

**GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS**  
**PROVINSIALE EKSAMEN**  
**JUNIE 2018**  
**GRAAD 10**

**EKONOMIE**  
**VRAESTEL 2**

**NASIENRIGLYNE**

17 bladsye

GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS  
PROVINSIALE EKSAMENEKONOMIE  
(Vraestel 2)

## NASIENRIGLYNE

## AFDELING A (VERPLIGTEND)

## VRAAG 1

## 1.1 MEERVOUDIGEKEUSE-VRAE

- |       |     |                   |       |      |
|-------|-----|-------------------|-------|------|
| 1.1.1 | C✓✓ | Homogene produkte |       |      |
| 1.1.2 | B✓✓ | Indifferensie     |       |      |
| 1.1.3 | C✓✓ | Botter            |       |      |
| 1.1.4 | A✓✓ | 'n Arbeidsurplus  |       |      |
| 1.1.5 | D✓✓ | Tekort            | (5x2) | (10) |

## 1.2 PASITEMS

- |       |     |  |       |     |
|-------|-----|--|-------|-----|
| 1.2.1 | B ✓ | Belasting op goedere en dienste gehef, en nie op inkome en wins nie.   |       |     |
| 1.2.2 | G✓  | Die waarde van die alternatief wat nie gekies is nie en opgeoffer is wanneer 'n keuse gemaak word.                     |       |     |
| 1.2.3 | F✓  | Wêreldwye ekonomiese interaksie met handel as die belangrikste element.  |       |     |
| 1.2.4 | C✓  | 'n Grafiek, wat die kombinasie van twee produkte wat met alle beskikbare hulpbronne geproduseer kan word, aandui.      |       |     |
| 1.2.5 | A✓  | Die hoeveelheid goedere wat teen 'n spesifieke prys aangebied en verkoop is en waarmee die vraag heeltemal tevrede is. |       |     |
| 1.2.6 | D ✓ | Goedere wat deur die staat voorsien word om die welvaart van landsburgers te verbeter.                                 | (6x1) | (6) |

## 1.3 TERMINOLOGIE

- |       |                   |  |       |     |
|-------|-------------------|--|-------|-----|
| 1.3.1 | Openbare sektor ✓ |  |       |     |
| 1.3.2 | Mikro-ekonomie ✓  |  |       |     |
| 1.3.3 | Subsidie✓         |  |       |     |
| 1.3.4 | Marginale nut ✓   |  | (4x1) | (4) |

TOTAAL AFDELING A: [20]

**AFDELING B**

Beantwoord enige EEN van die twee vrae.

**VRAAG 2: MIKRO-EKONOMIE****2.1 Beantwoord die volgende vrae:****2.1.1 Noem TWEE funksies van markte**

- Markte allokeer hulpbronne ✓
- Markte is self-regulerend ✓
- Markte bring produsente en verbruikers bymekaar ✓

(Enige 2x1) (2)

**2.1.2 Wat is markewewig?**

- Markewewig is waar die aanbod van 'n produk en die vraag na daardie produk gelyk is. ✓✓

(1x2) (2)

**2.2 Data Respons****2.2.1 Identifiseer die gebou wat in die spotprentjie getoon word.**

- Die parlamentsgebou ✓

(1)

**2.2.2 Vir watter geleentheid was hierdie spotprent geteken?**

- Die begrotingsrede ✓

(1)

**2.2.3 Verduidelik die tipe belasting waarna in die spotprent verwys word, en gee 'n kort verduideliking wat die man se woorde: "gaan julle op?" met betrekking tot die belasting, beteken.**

- Die spotprent verwys na indirekte belasting. Dit is verbruiksbelasting en word op produsente en verbruikers van goedere en dienste gehef. ✓✓
- Dit is belasting wat betaal word wanneer geld op produkte bestee word, bv. BTW, aksynsbelasting, doeanebelasting en brandstofheffings. ✓✓
- "gaan julle op?" verwys na die feit dat die Minister van Finansies heel moontlik hierdie belasting in die begroting gaan verhoog. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(Enige 2x2) (4)

**2.2.4 Bespreek TWEE redes waarom die regering 'n zero BTW-koers op basiese voedselsoorte en brandstof gehef het.**

- Om die armer mense te beskerm, omdat hulle 'n groot deel van hulle inkomste op basiese voedselsoorte soos meliemeel, rys, vrugte en groente, spandeer. ✓✓
- Om voedsel bekostigbaar vir die armes te maak omdat hulle inkomste laag is. ✓✓
- Daar word aksynsbelasting op brandstof gehef en as daar BTW ook gehef word is dit dubbelbelasting. ✓✓  
(Aanvaar enige ander relevante antwoord) (Enige 2x2) (4)

**2.3 Data Respons****2.3.1 Watter warmbrak gee die grootste bevrediging?**

- Die 1ste / eerste ✓ warmbrak gee die grootste bevrediging. (1)

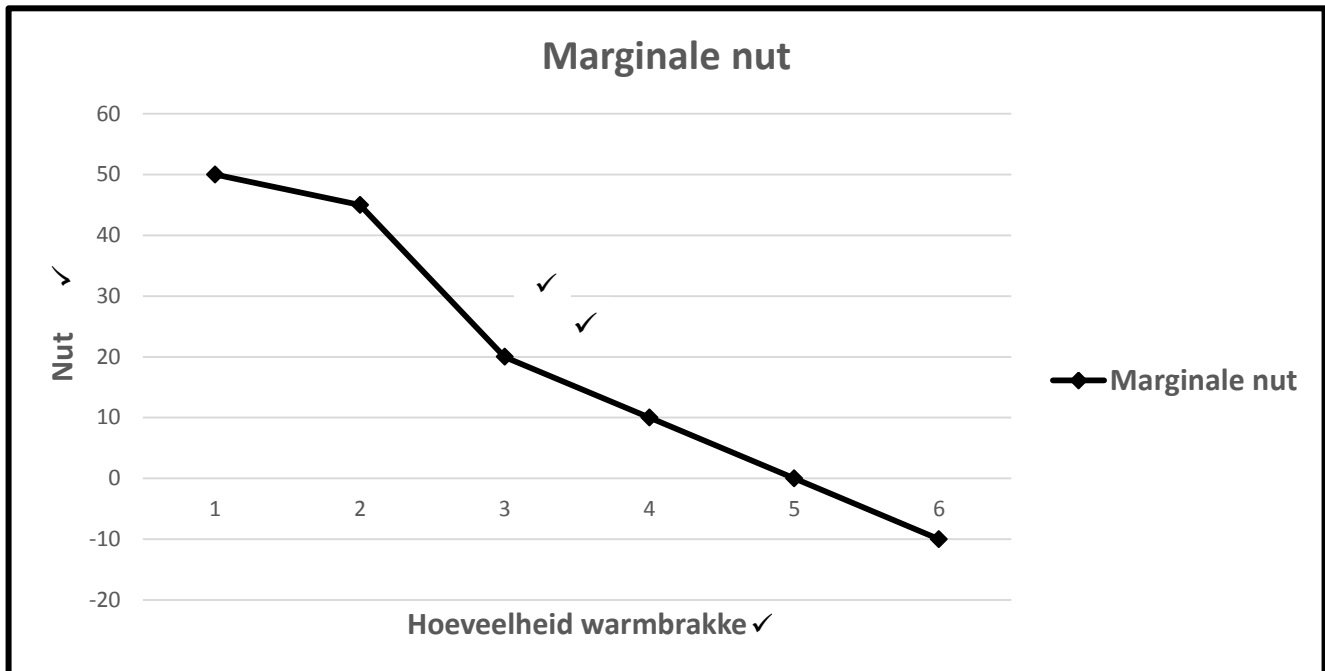
**2.3.2 Identifiseer die warmbrak wat geen ekstra bevrediging gee, wanneer dit verbruik word nie.**

- 5de / vyfde ✓ warmbrak gee geen ekstra bevrediging nie (1)

**2.3.3 Bereken die waardes van A en B in die tabel.**

- $A = 45$  ✓✓
- $B = 115$  ✓✓ (4)

2.3.4 Gebruik die inligting uit tabel en teken 'n volledig benoemde grafiek van die marginale nut.



Hoeveelheid / X as = 1 punt  
 Nut / Y as = 1 punt  
 Kurwe korrek geteken = 2 punte  
 Maks = 4 punte

2.4 Onderskei duidelik tussen prysplafonne en prysvloere.

**Prysplafonne** (maksimum pryse)

- Dit is die hoogste prys waarteen 'n produsent 'n produk kan verkoop. ✓✓
- Pryse mag nie hoër as die plafon styg nie, dit is bokant 'n bepaalde maksimum prys. Die plafon dwing die pryse af. ✓✓
- Indien die staat voel dat produsente pryse in sommige markte te hoog druk, kan die regering inmeng deur subsidies aan ondernemings te betaal om daardeur pryse te verlaag. ✓✓
- Voorbeelde is: verhuringsbeheer, mediese produkte, brood, meel en elektrisiteit.

(maks 4)

**Prysvloere (minimum pryse)**

- Prysvloere beskerm produsente teen lae pryse en swak winste. ✓✓
  - Die staat mag voel dat pryse in sommige markte te laag is en dan is dit nodig om verskaffers te ondersteun. ✓✓
  - In hierdie geval kan die regering by markte inmeng deur 'n minimumprys vas te stel. 'n Klomp produsente, soos boere, ervaar sterk mededinging van ander verskaffers. ✓✓
  - Alhoewel die regering gelukkig voel as verbruikers bekostigbare pryse betaal, is dit steeds belangrik dat produsente 'n wins moet maak sodat hulle in die mark moet bly, anders sal werkloosheid verhoog. ✓✓
- (maks 4)  
(4 x 2) (8)

**2.5 Gee 'n volledige bespreking van die redes waarom die regering subsidies toestaan.**

- **Om verbruikers te bevoordeel** omdat gesubsidieerde goedere goedkoper is ✓  
Indien die staat produkte subsidieer is die verbruiker in staat om goedkoper produkte te koop. ✓✓
- **Om uitvoere te bevorder.** ✓  
Produkte is goedkoper in ander lande omdat die regering uitvoer-besighede subsidieer. ✓✓
- **Om nuwe ondernemings te bevorder.** ✓  
Die produksiekoste word verminder en dit is vir nuwe besighede makliker om opgerig te word, omdat hulle van die begin af ondersteun word. ✓✓
- **Om werkseleenthede te bevorder.** ✓  
As nuwe en baie besighede tot die mark toetree, sal werkseleenthede verhoog en dit kan die land se werkloosheidskoers verlaag. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(8)  
[40]

**VRAAG 3: MIKRO-EKONOMIE****3.1 Beantwoord die volgende vrae:****3.1.1 Gee enige TWEE eienskappe van nut**

- Nut verskil van plek tot plek ✓
- Nut verskil van tyd tot tyd. ✓
- Nut verskil van persoon tot persoon. ✓
- Daar is geen standaardmanier waaraan iemand se tevredenheid of nut gemeet kan word nie. ✓ (Enige 2x1) (2)

**3.1.2 Hoe beïnvloed die wet van dalende nut die hoeveelheid verbruik?**

- Soos wat verbruik toeneem sal die ekstra bevrediging wat daardeur verkry word afneem. Verbruikers sal nie aanhou om verbruik te verhoog indien dit nie hulle ekstra bevrediging verhoog nie. ✓✓

**3.2 Datarespons****3.2.1 Beskryf die helling van die aanbodkurwe.**

- Die aanbodkurwe het 'n positiewe helling / het 'n opwaartse helling van links na regs. ✓ (1)

**3.2.2 Identifiseer hoeveel geproduseer is voordat die subsidie betaal is.**

- He ✓ (1)

**3.2.3 Dui aan wat met die prys en hoeveelheid in die grafiek gebeur het en waarom?**

- Aanbod het na H1 verhoog, omdat produsente nou meer geld beskikbaar het om meer grondstowwe en materiaal aan te koop en dan meer kan produseer. ✓✓
- Die prys het na P1 gedaal omdat regeringssubsidies produsente in staat stel om teen 'n laer prys te verkoop. ✓✓ (2x2) (4)

**3.2.4 Verduidelik die wet van aanbod.**

- Volgens die wet van aanbod is daar in direkte verband tussen aanbod en prys. ✓✓
- Indien pryse styg sal die hoeveelheid aangebied ook styg en omgekeerd. Dit is as gevolg van die feit dat produsente meer kan aanbied indien hulle meer per eenheid vir hulle produkte kan kry. ✓✓
- Daar is 'n positiewe verwantskap tussen prys en die hoeveelheid aangebied. ✓✓ (Enige 2x2) (4)

**3.3 Data Respons****3.3.1 Waarvoor staan die akroniem LMSA?**

- LMSA – Lughawens Maatskappy Suid-Afrika ✓ (1)

**3.3.2 Noem EEN strategie, volgens die gevallestudie, wat die lugdiensbedryf verander het.**

- Mededinging ✓ (1)

**3.3.3 Die skrywer sê: “Jy sal taxitariewe kan verhoog en vir die passasiers sê om dit eenvoudig te aanvaar”. Verduidelik kortliks waarom hy hierdie stelling maak.**

- Passasiers het nie insae in die taxitariewe nie en het ook nie 'n keuse om die dienste te gebruik nie. Hulle het die vervoer baie nodig. ✓✓
- Daarom sal passasiers die tarief wat deur taxi-eienaars gevra word, moet betaal. ✓✓
- Passasiers het geen ander betroubare, goedkoper alternatiewe vervoer in Suid-Afrika nie, dus moet hulle taxi's gebruik. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(Enige 2x2) (4)

**3.3.4 Bespreek watter faktore kan bydra om die taxibedryf in Suid-Afrika 'n volmaakte mededingende mark te maak.**

- Daar moet meer taxi-eienaars wees wat 'n vervoerdiens aanbied ✓✓
- Hulle moet prysnemers wees ✓✓
- Daar mag geen toetredingsversperrings wees nie ✓✓
- Taxi-bestuurders moet in staat wees, om die mark vrylik te verlaat of toe te tree ✓✓
- Taxi-eienaars en passasiers moet volledige inligting hê. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(Enige 2x2) (4)

**3.4 Onderskei tussen komplementêre produkte en substituu produkte****Komplementêre produkte**

- Dit is produkte wat saam gebruik word, om behoeftes te bevredig. ✓✓
  - Hierdie produkte kan nie onafhanklik gebruik word nie. ✓✓
  - Produkte wat saam met mekaar gebruik moet word. ✓✓
- Bv., 'n DVD en 'n DVD-speler. ✓

(maks 4)

**Substituutprodukte**

- Dit is produkte wat met ander produkte vervang kan word om dieselfde behoefte bevrediging te verkry. ✓✓
  - Die produkte is amper dieselfde en kan gekoop of gebruik word in plaas van die oorspronklike produk. ✓✓
  - Gewoonlik is die substituutprodukt goedkoper. ✓✓
  - Bv. botter en margarien. ✓
- (Aanvaar enige ander relevante antwoord) (maks 4)  
(4x2) (8)

**3.5 Bespreek die eienskappe van indifferensiekurwes.**

- **Het altyd 'n afwaartse helling / negatiewe helling**  
As die hoeveelheid van een produk verhoog, moet die hoeveelheid van die ander produk verminder. Die kurwe verteenwoordig al die moontlike kombinasies wat dieselfde nut gee. Die helling van die kurwe wys die marginale vervangingskoers. ✓✓
- **Hoër indifferensiekurwes word bo laer kurwes verkies**  
Daar is oneindig baie verskillende kombinasies tussen twee produkte wat verbruikers van kan kies. Hoe verder die kurwe van die oorsprong af beweeg hoe groter is die vlak van verbruikersbevrediging. ✓✓
- **Hulle buig inwaarts (konveks)**  
Die helling van die indifferensiekurwe verteenwoordig die marginale vervangingskoers (MVK). Dit is die koers waarteen verbruikers die een produk (waarvan daar 'n groter hoeveelheid is) teen die ander produk (waarvan daar 'n kleiner aanbod is) teenoor die ander afspeel. ✓✓
- **Indifferensiekurwes sny of kruis mekaar nie**  
Omdat al die punte op die kurwe dieselfde nut aan verbruikers gee, en omdat al die verskillende kombinasies van die twee produkte op 'n bepaalde kurwe dieselfde bevrediging gee, beteken dit dat alle punte altyd dieselfde bevrediging sal gee. Dit is dus onmoontlik vir die verbruiker om afsydig te wees. ✓✓
- **Kurwe vorms verskil van verbruiker tot verbruiker**  
'n Indifferensiekurwe weerspieël die voorkeure en nut wat deur individuele verbruikers verkry word. ✓  
(8)  
(Noem / net die grafiek = Maks 4)

[40]

**TOTAAL AFDELING B: 40**

## AFDELING C

Beantwoord EEN van die twee vrae in hierdie afdeling in die ANTWOORDBOEK voorsien.

Jou antwoord sal soos volg geassesseer word:

| STRUKTUUR VAN DIE OPSTEL  | PUNTE TOEKENNING         |
|---|--------------------------|
| <p><b>Inleiding:</b></p> <p>Die inleiding is 'n lae-orde antwoord.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 'n Goeie beginpunt is om die hoofkonsep wat met die vraag verband hou, te bepaal en te omskryf.</li> <li>• Moenie enige deel van die vraag in jou inleiding insluit nie.</li> <li>• Moenie enige deel van die inleiding in jou hoofdeel insluit nie.</li> <li>• Vermo om in die inleiding te noem wat jy in die hoofdeel gaan bespreek.</li> </ul>  | Maks. 2                  |
| <p><b>Inhoud:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hoofdeel:</b> Bespreek volledig / In-diepte bespreking / Assesseer / Kritiese bespreking / Analiseer / Ontleed / Vergelyk / Evalueer / Onderskei / Differensieer / Verduidelik / Ondersoek</li> <li>• <b>Ekstra deel:</b> Gee jou eie mening / Gee 'n kritiese bespreking / Evalueer / Evalueer Krities / Teken 'n grafiek en verduidelik / Gebruik die gegewe grafiek en verduidelik / Voltooi die gegewe grafiek / Bereken / Vergelyk / Verduidelik / Lei af / Onderskei / Interpreteer / Debatteer kortliks / Hoe / Gee 'n voorstel</li> </ul> | Maks. 26<br><br>Maks. 10 |
| <p><b>Gevolgtrekking:</b></p> <p>Enige hoë orde gevolgtrekking kan die volgende insluit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 'n Kort opsomming van wat bespreek is sonder om feite wat alreeds genoem is te herhaal.</li> <li>• Enige mening of waarde-oordeel van die feite wat bespreek is.</li> <li>• Enige addisionele ondersteunende feite wat die bespreking /analise kan versterk.</li> <li>• 'n Opponerende / teenstrydige sienswyse met 'n motivering, indien verlang.</li> <li>• Aanbevelings</li> </ul>   | Maks. 2                  |
| <b>TOTAAL</b>   | <b>40</b>                |

**VRAAG 4: MIKRO-EKONOMIE**

- Bespreek volledig, met grafieke, hoe die kragte van vraag en aanbod die ewewigsprys in die produkemark bepaal. (26)
  - Verduidelik die faktore wat die vraag na 'n produk beïnvloed. (10)
- (40)**

**INLEIDING:**

- Produkmarkte ontstaan wanneer ondernemings goedere en dienste aan huishoudings / verbruikers aanbied en hulle dit moontlik wil koop. Pryse en hoeveelhede word volgens die interaksie tussen kopers en verkopers bepaal. ✓✓  
(Aanvaar enige ander relevante inleiding) (Maks. 2)

**INHOUD:****HOOFDEEL:****VRAAG**

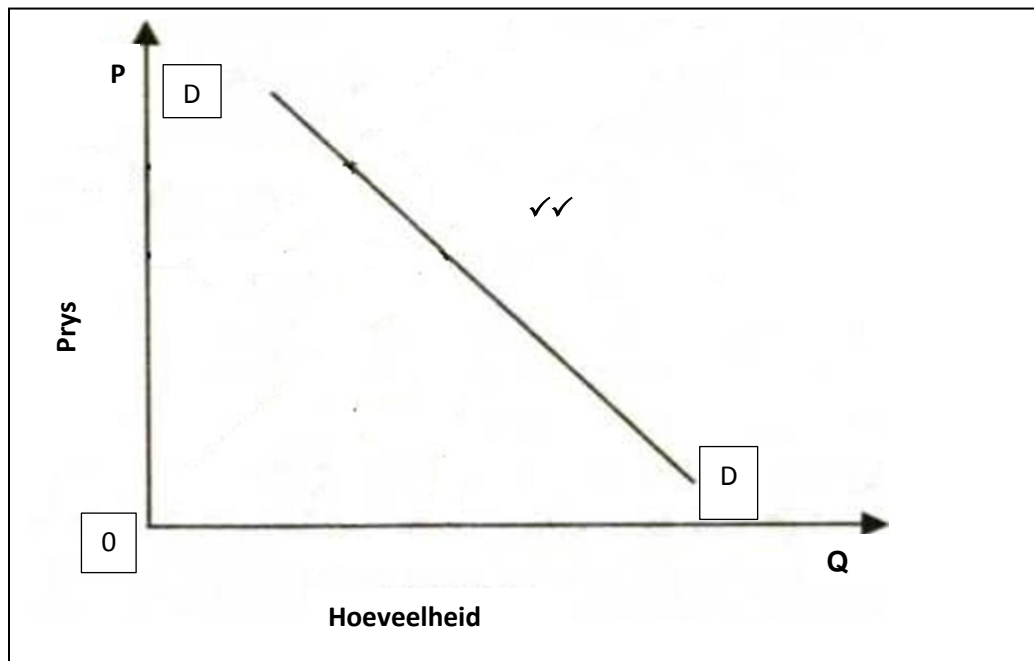
- Die vraag is die hoeveelheid van 'n produk of diens wat verbruikers bereid en in staat is om teen 'n sekere prys oor 'n tydperk te koop. ✓✓

**WET VAN VRAAG ✓**

- Die wet van vraag bepaal dat indien die prys van 'n produk styg, sal die hoeveelheid gevra van daardie produk afneem. Indien die prys van 'n produk daal, sal die hoeveelheid gevra na daardie produk toeneem. ✓✓

**VRAAGKURWE ✓**

- Die vraagkurwe dui die hoeveelheid van 'n produk, wat teen verskillende pryse gevra word, aan. ✓✓
- Dit het 'n afwaartse helling van links na regs. Dit dui op 'n negatiewe helling. ✓✓
- Dit is as gevolg van die omgekeerde verhouding wat tussen die prys van 'n produk en die hoeveelheid gevra van die produk bestaan. ✓✓



Hoeveelheid / x as = 1 punt  
 Prys / y as = 1 punt  
 Vraagkurwe korrek geteken = 2 punte  
 Maks. = 4 punte

## AANBOD

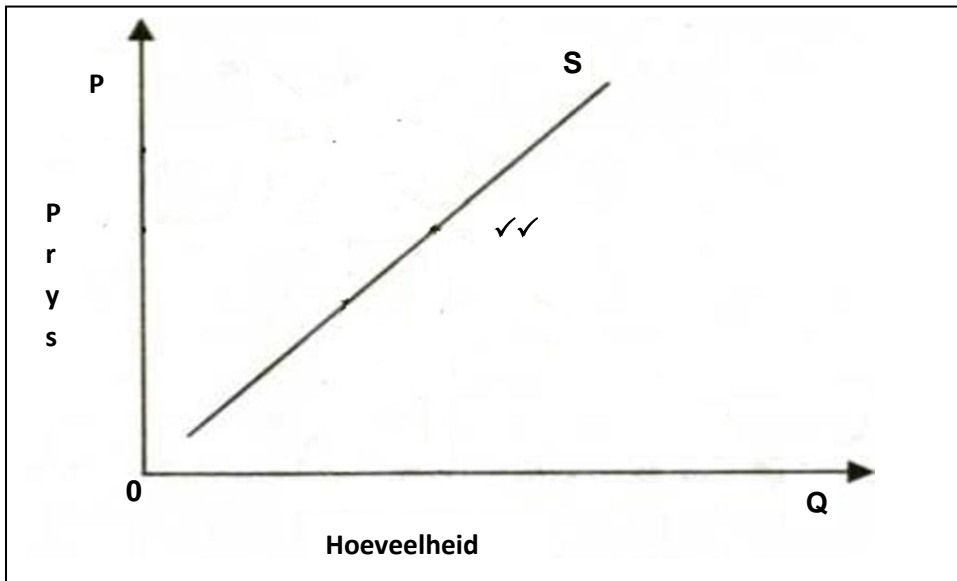
- Die aanbod is hoeveelheid van 'n produk of diens wat produsente bereid en in staat is om oor 'n tydperk teen 'n sekere prys aan te bied. ✓✓

## Wet van aanbod ✓

- Die wet van aanbod bepaal dat as die prys van 'n produk styg, sal die hoeveelheid van die produk aangebied toeneem. Indien die prys van 'n produk daal sal die hoeveelheid van die produk aangebied afeem. ✓✓
- Daar is 'n direkte verwantskap tussen hoeveelheid en die prys. ✓✓

## Aanbodkurwe

- Die aanbodkurwe toon die hoeveelheid van 'n produk, wat teen verskillende pryse aangebied word. ✓✓
- Dit loop opwaarts van links na regs. Dit dui op 'n positiewe helling. ✓✓
- Dit dui op die direkte verhouding tussen die prys van 'n produk en die hoeveelheid aangebied van die produk ✓✓



Hoeveelheid / x as = 1 punt  
 Prys / y as = 1 punt  
 Vraagkurwe korrek geteken = 2 punte

### PRYSVORMING

- Dit is die prys wat ontstaan wanneer kopers (verbruikers) en verkopers (verskaffers) met mekaar ooreenstem, dit is waar vraag en aanbod gelyk is ✓✓

### Markewewig ✓

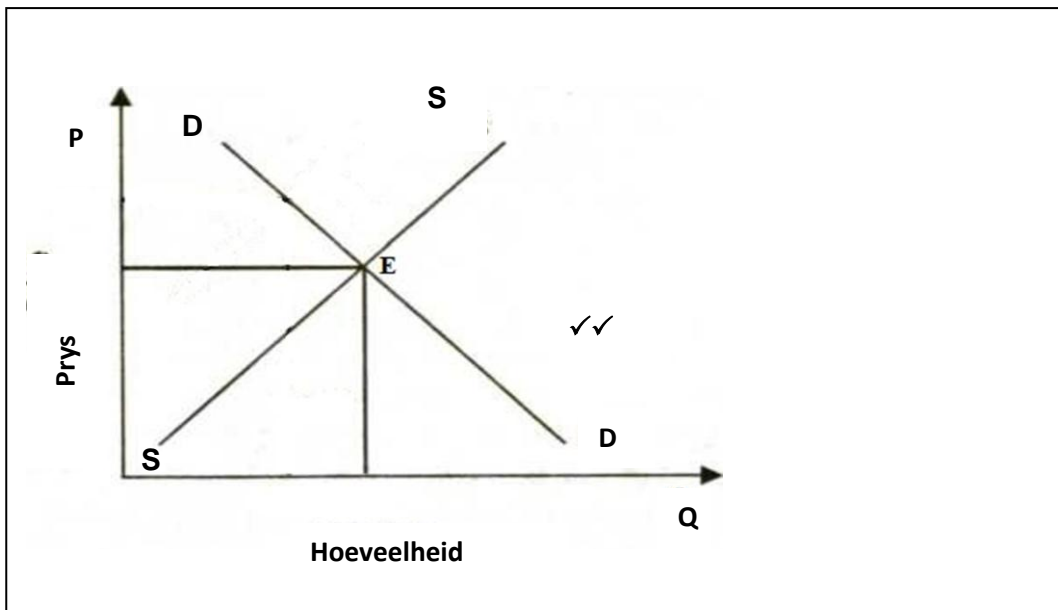
- Markte funksioneer die beste wanneer die hoeveelheid vraag deur huishoudings gelyk is aan die hoeveelheid aangebied deur maatskappye ✓✓

### Ewewigsprys (Markprys) ✓

- Dit is die prys waarteen vraag en aanbod gelyk is. / Dit is die prys waar die hoeveelheid vraag gelyk is aan die hoeveelheid aangebied ✓✓

### Ewigshoeveelheid

- Dit is die hoeveelheid goedere wat geproduseer en verkoop word teen 'n spesifieke prys ten einde die huishoudelike vraag ten volle te bevredig en waar daar geen oorblywende goedere en dienste is nie. Dit is waar die hoeveelheid aanbod gelyk is aan die hoeveelheid vraag ✓✓



Hoeveelheid / x as = 1 punt  
 Prys / y as = 1 punt  
 Ewewigspunt = 2 punte

(Ken 'n maksimum van 8 punte toe vir opskrifte, sub-opskrifte of voorbeelde)

(Maks 26)

### ADDISIONELE DEEL:

#### Faktore wat vraag beïnvloed

- **Die prys van die produk** ✓  
 Wanneer die prys laag is, sal verbruikers meer vra en wanneer die prys hoog is, sal verbruikers minder vra ✓✓
- **Verbruikers se smake, voorkeure en kooggewoontes** ✓  
 Die vraag na goedere waarvan die verbruiker hou sal hoër wees as die vraag na goedere waarvan die verbruiker nie hou nie ✓✓
- **Verbruiker se inkomste** ✓  
 Indien die inkomste van verbruikers toeneem sal hulle meer produkte vra omdat hulle dit nou kan bekostig. ✓✓
- **Die beskikbaarheid en die prys van substituu produkte / plaasvervangers** ✓  
 Wanneer 'n produk nie 'n nabye substituu het nie en die prys van die produk styg, sal verbruikers dit steeds vra omdat hulle nie 'n ander keuse het nie. Indien daar 'n substituu produkte is kan verbruikers meer van die ander produkte vra indien die produk te duur is ✓✓
- **Die beskikbaarheid en die prys van komplementêre / aanvullende produkte**  
 Indien die komplementêre produkte goedkoop en beskikbaar is sal die vraag na die produkte toeneem ✓✓  
 (Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(Maks 10)

**Gevolgtrekking**

Die ewewigsprys is nie staties nie maar dinamies. Dit kan enige tyd verander. Indien verbruikers die vraag na 'n produk verander, of indien produsente die aanbod van die produk verander, sal pryse ook verander.

(Aanvaar enige ander relevante gevolgtrekking)

(Maks. 2)  
**[40]**

**VRAAG 5: MIKRO-EKONOMIE**

- Gee 'n volledige bespreking van die eienskappe van volmaakte- en onvolmaakte markte. (26)
  - Watter stappe kan die regering neem om markmislukkings te voorkom? (10)
- (40)**

**Inleiding:**

- 'n Mark bestaan waar kopers en verkopers mekaar ontmoet om goedere en dienste teen 'n prys uit te ruil ✓✓
  - 'n Mark is enige plek waar kopers en verkopers mekaar ontmoet om die prys en hoeveelheid van goedere en dienste, wat uitgeruil word, te bepaal. ✓✓
- (Aanvaar enige ander relevante inleiding) (Max 2)

**Inhoud****HOOFDEEL:****VOLMAAKTE MARKTE**

'n Volmaakte mark is waar geen aanbieder / verskaffer in staat is om die prys te manipuleer nie ✓✓

**Die eienskappe van 'n volmaakte mark is as volg:****Aantal kopers en verkopers ✓**

- Daar is 'n groot aantal kopers en verkopers. ✓✓ Geen individuele deelnemer kan die prys van 'n produk, deur hulle eie vraag of aanbod van goedere, beïnvloed nie ✓✓

**Aard van die produk ✓**

- Goedere en dienste wat aangebied word is homogene produkte. Koppies, borde, tandepasta, skoene en seep is voorbeelde van produkte wat gewoonlik in massa geproduseer word. ✓✓
- Die produkte wat aangebied word is min of meer almal dieselfde (identities) ✓✓
- Hierdie produkte dien dieselfde doel en is gewoonlik maklik om te produseer. Dit word weerspieël deur 'n groot aantal verskaffers van die produk wat meeding vir verkope, wat pryse laag hou ✓✓

**Toetredingsversperrings ✓**

- Verkopers het onbeperkte en maklike toetrede en uittrede tot die mark / Verkopers kan die mark vrylik betree of verlaat ✓✓
- Verkopers kan die mark na willekeur betree. As hulle die mark betree, sal hulle in staat wees om hulle produkte net so maklik soos enige ander verkoper te verkoop. Hulle kan ook wanneer hulle wil, die mark verlaat ✓✓

**Beskikbaarheid van inligting ✓**

- Hierdie markte het volmaakte of volledige inligting. Kopers weet presies wat elke verkoper se prys is ✓✓
- Daar is ook volledige inligting omtrent marktoestande aan produsente en verbruikers beskikbaar ✓✓

**Vermoë van verskaffers om die prys te verander ✓**

- Die verkoper het geen beheer oor die pryse nie. Hulle is prysnemers ✓✓
- Verkopers moet die heersende markprys aanvaar. Indien hulle pryse hoër is as die heersende markprys, sal hulle niks verkoop nie. Geen verskaffer kan die markprys beïnvloed nie ✓✓
- In werklikheid is daar min volmaakte markte. Sekere sektore soos die mynbousektor (bv. olie en goud) ✓, landbousektor bv. (vleis en mielies) ✓ en die Johannesburgse aandelebeurs (JSE) ✓

**ONVOLMAAKTE MARKTE**

- Onvolmaakte markte is markte waar verskaffers die prys kan manipuleer. Daar is drie tipes onvolmaakte markte nl. monopolieë, oligopolieë en monopolistiese mededinging ✓✓

**Die eienskappe van 'n onvolmaakte mark is die volgende:****Aantal kopers en verkopers ✓**

- Daar is net een groot verskaffer van 'n produk en diens (monopolie) of 'n paar groot verskaffers (oligopolie) ✓✓
- Hierdie verskaffers het direkte invloed op die produkprys en word nie deur mededinging teruggehou nie en is in staat om pryse te beïnvloed. Daar kan ook baie verskaffers wees terwyl net een produsent 'n beduidende verandering na die vraag vir ander produsente se produkte kan hê (monopolistiese mededinging) ✓✓

**Aard van die produk ✓**

- Produkte en dienste wat aangebied word is heterogene of unieke produkte ✓✓
- Produkte in die mark verskil aansienlik van mekaar en verbruikers soek 'n spesifieke gehalte van elke produk ✓✓
- Die verkoper voorsien unieke produkte wat geen naby substitute het nie ✓✓
- Hierdie produkte kan ten opsigte van prys, kenmerke en bonusse verskil. Produkte verskil weens ligging of reklame / advertensie ✓✓

**Vermoë van verskaffers om die prys te verander ✓**

- Die verkoper het beheer oor die prys, hulle is prysbepalers / prysmakers ✓✓
- Produsente van goedere en dienste kan pryse vasstel en kopers is nie in staat om op enige beduidende manier vir pryse te beding of te beïnvloed nie ✓✓

- **Beskikbaarheid van inligting** ✓
- Hierdie markte het onvolmaakte inligting ✓✓
- Produsente en verbruikers het onvolledige inligting ten op sigte van marktoestande ✓✓
- Dit is moeilik, en soms onmoontlik, vir kopers om uit te vind wat die pryse van 'n produk in die mark is ✓✓

#### Toetredingsversperrings ✓

- Toegang tot die mark is beperk of heeltemal geblokkeer sodat nuwe verskaffers nie die mark kan betree nie ✓✓
- Ander verkopers word verhoed om tot die mark toe te tree ✓✓
- Verkopers word teen mededinging beskerm deur middel van patente, beheer oor hulpbronne en regeringsbeperkings ✓✓
- Voorbeelde van onvolmaakte markte is: Eskom, ✓ Telkom, ✓ DSTV, selfoonmaatskappy, brandstof vulstasies, restaurante, rekenaar en motor vervaardigers. ✓  
(Aanvaar enige ander relevante antwoord) (Maks 26)

#### ADDISIONELE DEEL:

- Die staat kan sekere goedere en dienste aan die publiek voorsien ✓✓  
bv. Eskom ✓
- Die staat se fondse kan gebruik word om openbare goedere en dienste te verskaf ✓✓
- Die regering kan wette instel wat mededinging bevorder en prysvasstelling verbied ✓✓
- Hulle kan die verkoop van sigarette aan kinders verban en die gebruik van sekere produkte kan voorkom word, ✓✓ bv. dwelmverkope ✓
- Die regering kan maksimum werksure en minimum lone vir sekere werke instel ✓✓
- Hulle kan inkome ongelykheid- en regverdigheidskwessies in die werkplek hanteer ✓✓
- Fiskale beleidsmaatreëls, wat huishoudings help om hulpbronne effektief aan te wend, kan ingestel word ✓✓
- Indirekte belasting soos sondebelasting op drank en sigarette kan verhoog word ✓✓
- Subsidies of belastingverligting kan aan ondernemings wat produkte produseer, gebied word ✓✓
- Welsynsbetalings aan sekere individue soos bv. enkelouers en gestremde mense, kan aangepas word ✓✓
- Die regering kan inligting aan markte voorsien ten opsigte van al die werklike kostes en voordele wanneer sekere produkte en dienste gebruik word bv. bemarkingsveldtogte om publieke vervoer te bevorder ✓✓  
(Aanvaar enige ander relevante antwoord) (Maks 10)

#### Gevolgtrekking

Markte speel 'n noodsaaklike rol in die ekonomie. Markmislukkings sal altyd in 'n ekonomie voorkom, maar dit kan deur owerheidsinmenging opgelos word ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante gevolgtrekking) (Maks. 2)

**TOTAAL AFDELING C: 40**  
**TOTAAL: 100**