SimpleStudy®

GAUTENG PROVINCE
EDUCATION
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS

PROVINSIALE EKSAMEN

JUNIE 2017

GRAAD 11

EKONOMIE

VRAESTEL 2

MEMORANDUM

21 bladsye

GAUTENGSE DEPARTEMENT VAN ONDERWYS
PROVINSIALE EKSAMEN

ECONOMICS
(Paper 2)

MEMORANDUM

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 MEERVOUDIGEKEUSE-VRAE

1.1.1 C✓✓ Tyd

1.1.2 B✓✓ nut

1.1.3 A✓✓ elasties

1.1.4 D✓✓ Relatiewe

1.1.5 C✓✓ afwaardse neiging

1.1.6 D✓✓ gemiddelde inkomste

1.1.7 A✓✓ Ekonomiese skaal

1.1.8 B✓✓ Goederemark

(8 x 2) (16)

1.2 PASITEMS

1.2.1 H ✓ Wanneer iets ondervoorsien word of nie geredelik beskikbaar is nie

1.2.2 F✓ Die verandering van vraag van produk A as die prys van produk B verander

1.2.3 D✓ Enige mark wat nie die karaktereienskappe van ŉ volmaakte mark voldoen het nie

1.2.4 B✓ Groot mededingers wat probeer om mekaar se markaandele oor te neem deur die stelselmatige vermindering van pryse

1.2.5 C✓ Versperrings tot marktoetrede

1.2.6 G✓ Algemene besigheidsuitgawes wat nie deel is van wat geproduseer is nie

1.2.7 A✓ Vaste koste plus veranderlike koste

1.2.8 E✓ Toenemende gemiddelde koste soos wat die bydrae van die veranderlike insette duurder word

(8 x 1) (8)

1.3 EENWOORD-ITEMS

1.3.1 Eenheidselasties✓

1.3.2 Inkomste elastisieteit van vraag✓

1.3.3 Markaandeel✓

1.3.4 Heterogene produk/ gedifferensieërde produkte✓

1.3.5 Marginale inkomste✓

1.3.6 Eksternaliteite✓

(6 x 1) (6)

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

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

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Gee TWEE voorbeelde van komplimentêre goedere.

- Tennisballe en ’n tennisraket ✓
- Brood en botter ✓
- Shampoe en kondisioner✓

(Aanvaar enige relevante voorbeeld.)

(2x1)(2)

2.1.2 Hoe sal die verlaging van relatiewe pryse mense se lewenstandaard beïnvloed?

- Vermindering in relatiewe pryse is ’n aanduididing dat inflasie afneem en dat die mense meer besteebare inkomste het om te spandeer. ✓✓

(1x2)(2)

2.2 DATARESPONS

2.2.1 Watter maatskappy betrokke by ’n oorname in die artikel hierbo genoem is ’n Suid-Afrikaanse maatskappy en in watter industrie is hulle betrokke?

- SABMiller ✓
- Vervaardig bier✓

(2)

2.2.2 Noem TWEE voorbeelde van Oligopolie industrieë wat genoem word in die artikel hierbo.

- Die energie-industrie✓
- Bank industrie✓
- Supermark industrie✓
- Telekoms en radio industrie✓
- IT dienste✓
- Rekenkundiges✓

(2)

2.2.3 Verduidelik kartelle.

- ’n Assosiasie wat vervaardigers of verskaffers vorm om hoë pryse te handhaaf en kompetisie te beperk. ✓✓

(Aanvaar enige relevante antwoord.)

(2)

2.2.4 Watter effek het "onkompenterende industrieë" op die ekonomie? Motiveer jou antwoord.

- Nie-kompeterende industrië het ʼn negetiewe effek op die ekonomie. ✓✓
- Gebrek aan kompetisie lei tot hoë pryse wat gevra word deur vervaardigers omdat daar geen kompetisie is nie. ✓✓
- Dit lei ook tot onproduktiwiteit en vermorsing van hulpbronne. ✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.)

(4)

2.3 DATA RESPONS

2.3.1 Watter wins is die grootste volgens die diagram?

- Rekenkundige wins✓✓

(2)

2.3.2 Gee TWEE voorbeelde van implisiete kostes.

- Die salaris wat hy kon verdien het ✓
- Die huurinkomste op sy eiendom wat hy kon verdien het✓
  (Aanvaar enige relevante voorbeeld.)

(2)

2.3.3 Verduidelik eksplisiete koste.

- Eksplisiete koste is betaling van geld vir die produksiefaktore en ander insette wat in die produksieproses gebruik is✓ ✓
- Eksplisiete koste is kostes vir die verkryging van die produksiefaktore van buite die besigheid✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord)

(2)

2.3.4 Hoekom word implisiete koste slegs deur Ekonome gebruik en nie Rekenmeesters nie?

- Implisiete kostes is die kostes vir die gebruik van die produksiefaktore van die eienaar of entrepreneur✓✓
- Die koste vir die gebruik van die eienaar se produksie faktoreeerder as om van buite bronne gebruik te maak ✓✓
- Die eienaar se geleentheidskoste word in berekening gebring. ✓✓ **(2 x 2)(4)**

2.4 Onderskei tussen langtermyn koste en korttermyn koste.

Langtermyn koste

- Dit is die termyn waartydens die besigheid alle uitsette kan verhoog, geen produksiefaktore is vas nie. ✓✓
- Hulle is nie beperk tot die verhoging van veranderlike insette nie. ✓✓
- Die termyn waarin geen insette vas is nie, alle insette is veranderlik. ✓✓
- In die langtermyn kan besighede probeer om op grootskaal te produseer. ✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord)
  (Maks 4 Punte)

Korttermyn koste

- Die tydperk waarin die besigheid gekonfronteer word met ten minste een van die produksiekostes wat vas is. ✓✓
- Een van die insette kan nie verhoog word nie. ✓✓
- Vaste insette verander nie in die korttermyn nie, veranderlike insette verander. ✓✓
- As 'n besigheid sy produksie wil verhoog in die korttermyn, kan hy slegs die aantal arbeiders verhoog. ✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.)
  (Maks 4 Punte)

(2 x 4)(8)

2.5 Verduidelik die belangrikheid van pryselastisiteit van vraag vir die produsent.

- Dui vir 'n produsent aan dat elke aksie 'n reaksie het. ✓✓
- Deur die bestudering van pryselastisiteit van vraag, kan ons voorspel wat die verandering in prys sal wees vir die vervaardiger. ✓✓
- Pryselastisiteit van vraag word gebruik om besighede te help om te besluit hoe om hulle totale inkomste te verhoog. ✓✓
- Om totale inkomste vir die produsent te verhoog kan (1) prys verhoog word en meer inkomste verkry word; ✓✓en die verlaging van prys kan die hoeveelheid verkope verhoog. ✓✓
- As die koper prys sensitief is (elastiese vraag), sal hulle meer koop as die prys verlaag ✓✓ so die produsent behoort sy prys te verlaag. ✓✓
- As die koper nie prys sensitief (onelastiese vraag) is nie sal hulle nie minder koop as die prys verhoog nie, ✓✓ so die produsent behoort die prys te verhoog. ✓✓
- Om verkope te verhoog, verhoog die prys as die vraag onelasties is, ✓✓ of verlaag die prys as die vraag elasties is. ✓✓
- Produsente wil weet hoe sensitief die markaanbod is vir 'n verandering in die prys van 'n produk. ✓✓

(4 x 2)(8)
[40]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Gee TWEE karaktereienskappe van ’n volmaakte mark.

- Baie verkopers ✓
- Geen beheer oor die prys/prysnemer✓
- Homogene produk✓
- Geen hindernisse tot toetrede of uittrede✓
- Volledige inligting✓
- Geen sameswering✓
- Ongereguleerde mark✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.)

(2 x 1)(2)

3.1.2 Hoekom sal ’n produsent van ’n produk met ’n prys eenheids-elastisiteit van vraag nie prys gebruik om sy winste te verbeter nie?

- Die produsent sal nie sy prys verhoog omdat die vraag met dieselfde hoeveelheid sal verlaag en geen addisionele inkomste sal gemaak word nie.✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.)

(1 x 2)(2)

3.2 DATARESPONS

3.2.1 Gee die waarde van A en verduidelik jou antwoord.

- A=20 ✓
- Vaste koste bly konstant ongeag van die uitsette ✓

(2)

3.2.2 Gee enige TWEE voorbeelde van vaste koste.

- Verhurings✓
- Versekeringspremies✓
- Leningterugbetalings✓
  (Aanvaar enige relevante voorbeeld.)

(2)

3.2.3 Hoekom verander veranderlike koste?

- Veranderlike kostes verander soos wat uitsette verander, wanneer uitsette geproduseer word word meer van ’n spesifieke insetfaktor gebruik, byvoorbeeld elektrisiteit, arbeid✓✓
- As minder geproduseer word, word minder insette gebruik. ✓✓

(2)

3.2.4 Bereken die waarde van B. Wys alle berekeninge.

B= $\frac{TK}{Q}$ ✓

= $\frac{\mathbf{3}}{\mathbf{1}}$✓

=3✓✓

(4)

3.3 DATARESPONS

3.3.1 Watter verhouding het die McDonalds Big Mac met die aartappelskyfies en die koeldrank?

- Hulle is komplimentêre produkte✓

(1)

3.3.2 Verduidelik wat kompliment of komplimentêre goedere is?

- Dit is verskillende goedere wat saam gebruik word om ŉ spesifieke behoefte te bevredig.✓✓

(2)

3.3.3 Wat sal met die vraag na die aartappelskyfies gebeur as die prys van die Big Mac burger verminder? Motiveer jou antwoord.

- Die vraag na skyfies sal verhoog✓
- As die prys van die Big Mac burger verlaag sal die vraag na die Big Mac burgers verhoog.✓✓
- As die skyfies saam met die Big Mac burger verbruik word en meer burgers word gevra, sal meer skyfies gevra word✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.) **(3)**

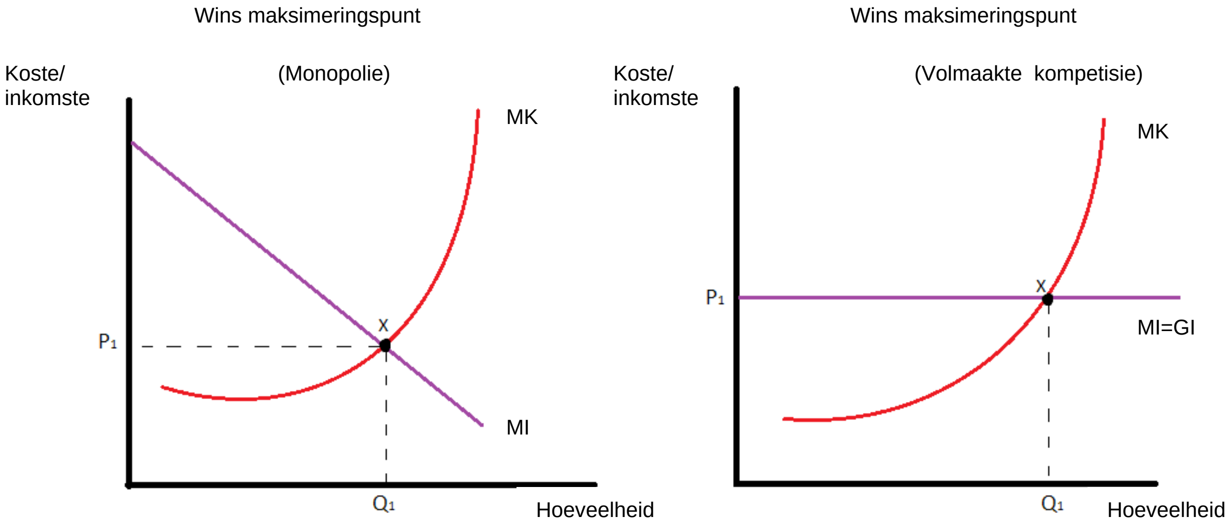
3.3.4 Die prys van die Big Mac burger is R23.00 en die prys van ŉ Burger King Whopper burger is R25.00. Verduidelik die relatiewe prys van die burgers en as ek die Big Mac burger kies wat sal die Burger King Whopper burger wees?

- Die Big Mac burger is relatief goedkoper as die Whopper burger.✓✓
- ŉ Relatiewe prys is ŉ prys van ŉ goedere of diens relatief tot die prys van ŉ ander goedere of diens.✓✓
- As ek die Big Mac burger kies dan word die Whopper burger my geleentheidkoste.✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.) **(2 x 2)(4)**

3.4 Bespreek die doelwitte van ŉ besigheid.

- Oorleweing: ✓Die aanvanklike doel van ŉ besigheid is om net te oorleef.✓✓ Nuwe besighede word gekonfronteer met beperkings in hulle vordering en sukses. ✓✓
- Winsmmaksimering:✓ Om so veel wins as moontlik te maak. ✓✓ Wins is die verskil tussen die inkomste en die koste van die besigheid. ✓✓
- Inkomstemaksimering:✓ Somige besighede het hoë kostes. ✓✓ As hulle ŉ groot arbeidsmark het, ✓ groot besigheidsperseel, ens✓.
- Verkope maksimering:✓ Verkope verwys na die hoeveelheid goedere en dienste verkoop. ✓✓
  Om so veel as moontlik kliënte te bereik en die gewildheid van die besigheid te verhoog al mag die wins van die besigheid val as laer pryse gevra word om hierdie doelwit te bereik. ✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.) **(4 x 2)(8)**

3.5 Teken 'n grafiek om die konsep van MI en MK te verduidelik om winsmaksimering te bepaal.



Punteallokasie vir grafiek:

Benoeming van asse	1 punt
Korrekte tekening van MK-kurwe	1 punt
Korrekte tekening van MI-kurwe	1 punt
Indikasie van maksimum winspunt	1 punt

(Maksimum 4 punte vir die grafiek)

- Besighede kan totale inkomste gebruik – totale koste om die uitsetvlak te bepaal wat die wins sal maksimeer.✓✓
- Besighede wil presies weet hoeveel eenhede hulle moet produseer om hulle wins te maksimeer en kan dus die marginale inkomste – marginale koste gebruik✓✓
- Die wins van 'n besigheid sal op sy maksimum wees as marginale inkomste gelyk is aan marginale koste(MI=MK) ✓✓
- Die hoeveelheid wat 'n besigheid behoort te produseer om wins te maksimeer is waar MK-kurwe met die MI-kurwe kruis. ✓✓By hierdie punt is die laaste eenheidskoste presies gelyk aan die hoeveelheid geld wat dit sal inbring✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.) (Maks 4 punte vir verduideliking van grafiek)

(2 x 4)(8)
[40]

VRAAG 4 **40 PUNTE**

4.1 4.1.1 Noem enige TWEE tipes winste wat ’n besigheid kan maak.

- Rekenkundige wins✓
- Normale wins✓
- Ekonomiese wins✓

(2x1)(2)

4.1.2 Hoe vergelyk die goedere en die faktormarkte met mekaar?

- Produksiefaktore word deur die produsent gekoop van die faktormarkte om goedere en dienste te vervaardig en weer op die goederemark te verkoop✓✓

(1x2)(2)

4.2 DATARESPONS

4.2.1 Noem die produk met die hoogste prys onelastisiteit tot vraag.

- Tequila✓

(1)

4.2.2 Verduidelik volmaakte onelastiese vraag.

- Perfek elastiese vraag het ’n elastiese koëffisiënt van nul en word deur ’n vertikale lyn voorgestel. ✓✓
- Dit dui daarop dat ’n verandering in die prys geen effek op die hoeveelheid gevra sal hê nie.✓✓

(2)

4.2.3 Appels het ’n prys elastisiteit van - 0.58. Watter elastisiteit verteenwoordig dit? Motiveer jou antwoord.

- Appels het ’n meer onelastiese vraag omdat -0.58 kleiner as 1 is✓
- Die vraag vir ’n produk is onelasties, as die hoeveelheid gevra deur die verbruiker nie sterk reageer op ’n verandering in die prys nie.✓✓

(3)

4.2.4 Verduidelik die prys elastisiteit van vraag vir sigarette.

- Sigarette is ’n gewoontevormende produk.✓✓
- ’n Verandering in die prys sal ’n relatiewe klein verandering in die hoeveelheid gevra hê. ✓✓
- Verbruikers is verslaaf aan die produk; hulle will voortgaan met die verbruik van die pruduk al verhoog die prys. ✓✓
- Die vraag vir sigarette neig om prys onelasties te wees.✓✓

4.3.1 DATARESPONS

Gee die folmule vir GTK.

GTK = $\frac{TK}{Q}$ ✓✓ **(2)**

4.3.2 Hoekom is die GverK altyd onder die GTK?

- GTK is Gemiddelde Totale Koste en sluit gemiddelde vaste koste en gemiddelde veranderlike koste in. ✓✓ **(2)**

4.3.3 Wat word deur punt F in die grafiek aan gedui?

- Sluitingspunt✓✓ **(2)**

4.3.4 Verduidelik die vorm van die GTK, GverK en MK.

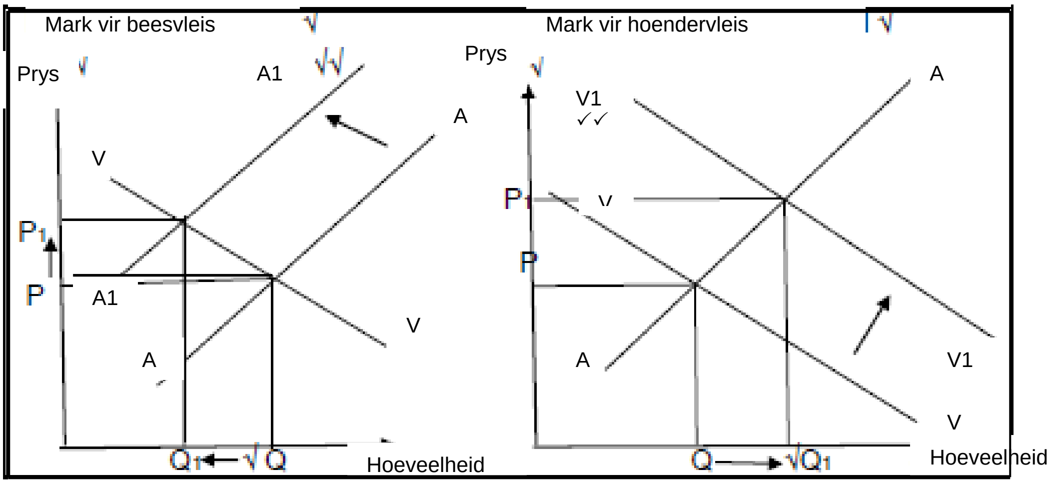
- Die MK, GverK en GTK het 'n U-vorm. ✓✓
- Soos die hoeveelheid eenhede verhoog van nul, begin hulle by hoë waardes✓✓neem af en bereik 'n minimumpunt✓✓ en vermeerder teen 'n verhogende koers. ✓✓
- Marginale koste sny ook deur gemiddelde totale koste en gemiddelde veranderlike koste by hulle minimum waardes✓✓
  (Aanvaar enige relevante antwoord.) **(2x2)(4)**

4.4 Hoe kan oligopolies hulle markaandeel vergroot?

- Oligopolies sal nie-prysmetodes gebruik om hulle markaandeel te verhoog. ✓✓
- Oligopolie besighede neig om nie in terme van prys met mekaar te kompeteer nie. ✓✓
- Hulle sal produkhandelsmerke en bemarking gebruik om groter markaandeel te verkry. ✓✓
- Besighede in oligopolies is afhanklik van mekaar. Dit beteken dat elke besigheid dit sal oorweeg hoe die ander besighede sal reageer oor besluite wat hulle maak✓✓
- Besighede probeer om pryskompetisie te voorkom omdat dit winsgewendheid van die verskillende besighede verlaag✓✓
- Tipes nie-prys kompetisie sluit die volgende in:
  - Om handelsmerk lojaliteit te bou✓
  - Verlengde besigheidsure ✓
  - Doen besigheid deur middel van die internet✓
  - Na-verkope diens✓
  - Aanbieding van addisionele dienste✓
  - Lojaliteitspryse vir verbruikers✓
  - Deur-tot-deur aflewering✓

  (Aanvaar enige relevante antwoord. Voorbeelde slegs 1 punt elk en maks 2 punte) **(4x2)(8)**

4.5 Gebruik 'n grafiek om die effek van 'n prysverhoging van beesvleis aan te toon wanneer verbruikers beesvleis met hoendervleis kan vervang.



(Maks 4 punte vir elke grafiek) (2 x 4)(8)

[40]
TOTAAL AFDELING B: 80

AFDELING C

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

STRUKTUUR VAN DIE OPSTEL:	PUNTE-TOEKENNING
Inleiding	Maks. 2
Liggaam: **Hoofgedeelte:** Bespreek in besonderhede / Ondersoek / Bespreek krities /Ontleed (Analiseer) / Vergelyk / Evalueer / Onderskei / Verduidelik / Assesseer / Debatteer.	Maks. 26
Addisionele gedeelte: Gee eie mening / Bespreek krities / Evalueer / Evalueer krities / Teken ʼn grafiek en verduidelik / Gebruik die gegewe grafiek en verduidelik / Voltooi die gegewe grafiek / Bereken / Lei af / Vergelyk / Verduidelik / Onderskei / Interpreteer / Debatteer kortliks / Hoe?	Maks.10
Gevolgtrekking: ➢ Enige relevante hoërorde gevolgtrekking wat die volgende insluit: ➢ ʼn Kort opsomming van wat bespreek is / geanaliseer is sonder ʼn herhaling van feite wat reeds in die liggaam genoem is ➢ ʼn Opinie of waarde-oordeel van die feite bespreek ➢ Addisionele informasie om die bespreking te ondersteun / analiseer ➢ ʼn Kontroversionele standpunt met motivering, indien benodig ➢ Aanvbevelings	Maks. 2
TOTAAL	**40**

VRAAG 5

"Pryselastisiteit van aanbod sal altyd positief wees as gevolg van die wet van aanbod."

- **Met behulp van grafieke verduidelik die verskillende kategorieë van pryselastisiteit van aanbod. (26 punte)**
- **Verduidelik die pryselastisiteit van aanbod vir mielies in die kort- en langtermyn. (10 punte)**

[40]

INLEIDING

Pryselastisiteit van aanbod meet hoe sensitief die markaanbod is tot 'n verandering in die prys van die produk. ✓✓
(Aanvaar enige relevante definisie.)

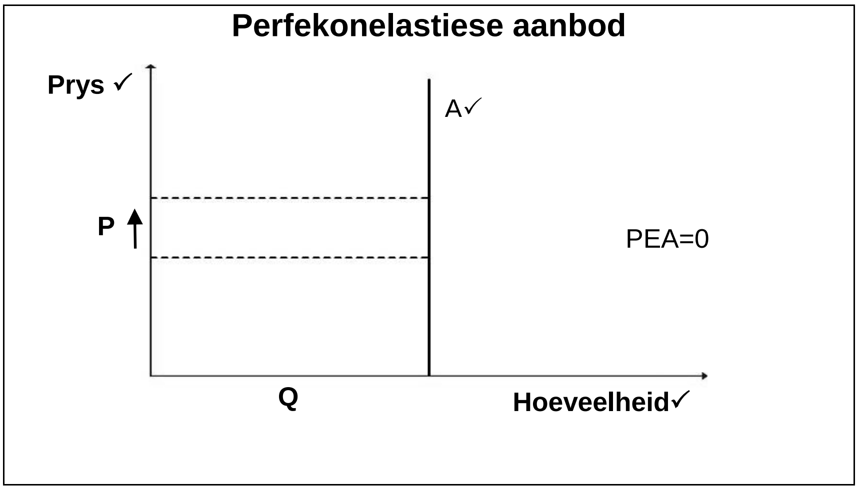
(Maks 2)

LIGGAAM: HOOFDEEL

Pryselastisiteit van aanbod kan in die volgende afdelings verdeel word:

Perfekonelastiese aanbod ✓

Beskrywing

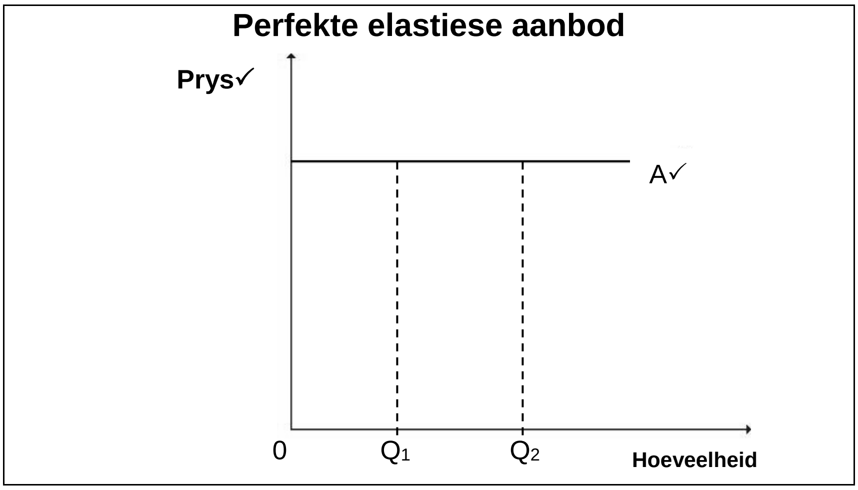


(maks 6 insl. grafiek)

- Enige % verandering in prys sal geen uitwerking op die hoeveelheid aangebied hê. ✓✓
- Verskaffers kan nie die aanbod verhoog nie
- PEA = 0 ✓✓
- Aanbodkurwe is 'n vertikale kurwe ✓✓

Perfkete elastiese aanbod ✓

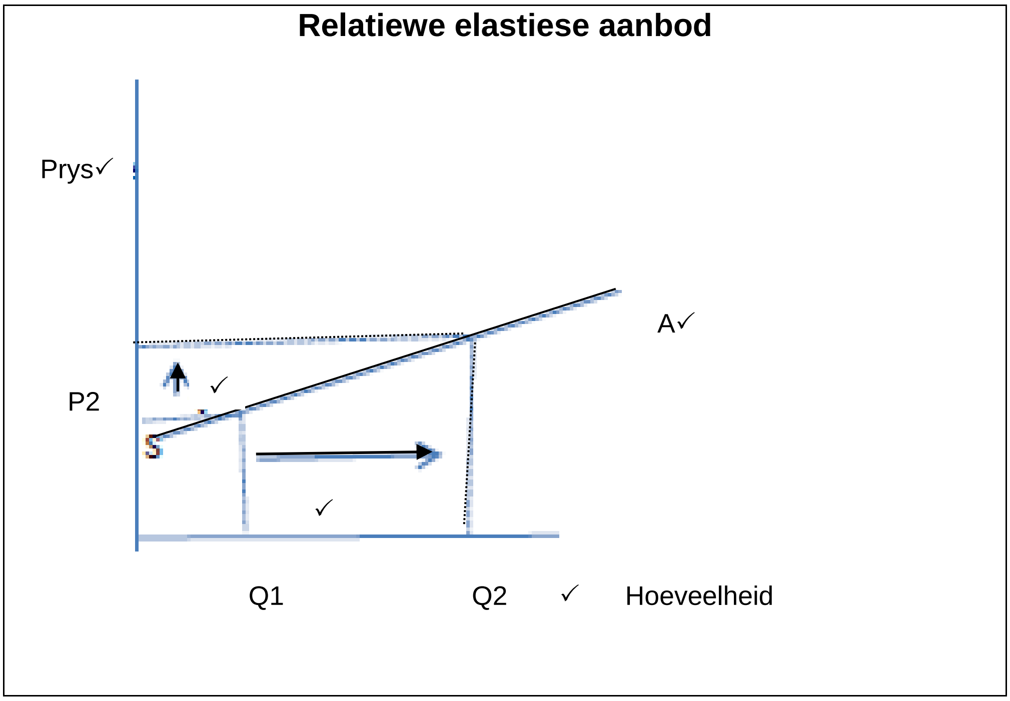
- Selfs die kleinste verandering in prys sal 'n oneindige groot verandering in die hoeveelheid aangebied bring. ✓✓
- PEA =∞ ✓✓
- Aanbodkurwe is horisontaal. ✓✓



(maks 6 insl. grafiek)

Relatiewe elastiese aanbod ✓

- Persentasie verandering in die hoeveelheid aangebied is meer as die % verandering in die prys ✓✓
- Produsente kan maklik die produksie verhoog. ✓✓
- PEA> 1. ✓✓
- Aanbodkurwe is plat, die helling van die grafiek begin op die y-as, op 'n vlak van nul. ✓✓

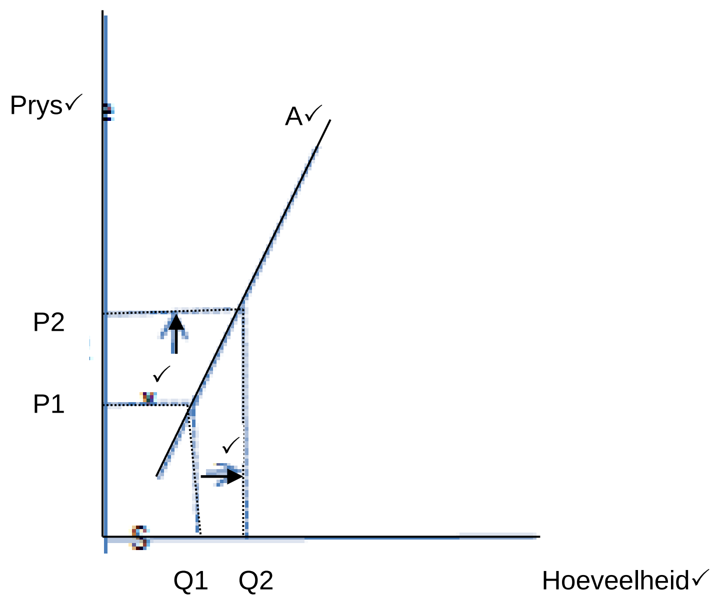


(maks 6 insl. grafiek)

Relatiewe onelastiese aanbod ✓

- Persentasie verandering in die hoeveelheid aangebied is minder as die persentasie verandering in die prys √√
- Produsente sukkel om aan te pas by ’n prysverhoging. √√
- PEA< 1. √√

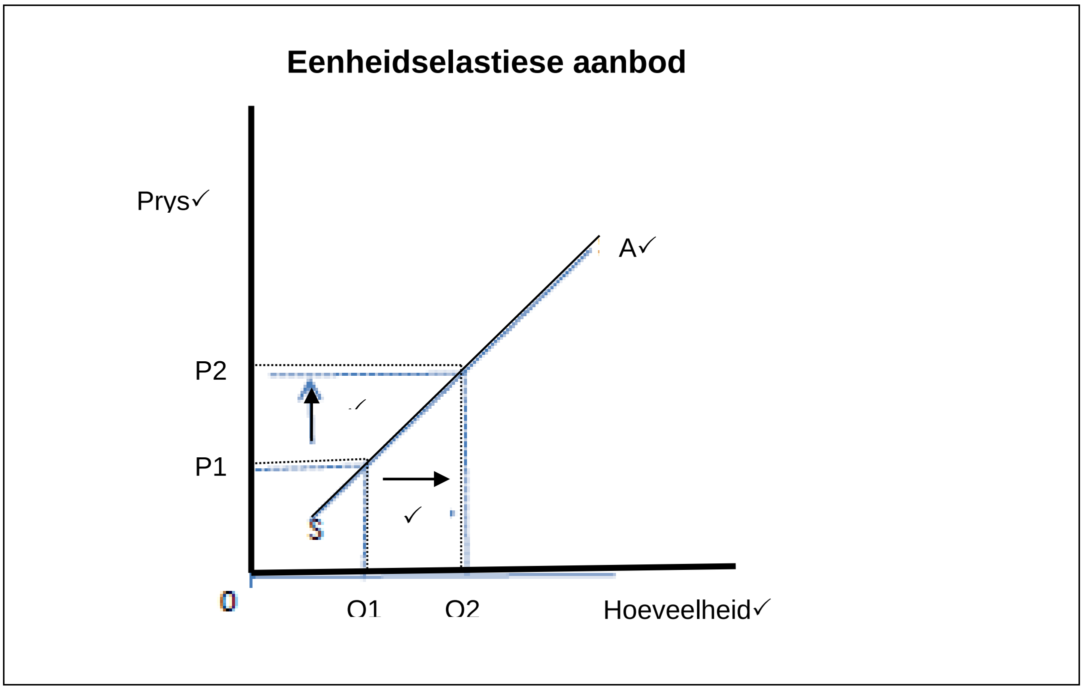
Relatiewe onelastiese aanbod



(maks 6 insl. grafiek)

Eenheidselastiese aanbod ✓

- ʼn Verandering in die prys sal presies dieselfde wees as die verandering in die hoeveelheid aangebied ✓✓
- Die aanbodkurwe lyk presies soos ʼn normale aanbodkurwe wat opwaarts neig van links na regs teen ʼn 45 ° helling. ✓✓
- PEA = 1. ✓✓



(maks 6 insl. grafiek) (26)

LIGGAAM: ADDISIONELE DEEL
Verduidelik die pryselastisiteit van aanbod vir mielies in die kort- en langtermyn.
Korttermyn

- In die korttermyn is die meeste aanbodkurwes onelasties ✓✓ omdat vervaardigers nie genoeg tyd het om te reageer op die verandering van die prys nie. ✓✓
- As die mielieprys verhoog, het boere ʼn volle groeiseisoen nodig om hulle produksie aan te pas by die prysverhoging. ✓✓
- ʼn Verlaging sal nie noodwendig lei tot ʼn vinnige afname in die hoeveelheid verskaf nie. ✓✓
- Boere met mielies sal heel waarskynlik nog steeds verplig wees om te oes en die mielies teen die laer prys te verkoop en inkomste te verloor.✓✓

Langtermyn

- Die pryselastisiteit word meer elasties in die langtermyn. ✓✓
- In die langtermyn kan die boer sy produksievlakke aanpas as gevolg van die verandering in die pryse.✓✓

(Aanvaar enige relevante antwoord.)

(Maks 10)

SLOT

Die sleutel tot die voorspelling van elastisiteit is om te weet of die produsente hulle produksie kan verander.✓✓
Die produsent se vermoë om aan te pas by prysverandering hang van kostes, beskikbaarheid en mobiliteit van produksiefaktore af. ✓✓

(Aanvaar enige relevante slot.)

(Maks 2)

[40]

VRAAG 6

"Die optrede van ekonomiese deelnemers kan beskryf word deur markstrukture."

- **Vergelyk volledig die eienskappe van 'n monopolie met 'n monopolistiese mededinging.** **(26 punte)**
- **Hoekom sal die owerheid 'n monopolie ondersteun of lisensieer?** **(10 punte)**

[40]

INLEIDING

Geen mark het al die eienskappe van 'n volmaakte mark nie en word onvolmaakte markte genoem. Dit is ook so van monopolië en monopolistiese mededingingsmarkte. ✓✓

(Aanvaar enige relevante definisie.)

(Maks 2)

LIGGAAM: HOOFDEEL

EIENSKAPPE	**MONOPOLIË**	**MONOPOLISTIESE MEDEDINGING**
Hoeveelheid besighede in die industrie✓	ʼn **Enkele verskaffer** of besigheid ✓bv. Eskom. ✓ Daar is geen kompetisie nie. Een besigheid beheer die aanbod van goedere en dienste van die hele mark. ✓✓	ʼn **Groot hoeveelheid besighede of verskaffers**✓bv. KFC, Nandos en Tagos. ✓Daar is ʼn element van kompetisie. ✓✓
Produkte ✓	ʼn **Unieke produk** word vervaardig. ✓ Daar is geen substituut nie. ✓✓ Die produk kan nie maklik vervang word nie. ✓✓ Verbruikers het geen ander keuse in die prys of die hoeveelheid van die produk nie. ✓✓	Gedifferensieerde produkte,✓ is dieselfde maar nie identies nie. ✓✓ Hulle is dieselfde en bevredig dieselfde behoeftes van verbruikers. ✓✓ Daar mag verskille wees in die verpakking maar die produk is dieselfde. ✓✓
Vryheid tot toetrede en uittrede tot die mark ✓	Daar is **hindernisse tot toetrede**. ✓ Toegang tot die mark is totaal beperk. ✓✓ Die hindernisse word veroorsaak deur patente en ander vorme van intellektuele eiendomsregte. ✓✓	**Maklike toegang tot die mark**. ✓ Daar is totale vryheid tot toetrede en uittrede tot die mark. ✓✓
Helling van die vraag-kurwe ✓	**Afwaardse vraagkurwe vir die besigheid**✓ en dieselfde vir die industrie. ✓✓ Dit is ook onelasties. ✓✓	**Afwaartse helling vraag-kurwe vir die industrie**,✓ en dit is elasties. ✓✓
Kontrole oor die prys ✓	Die besigheid is ʼn **prysmaker** ✓ Die monopolis kan die mark beïnvloed deur die hoeveelheid aangebied tot die mark. ✓✓	**Besighede het min beheer oor die prys.** ✓ Elke besigheid verkoop teen sy eie prys, ✓✓ omdat ʼn enkele prys nie bepaal kan word vir gedifferensieerde produkte nie✓✓
Relatiewe markaandeel ✓	Totale mark behoort aan een besigheid. ✓✓	Relatiewe klein aandeel tot die totale mark ✓✓
Informasie ✓	Daar is perfekte kennis en inligting is volledig. ✓✓	Inligting is onvolledig. ✓✓
	Maks. 13	Maks. 13

(OPSKRIFTE EN VOORBEELDE MAKS 8 PUNTE)

(26)

LIGGAAM: ADDISIONELE DEEL

Hoekom sal die owerheid 'n monopolie ondersteun of lisensieer?

- Om die intellektuele vaardighede en regte van die produsent te beskerm✓✓
- Sommige produkte is baie gevaarlik om te produseer, daar moet 'n vlak van verantwoordelikheid wees. ✓✓
- Om produsente te motiveer om voort te gaan met die vaardigheid, die besigheid te laat groei en meer mense in diens te neem ✓✓
- Van die ekonomiese winste wat gemaak word, kry die owerheid meer belastinginkomste. ✓✓
- Om die maatskappy te monitor, veral as dit noodsaaklike dienste soos elektrisieteit verskaf bv. pryse, voorsiening van elektrisiteit aan almal, bv in plattelandse gebiede en die konstantheid van die voorsiening ✓✓
  (Aanvaar enige relevante verduideliking.)

(Maks 10)

SLOT

Beide markte neig om onefektief te wees omdat onvolmaakte markte misluk om hulpbronne effektief te allokeer. ✓✓
(Aanvaar enige relevante slot.)

(Maks 2)

[40]

TOTAAL AFDELING C: 40

TOTAAL: 150