

**(GCF-19, GCF-20, GCF-21, GCF-22, GCF-23, VCF-4, SCF-8,
NOV-20 PD & GD, Foundation Nov. 19 Rep.)**

DATE: 16.08.2020

MAXIMUM MARKS: 100

TIMING: 2 Hours

ECONOMICS AND COMMERCIAL KNOWLEDGE

All Questions is compulsory.

- (1) Ans. c
Explanation:
दीर्घकाल में माँग एवं पूर्ति दोनों परिवर्तित हो सकती है।
- (2) Ans. c
Explanation:
बाजार में कीमत तथा उत्पादन का साम्य सीमान्त लागत वक्र और सीमान्त आगम वक्र से निर्धारित होता है।
- (3) Ans. c
Explanation:
अर्थशास्त्र सीमिति संसाधनों के प्रबंध से संबंधित है।
- (4) Ans. b
Explanation:
यदि माँग लोचदार हो तो कीमत घटने पर कुल व्यय बढ़ता है।
- (5) Ans. d
Explanation:
केवल सन्तुष्टी ही उपयोगिता है।
- (6) Ans. c
Explanation:
उपभोक्ता की बचत = सीमांत उपयोगिता – मूल्य
$$320 - 180 = 140$$
- (7) Ans. d
Explanation:
उपरोक्त सभी उद्यमी के उद्देश्य है।
- (8) Ans. c
Explanation:
मनुष्य पदार्थ नहीं बना सकता।
- (9) Ans. b
Explanation:
सीमान्त लागत में वृद्धि उत्पादन को घटाती है तथा सीमान्त आगम में वृद्धि उत्पादन को बढ़ाती है।
- (10) Ans. d
Explanation:
एक फर्म का उद्देश्य लागत को घटाना तथा लाभ को बढ़ाना है।
- (11) Ans. c
Explanation:

विज्ञापन लागत, उपभोक्ताओं के लिए डिस्काउंट ऑफर तथा विक्रेताओं के लिए प्रोत्साहन राशि विक्रय लागतों में शामिल है।

(12) Ans. b

Explanation:

सन्तुलन वह अवस्था है, जहां मांग व पूर्ति दोनों ही समान होते हैं।

(13) Ans. a

Explanation:

अल्पकाल में ना तो नई फर्म प्रवेश कर सकती है और ना ही बहिर्गमन।

(14) Ans. a

Explanation:

निजी उद्योग केवल लाभ के लिए कार्य करते हैं।

(15) Ans. b

Explanation:

उपयोगिता की गणनावाचक विचारधारा के अनुसार मुद्रा की सीमान्त उपयोगिता स्थिर होती है।

(16) Ans. a

Explanation:

सीमान्त उपयोगिता जब मूल्य से अधिक होता है, तब उपभोक्ता की बचत प्राप्त होती है।

(17) Ans. a

Explanation:

उदासीनता वक्र की प्रमुख मान्यता प्रतिस्थापन की सीमान्त दर का घटना है।

(18) Ans. c

Explanation:

एक फर्म द्वारा विक्रय लागतों पर खर्च बढ़ाने से मांग पर जो प्रभाव पड़ता है, वह विज्ञापन की लोच कहलाता है।

(19) Ans. b

Explanation:

बाजार का अध्ययन करके तथा उपभोक्ता के व्यवहार पर प्रयोग के बाद भविष्य में मांग का अनुमान लगाना बाजार प्रयोग विधि कहलाता है।

(20) Ans. c

Explanation:

आर्थिक उद्देश्य भावनात्मक सम्बन्धों से जुड़े नहीं होते हैं।

(21) Ans. d

(22) Ans. d

(23) Ans. a

(24) Ans. c

(25) Ans. a

- (26) Ans. c
- (27) Ans. c
- (28) Ans. a
- (29) Ans. d
- (30) Ans. a
- (31) Ans. b
- (32) Ans. b
- (33) Ans. b
- (34) Ans. d
- (35) Ans. d
- (36) Ans. a
- (37) Ans. a
- (38) Ans. b
- (39) Ans. a
- (40) Ans. c
- (41) Ans. c
Explanation:
उत्पादन फलन साधन तथा उत्पादन के मध्य संबंध दर्शाता है।
- (42) Ans. a
- (43) Ans. b
Explanation: $AVC = TVC / Q$
 $TVC = TC - TFC$
 $TC = 400$
 $TFC = 200$
इसलिये $TVC = 200$ होगा। अब $AVC = 200/10 = 20$
- (44) Ans. d
- (45) Ans. a
Explanation:
चूंकि यह बचत दर्शाता है।
- (46) Ans. c
Explanation:
चूंकि दीर्घकाल में $E_s > 1$.

(47) Ans. b
Explanation:
चूँकि जब औसत उत्पाद गिरता है तब $AP > MP$ होता है।

(48) Ans. c
Explanation:
चूँकि इसका MP कम 4, 3, 2 होगा।

(49) Ans. c
Explanation:
चूँकि $TR \downarrow$ चूँकि MR ऋणात्मक होता है।

(50) Ans. d
Explanation:
चूँकि यह सब सूक्ष्म अर्थशास्त्र कहलाते हैं।

(51) Ans. c

(52) Ans. b
Explanation:
चूँकि प्रवृत्ति प्रक्षेपण विधि पुरातन विधि कहलाती है।

(53) Ans. c
Explanation:
$$E_s = \frac{dq}{dp} \times \frac{p}{q}$$

Since $\frac{dq}{dp} = 20$ $P = 20$ Rs.
$$q = -100 + 20(20)$$

$$q = 300$$

$$E_s = 20 \times \frac{20}{300}$$

$$E_s = 1.33$$

(54) Ans. b
Explanation:
चूँकि $\frac{\text{मांगी गई मात्रा में \% परिवर्तन}}{\text{मूल्य में \% परिवर्तन}} = 1\%$
और यह विपरीत दिशा में है तो -1% हो जायेगा।

(55) Ans. c
Explanation:
चूँकि निजी लागत के दोनों ही स्वभाव होते हैं।

(56) Ans. c
Explanation:
अनियंत्रित बाजार स्वतंत्र बाजार भी कहलाता है।

(57) Ans. a

(58) Ans. b

Explanation:

चूंकि मूल्य विभेद एकाधिकार में होता है।

(59) Ans. a

(60) Ans. b

(61) Ans. a

(62) Ans. a

(63) Ans. c

(64) Ans. b

(65) Ans. d

(66) Ans. c

(67) Ans. a

(68) Ans. c

(69) Ans. b

(70) Ans. b

(71) Ans. d

(72) Ans. b

(73) Ans. c

(74) Ans. a

(75) Ans. c

(76) Ans. b

(77) Ans. d

(78) Ans. a

(79) Ans. a

(80) Ans. b

(81) Ans. c

Explanation:

सेबी के खिलाफ प्रथम अपील सिक्योरिटी-अपील ट्रिब्यूनल में की जा सकती है।

- (82) Ans. a
Explanation:
कीमत संवेदनशीलता का अर्थ है कीमत परिवर्तन का उपभोक्ता पर प्रभाव।
- (83) Ans. c
- (84) Ans. d
- (85) Ans. b
- (86) Ans. a
- (87) Ans. c
- (88) Ans. a
- (89) Ans. d
- (90) Ans. a
- (91) Ans. c
- (92) Ans. b
- (93) Ans. c
- (94) Ans. d
- (95) Ans. a
- (96) Ans. a
- (97) Ans. a
- (98) Ans. b
- (99) Ans. b
- (100) Ans. a

__**__