



A.H.M.'s

ANJUMAN ARTS, SCIENCE AND COMMERCE COLLEGE, BHATKAL

(AFFILIATED TO THE KARNATAKA UNIVERSITY, DHARWAD)

Accredited "B" Grade by NAAC

Project Work

Intermediate Micro Economics

B.A. III SEMESTER

2022-23



A.H.M.'s

ANJUMAN ARTS, SCIENCE AND COMMERCE COLLEGE, BHATKAL
(AFFILIATED TO THE KARNATAKA UNIVERSITY, DHARWAD)
Accredited "B" Grade by NAAC

ANJUMAN ARTS, SCIENCE AND COMMERCE COLLEGE, BHATKAL

Department of Economics

Class: B.A. III Sem

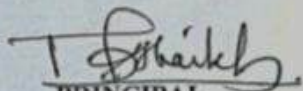
Subject: Intermediate Micro Economics

No. Students: 19

Sl. No.	UUCMS NO.	NAME
1	U02JK21A0005	Mohammed Rafique
2	U02JK21A0006	Abdul Muqet Mohammed Jafar Buddu
3	U02JK21A0011	Megha M Naik
4	U02JK21A0012	Mohammed Ameer Mohiddin Ahmed Pakkisab
5	U02JK21A0015	Sajidabegum Makandar
6	U02JK21A0018	Sahla Siddibapa
7	U02JK21A0023	Inzimam Mirjekar
8	U02JK21A0024	Amruta Shaniyar Naik
9	U02JK21A0025	Ateeque
10	U02JK21A0026	Samiksha Ganesh Tadiyar
11	U02JK21A0034	Venkatesh Manjunath Shetty
12	U02JK21A0038	Hasan Rifayat Ismail Saheb
13	U02JK21A0044	Simran N.
14	U02JK21A0052	Mohtesham Maviya
15	U02JK21A0060	Shashank H Naik
16	U02JK21A0062	Abhilasha Chandru Harijan
17	U02JK21A0064	Chaya Venkatraman Naik
18	U02JK21A0067	Mirfath Alibapa
19	U02JK21A0068	Nafeesa Anuf Data


HEAD OF THE DEPARTMENT

ECONOMICS


PRINCIPAL
PRINCIPAL
Anjuman Arts, Science & Commerce College
& PG Centre
BHATKAL - 581 320

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**



ECONOMICS PROJECT WORK

2022-2023

Student Name	Samiksha Ganesh Tadiyas
University Seat No.	UP2JK21A0026
Class	BA 3rd Semester

Valid

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**

DEPARTMENT OF ECONOMICS

CERTIFICATE

This is to certify that Mr./Miss. Samiksha Ganesh Tadiyar.....is
the bonafied student of our college studying B.A...2nd..... semester has carried out
field visit as prescribed by the syllabus Karnatak University Dharwad & submitted
the report for the partial fulfilment of Intermediate Micro Economics for the
academic year 2022-2023

Ma

Staff member incharge

Dy

Head of the Department

University Seat No. U025K21A0026

Examiners 1) Ma

Examiners 2) A

Meaning And Characteristic of Oligopoly

INDEX

S.No	Topic	Page No
01.	Meaning of Oligopoly	01
02.	Characteristics of oligopoly. * Monopoly power * Inter-dependence * Indeterminate of Demand curve * Conflicting Attitudes of Firms * Price Rigidity	02
03.	Diagram and explanation	03
04.	Diagram and explanation	04
05.	Price under leadership or Price Leadership	05
06.	Price rigidity under oligopoly.	06

MEANING AND CHARACTERISTICS OF OLIGOPOLY.

Meaning: The term 'oligopoly' is derived from two greek words 'oligos' meaning 'a few' and 'poleon' meaning 'to sell'. Therefore, oligopoly is that form of imperfect competition where there are a few firms in the market, producing either homogeneous products or differentiated products which are close but not perfect substitutes of each other. Oligopoly is sometimes called limited competition, incomplete monopoly.

CHARACTERISTICS OF OLIGOPOLY.

The important characteristics of oligopoly are as follows:

1. **Monopoly Power:** The most important characteristic of oligopoly is that there is an element of monopoly power in such a market. Though there are only few firms in such a market, each of them, producing a differentiated product, enjoys a monopoly position in the market.
2. **Inter-dependence:** In an oligopoly market, there are only a few firms, each firm producing a homogeneous or slightly differentiated product. Since the number of firms in the market is small, each firm enjoys a sufficiently large share of the market. It is also in a position to influence significantly the price and output policy of the industry.
3. **Indeterminateness of Demand Curves:** Mutual interdependence of firms in an oligopoly market creates an element of uncertainty for all the firms. No firm under oligopoly can correctly visualise the consequences of its price-output policy.

Price Rigidity Under Oligopoly

A common feature of oligopolistic industries is the price rigidity for fairly long periods despite changes in market demand and costs.

01. There is lot of uncertainty in the case of non-collusive oligopoly. Because of this uncertainty, every oligopoly firm is confronted with an indeterminate level of price and output.
02. Large oligopoly firms do not deem it proper to make any change in the price of their products, because of the inconvenience they cause in accounting and extra expenditure they involve in the sales promotion activities such as ~~the~~ issue of price lists and catalogues.

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**



ECONOMICS PROJECT WORK

2022-2023

Student Name	Mohtesham Mariya
University Seat No.	U02JK21A0052
Class	BA III ^{IV} Sem

Valid

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**

DEPARTMENT OF ECONOMICS

CERTIFICATE

This is to certify that [✓]Mr./Miss. Mohitesham Marya is
the bonafied student of our college studying B.A. IVth Sem semester has carried out
field visit as prescribed by the syllabus Karnatak University Dharwad & submitted
the report for the partial fulfilment of Intermediate Micro Economics for the
academic year 2022-2023

Ma

Staff member incharge

Dub

Head of the Department

University Seat No. UO2JK21A0052

Examiners 1) Ma

Examiners 2) A

INDEX

SL N	TOPIC	PAGE NO	
1	Introduction	01	
2	Assumption of the theory	02 - 04	
3	Illustration	04 - 05	
4	Criticism of the theory	06	
5	Conclusion	07	

The General Theory of Distribution

Introduction

The concept Marginal productivity has been primarily developed with reference to labour. But what is true of labour is also true of other factors of production like land, capital & organization.

How much should each factor of production be paid? When factor should be taken into account while distributing the national dividend among the factor of production? The answer was given by the classical economist with the help of the theory known as the marginal productivity Theory of distribution.

Conclusion

In spite of these defects, the theory contains an element of truth. Because every factor should be paid according to its productivity. But the modern economists have discarded this theory as unrealistic & practically useless. In this place, they have framed their own theory known as demand & supply theory.

ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE AND P.G. CENTRE, BHATKAL.



ECONOMICS PROJECT WORK

2022-2023

Student Name	Abhilasha Chandru Harijan
University Seat No.	002JK21A0061
Class	BA 3rd Sem

Valued

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**

DEPARTMENT OF ECONOMICS

CERTIFICATE

This is to certify that Mr./Miss.....Abhilasha Chandru Horrijan.....is
the bonafied student of our college studying B.A.....3rd..... semester has carried out
field visit as prescribed by the syllabus Karnatak University Dharwad & submitted
the report for the partial fulfilment of Indian Economic Development and policy
for the academic year 2022-2023

Ma

Staff member incharge

Ma

Head of the Department

University Seat No. UO2J121A0062

Examiners 1) Ma

Examiners 2)

A

ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ವಿವರ

* ಹಿರಿಕೆ

* ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು

* ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದೋಷಗಳು

* ಸುಧಾರಣೆಗಳು

* ಕೃಷಿ ಹಗರಣ

* ಕೃಷಿ ಹಗರಣದ ಮೂಲಗಳು

* ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಒತ್ತಾಡಕತೆಯ
ಕಾರಣಗಳು.

* ಕೃಷಿ ಬೆಲೆ ನೀತಿ.

* ಕೃಷಿ ಬೆಲೆ ನೀತಿಯ ಮೇಲೆ ಬರುವ ಅಂಶಗಳು

* ಅನುಕೂಲ ಮತ್ತು ಅನಾನುಕೂಲ

ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ಬೀರಿಕೆ:-

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಫೈಮಾರ್ಗವಿಂದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಾಗಾಯಿಸುವಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ದಿಢದಾದ್ರಾಂತ ಏಕದ್ರ ಕೃಷಿ ಸರಪಳಿಗಲ ಲೀಠನೆ, ಸಾಗರಣೆ, ಸಂಪ್ಪರಣೆ, ಸಾಗಣೆ, ಫೋಕೀಲಿಂಗ್, ಶ್ರೀಕರಿಗಲ ಮಲ್ತು ಏತರಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಒಂದೂ ತ್ರಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ರಾವಸ್ಥೆಯು ಕೃಷಿ ಮಲ್ತು ಕೃಷಿಯೇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಲ ನಡುವಣ ಕೊಂಡಿಯಾಗಿದೆ.

ಕೃಷಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವೈಕಿಕ್ಯಗಲು:-

೧ ಹಾಣಾಣವ ಉತ್ಪನ್ನಗಲು.

೨ ಉಣಂತರ ಬೀರಿಕೆ.

೩ ಬೀರಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ.

೪ ಮಲ್ತುಏತರಗಲ ಏಕೀಕರಿ.

೫ ಉಣಂ ಬೀರಿಕೆ.

೬ ಉಣಂಫಕರ ಹೀರಿಕೆ.

ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದೊಡ್ಡಗಲು:-

ಉದಾಹರಣೆ ಉತ್ಪಾದನವರಿಗಲ ಫೂಂತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಸರಪಳಿಗಲ ಮಾರಾಟದ ದೊಡ್ಡಗಲಿಂದ ಪೂಂತಲ್ತು. ಈ ದೊಡ್ಡಗಲು ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ.
೧ ಉತ್ಪಾದಕರಿ ಸಂಫಲನೆಯ ಕೂಂತೆ.
೨ ಹಳಣೆಗಲ ಬರವಂತದ ಮಾರಾಟ.

ಅನುಸೂಚಿಗಳು:-

- ಬೃಂಹದ್ವಾ ಕೃಷಿ ಚಿತ್ರ ಸೀರಿಸ್ ಪ್ರದರ್ಶನ ಸಹ ರೈತರ ಯಾತ್ರೆ
ಗ್ರಹರ ಕಿರಾತಿಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಸುವುದು. ರೈತರಿಗಾಗಿ, ಗ್ರಹರರಿಗಾಗಿ
ಪ್ರಾದೇಶಿಕವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೆಳಕಂಡದ ಕಾರ್ಡ್ ಪ್ರದರ್ಶನ
ಚಿತ್ರ ನಡೆಸಿ ಮಾರಬೇಕು. ಕೃಷಿ ಚಿತ್ರ ಸೀರಿಸ್ ಕೆಲವು ಅನುಸೂಚಿಗಳು
ಇಲ್ಲವೆ.
- ರೈತರ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು, ಹೀಗದ ಬಡವರು ಹೆಚ್ಚು
ಅವಲೋಕಿಸಬೇಕು. ಈ ಆರೋಗ್ಯ ಹೀಗದ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿ ಹಲವೆ
ಸೂಚಿಸುವುದು ಬಹುಗುಣವಾಗಿದೆ.
- ಹೆಚ್ಚಿನ ಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ರೈತರಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವುದು
ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಇದು ವಿಶ್ವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು
ಮೂಲಕ ಗ್ರಹರರಿಗೆ ದಂಡ ಬಡವರನ್ನು. ಹೀಗೆ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು
ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಹವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಎರಡೂ. ಉತ್ತಮ
ಹೆಚ್ಚು ಕೆಳಗೆ ಸ್ಥಳ ರೈತರು ಹೀಗಾಗಿ ಮಂಡಿಸುವುದಾರೆ.
- ರೈತರು ತಮ್ಮ ಮತ್ತೆದೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ
ಪ್ರಯೋಗದ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಬಡವರನ್ನು. ಹೀಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ
ಮತ್ತೆದೆಯಿಂದ ಪ್ರಯೋಗದ ಹೆಚ್ಚಿನದರಿಗೆ ಇದು ಸೂಚಿಸುವುದು
ಎರಡುಮೂಲಕವಾಗಿದೆ.

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**



ECONOMICS PROJECT WORK

2022-2023

Student Name	Chaya Nalk
University Seat No.	UD2JK21A0064
Class	BA 3rd Semester

Valued

**ANJUMAN ARTS, SCIENCE, COMMERCE COLLEGE
AND P.G. CENTRE, BHATKAL.**

DEPARTMENT OF ECONOMICS

CERTIFICATE

This is to certify that Mr./Miss... Chaya Naik is
the bonafied student of our college studying B.A... 3rd semester has carried out
field visit as prescribed by the syllabus Karnatak University Dharwad & submitted
the report for the partial fulfilment of Intermediate Micro Economics for the
academic year 2022-2023

Ma

Staff member incharge

Shub

Head of the Department

University Seat No. UO 25K21A0064

Examiners 1) Ma

Examiners 2) A

ವಕನ್ಯಾಯ ಮೂಲಕಬೆ (Monopoly)

ವರಿವಿಡಿ

a) ವಕನ್ಯಾಯದ ಲಕ್ಷಣ

b) ವಕನ್ಯಾಯದ ಲಕ್ಷಣಗಳು

c) ವಕನ್ಯಾಯದ ಮೂಲಕಬೆ ಬೇರೆ
ಮತ್ತು ಬತ್ತನಿಬಿಡು.

d) ಬೇರೆಯೇ ಅರತಾಯಿ

* ಬೇರೆಯೇ ಅರತಾಯಿ ಬಿಡುಗಡೆ

* ಬೇರೆಯೇ ಅರತಾಯಿ ಬಿಡುಗಡೆ

* ಬೇರೆಯೇ ಅರತಾಯಿ ಬಿಡುಗಡೆ.

ವಕನಾಮ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ (Monopoly)

ಬೀರಿಕೆ :-

ಆರ್ಥಿಕ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ' ಬಹುವುಖ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂರಚನೆ, ಸ್ವರೂಪ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ. ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಬಯಸಿ ಬಯಸಿ ಉತ್ಪಾದಿಸುವವರು ಮತ್ತು ವಸ್ತುವನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡಬೇಕೆಂಬ ಬಯಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಎತ್ತಾದವರ ನಡುವೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯಸ್ಥವಾಗಿ ವರ್ತಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಎರಡು ಗುಂಪುಗಳ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವುದು ಪ್ರಮುಖ ಶಾಸ್ತ್ರವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕ್ರಿಶ್ಚಿಯಾನಿಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಉದಾಹರಣೆ 'ವಕನಾಮ್ಯ' ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ. ವಾಸ್ತವಿಕ ಕಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ವಕನಾಮ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಉದ್ಭವವಾಗಿ ನಡೆಯಿತು ಎಂದು ನಂಬಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಕನಾಮ್ಯದ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಮೈಗ್ರೇಷನ್ ಹೊಂದಿರುವ ಎತ್ತಾದವರನ್ನು ನಾವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಕನಾಮ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿ ಗಮನಿಸಲ್ಪಟ್ಟು ನೋಡಿದೆ.

(d) ಬೆಲೆಯ ತಾರತಮ್ಯ:-

ಬೆಲೆಯ ತಾರತಮ್ಯವು ಎರಡು ವಿಧದ್ದು. ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಬರುವ
ಒಂದು ವಸ್ತುವಿಗಿರುವ ಬೆಲೆಯು ಬೇರೊಂದು ವಸ್ತುವಿಗಿರುವ
ಬೆಲೆಯಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.
'ತಾರತಮ್ಯದ ಎರಡು ವಿಧ' ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಶ್ರೀಮತಿ ಶ್ರೀಮತಿ ರಾಜ್‌ಶೇಖರಿ ಎಂಬ ಮಹಿಳಾ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಒಂದು
ವಸ್ತುವನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಬಿಟ್ಟು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ
ಮತ್ತು ಬೇರೊಂದು ವಸ್ತುವನ್ನು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಬಿಟ್ಟು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ

ಬೆಲೆಯ ತಾರತಮ್ಯದ ಪ್ರಕಾರಗಳು:-

1) ಸಮಾನತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ. 2) ಭೇದ ತಾರತಮ್ಯ. 3) ಬೇಡಿಕೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.
4) ಮಾಹಿತಿ ತಾರತಮ್ಯ. 5) ಸಮಯ ತಾರತಮ್ಯ. 6) ಊರಿನ ತಾರತಮ್ಯ.
7) ಗುಣ ತಾರತಮ್ಯ. 8) ಗುಣತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.

ಬೆಲೆಯ ತಾರತಮ್ಯದ ಕಾರಣಗಳು:-

1) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ. 2) ಭೇದ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.
3) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.

ಬೆಲೆಯ ತಾರತಮ್ಯದ ಕಾರಣಗಳು:-

1) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ. 2) ಭೇದ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.
3) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ. 4) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.
-ಯೂ. 5) ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿರುಚಿ. 6) ವಿಶೇಷತೆಯ ಅಭಿರುಚಿ.
7) ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ. 8) ಗುಣತೆಯ ತಾರತಮ್ಯ.