



**GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS**  
**PROVINSIALE EKSAMEN**  
**JUNIE 2018**  
**GRAAD 11**

**EKONOMIE**  
**VRAESTEL 2**

**NASIENRIGLYNE**

GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS  
PROVINSIALE EKSAMENEKONOMIE  
(Vraestel 2)

## AFDELING A (VERPLIGTEND)

## VRAAG 1

## 1.1 MEERVOUDIGEKEUSE-VRAE

- |       |   |   |         |      |
|-------|---|---|---------|------|
| 1.1.1 | C | totale ✓✓   |         |      |
| 1.1.2 | A | Verlaging in die prys van 'n produk en 'n verhoging in die vraag van die substituuutproduk ✓✓ |         |      |
| 1.1.3 | C | swart ✓✓  |         |      |
| 1.1.4 | D | konstante terugkeer tot skaal ✓✓  |         |      |
| 1.1.5 | B | MK = MI ✓✓  |         |      |
| 1.1.6 | D | monopolie ✓✓  |         |      |
| 1.1.7 | B | onelasies ✓✓  |         |      |
| 1.1.8 | A | inkomste ✓✓   | (8 x 2) | (16) |

## 1.2 PASITEMS

- |       |     |   |         |     |
|-------|-----|---|---------|-----|
| 1.2.1 | D ✓ | 'n Gevoel van waardeloosheid; 'n gebrek aan waarde; die nadelige effek wat saam met 'n spesifieke aktiwiteit kom.         |         |     |
| 1.2.2 | A ✓ | Goedere met 'n negatiewe inkomste vraagelastisiteit   |         |     |
| 1.2.3 | I ✓ | Daar is baie besighede wat soortgelyke produkte, maar nie identiese produkte produseer nie.                               |         |     |
| 1.2.4 | B ✓ | Vereniging van vervaardigers of verskaffers wat geskep word om hoë pryse en beperkte mededinging te skep.                 |         |     |
| 1.2.5 | C ✓ | Die besigheid se totale inkomste minus die eksplisiete koste  |         |     |
| 1.2.6 | H ✓ | Produksiemetodes wat meer masjinerie en toerusting gebruik as arbeiders om die produk te produseer                        |         |     |
| 1.2.7 | E ✓ | Die hoeveelheid uitsette waar totale inkomste gelyk is aan totale koste en die besigheid verdien geen ekonomiese wins nie |         |     |
| 1.2.8 | G ✓ | Pryselastisiteit van vraag  | (8 x 1) | (8) |

## 1.3 GEE EEN TERM

- |       |                                  |         |  |     |
|-------|----------------------------------|---------|--|-----|
| 1.3.1 | Komplimentêre goedere ✓          |         |  |     |
| 1.3.2 | Relatiewe pryse ✓                |         |  |     |
| 1.3.3 | Heterogene / gedifferensieerde ✓ |         |  |     |
| 1.3.4 | Eksplisiete koste ✓              |         |  |     |
| 1.3.5 | Marginale koste ✓                |         |  |     |
| 1.3.6 | Pryselastisiteit van aanbod ✓    | (6 x 1) |  | (6) |

TOTAAL AFDELING A: 30

**AFDELING B**

Beantwoord TWEE van die drie vrae van hierdie afdeling in die ANTWOORDBOEK.

**VRAAG 2: MIKROEKONOMICS****2.1 2.1.1 Gee enige TWEE voorbeelde van monopolieë in Suid-Afrika.**

- Eskom ✓
- Telkom ✓
- Denel ✓
- Spoornet ✓
- Suid-Afrikaanse Posdienste ✓
- De Beers ✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante voorbeeld) (2 x 1) (2)

**2.1.2 Watter effek sal 'n verhoging in die absolute pryse hê op die verbruiker se spanderingsmag?**

'n Negatiewe effek, want as die prys verhoog sal die verbruiker minder geld hê om te spandeer om behoeftes en begeertes te bevredig. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (1 x 2) (2)

**2.2 DATARESPONS****2.2.1 Hoekom sal die verkoper nie 'n uitverkoop gebruik as daar 'n eenheidselastisiteit van vraag is nie?**

Dit skep min of meer dieselfde verhoging in die vraag na die produk ✓

(1)

**2.2.2 Gee 'n voorbeeld van 'n produk met 'n eenheidselastisiteit van vraag.**

Klere / klerebedryf ✓

(1)

**2.2.3 Verduidelik kortliks die konsep *elastisiteit*.**

Die meting van die sensitiwiteit of beweging tussen twee veranderlikes wat verwant is. ✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (1 x 2) (2)

2.2.4 **Bereken die pryselastisiteit van vraag deur gebruik te maak van die grafiek. Toon ALLE berekeninge.**

$$e = \frac{\% \text{ Verandering in hoeveelheid gevra}}{\% \text{ Verandering in die prys}} \quad \checkmark \checkmark$$

$$e = \frac{10\%}{10\%} \quad \checkmark \checkmark$$

$$e = 1 \quad \checkmark \checkmark \quad (6)$$

2.3 DATARESPONS

2.3.1 **Volgens die artikel, hoe lank is die korttermyn?**

Daar is geen spesifieke tydperk nie ✓ (1)

2.3.2 **Identifiseer die totale vaste koste in die grafiek.**

R50 / 50 ✓ (1)

2.3.3 **Beskryf die konsep *totale veranderlike koste*.**

Die koste wat verander soos wat produksie / uitsette verander ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2)

2.3.4 **Hoekom is alle koste in die langtermyn veranderlik?**

Alle pryse verander oor 'n tydperk as gevolg van inflasie ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2)

2.3.5 **Die prys van die produk wat verkoop word in die grafiek hierbo is R100. Wat sal die wins / verlies wees as GEEN produkte vervaardig word NIE. Toon ALLE berekeninge.**

Wins / verlies = totale inkomste – totale koste ✓

of

$$= (\text{prys} \times \text{hoeveelheid}) - (\text{totale vaste koste} + \text{totale veranderlike koste}) \quad \checkmark$$

$$= (100 \times 0) - (50 + 0) \quad \checkmark$$

of

$$= 0 - 50 \quad \checkmark$$

$$= -R50 \text{ (verlies)} \quad \checkmark \checkmark \text{ (moet die verlies aantoon om 2 punte te kry)} \quad (4)$$

2.4 **Vergelyk die prysbeheer van 'n monopolie teenoor die van 'n volmaakte mededinger.**

**Monopolie**

- Die monopolie het totale of volle beheer oor die prys ✓✓
- Die monopolie is 'n prysmaker ✓✓
- Die monopolie kan die prys verander sonder om ander markkragte te oorweeg ✓✓
- Die monopolie kan nie die prys verhoog bo die verbruiker se vermoë om die produk te koop nie ✓✓ (Maks 4)

**Volmaakte mededinging**

- Individuele besighede in volmaakte mededinging kan nie die prys op hulle eie verander nie ✓✓
- Hulle is prysnemers ✓✓
- Markkragte van vraag en aanbod bepaal die prys van die produk ✓✓
- Daar is te veel verskaffers vir individuele verskaffers om die prys te beïnvloed (Maks 4)

(2 x 4)

(8)

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

(Ken 'n maksimum van 4 punte toe as feite / voorbeelde net genoem is)

2.5 **Hoe sal sameswering tussen maatskappye 'n negatiewe impak op verbruikers hê?**

Sameswering sal 'n negatiewe impak op die verbruiker hê omdat

- dit die prys van goedere en dienste verhoog. ✓✓
- dit die hoeveelheid aangebied verlaag, dit lei tot tekorte en skaarstes. ✓✓
- dit lei tot oneffektiewe gebruik van produksiefaktore, lei tot vermorsing, en produktiewe ondoeltreffendheid. ✓✓
- dit lei tot die skep van monopolieë. ✓✓
- dit lei tot allokasie ondoeltreffendheid – verkeerde kombinasie van produkte voorsien om behoeftes te bevredig.

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

(Ken 'n maksimum van 2 punte toe as feite / voorbeelde net genoem is)

(8)

**[40]**

**VRAAG 3: MIKROEKONOMIE**

- 3.1 3.1.1 **Noem enige TWEE karaktereenskappe van 'n volmaakte mededinger.**
- Baie kopers en verkopers ✓
  - Produk is homogeen ✓
  - Prysneemers ✓
  - Geen owerheidsinmenging ✓
  - Vryelike toetrede en uitrede tot die mark
  - Volledige markinligting ✓
  - Geen sameswering moontlik nie ✓
  - Individuele besighede het 'n horisontale vraagkurwe  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2)
- 3.1.2 **Hoe kan skaalekonomie die prys van 'n produk beïnvloed?**
- Skaalekonomie sal die prys positief beïnvloed, want soos meer produkte vervaardig word so sal die produksiekoste verminder en dus sal pryse ook verminder. ✓✓ (1 x 2) (2)
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)
- 3.2 **DATARESPONS**
- 3.2.1 **Watter markstruktuur in die illustrasie, het baie mededinger en 'n gedifferensieerde produk?**
- Monopolistiese mededinger ✓ (1)
- 3.2.2 **Watter beheer het 'n volmaakte mededinger oor die prys, volgens die illustrasie?**
- Geen ✓ (1)
- 3.2.3 **Hoe is dit moontlik vir 'n monopolie om die enigste verskaffer van 'n produk of diens te wees?**
- Die produk wat hulle verkoop is uniek en niemand anders verkoop 'n gelyksoortige produk nie ✓✓
  - Hulle word gewoonlik deur 'n patent, kopiereg of wet beskerm ✓✓
  - Toetrede tot die mark vereis gewoonlik baie kapitaal, en sonder staatsondersteuning is dit nie moontlik om so 'n maatskappy te begin en met 'n monopolie mee te ding nie ✓✓
  - Monopolieë het gewoonlik groot infrastruktuur ondersteuning ✓✓ (1 x 2) (2)
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

3.2.4. **Oligopolieë is die enigste markstruktuur wat kan saamspan. Verduidelik hoekom.**

Daar is slegs 3 of 4 (min) verkopers, wat dit maklik vir hulle maak om bymekaar te kom en saam te span ✓✓

(2)

3.2.5 **Hoe sal nuwe verskaffers in volmaakte mededinging die prys en hoeveelheid van 'n produk kan beïnvloed, asook die winsgewendheid oor die langtermyn?**

- Oor die langtermyn sal meer besighede tot die mark toetree, en hierdie mededinging sal lei tot laer pryse. ✓✓
- Meer verkopers sal die hoeveelheid aangebied verhoog en dit mag selfs lei tot 'n surplus aanbod. ✓✓
- Hierdie mededinging lei dan daartoe dat die individuele besigheid slegs normale wins in die langtermyn maak. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

(2 x 2)

(4)

3.3 DATARESPONS

3.3.1 **Noem EEN mobiele datamaatskappy wat in die artikel hierbo genoem hierbo.**

- Vodacom ✓
- MTN ✓
- Cell C ✓
- 8ta ✓

(Enige 1 x 1)

(1)

3.3.2 **Volgens die artikel, hoekom kan die huidige promosiepryse nie volhoubaar wees nie?**

Die pryse is onder kosprys ✓

(1)

3.3.3 **Watter tipe markstruktuur word verteenwoordig in die artikel hierbo?**

Oligopolie ✓✓

(2)

3.3.4 **Verduidelik *prysleierskap*.**

Pryisleiers kom voor as een besigheid in die industrie, gewoonlik die grootste een, die markprys stel. Die ander besighede volg en stel dieselfde pryse. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

(2)

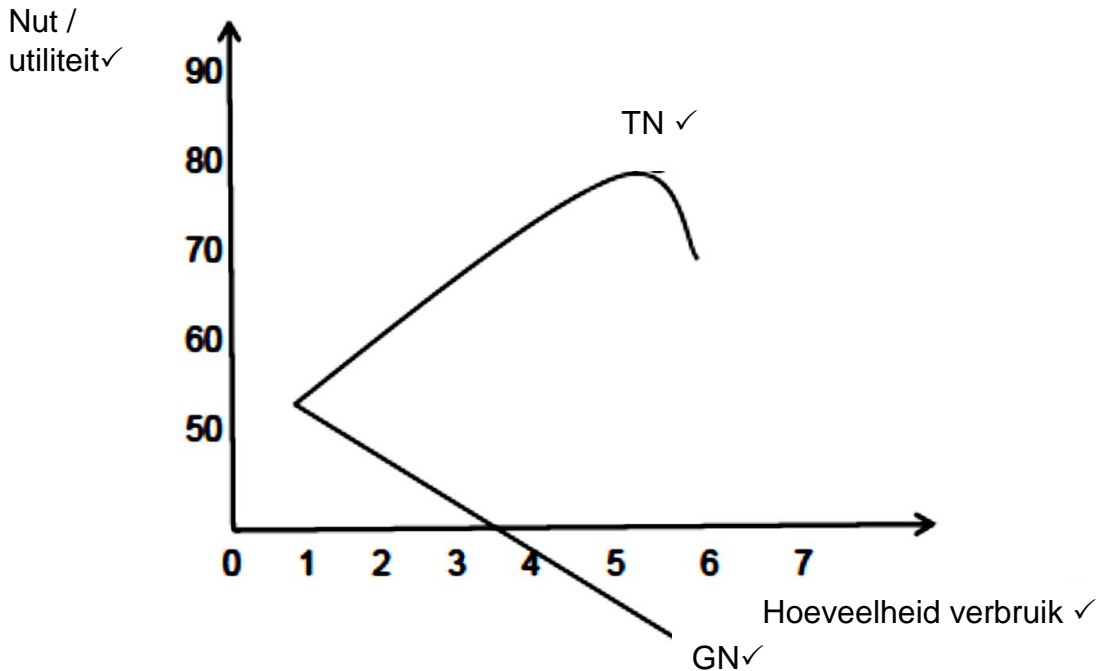
3.3.5 **Watter advies sal jy Vodacom gee, anders as om hulle pryse te verlaag, ten einde meer kliënte te kry?**

- Vodacom moet nie-prys mededingingsmetodes gebruik ✓✓
- Hulle behoort reklame te gebruik om handelsmerk-lojaliteit vir die produk te kry ✓✓
- Vodacom moet handelsmerk-lojaliteit gebruik – kliënte moet glo hulle produk is die beste ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2 x 2) (4)  
(Die blote noem van voorbeelde verwant aan die selfoon industrie – net 'n maksimum van 2 punte)

3.4 **Bespreek die karaktereienskappe van monopolistiese mededinging.**

- Aansienlike aantal kopers en verkopers ✓
    - Die tipe van mededinging behels 'n groot aantal verkopers, wat tipies bestaan uit klein ondernemings en geen onderneming het totale markbeheer nie. ✓✓
  - Monopolistiese mededingers het min prysbeheer ✓✓
    - Mededinging vind nie plaas deur pryse nie, maar deur gediffereëerde produkte. ✓✓
  - Produkte is gediffereëerd ✓
    - Gediffereëerde produkte verskil slegs in 'n geringe mate, en die verkopers bemark hulle produkte as unieke produkte deur reklame / handelsmerk lojaliteit is ook belangrik. ✓✓
  - Marktoetrede en -uitrede is relatief maklik ✓
    - Toetrede en uitrede is relatief maklik, aangesien daar geen wetlike beperkinge of patentregte is nie ✓✓
  - Kopers en verkopers het onvolledige inligting ✓
    - Beide die kopers en verkopers het volledige kennis omtrent marktoestande, aangesien daar baie produkte en verkopers is ✓✓(4 x 2)  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)  
(Ken 'n maksimum van 4 punte toe vir die blote noem van feite en voorbeelde)
- (8)

3.5 Gebruik 'n grafiek en verduidelik die verhouding tussen 'n verhoging in verbruik, totale nut en grensnut.



(Maks 4)

- Aangesien die eenhede vermeerder word, neem die totale nut teen 'n laer koers toe ✓✓ terwyl grensnut teen 'n vinnige koers verminder ✓✓
- Die totale nutkurwe se helling is opwaarts en die grensnut kromme is afwaarts ✓✓
- Soos verbruik toeneem tot by vyf eenhede, word grensnut negatief, terwyl totale nut verminder ✓✓

(Aanvaar enige relevante korrekte verduideliking)

(Maks 4)

(8)  
[40]

**VRAAG 4: MIKROEKONOMIE**

- 4.1 4.1.1 **Gee enige TWEE voorbeelde van vaste koste oor die korttermyn.**
- Huur ✓
  - Onderhoudskoste van geboue ✓
  - Toerusting terugbetaling ✓
  - Oorhoofse kostes ✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2 x 1) (2)
- 4.1.2 **Watter effek sal 'n prysverhoging op sigarette hê op die aanvraag van rokers?**
- Die effek op rokers se vraag sal klein tot geen effek hê nie omdat dit 'n verslawende produk is en rokers sal nog steeds die sigarette aanvra, al is die prys hoog ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoorde) (1 x 2) (2)
- 4.2 **DATARESPONS**
- 4.2.1 **Volgens die tabel hierbo, hoeveel biere behoort 'n persoon te drink voordat hy volkome bevredig is?**
- 3 biere ✓ (1)
- 4.2.2 **Wat is die formule om marginale nut te bereken?**
- $MN = \Delta TN / \Delta H (Q)$  ✓ (1)
- 4.2.3 **Verduidelik die konsep *dalende marginale nut*.**
- Die wet van dalende marginale nut verklaar dat die marginale nut verkry uit die verbruik van goedere en dienste daal soos meer eenhede verbruik word gedurende 'n spesifieke tydperk. ✓✓ (2)
- 4.2.4 **Onderskei tussen ekonomiese wins en normale wins.**
- Ekonomiese wins is die wins wat gemaak word bo normale wins ✓ en normale wins is die minimum wins wat 'n entrepreneur moet maak om in besigheid te bly. Koste word gedek maar geen addisionele wins word gemaak nie ✓ (2)

#### 4.2.5 **Hoekom is dit belangrik vir 'n entrepreneur om implisiete koste en eksplisiete koste te dek?**

- As slegs eksplisiete koste – werklike betaling vir die produksiefaktore wat gebruik word om goedere en dienste te produseer ✓✓ – gebruik word sal die entrepreneur nie vergoed word vir sy geleentheidskoste nie ✓✓
- As implisiete koste – die geleentheidskoste vir die gebruik van die entrepreneur se bronne in die proses om goedere en dienste te produseer ✓✓ - gedek word sal die entrepreneur nie sy bronne op 'n ander plek gebruik nie, maar voortgaan met die besigheid ✓✓
- Dit is hoekom die rekenkundige wins van die ekonomiese wins verskil. Die rekenkundige wins bereken net wanneer die inkomste die eksplisiete koste oorskry, ✓✓ ekonomiese wins bereken wanneer die inkomste die eksplisiete en implisiete koste oorskry ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (2 x 2) (4)

#### 4.3 DATARESPONS

##### 4.3.1 **Watter prent illustreer 'n onelastiese vraag?**

Prent B ✓ (1)

##### 4.3.2 **Wat is die aard van die produk in prent B?**

'n Noodsaaklike produk ✓ (1)

##### 4.3.3 **Gee die formule om pryselastisiteit van vraag te bereken.**

$$e = \frac{\% \Delta \text{ in hoeveelheid gevra}}{\% \Delta \text{ in prys}} \checkmark \checkmark \quad (2)$$

##### 4.3.4 **Verduidelik EEN faktor wat pryselastisiteit van vraag bepaal.**

- **Die beskikbaarheid van sustitute** ✓ – Hoe groter die hoeveelheid substitute en hoe meer verwant die substitute aan mekaar is, hoe makliker is dit vir huishoudings om alternatiewe produkte te gebruik as die prys van een produk verhoog. ✓
- **Die tydperk onder oorweging** ✓ – die pryselastisiteit van 'n produk neig om meer elasties te wees oor die lang termyn, vergelykend met die kort termyn. Huishoudings het meer tyd om aan te pas by prysveranderinge ✓
- **Die graad van noodsaaklikheid of luuksheid** ✓ – noodsaaklike goedere en dienste se pryse is meer onelasties en luukse goedere is meer pryselasties ✓
- **Die hoeveelheid inkomste wat op die produk bestee word** ✓ - hoe kleiner die verhouding van inkomste spandeer op 'n produk, hoe meer prysonelasies is die vraag ✓ (2)

#### 4.3.5 Onderskei tussen normale goedere en minderwaardige goedere.

##### Normale goedere

- Behels goedere wat in groter aanvraag is indien inkomste vermeerder, ✓✓ bv. vleis en melk ✓✓

##### Minderwaardige goedere

- Behels goedere wat in minder aanvraag is indien inkomste vermeerder, ✓✓ bv. melksakkies en goedkoop toilet papier ✓✓ (4)

#### 4.4 Verduidelik die SMART begrip wat 'n besigheid sal volg om suksesvol te wees.

- Spesifiek – die idee moet geïdentifiseer en verstaan word en nie net 'n toevallige idee wees nie ✓✓
- Meetbaar – dit moet moontlik wees om te toets en te meet of die doelwit bereik is ✓✓
- Saamstem – in 'n klein besigheid is dit maklik om die doelwit te stel want net die eienaar moet saamstem, in 'n groter besigheid is daar baie rolspelers wat moet saamstem ✓✓
- Realisties – die doelwit moet nie buite bereik wees nie en die besigheid moet 'n wins kan maak ✓✓
- Tydspesifiek wees – daar moet 'n tydslimiet wees waarbinne die doelwit bereik moet kan word ✓✓ (4 x 2) (8)  
(Ken 'n maksimum van 4 punte toe as feite en voorbeelde net genoem is)

#### 4.5 Hoe kan dit die entrepreneur help om sy / haar prys van die produk te verhoog of te verlaag indien hy / sy bewus is van die elasticiteit van die vraagkurwe?

- Volmaak onelasties – die hoeveelheid gevra sal nie reageer op enige verandering in die prys van die produk nie. ✓✓ Vervaardigers kan die prys verhoog en hulle inkomste verhoog deur die prys van die produk te verhoog, maar die hoeveelheid gevra sal nie verander nie ✓✓
- Volmaak elasties – vraag is baie sensitief en 'n verandering in die prys en die verlaging in die prys sal die vraag verhoog, asook die inkomste ✓✓
- Relatief elasties – deur inkomste te verhoog sal die pryse verhoog ✓✓
- Relatief onelasties – om inkomste te verbeter, verhoog net die prys ✓✓ As die prys verhoog sal die inkomste verhoog en die vraag bly min of meer onveranderd ✓✓
- Eenheidselasties – prysverandering het geen effek op die inkomste nie. ✓✓ Verkope en inkomste sal konstant bly ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (4 x 2) (8)

**TOTAAL AFDELING B: 80**

**AFDELING C**

Beantwoord enige EEN van die twee vrae uit hierdie afdeling in die ANTWOORD-BOEK. Jou antwoord sal soos volg nagesien word.

**VRAAG 5: MICROEKONOMIE**

- **Bespreek, met behulp van grafieke, die volgende korttermyn ewewigposisies vir 'n volmaakte mark:**
  - **Ekonomiese wins (10 punte)**
  - **Ekonomiese verlies (8 punte)**
  - **Normale wins (8 punte)** **(26 punte)**
- **Hoe suksesvol sal 'n oligopolie wees om sy markaandeel te vergroot deur die prys van die produk te verhoog?** **(10 punte)**

**INLEIDING**

'n Volmaakte mededinger is 'n mark met 'n groot hoeveelheid kopers en verkopers. ✓✓  
OF

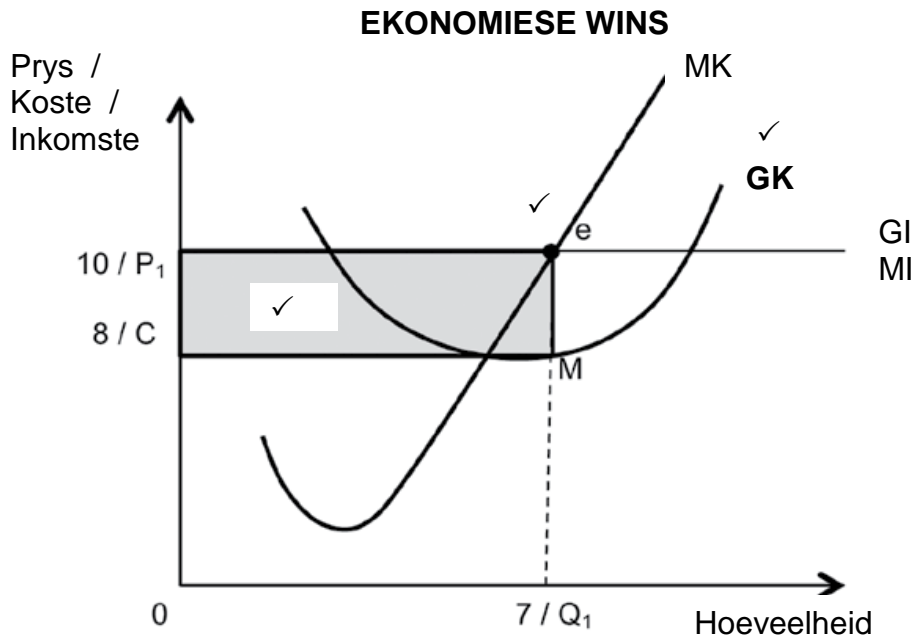
'n Mark is die plek waar kopers en verkopers ontmoet, saamstem oor 'n prys en om goedere en dienste te lewer ✓✓

OF

Die korttermyn is 'n periode waar een van die kostes vas moet wees ✓✓ **(Maks. 2)**

## LIGGAAM

## HOOFDEEL

**PUNTETOEKENNING**

Korrekte tekening en benoeming van kostekurve: 1 punt

Korrekte tekening en benoeming van inkomstekurve: 1 punt

Korrekte aanduiding van die wins maksimeringspunt: 1 punt

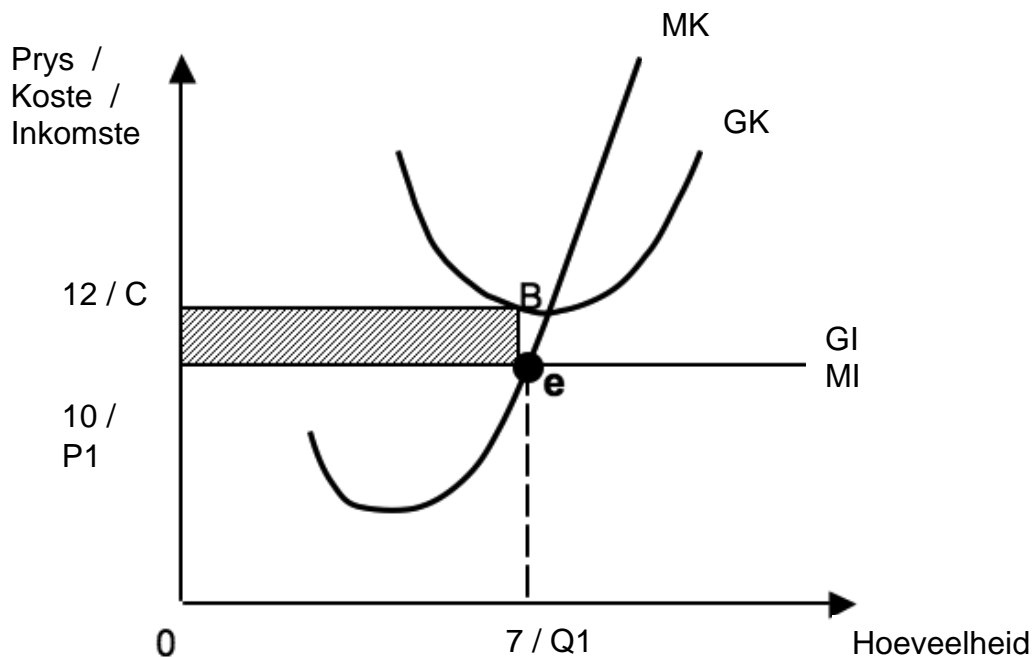
Korrekte aanduiding van die ekonomiese winsgebied: 1 punt

**Maks 4 punte**

- Die minimum punt waar die korttermyn gemiddelde kostekurve (GK) laer is as die markprys. ✓✓
- Die besigheid is in ewewig (winsmaksimering) by punt e waar  $MI = MK$  en die besigheid sal hoeveelheid van 7 produseer met 'n markprys van R10 ( $P_1$ ) ✓✓
- Totale inkomste is gelyk aan  $0Q_1 \times 0P_1$  ( $R10 \times 7$ ) en totale koste is gelyk aan  $0Q_1 \times 0C$  ( $R8 \times 7$ ) ✓✓
- Die ekonomiese wins word verteenwoordig deur die gebied  $CP_1eM$  ( $R14$ ) • ✓✓ (6)  
(Maks 10)

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

## EKONOMIESE VERLIES

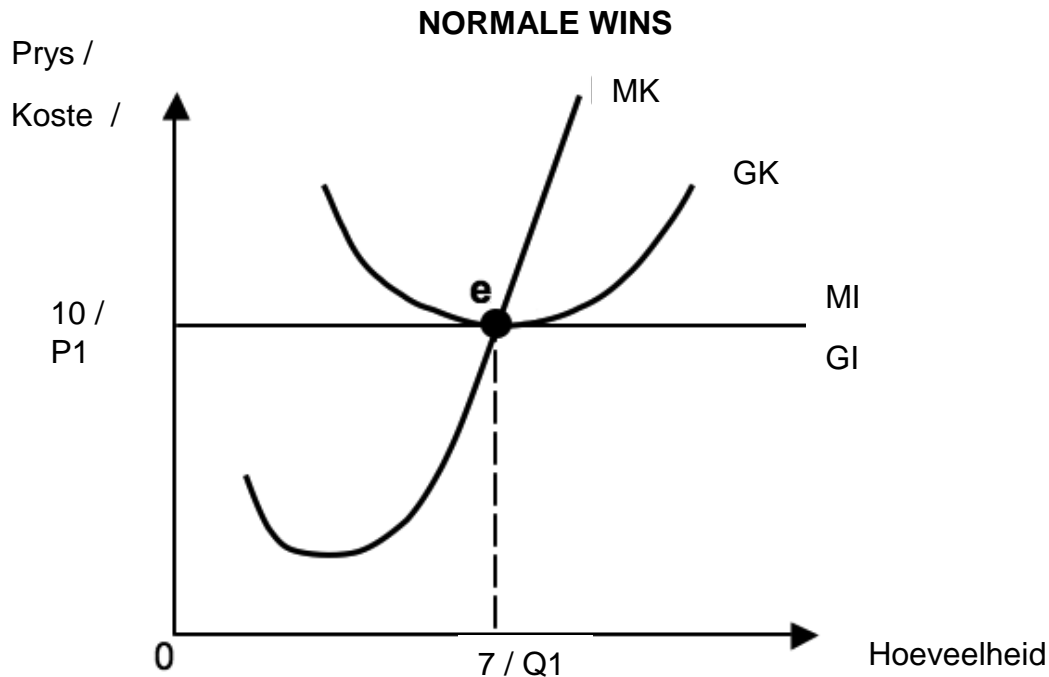


## PUNTETOEKENNING

- Korrekte tekening en benoeming van kostekurve: 1 punt  
 Korrekte tekening en benoeming van inkomstekurve: 1 punt  
 Korrekte aanduiding van die wins maksimeringspunt: 1 punt  
 Korrekte aanduiding van die ekonomiese winsgebied: 1 punt  
**Maks 4 punte**

- Die minimum punt waar die korttermyn gemiddelde kostekurve (GK) hoër is as die markprys of GI ✓✓
  - Die besigheid is in ewewig (winsmaksimering) by punt e waar  $MI = MK$  en die besigheid sal 'n hoeveelheid van 7 ( $Q_1$ ) produseer met 'n markprys van R10 ( $P_1$ ) ✓✓
  - Totale inkomste is gelyk aan  $0Q_1 \times 0P_1$  ( $R10 \times 7$ ) en totale koste is gelyk aan  $0C \times 0Q_1$  ( $R12 \times 7$ ) ✓✓
  - Die ekonomiese verlies word verteenwoordig deur die gebied  $P_1CeB$  ( $-R14$ ) ✓✓  
(4)
- (Maks 8)

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

**PUNTETOEKENNING**

- |  |                     |
|--|---------------------|
| Korrekte tekening en benoeming van kostekurve:     | 1 punt              |
| Korrekte tekening en benoeming van inkomstekurve:  | 1 punt              |
| Korrekte aanduiding van die wins maksimeringspunt: | 1 punt              |
| Korrekte aanduiding van die normale winsgebied:    | 1 punt              |
|  | <b>Maks 4 punte</b> |

- By punt e waar  $MI = MK$  sal die besigheid  $Q_1$  (7) hoeveelheid produseer teen 'n markprys  $P_1$  (R10) ✓✓
  - Die laagste punt van GK is 'n raakpunt aan die GI / MI kurve ✓✓
  - Dit impliseer dat  $GK = GI$  en totale koste is gelyk aan totale inkomste ( $0P_1eQ_1 / 700$ ) ✓✓
  - Normale winsverdiens wat benodig word om die entrepreneur te verhoed om die mark te verlaat ✓✓ (4)
- (Maks 8)

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

**(Maks. 26)**

**ADDISIONELE DEEL**

**Hoe suksesvol sal 'n oligopolie wees om sy marktaandeel te vergroot deur die prys van die produk te verander?**

- Die oligopolie sal nie pryse gebruik om marktaandeel te verhoog nie ✓✓
- Omdat daar net 'n paar maatskappye is wat dieselfde produk verkoop, is hulle afhanklik van mekaar, soos in die geval van oligopolieë ✓✓
- As een maatskappy die prys verlaag sal die ander maatskappye volg, ✓✓ en die verwagte verhoging in die hoeveelheid gevra sal nie gebeur nie, of minder wees as verwag ✓✓
- As die maatskappy egter die prys verhoog sal die ander maatskappy nie hulle pryse verhoog nie en sal die verlies aan kliënte baie groter wees as verwag. ✓✓
- Dit lei daartoe dat oligopolieë 'n geknikte vraagkurwe het ✓✓
- Die oligopolieë sal dus nie-prys metodes gebruik om hulle marktaandeel te verhoog ✓✓
- As die maatskappy egter die grootste maatskappy in die oligopolie is kan hulle die prys verhoog en die ander sal volg met prysverhogings, omdat hulle die prysleier is ✓✓
- As al die oligopolieë saamkom en deur sameswering die prys verhoog sal die verbruiker die hoër prys moet betaal ✓✓
- Hulle kan ook 'n kartel vorm en met hierdie "monopolie" pryse beheer ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

**(Maks. 10)**

**SLOT**

Besighede onder volmaakte mededinging kan slegs normale wins oor die langtermyn maak, omdat meer besighede tot die mark toetree om winste te deel wat op die korttermyn gemaak is ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante hoër-orde antwoord)

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

**VRAAG 6: MIKROEKONOMIE**

- **Bespreek, met die hulp van grafieke, die vraag-verhouding tussen substituu goedere en komplimentêre goedere.** (26 punte)
- **Hoe afhanklik is die produkmark van die faktormark?** (10 punte)

**INLEIDING**

'n Substituutprodukt is 'n produk wat in die plek van 'n ander produk gebruik kan word✓✓

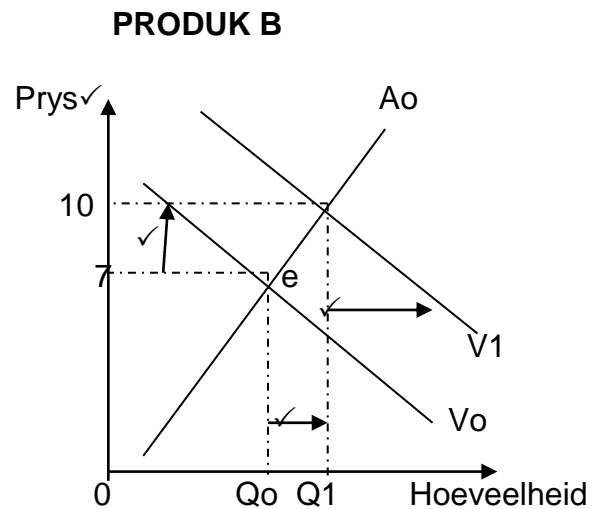
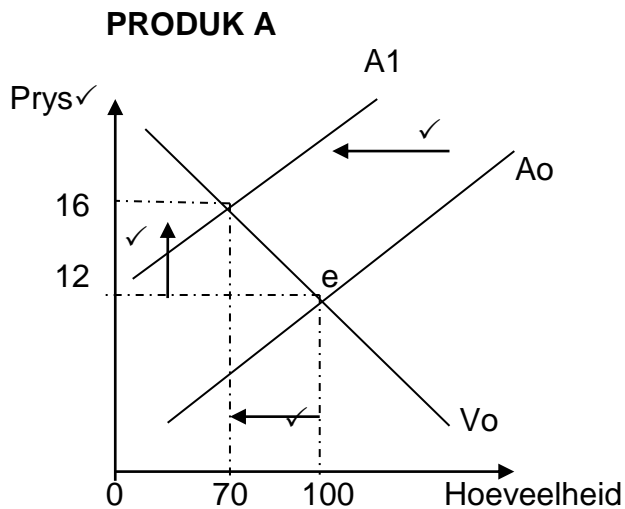
**OF**

Komplimentêre goedere is goedere wat gesamentlik gebruik word. ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante inleiding)

**(Maks. 2)**

**LIGGAAM****HOOFDEEL****Vraag na substituu goedere**

- 'n Verhoging in die prys van goedere verhoog die vraag en prys na 'n substituu produk, ceteris paribus, en vice versa✓✓
- Die verbruiker kan kies tussen die twee produkte en dieselfde graad van bevrediging hê✓✓



(Maks 8)

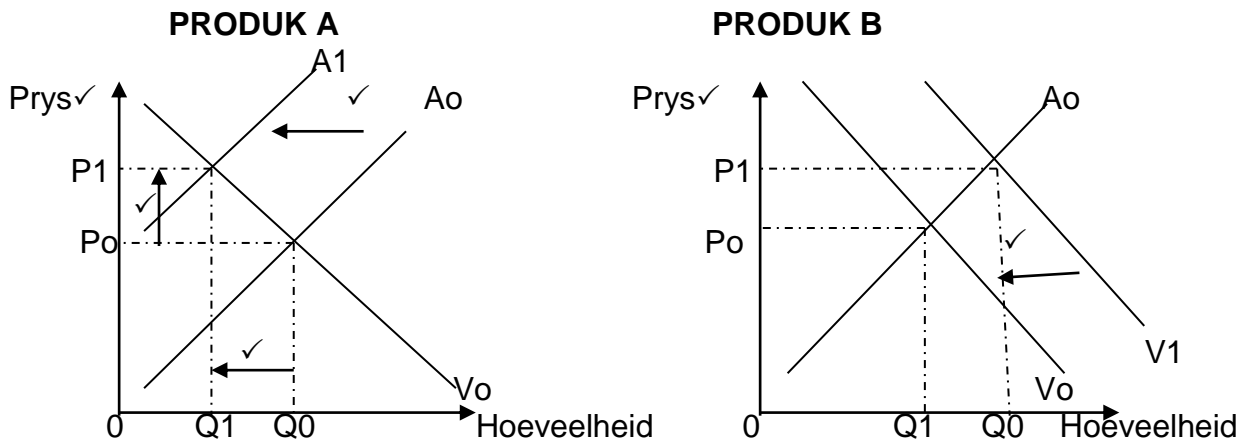
- Die grafieke verwys na die mark van twee produkte, produk A en produk B ✓✓
- Die ewewigsprys van produk A is R12, terwyl die van produk B R7 is. ✓✓
- Veronderstel daar is 'n groot verlaging in die aanbod van produk A ( $A_o$  na  $A_1$ ) as gevolg van 'n erge droogte. Dit sal lei tot 'n toename in Produk A se prys tot R16 ✓✓
- Die wet van vraag bepaal dat wanneer pryse verhoog (van R12 tot R16) die hoeveelheid gevra verminder van (100 tot 70) ✓✓
- Sommige verbruikers sal oorskakel vanaf Produk A na Produk B ✓✓
- Die vraagkurwe van Produk B sal regs skuif ( $V_o$  tot  $V_1$ ) en die ewewigsprys sal skuif van R7 tot R10 ✓✓
- Terwyl 'n verhoging in produk B ook sal voorkom, is dit steeds relatief goedkoper as produk A (R10 relatief tot R16) ✓✓

(Maks 6)

(14)

**Vraag na komplimentêre goedere**

- Volgens die wet van vraag, sal 'n verlaging in die prys van 'n produk 'n verhoging in die hoeveelheid van die produk gevra veroorsaak ✓✓
- As meer van die produk gebruik word, sal die huishouding ook meer van die komplimentêre goedere gebruik ✓✓



(Maks 6)

- 'n Verhoging in die prys van produk A verlaag die vraag en die prys van die komplimentêre produk, produk B, ceteris paribus, en omgekeerd. ✓✓
- Verbruikers sal minder van produk A koop en die vraagkurwe skuif links van  $V_1$  tot  $V_0$ , en daar is 'n afname in die ewewigsprys van produk B ✓✓
- Hulle kan die besigheid verloor en inkomste verloor as die vraag na hulle produk verlaag, sonder dat hulle daarvan bewus is ✓✓
- Daarom is dit nodig dat hulle optree as die prys van ander produkte verander en hulle vinnig kan beïnvloed ✓✓

(Maks 6)

(12)

**(Maks. 26)**

**ADDISIONELE DEEL****Hoe afhanklik is die produkmark van die faktormark?**

- Die faktormark is 'n mark waar die produksiefaktore gekoop en verkoop word ✓✓
- Die produkmark is die mark waar goedere en dienste gekoop en verkoop word ✓✓
- Die produkmark is afhanklik van die faktormark vir die beskikbaarheid van produksiefaktore ✓✓
- As die aanbod van een produksiefaktor verander, sal dit beide die faktormark en die produkmark beïnvloed ✓✓
- 'n Verandering in die aanbod van beesvelle sal die beesvelle-mark negatief beïnvloed nie, omdat daar 'n afname in die aanbod van beesvelle is ✓✓
- Dit kan ook 'n invloed op die skoenvervaardiger hê omdat minder skoene in die produkmark beskikbaar sal wees ✓✓
- As die vraag na skoene in die produkmark toeneem sal die vraag na die produksiefaktore in die faktormark ook toeneem ✓✓  
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

**(Maks. 10)****SLOT**

Om die verhouding tussen substituuat goedere en komplimentêre goedere te verstaan en om tred te hou met prysverandering is dit belangrik vir verskaffers van hierdie produkte, omdat dit die winste beïnvloed ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante hoër-orde slot)

**(Maks. 2) [40]****TOTAAL AFDELING C: 40****TOTAAL: 150**