



पाठ 12: बाजारों की समझ

प्रश्न और क्रियाकलाप

प्रश्न 1. बाजार की मुख्य विशेषताएँ क्या हैं? हाल में जब आप बाजार गए थे, तब आपने वहाँ कौन-कौन सी विशेषताएँ देखीं?
उत्तर:

बाजार की मुख्य विशेषताएँ:

- क्रेता और विक्रेता की उपस्थिति।
- वस्तुओं और सेवाओं का क्रय-विक्रय।
- मूल्य का निर्धारण।
- प्रतिस्पर्धा की स्थिति।
- माँग और आपूर्ति का प्रभाव।

बाजार में देखी गई विशेषताएँ:

- विभिन्न दुकानों पर वस्तुओं की बिक्री।
- ग्राहकों द्वारा खरीदारी और मोल-भाव।
- वस्तुओं के अलग-अलग मूल्य।
- नकद और डिजिटल भुगतान की सुविधा।

प्रश्न 2. इस अध्याय के आरंभ में दिए गए एक प्रसिद्ध अर्थशास्त्री के उद्धरण को देखिए। इस अध्याय के संदर्भ में उस उद्धरण की प्रासंगिकता पर चर्चा कीजिए।

उत्तर:

- यह उद्धरण बाजार में माँग, आपूर्ति और मूल्य निर्धारण के महत्व को दर्शाता है।
- बाजार में वस्तुओं का मूल्य क्रेता और विक्रेता की गतिविधियों से प्रभावित होता है।
- यह उद्धरण समझाता है कि बाजार अर्थव्यवस्था के संचालन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- अध्याय में वर्णित बाजार की अवधारणाएँ इस विचार का समर्थन करती हैं।

प्रश्न 3. अमरूद के उदाहरण में किसान की संभावित प्रतिक्रिया क्या होगी?

उत्तर:

- यदि अमरूद का मूल्य अच्छा मिलेगा तो किसान को अधिक लाभ होगा।
- किसान अगली ऋतु में अधिक अमरूद उगाने का प्रयास करेगा।
- वह बाजार की माँग पर ध्यान देगा।
- बेहतर उत्पादन के लिए नई तकनीक और संसाधनों का उपयोग कर सकता है।
- किसान भविष्य की कीमतों और बाजार की स्थिति का अनुमान लगाने का प्रयास करेगा।

प्रश्न 4. निम्नलिखित प्रकार के बाजारों का उनकी विशेषताओं से मिलान कीजिए-

क्र.सं.	बाजार	मानदंड
(क)	प्रत्यक्ष बाजार	वस्तुएँ और सेवाएँ जो राष्ट्र की सीमा के बाहर भेजी जाती हैं।
(ख)	ऑनलाइन बाजार	बड़ी मात्रा में सौदे
(ग)	घरेलू बाजार	अंतिम उपभोक्ताओं तक वस्तुएँ एवं सेवाएँ पहुँचाना।
(घ)	अंतर्राष्ट्रीय बाजार	क्रेता और विक्रेता की प्रत्यक्ष उपस्थिति आवश्यक है।
(ङ)	थोक बाजार	क्रेता और विक्रेता आभासी रूप से मिलते हैं और किसी भी समय लेन-देन कर सकते हैं।
(च)	खुदरा बाजार	किसी राष्ट्र की सीमा के भीतर स्थित

उत्तर

क्र.सं.	बाजार	मानदंड
(क)	प्रत्यक्ष बाजार	क्रेता और विक्रेता की प्रत्यक्ष उपस्थिति आवश्यक है।
(ख)	ऑनलाइन बाजार	क्रेता और विक्रेता आभासी रूप से मिलते हैं और किसी भी समय लेन-देन कर सकते हैं।
(ग)	घरेलू बाजार	किसी राष्ट्र की सीमा के भीतर स्थित
(घ)	अंतर्राष्ट्रीय बाजार	वस्तुएँ और सेवाएँ जो राष्ट्र की सीमा के बाहर भेजी जाती हैं।
(ङ)	थोक बाजार	बड़ी मात्रा में सौदे
(च)	खुदरा बाजार	अंतिम उपभोक्ताओं तक वस्तुएँ एवं सेवाएँ पहुँचाना।

प्रश्न 5. क्या आप ऐसे उत्पादों के बारे में सोच सकते हैं, जहाँ माँग कम होने के बावजूद उनका मूल्य अधिक होता है? इसके क्या कारण हो सकते हैं?

उत्तर:

उदाहरण:

- हीरे
- प्राचीन कलाकृतियाँ
- दुर्लभ पेंटिंग
- लग्जरी कारें

कारण:

- सीमित उपलब्धता।
- उच्च गुणवत्ता।
- प्रतिष्ठा और ब्रांड मूल्य।
- उत्पादन में अधिक लागत।
- विशेष ग्राहकों की माँग।

प्रश्न 6. परिवार ने सुपरमार्केट से ₹40 प्रति किलोग्राम की फलियाँ क्यों खरीदीं? क्या कीमतों के अतिरिक्त अन्य कारक भी क्रय-विक्रय को प्रभावित करते हैं?

उत्तर: हाँ, कीमतों के अतिरिक्त कई अन्य कारक भी क्रय-विक्रय को प्रभावित करते हैं। जैसे -

- बेहतर गुणवत्ता और ताजगी।
- साफ-सुथरी पैकेजिंग।
- खरीदारी की सुविधा।
- भरोसा और ब्रांड की प्रतिष्ठा।
- एक ही स्थान पर अन्य वस्तुओं की उपलब्धता।

इसलिए ग्राहक कभी-कभी अधिक कीमत देकर भी बेहतर सुविधा और गुणवत्ता चुनते हैं।

प्रश्न 7. अधिक उपज होने पर किसान टमाटर क्यों फेंक देते हैं? ऐसी स्थिति में थोक विक्रेता क्या भूमिका निभा सकते हैं?

उत्तर:

कारण:

- बाजार में टमाटर की अधिक आपूर्ति हो जाती है।
- कीमतें बहुत कम हो जाती हैं।
- परिवहन और भंडारण की लागत अधिक हो सकती है।
- किसानों को उचित मूल्य नहीं मिल पाता।

थोक विक्रेताओं की भूमिका:

- किसानों से अधिक मात्रा में टमाटर खरीद सकते हैं।
- विभिन्न बाजारों तक पहुँचाने में सहायता कर सकते हैं।

संभावित उपाय:

- कोल्ड स्टोरेज की व्यवस्था।
- टमाटर से सॉस, केचप आदि बनाना।
- बेहतर परिवहन व्यवस्था।
- सरकारी सहायता और न्यूनतम समर्थन मूल्य जैसी योजनाएँ।

प्रश्न 8. विद्यालय द्वारा आयोजित मेलों में किस प्रकार क्रय-विक्रय और मोल-भाव होता है?

उत्तर:

- छात्र विभिन्न वस्तुओं और खाद्य पदार्थों के स्टॉल लगाते हैं।
- ग्राहक वस्तुएँ खरीदते हैं।
- कई बार ग्राहक कीमत कम करने का प्रयास करते हैं।
- विक्रेता और ग्राहक के बीच मोल-भाव होता है।
- इससे व्यापार और बाजार की प्रक्रिया को समझने का अवसर मिलता है।

प्रश्न 9. कोई भी पाँच उत्पाद चुनें और उनके प्रमाणन चिह्नों की जाँच करें।

उत्तर:

उत्पाद	प्रमाणन चिह्न
पैकेट वाला दूध	FSSAI
बिस्कुट	FSSAI
विद्युत आयरन	ISI
एलईडी बल्ब	ISI
शहद	AGMARK

यदि किसी उत्पाद पर प्रमाणन चिह्न नहीं है:

- उसकी गुणवत्ता की गारंटी कम हो सकती है।
- उपभोक्ता को सावधानी बरतनी चाहिए।
- यह मानकों के पालन न होने का संकेत हो सकता है।

प्रश्न 10. आपने और आपके सहपाठियों ने एक साबुन बनाया है। इसकी पैकेजिंग के लिए एक लेबल डिजाइन कीजिए।
उत्तर:

🕒 हर्बल फ्रेश साबुन 🕒

ब्रांड नाम: हर्बल फ्रेश

मुख्य सामग्री: नीम, तुलसी, एलोवेरा

शुद्ध वजन: 100 ग्राम

निर्माण तिथि: ____ / ____ / ____

उपयोग की अंतिम तिथि: ____ / ____ / ____

निर्माता: विद्यालय विज्ञान क्लब

उपयोग: त्वचा को स्वच्छ और ताजगी प्रदान करता है।

सावधानी: केवल बाहरी उपयोग हेतु। आँखों में जाने पर साफ पानी से धोएँ।

मूल्य: ₹ ____

संपर्क: _____

इस प्रकार का लेबल उपभोक्ताओं को उत्पाद की गुणवत्ता, उपयोग और सुरक्षा संबंधी आवश्यक जानकारी प्रदान करता है।



MUKUTclasses

To get notes visit our website

mukutclasses.in