

DAY — **11**

SEAT NUMBER

--	--	--	--	--	--	--

2026	II	24	1100	J-188	(H)
ECONOMICS (49)					
Time : 3 Hrs.		(8 Pages)		Max. Marks : 80	

- सूचनाएँ :** (१) सभी प्रश्नों को हल करना अनिवार्य है।
 (२) आवश्यकतानुसार कोष्ठक तथा रेखाचित्र बनाइए।
 (३) दाहिनी ओर के अंक प्रश्नों के पूर्ण गुण प्रदर्शित करते हैं।
 (४) प्रत्येक मुख्य प्रश्न का उत्तर नए पन्ने से प्रारंभ कीजिए।

प्र. १. (अ) सहसंबंध पूर्ण कीजिए :

(५) [२०]

- (i) सूक्ष्म (व्यष्टि) अर्थशास्त्र : विभाजन विधि (पद्धति) ::
 स्थूल (समष्टि) अर्थशास्त्र :
- (ii) मूल्य (कीमत) बढ़ना : :: मूल्य घटना (कम होना) :
 पूर्ति का संकुचन
- (iii) नमक : जीवन के लिए आवश्यक वस्तु :: हीरा :
- (iv) : आधार वर्ष की कीमत :: P_1 : चालू वर्ष की कीमत
- (v) मुद्रा बाजार : अल्पकालीन निधि :: : दीर्घकालीन निधि

(ब) अर्थशास्त्रीय पारिभाषिक शब्द लिखिए :

(५)

- (i) वस्तु में मनुष्य की आवश्यकता पूरी करने की क्षमता
 (ii) अर्थव्यवस्था का सूक्ष्मदर्शी अध्ययन करनेवाली अर्थशास्त्र की शाखा
 (iii) स्थिर कारकों (घटकों) पर किया जाने वाला व्यय

(iv) वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए किया जाने वाला व्यय

(v) सरकार की राजस्व आय तथा सरकार का व्यय समान रहने वाला बजट

(क) असंगत (odd) शब्द पहचानिए:

(५)

(i) उपयोगिता के प्रकार :

स्थल उपयोगिता, रूप या आकार उपयोगिता, समय (काल) उपयोगिता,
वस्तु उपयोगिता

(ii) पूर्ति नियम के अपवाद :

गिफेन वस्तु, श्रम की पूर्ति, नाशवंत वस्तु, दुर्लभ वस्तु

(iii) बिक्री व्यय :

मुफ्त भेंट वस्तु, पेटेंट, फलक विज्ञापन, खिड़की प्रदर्शन

(iv) माँग के निर्धारक तत्त्व (घटक) :

आय, उत्पादन व्यय (खर्च), जनसंख्या का आकार, मूल्य (कीमत)

(v) सूचकांक (निर्देशांक) के प्रकार :

चयन सूचकांक, कीमत सूचकांक, मूल्य सूचकांक, संख्यात्मक सूचकांक

(ड) योग्य विकल्प चुनिए :

(५)

(i) “य” अक्ष के समानांतर रहने वाला माँग वक्र -

(अ) पूर्णतया बेलोचदार माँग

(ब) सापेक्षतः बेलोचदार (Relatively inelastic) माँग

(क) पूर्णतया लोचदार माँग

(ड) इकाई लोचदार (Unitary elastic) माँग

विकल्प : (१) क, ड (२) ब, ड

(३) अ, ब, क (४) केवल अ

SEAT NUMBER

--	--	--	--	--	--	--

(ii) प्रत्येक इकाई की बिक्री के बाद में मिलनेवाली राशि -

(अ) सीमांत प्राप्ति (आय)

(ब) सीमांत व्यय (खर्च)

(क) औसत आय (प्राप्ति)

(ड) कुल आय (प्राप्ति)

विकल्प : (१) अ, ब, क (२) अ, क, ड

(३) केवल क (४) केवल ब

(iii) कीमत सूचकांक के साथ अयोग्य संबंध वाले कथन पहचानिए -

(अ) सूचकांक भौगोलिक साधन है।

(ब) सूचकांक हवा के दबाव में परिवर्तन नापता / गिनता है।

(क) आर्थिक चल (Economic variable) में सापेक्ष परिवर्तन को नापने का काम सूचकांक में होता है।

(ड) सूचकांक विशिष्ट (विशेष) औसत होते हैं।

विकल्प : (१) क, ड (२) अ, ब

(३) ब, क (४) अ, ब, क, ड

(iv) सरकार के अनिवार्य कार्यों में नीचे दिए गए कार्यों में से किस कार्य का समावेश होता है -

(अ) रोजगार निर्माण

(ब) अंतर्गत कायदा एवं सुव्यवस्था

(क) कल्याणकारी उपाय योजना

(ड) वस्तुओं एवं सेवाओं का निर्यात

विकल्प : (१) क, ड (२) अ, ब

(३) केवल ब (४) अ, क, ड

(v) प्रतियोगी माँग के उदाहरण -

(अ) चाय - कॉफी

(ब) मोटर कार - पेट्रोल

(क) चीनी - गुड़

(ड) पेन - स्याही

विकल्प : (१) अ, ब, क

(२) अ, क

(३) ब, क

(४) अ, ब, क, ड

प्र. २. (अ) निम्नलिखित उदाहरणों के आधार पर संकल्पना पहचानकर स्पष्ट कीजिए

[१२]

(कोई तीन) :

(६)

(i) शबाना ने अपने कारखाने के कामगारों को मजदूरी दी।

(ii) भारत ने ईरान से पेट्रोलियम पदार्थ खरीदे।

(iii) गोपाल ने चावल, गेहूँ, कपास, ज्वारी आदि फसलों की २०१६ तथा २०२० वर्ष के उत्पादन की जानकारी हासिल कर के सूचकांक का मापन किया।

(iv) वस्तु के मूल्य में ४०% कमी होने पर वस्तु की माँग में ४०% वृद्धि हुई।

(v) टीना ने ₹ ५०,००० की एकमुश्त राशि बैंक में १ वर्ष के लिए जमा की।

(ब) अंतर स्पष्ट कीजिए (कोई तीन) :

(६)

(i) सूक्ष्म (व्यष्टि) अर्थशास्त्र एवं स्थूल (समष्टि) अर्थशास्त्र

(ii) माँग में वृद्धि (increase in demand) तथा माँग का विस्तार (expansion of demand)

(iii) औसत व्यय तथा औसत आय (प्राप्ति)

SEAT NUMBER

--	--	--	--	--	--	--

(iv) सादा (simple) सूचकांक तथा भारांकित (weighted) सूचकांक

(v) प्रत्यक्ष कर (राजस्व) तथा अप्रत्यक्ष कर (राजस्व)

प्र. ३. निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए (कोई तीन) :

[१२]

- (i) उपयोगिता की कोई चार विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए।
- (ii) माँग की लोच का मापन करने वाली आनुपातिक विधि स्पष्ट कीजिए।
- (iii) सरकार के गैर-कर राजस्व / करेत्तर आय के कोई चार स्रोत स्पष्ट कीजिए।
- (iv) विदेश व्यापार की संकल्पना स्पष्ट कर के उसके प्रकार स्पष्ट कीजिए।
- (v) निम्नलिखित जानकारी के आधार से मूल्य सूचकांक निकालिए :

वस्तु	अ	ब	क	ड
२०१५ में मूल्य (₹)	६	१६	२४	४
२०२० में मूल्य (₹)	८	१८	२८	६

प्र. ४. निम्नलिखित कथनों से आप सहमत हैं या असहमत हैं, कारण सहित स्पष्ट कीजिए (कोई तीन) :

[१२]

- (i) पूर्ण प्रतियोगिता अर्थात् एकाधिकार युक्त प्रतियोगिता है।
- (ii) सूक्ष्म अर्थशास्त्र की व्याप्ति में केवल वस्तु के मूल्य निश्चित करने के सिद्धांत का समावेश किया जाता है।
- (iii) राष्ट्रीय आय की अनेक विशेषताएँ हैं।
- (iv) सार्वजनिक व्यय (खर्च) में केवल राजस्व व्यय (खर्च) का समावेश किया जाता है।
- (v) कुल उपयोगिता एवं सीमांत उपयोगिता की संकल्पना एक जैसी है।

प्र. ५. निम्नलिखित तालिका, रेखाचित्र, परिच्छेद का अध्ययन करके पूछे गए प्रश्नों के उत्तर लिखिए (कोई दो) :

[८]

(i) निम्नलिखित तालिका का निरीक्षण करके प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

(४)

मूल्य (₹)	पूर्ति की इकाईयाँ
१०	२००
१५	<input type="text"/>
२०	३००
२५	३५०
३०	<input type="text"/>
३५	<input type="text"/>
४०	<input type="text"/>

(अ) उपरोक्त पूर्ति पत्रक पूर्ण कीजिए।

(२)

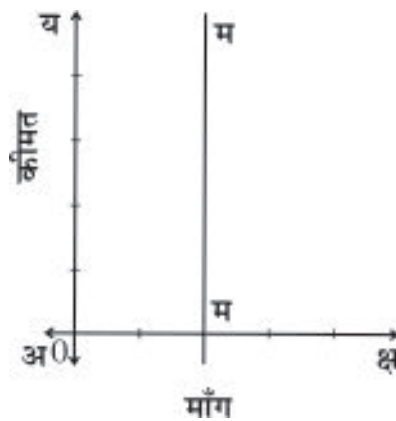
(ब) उपरोक्त पूर्ति पत्रक की सहायता से रेखाचित्र बनाइए।

(२)

(ii) निम्नांकित रेखाचित्रों का निरीक्षण करके प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

(४)

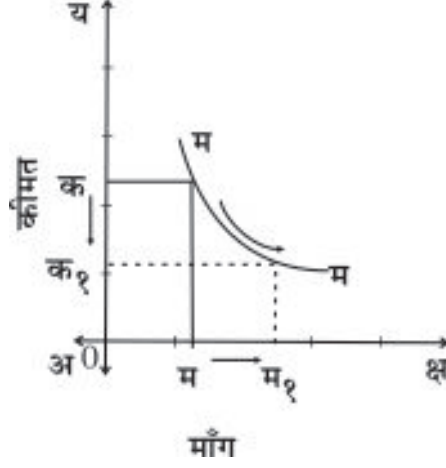
रेखाचित्र 'अ'



SEAT NUMBER

--	--	--	--	--	--	--

रेखाचित्र 'ब'



(१) रेखाचित्र 'अ' में माँग वक्र की लोच कौन-सी है वह लिखिए तथा स्पष्ट कीजिए। (२)

(२) रेखाचित्र 'ब' में माँग वक्र की लोच कौन-सी है वह लिखिए तथा स्पष्ट कीजिए। (२)

(iii) निम्नलिखित गद्यांश पढ़कर उसपर आधारित प्रश्नों के उत्तर लिखिए : (४)

डिजिटल मार्केटिंग को ऑनलाईन मार्केटिंग भी कहते हैं। इसके अंतर्गत इंटरनेट और डिजिटल संचार (communication) के उपयोग द्वारा संभाव्य ग्राहकों से कनेक्ट हो सकते हैं। इसमें केवल ई-मेल, सोशल मीडिया और वेब आधारित विज्ञापन का समावेश नहीं होता बल्कि मार्केटिंग चैनल के रूप में टेक्स्ट और मल्टीमीडिया संदेशों का समावेश भी होता है। वर्तमान समय में सामान्यतः डिजिटल मार्केटिंग अर्थात् संगणक, फोन, टेबलेट, या अन्य डिवाइस पर दिखने वाले मार्केटिंग अभियान हैं। ऑनलाईन वीडियो, डिस्प्ले विज्ञापन, सर्च इंजन मार्केटिंग, सशुल्क सामाजिक विज्ञापन एवं सोशल मीडिया के पोस्ट

इसके अनेक प्रकार हो सकते हैं। डिजिटल मार्केटिंग की तुलना “पारंपरिक विपणन” से की जाती है, जैसे मैगजीन विज्ञापन और प्रत्यक्ष मेल (mail) इत्यादि।

अमेरिका में तीन-चौथाई अमेरिकी दिन-प्रतिदिन ऑनलाइन होते हैं। इतना ही नहीं ४३% दिन में एक बार से अधिक समय ऑनलाइन होते हैं। २६% लोगों के सतत ऑनलाइन होने के कारण डिजिटल मार्केटिंग का उपयोग करना अधिक सुविधाजनक होता है। अपने उत्पाद या सेवा में रूचि दिखाने वाले ग्राहकों से संपर्क करने के लिए डिजिटल मार्केटिंग आपको अलग-अलग माध्यम (चैनल) प्रदान करता है जैसे – सोशल मीडिया, पे-पर-क्लिक (pay-per-click), सर्च इंजन, ई-मेल मार्केटिंग इत्यादि। परिणामस्वरूप एक व्यक्ति एक ब्राण्ड तैयार कर सकता है जो उत्कृष्ट ग्राहक अनुभव देता है।

प्रश्न :

- (१) डिजिटल मार्केटिंग का अर्थ क्या है? (१)
- (२) अमेरिका में एक बार से अधिक समय कितने प्रतिशत लोग ऑनलाइन होते हैं? (१)
- (३) उपरोक्त विषय पर अपना मत लिखिए। (२)

प्र. ६. निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर विस्तार से लिखिए (कोई दो) :

[१६]

- (i) माँग का नियम अपवादों सहित लिखिए एवं स्पष्ट कीजिए।
- (ii) राष्ट्रीय आय की गणना करते समय आनेवाली व्यावहारिक समस्याएँ स्पष्ट कीजिए।
- (iii) रिज़र्व बैंक ऑफ इंडिया (RBI) के कार्य स्पष्ट कीजिए।

