभेद का तृतीय चरण 84. के अन्तर्गत एकाधिकारी एक ऐसा मूल्य तय करेगा जो सम्पूर्ण उपभोक्ता की बचत को छीन लेगा। (अ) मूल्य विभेद की द्वितीय स्थिति (ब) मुल्य विभेद की प्रथम स्थिति (द) उपरोक्त में से कोई नहीं (स) मूल्य विभेद की तृतीय स्थिति 85. मुल्य विभेद से सम्बन्ध रखता है। (ब) क्रय के आकार (अ) समय (स) आय (द) उपरोक्त में से कोई नहीं 86. फर्म तथा उद्योग में एक तथा समान होते हैं। (ब) एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता (अ) पूर्ण प्रतियोगिता (स) द्वाधिकार (द) एकाधिकार 87. एक एकाधिकारी फर्म का माँग वक्र होगा। (अ) उर्ध्वगामी ढलुआँ (ब) अधोगामी ढलुआँ (स) क्षैतिज (द) लम्बवत 88. यदि औसत लागत औसत आगम से अधिक हो तो फर्म को (अ) सामान्य लाभ होते हैं। (ब) असामान्य लाभ होते हैं। (स) सामान्य हानि होती है। (द) असामान्य हानि होती है। 89. निम्न में कौन सा कथन सत्य है? (अ) मूल्य हठिता एकाधिकार का एक महत्वपूर्ण लक्षण है। (ब) विक्रय लागतें पूर्ण प्रतियोगिता में सम्भव हैं। (स) पूर्ण प्रतियोगिता में उत्पादन के घटक स्वतंत्र रूप से गतिशीलन नहीं करते क्योंकि उन पर कानूनी बाधाएँ होती हैं। (द) एक उद्योग में अनेक फर्में होती हैं। 90. निम्न में से कौन सा कथन असत्य है? (अ) एकाधिकार में एक फर्म तथा एक उद्योग में कोई अन्तर नहीं होता। (ब) एक एकाधिकारी उत्पादन रोक सकता है तथा मूल्य बढा लेता है। (स) पूर्ण प्रतियोगिता में विक्रय हेतु प्रस्तावित वस्तुएँ विषम रूप होंगी। (द) उत्पादन विभेदीकरण एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता की विशिष्टता है।



उत्तर (Answers)											
1.	(स)	2.	(स)	3.	(स)	4.	(द)	5.	(स)	6.	(अ)
7.	(द)	8.	(अ)	9.	(ब)	10.	(स)	11.	(द)	12.	(स)
13.	(ब)	14.	(द)	15.	(द)	16.	(स)	17.	(स)	18.	(स)
19.	(स)	20.	(द)	21.	(द)	22.	(अ)	23.	(द)	24.	(ब)
25.	(अ)	26.	(स)	27.	(स)	28.	(अ)	29.	(ब)	30.	(द)
31.	(द)	32.	(ब)	33.	(ब)	34.	(ब)	35.	(स)	36.	(स)
37.	(ब)	38.	(ब)	39.	(द)	40.	(द)	41.	(द)	42.	(अ)
43.	(स)	44.	(द)	45.	(स)	46.	(ब)	47.	(अ)	48.	(ब)
49.	(स)	50.	(अ)	51.	(स)	52.	(द)	53.	(द)	54.	(स)
55.	(अ)	56.	(द)	57.	(द)	58.	(ब)	59.	(अ)	60.	(ब)
61.	(अ)	62.	(ब)	63.	(स)	64.	(अ)	65.	(ब)	66.	(स)
67.	(ब)	68.	(अ)	69.	(अ)	70.	(ब)	71.	(अ)	72.	(ब)
73.	(स)	74.	(ब)	75.	(अ)	76.	(स)	77.	(ब)	78.	(द)
79.	(स)	80.	(ब)	81.	(स)	82.	(द)	83.	(स)	84.	(ब)
85.	(द)	86.	(द)	87.	(ब)	88.	(स)	89.	(द)	90.	(स)