

PROGRAM VIR VERBETERING VAN SEKONDÊRE SKOOL (SSIP) 2021



GAUTENG PROVINCE
EDUCATION
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA



VAK: EKONOMIE SATERDAGKLASSE

KWARTAAL 2

LEERDEROPLOSSINGS

(Bladsy 1 van 74)

INHOUDSOPGAWE

SESSIE 13: MIKRO-EKONOMIE - PERFЕКTE MARK-DEEL 2.....	3
SESSIE 15: MONOPOLIE - DEEL 2.....	20
SESSIE 17: OLIGOPOLIE-DEEL 2.....	36
SESSIE 19: MONOPOLISTIESE KOMPETISIE - DEEL 2.....	48
SESSIE 21: MARKMISLUKKING - DEEL 2.....	58



SESSIE 13: MIKRO-EKONOMIE - PERFЕКTE MARK-DEEL 2**AFDELING A: TIPIESE EKSAMENVRAE****PERFEKTE MARKTE****VRAAG 1: Afdeling A - Kort vrae****(geneem uit verskillende bronne)**

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer neer.

- 1.1.1. C ✓✓ (gemiddelde veranderlike)
- 1.1.2. A ✓✓ (MI = GI)
- 1.1.3. C ✓✓ (Horisontaal)
- 1.1.4. B ✓✓ (prys)
- 1.1.5. C ✓✓ (TI > TC)
- 1.1.6. C ✓✓ (Slegs vas)
- 1.1.7. C ✓✓ (veranderlike koste)
- 1.1.8. A ✓✓ (bo-normale wins)
- 1.1.9. B ✓✓ (samespanning)
- 1.1.10. D ✓✓ (verbruikers kan prysveranderings verwag)

1.2 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat ooreenstem met die item in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A - I) langs die vraag neer. nommer (1.2.1 - 1.2.6) in die ANTWOORDEBOEK, byvoorbeeld 1.2.9 J.

1.2.

- 1.2.1. B ✓ (internasionale kommoditeit word in hierdie mark verruil)
- 1.2.2. A ✓ (op alle punte waar TC bo TI is)
- 1.2.3. E ✓ (is 'n prysnemer en verkoop goedere teen die markprys)
- 1.2.4. F ✓ (Bevorder doeltreffendheid van die ekonomie)
- 1.2.5. C ✓ (lang ewewig word bereik as individuele verdien-ondernemings 'n normale wins verdien)
- 1.2.6. D ✓ (addisionele produksie-eenheid wat geproduseer word as nog een eenheid van die veranderlike)

1.3.

- 1.3.1. Normale wins ✓
- 1.3.2. Mededingingsappèlhof ✓
- 1.3.3. Volmaakte mededinging ✓
- 1.3.4. Normale winste ✓
- 1.3.5. Sluitpunt ✓
- 1.3.6. Beperkende handelspraktyke ✓
- 1.3.7. Fusies en verkrygings ✓
- 1.3.8. Verlies tot 'n minimum beperk ✓

AFDELING B

VRAAG 2: Afdeling B

WENK: As die vraag vereis dat u 'moet lys' of 'benoem', u hoef nie 'n sin te skryf nie, maar slegs een of twee woorde. Dit MOET in koeëlvorm geskied. Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.1, 3.1.1 en 4.1.1

- | | | |
|---------------|--|----------|
| 2.1.1 | Noem enige TWEE doelstellings van anti-monopolistiese. | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Daar mag geen beperkings op toetrede wees nie✓ ● Beperk die ekonomiese mag✓ ● Besighede moes mededingend word✓ ● Nuwe handelsooreenkomste ✓
(aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) | |
| | | |
| 2.1.2. | Gee enige TWEE voorbeelde van veranderlike produksiekoste. | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Arbeid ✓ ● Grondstowwe ✓ ● Elektrisiteit ✓ <p>(Aanvaar enige ander korrekte relevante voorbeeld)</p> | (2 x 1) |
| | | |
| 2.1.3. | Noem enige TWEE doelstellings van die mededingingsbeleid | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Om te voorkom dat monopolieë en ander magtige ondernemings hul mag misbruik ✓ ● Om die vorming van samesmeltings en verkrygings wat mark kragte wil uitoefen, te reguleer✓ ● Om te keer dat ondernemings beperkende praktyke gebruik ✓ | |
| | | |
| 2.1.4. | Noem TWEE werklike afsnypunt moet plaasvind | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● $TI < TVK$✓ ● $GI > GVK$✓ | |
| | | |
| 2.1.5. | Noem enige TWEE winste verbonde aan individuele sake | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Ekonomiese winste ✓ ● Ekonomiese verliese✓ ● Normale winste✓ | |
| | | |
| 2.1.6. | Noem enige TWEE kenmerke van die vraagkromme vir 'n individuele produsent in 'n perfekte mark. | 2 |
| | (2x1) | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Marginale inkomste✓ ● Gemiddelde inkomste✓ | |

VRAAG 3:

(Geneem uit verskillende bronne)

WENK: Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.2, 3.1.2 en 4.1.2

- | | | | |
|---------------|--|--------------|----------|
| 3.1.1. | Hoe sou perfekte markte verbruikers benadeel? | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Deur die verskeidenheid verbruikersgoedere te beperk ✓✓ ● Deur verbruikers bloot te stel aan die kwaliteit van goedere ✓✓ | | |
| 3.1.2. | Waarom is individuele markdeelnemers in 'n perfekte mark onbeduidend vir die mark as geheel? | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Hulle het nie beheer oor pryse nie ✓✓ ● Daar bestaan groot mededinging ✓✓ | | |
| 3.1.3. | Hoe kan ekonomiese wins in 'n perfekte mark toeneem? (1x2) | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Inkomste kan verhoog word deur stygende pryse of die verkoop van addisionele goedere en dienste. ✓✓ ● Dit is ook moontlik vir 'n onderneming om kapitaalkoste te vergoed deur beleggings te kies wat meer verdien as die gepaardgaande kapitaalkoste. ✓✓ ● Kapitaalkoste kan op verskillende maniere geminimaliseer word, insluitend toenemende skaalbesparings ✓✓ | | |
| 3.1.4 | Hoe werk die Mededingingskommissie beleid mededinging in Suid-Afrika reguleer? | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Die Kommissie word deur die Mededingingswet bemaagtig om beperkende sakepraktyke, misbruik van dominante posisies en samesmeltings te ondersoek, te beheer en te evalueer ten einde billikheid en doeltreffendheid in die Suid-Afrikaanse ekonomie te verkry ✓✓ | | |
| 3.1.5 | Wat is die verband tussen korttermyn- en langtermynkoste? | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Kort- en langtermynkoste. Langtermynkoste het geen vaste produksiefaktore nie, terwyl korttermyn koste vaste faktore en veranderlikes het wat produksie beïnvloed. ✓✓ | | |

Data respons

WENK: Alle vrae in afdeling B het TWEE vrae oor die interpretasie van data - elk tel 10 punte. Afdeling B bestaan uit Vrae 2-4 nie as getel in hierdie dokument

VRAAG 4:

Study die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg

- 4.1 **Identifiseer die afsluit punt van die grafiek hierbo.** (1)
 • Punt B✓
- 4.2 **Noem EEN funksie wat aantoon dat die bostaande grafiek van een enkele firma is?** (1)
 • Horisontale vraagkurwe✓
- 4.3 **Beskryf kortliks die term *marginale koste*.** (2)
 Marginale koste is die bedrag waarmee die totale koste styg wanneer een ekstra produk vervaardig word. ✓✓
- 4.4 **Verduidelik die rede vir 'n perfekte mark om op die langtermyn normale wins te maak?** (2)
 • Ondernemings maak op die langtermyn normale wins omdat baie nuwe ondernemings die mark betree, wat daartoe lei dat die markprys daal, en sodoende die wins daal. ✓✓
- 4.5 **Waarom is die stygende deel van die MK bo punt B die aanbodkurwe?** (2x2) (4)
 • Die prys van die produk word bepaal met behulp van vraag- en aanbod kurwes. ✓✓
 • Die MK-kurwe word gebruik om die hoeveelheid goedere te bepaal wat die verskaffer bereid is om te produseer. ✓✓

VRAAG 5:

Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 5.1 **Identifiseer die markstruktuur wat deur die bostaande grafiek voorgestel word.** (1)
 • Perfekte mark✓
- 5.2 **Wat word die oppervlakte (A) op die grafiek hierbo genoem?** (1)
 • Ekonomiese verlies✓
- 5.3 **Beskryf kortliks die term *ekonomiese verlies*.** (2)
 • As die prys onder die WS per eenheid is en TI minder as TC is, maak die onderneming 'n **ekonomiese verlies** ✓✓
- 5.4 **Waarom maak ondernemings in die perfekte markstruktuur slegs ekonomiese winste op kort termyn?** (2)

- Op die langtermyn sal nuwe ondernemings / ondernemings die mark betree en mededinging styg en winste sal gevolglik krimp / verminder ✓✓

5.5 Bereken die totale ekonomiese verlies mededinging deur die onderneming hierbo. (WYS AL U BEREKENINGS) (4)

Totale koste: Koste per eenheid x Totale eenheid verkoop
R25 x 10 (eenhede)

Koste = R250 ✓

Totale inkomste = Prys per eenheid x Totale eenhede verkoop
= R20 x 10 (eenhede)

Inkomste = R200 ✓

Daarom Totale ekonomiese verlies = R250 - R200

= R50 / -R50 ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte metode wat gebruik word om die totale ekonomiese verlies te bereken)

VRAAG 6:

Bestudeer die onderstaande uittreksel en beantwoord die vrae wat volg.

6.1 Noem die instelling wat mededinging beperkende gedrag van maatskappye in Suid-Afrika ondersoek. (1)

- Mededinging kommissie ✓

6.2 Watter anti-mededingende gedrag ondersoek (1)

- Kartel ✓
- Prys leierskap ✓
- samespanning ✓

6.3 Beskryf kortliks die term *patentreg* (2)

- Verleen aan die patenthouer die uitsluitlike reg om 'n produk te produseer solank die patentregte geldig is ✓✓

6.4 Watter regstellende maatreëls kan teen ondernemings ingestel word as hulle skuldig bevind word aan samespanning (2)

- Maatskappye kan 'n boete kry van groot somme geld ✓✓
- 'n Firma kan gewaarsku word om nie 'n oortreding te herhaal nie ✓✓

6.5 Hoe kan die samespanning van hierdie glas ondernemings die ekonomie beïnvloed? (2x2) (4)

- Lei tot die vermindering van mededinging ✓✓
- Hoër pryse sal deur die verbruiker betaal word ✓✓
- As die mark nie mededingend is nie, trek ondernemings voordeel uit hoër pryse en hoë winste ✓✓
- As die mark mededingend is, sal die ondernemings 'n lae pryse en lae winste ✓✓

VRAAG 7

Bestudeer die onderstaande uittreksel en beantwoord die vrae wat volg

- 7.1 In watter mark vind ons 'doeltreffendheid in die beweging van mense en goedere'** (1)
- Perfekte mark✓
- 7.2 Benoem die produk wat verband hou met die mark geïllustreer in die uittreksel** (1)
- Homogeen✓
- 7.3 Beskryf kortliks die ewewigsteorie** (2)'
- 'n perfekte mark sal 'n ewewig bereik waar die hoeveelheid wat voorsien word gelyk is aan die hoeveelheid gevra teen die markprys. ✓✓
- 7.4 Waarom is daar geen vervoerkoste in perfekte kompetisie nie?** (2)
- Die goedere word plaaslik vervaardig en verkoop, en daarom hoef die ondernemings geen vervoerkoste te dra om die finale produk van een deel van die mark na 'n ander te vervoer nie. ✓✓
 - Alle ondernemings het gelyke toegang tot die mark ✓✓
- 7.5 Verduidelik die belangrikheid van mobiliteit vir de produksie faktore (2x2)** (4)
- Mobiliteit van produksiefaktore vergemaklik die beweging van faktore produksie van surplus gebiede na tekort gebiede✓✓
 - Mobiliteit van produksiefaktore stel die voordele van ekonomiese groei van 'n land in staat om eweredig te versprei✓✓
 - Mobiliteit van faktore van produksie maak ook die oordrag van kundigheid moontlik na gebiede waar dit doeltreffend en in aanvraag is ✓✓

WENK: Alle vrae van afdeling B het TWEE vrae van 8 punte, genommer volgens vrae wat nie in hierdie dokument voorkom nie.

VRAAG 8

Paragraaf tipe vrae - Middel-kognitief

- 8.1 Verduidelik die doelstellings van die Suid-Afrikaanse mededingingsbeleid. (4x2) 8**
- Voorkom die misbruik van ekonomiese mag, bv. Die vorming van monopolieë ✓✓
 - Reguleer die groei van mark krag deur samesmeltings en oornames ✓✓
 - Voorkom beperkende praktyke, veral deur oligopoliste soos vasstelling van verkooppriese, samespanning en prysdiskriminasie
 - Verbeter die doeltreffendheid in die mark deur middel van wetgewing ✓✓
 - Bevorder gesonde mededinging tussen ondernemings ✓✓
 - Beskerm die verbruiker teen onbillike pryse en minderwaardige produkte, byvoorbeeld deur die Wet op Mededinging ✓✓
 - Dra by tot die ontwikkelingsdoelstellings van Suid-Afrika om te verseker dat alle Suid-Afrikaners gelyke geleenthede het om regverdig deel te neem in ekonomiese aktiwiteite ✓✓
 - Hulle aandele in die mark te verbeter ook byvoorbeeld deur EER / in staat stel KMMO's ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)
- 8.2. Onderskei tussen die aard van die produk en toetreding tot die mark as kenmerke van perfekte mededinging. (4x2) 8**
- Aard van die produk
- Alle produkte wat op 'n spesifieke mark verkoop word, is homogeen / gestandaardiseerd ✓✓
 - Dit maak geen verskil aan die koper waar en by wie om te koop nie ✓✓ (2 x 2)
- Marktoegang**
- Daar is volledige vryheid van toegang en uitgang ✓✓
 - Die mark is volledig toeganklik ✓✓ (2 x 2)
- 8.3 Bespreek doelstellings om mededinging in Suid-Afrika te bevorder. (4x2) 8**
- Stel KMMO's in staat om aan die ekonomie deel te neem ✓✓
 - Om voorheen benadeeldes toe te laat om hul eienaarskap van sake te vergroot ✓✓
 - Moedig Suid-Afrika aan om aan die wêreldmarkte deel te neem en buitelandse in Suid-Afrika te aanvaar ✓✓
 - Voorsien mededingende pryse aan verbruikers en 'n verskeidenheid produkte ✓✓
 - Bevorder die doeltreffendheid van die ekonomie ✓✓

- 8.4 Bespreek ekonomiese wins en ekonomiese verlies van 'n onderneming in 'n perfekte mark (4x2) 8**
- Ekonomiese wins is wins wat 'n onderneming maak wat meer is as die normale wins. ✓✓
 - 'n Onderneming maak ekonomiese wins as sy inkomste meer is as al sy koste (eksplisiete en implisiete koste). ✓✓
 - Ekonomiese wins word ook surplus, ekstra of buitensporige winste genoem. ✓✓
 - Wanneer 'n entrepreneur ekonomiese winste ontvang, ontvang hy eintlik meer as wat nodig is, omdat sy vergoeding reeds by die normale wins ingesluit is. ✓✓
 - Ekonomiese winste duur nie lank onder volmaakte mededinging nie, omdat hierdie winste meer besighede in die bedryf sal lok. ✓✓
 - Wanneer die WS-kurwe **onder** $GI = MI = P$ is, word 'n **ekonomiese wins** gemaak
- Ekonomiese verliese**
- As die markprys onder die gemiddelde koste van die individuele produsent daal, sal hy 'n ekonomiese verlies maak. ✓✓
 - Of 'n onderneming sal voortgaan om te produseer, hang af van die gemiddelde inkomste (prys) in verhouding tot die gemiddelde veranderlike koste van die onderneming. ✓✓
 - Teen elke prys laer as die veranderlike koste, is dit in die beste belang van die onderneming om af te sluit. ✓✓
 - Sluitpunt vind plaas op die punt waar die prys gelyk is aan die gemiddelde veranderlike koste. ✓✓
 - Dit is slegs moontlik vir 'n onderneming om op kort termyn verlies te maak. Op die lange duur sal geen onderneming in die bedryf bly nie - daar is vryheid om uit te gaan - hulle sal die bedryf verlaat om êrens anders te belê. ✓✓
- 8.5 Bespreek die langtermyn ewewig vir die industrie en die individuele besigheid (4x2) 8**
- Die langtermyn ewewig in die perfekte mark sal beïnvloed word deur die toetrede of uitgang van individuele ondernemings. ✓✓
 - As die individuele onderneming normaal wins maak (gelykbreek), is daar geen rede vir nuwe ondernemings om die mark te betree nie. ✓✓
 - As die individuele ondernemings oor alle koste ekonomiese winste verdien, kan nuwe ondernemings die mark betree en sodoende die aanbod van goedere verhoog. ✓✓
 - As die individuele ondernemings ekonomiese verliese ly, kan sommige ondernemings die mark verlaat. ✓✓

- Wins is dus 'n teken vir die toetrede tot nuwe kapitaal (nuwe ondernemings). Die bedryf sal uitbrei en die prys afwaarts dwing totdat die verdienste tot nul val. Dit sal 'n teken wees vir kapitaal om die bedryf te verlaat. ✓✓

VRAAG 9**Paragraaftipe vrae - Hoër kognitief****9.1 Hoe kan die regering die doelstellings van die mededingingswet van Suid-Afrika bereik (4x2) 8**

Die regering kan mededingingsbeleidsdoelstellings bereik deur werk te:

- bevorder deur vaardigheidsontwikkeling en opleiding. ✓✓
- Moedig plaaslike ondernemings aan om deel te neem aan internasionale kompetisie deur belastingkortings en subsidies. ✓✓
- Om klein ondernemings in staat te stel om aan die ekonomie deel te neem deur finansiële hulp en ondersteuning aan hulle te verleen. ✓✓
- Om voorheen benadeeldes toe te laat om aan die ekonomie deel te neem deur beleid te implementeer wat hul deelname bevorder. ✓✓
- Die bevordering van ekonomiese doeltreffendheid deur die voorsiening van basiese infrastruktuur om die basis vir ekonomiese aktiwiteite te bied. ✓✓

(Aanvaar enige relevante en korrekte antwoord)


9.2 Onderzoek die voorwaardes waaronder volmaakte mededinging suksesvol funksioneer (4x2) 8

- Geen onderneming kan die markprys (prysnemers) beïnvloed nie weens 'n groot aantal kopers en verkopers ✓✓
- Produkte is identies (homogeen) ✓✓
- Daar is geen hindernisse vir toegang nie, wat beteken dat daar vryheid is vir toegang tot en uitgang ✓✓
- Kopers en verkopers tree onafhanklik op - geen samespanning tussen verkopers nie ✓✓
- Geen inmenging van die regering om die mark te beïnvloed nie - die mark is ongereguleerd ✓✓
- Vrye beweging tussen markte - alle produksiefaktore is heeltemal mobiel ✓✓
- Beide kopers en verkopers het volledige kennis van al die huidige marktoestande (perfekte inligting) ✓✓

As daar aan geen van die bogenoemde voorwaardes voldoen word nie, word die mark as 'n onvolmaakte mark beskou ✓✓✓

9.3 Waarom is dit in die belang van die onderneming om voort te gaan met produksie, selfs al maak dit 'n verlies? (4x2) 8

- Die koste wat konstant bly, ongeag die produksievlak wat geproduseer word ✓✓
- Al is daar geen produksie nie, sal daar steeds vaste koste wees ✓✓

- Namate die onderneming produksie verhoog, verhoog die vaste koste nie, dit bly die dieselfde ✓✓
- Hierdie koste kan vermy word as die onderneming sy bedrywighede staak. ✓✓
- Die vlak van veranderlike koste sal styg. As daar geen produksie is nie, sal die veranderlike koste ✓✓  (die leerder se antwoord moet gebaseer wees op die verskil tussen vaste en veranderlike koste)

9.4 Verduidelik die afleiding van die aanbodkurwe uit kostekurwes. (4x2)

8'

- 'n Individuele onderneming se MK-kurwe en GVK-kurwe bepaal die aanbod daarvan. ✓✓
- Die individuele firma se aanbodkurwe is die opwaartse hellende gedeelte van die MK-kurwe wat bo die GVK-kruising is. ✓✓
- MK sny altyd GVK op sy laagste punt. ✓✓
- Die rede hiervoor is dat 'n individuele onderneming slegs sal produseer as die prys bo die minimum punt op die GVK-kurwe (punt S) is. ✓✓
- As 'n onderneming nie sy veranderlike koste kan dek nie, word dit gestaak. ✓✓

AFDELING C



WENK: Alle vrae in afdeling C het TWEE vrae 5 & 6 NIE 9 & 10 soos in hierdie dokument nie. In die eksamen hoef u slegs een te beantwoord.

VRAAG 10

- **Vergelyk, sonder grafieke, die markstruktuur van 'n monopolistiese mededinging met die van 'n perfekte mark wat fokus op die volgende:**
 - aard van die produk (8)
 - markinligting (8)
 - prysbepaling en vraagkurwe (8) (26 punte)
- **Evalueer die belangrikheid van die Suid-Afrikaanse mededingingsbeleid in die werking van punte. (10 punte)**

INLEIDING'

- 'n Mark is 'n instelling / meganisme wat kopers en verkopers van 'n goed of diens bymekaar bring om te onderhandel oor pryse en hoeveelhede wat verhandel moet word. ✓✓

Markstruktuur verwys na die manier waarop markte georganiseer word. (aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) maks. (2)

HOOFDELE

Aard van die produkmark

perfekte:

- produkte wat verkoop word, is homogeen of identies ✓✓

- daar is geen verskil in die produkte nie, hulle is presies dieselfde wat betref kwaliteit en voorkoms ✓✓
- dit maak geen verskil aan 'n koper waar of van wie u die produk in 'n perfekte mark kan koop ✓✓

Monopolistiese mededinging:

- produkte wat verkoop word, is gedifferensieerd ✓✓
- produkte kan soortgelyk wees, maar nie identies nie, aangesien daar verskille in verpakking en bestanddele kan wees ✓✓
- die differensiasie in produkte skep 'n ruimte vir handelsmerklojaliteit ✓✓

(aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) maks. (8)
markinligting

Volmaakte mark:

- kopers en verkopers het volledige kennis van die marktoestande ✓✓
- al die kopers weet wat die spesifieke eienskappe van die goeie is, hoeveel om te betaal, die gehalte en geleenthede in die mark ✓✓
- verkopers weet die voorkeure van verbruikers ✓✓

Monopolistiese mededinging:

- markinligting is onvolledig vir beide kopers en verkopers. ✓✓
- baie handelsmerke, 'n enorme verskeidenheid produkte, verskillende afsetpunte, uiteenlopende ligging en marginale verskille in pryse veroorsaak 'n gebrek aan volledige inligting vir verkopers en kopers ✓✓

(aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) maks. (8)

Prysbepaling en vraagkurwe

Perfekte mark: '

- 'n perfekte mededinger kan nie sy pryse bepaal nie; dit neem die prys wat deur die mark bepaal word ✓✓
- die prys in die mark word bepaal deur die kruising van vraag en aanbod, ✓✓ dws ewewigsprys,
- daarom is dit 'n prysnemer - dit neem die prys soos dit van die mark is en verander slegs wanneer die mark verander ✓✓
- omdat dit enige hoeveelheid teen die heersende markprys kan verkoop, dan is die vraagkurwe perfek elasties of horisontaal ✓✓
- die vraagkurwe is ook die prys van die produkte ✓✓

Monopolistiese mededinging:

- daar is aansienlike beheer oor die pryse van goedere en dienste ✓✓
- dit kan minder produseer en 'n hoër prys hef ✓✓
- vraagkurwe is afwaarts skuins (negatief) beweeg van links na regs ✓✓
- vraagkurwe is relatief elasties en verteenwoordig die gemiddelde inkomste ✓✓

(aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) maks. 10

ADDISIONELE DEEL

Kompetisie beleid is belangrik in:

- die verskaffing van verbruikers met mededingende pryse en produk keuse ✓✓
- reguleer markte en monopolieë in die land daardeur monopolievoorkoming

Groei ✓✓

- balansering van die daad van ekonomiese transformasie wat sal tot voordeel van al Suid-Afrikaners deur eienaarskap, deelname van KMMO's en indiensneming ✓✓
- wat praktyke soos die verkoop van pryspryse en horisontale samespanning as onwettig verklaar ✓✓

- dwing ondernemings om sterk te kompeteer in terme van pryse en kwaliteit ✓✓
- due bevordering van herstrukturering in sektore wat mededingendheid verloor het ✓✓

(aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (5 x 2) (10)

Gevolgtrekking

- perfekte kompetisie en monopolistiese mededinging is relatief vergelykbaar, aangesien hulle soortgelyke eienskappe het. ✓✓
- (aanvaar enige ander korrekte relevante gevolgtrekking van hoër orde)

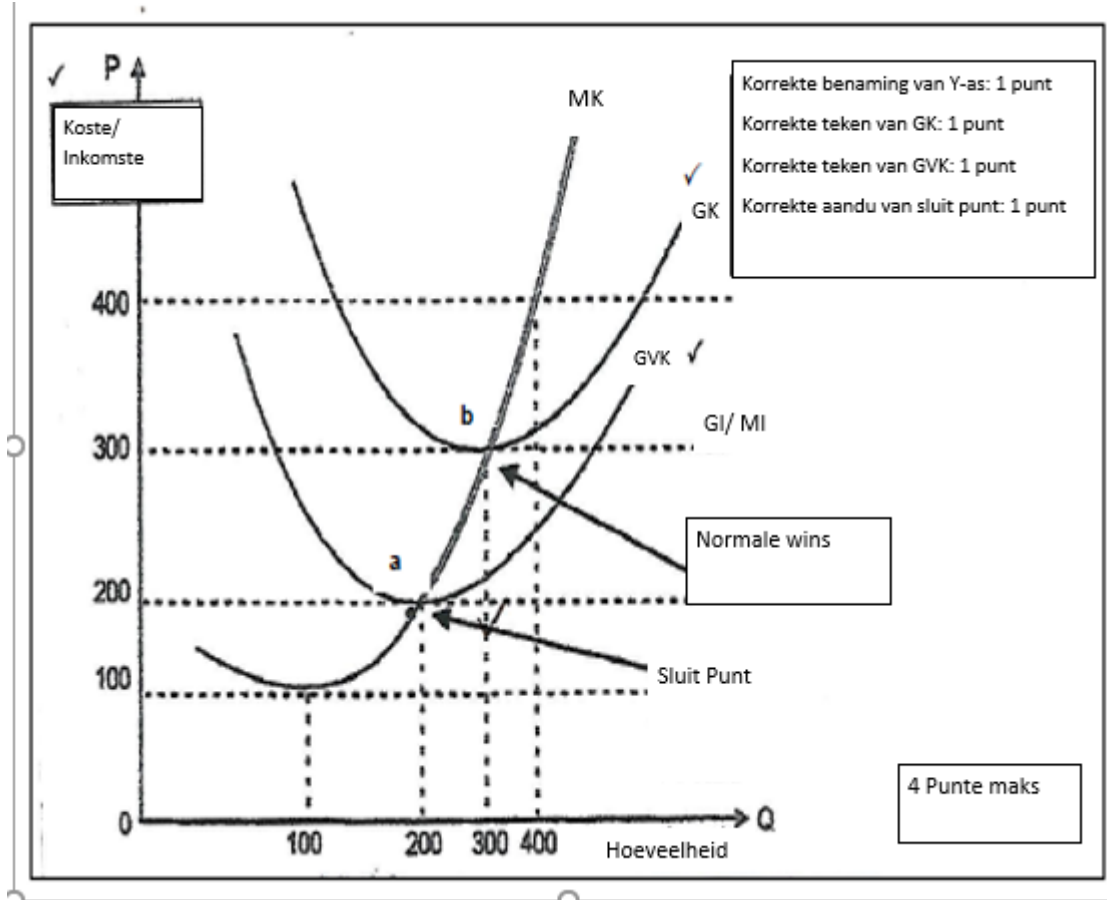
VRAAG 11

- **Bespreek, met behulp van 'n grafiek, die sluitpunt van 'n onderneming onder perfekte markomstandighede**
- **Waarom is mededinging op die mark goed vir die ekonomie?**

INLEIDING 'n

Mark is 'n instelling of meganisme wat kopers en verkopers van goedere of dienste bymekaarbring. ✓✓

HOOFDEEL



- Om te bepaal of dit gesluit moet word, moet 'n onderneming die totale inkomste vergelyk met die gemiddelde GVK-veranderlike koste eerder as die totale koste (FC + VK). ✓✓
- As die inkomste wat die onderneming ontvang, groter is as die gemiddelde veranderlike koste ($TI > GVK$), dan dek die onderneming alle veranderlike koste, plus addisionele inkomste ('bydrae') wat op vaste koste toegepas kan word. ✓✓

- (Die grootte van die vaste koste is nie relevant nie, aangesien dit 'n gesinkte koste is). ✓✓
- Dieselfde oorweging word gebruik, ongeag of vaste koste R1 of R1 000 000 is. ✓✓
- Aan die ander kant, as $GVK > TI$, dan dek die firma nie eens sy produksiekoste nie en moet dit onmiddellik gestaak word. ✓✓

Die sluitreël

- Op 'n kort termyn moet 'n onderneming wat met 'n verlies werk (waar die inkomste minder is as die totale koste of die prys laer is as die eenheidskoste), besluit om te werk of tydelik af te skakel. ✓✓
- Die donker deel van die marginale kostekurve stel die aanbodkurwe van die onderneming voor. ✓✓
- Die aanbodkurwe begin by punt (a) (sluitpunt) en skuif daarvandaan opwaarts as gevolg van die marginale koste (MK) wat toeneem namate die produksie toeneem. ✓✓
- Teen 'n markprys van R200 kan die onderneming slegs sy veranderlike koste (VK) betaal. ✓✓
- As die markprys onder R200 daal, sal die onderneming gedwing word om te sluit en hierdie punt (a) staan as die sluitpunt bekend. ✓✓
- Op punt (b) (afvoer 300) maak die onderneming 'n normale wins omdat $GI = GK$. ✓✓
- Die verlies word egter geminimaliseer omdat die onderneming produseer waar $MI = MK$. ✓✓ (maks. 26 punte)



ADDISIONELE DEEL

Mededinging op die mark is goed vir die ekonomie, want:

- as ondernemings met mekaar meeding, kry verbruikers die beste pryse, hoeveelheid en kwaliteit van goedere en dienste. ✓✓
- Lae pryse en produkte van goeie gehalte sal lei tot 'n toename in die totale vraag. ✓✓
- Gevolglik sal ondernemings meer goedere en dienste uitbrei en produseer en die ekonomie in die algemeen 'n hupstoot gee. ✓✓
- Mededinging moedig ondernemings aan om lae koste vervaardigingsprosesse uit te dink, wat hul wins kan verhoog en hulle kan help om internasionaal mee te ding. ✓✓
- Dit kan ook sakegeleenthede aanmoedig en die prestasie van 'n land verbeter. ✓✓
- Mededinging kan ook lei tot hoër produktiwiteit en doeltreffendheid in die mark. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.) (10 punte)

SLOT

- Die individuele onderneming maksimeer die wins waar die marginale inkomste (MI) gelyk is aan die marginale koste (MK), op voorwaarde dat die gemiddelde inkomste (GI) voldoende is om die gemiddelde veranderlike koste te dek (GVK). ✓✓
(Aanvaar enige gevolgtrekking van hoër orde.) (2 punte) [40]

VRAAG 12

- Vergelyk die markstruktuur van monopolistiese mededinging met dié van 'n perfekte mededinger. (26 punte)
- met 'n goed benoemde grafiek, verduidelik waarom die onderneming ophou om produksie op die sluitpunt te lewer. (10 punte)

INLEIDING '

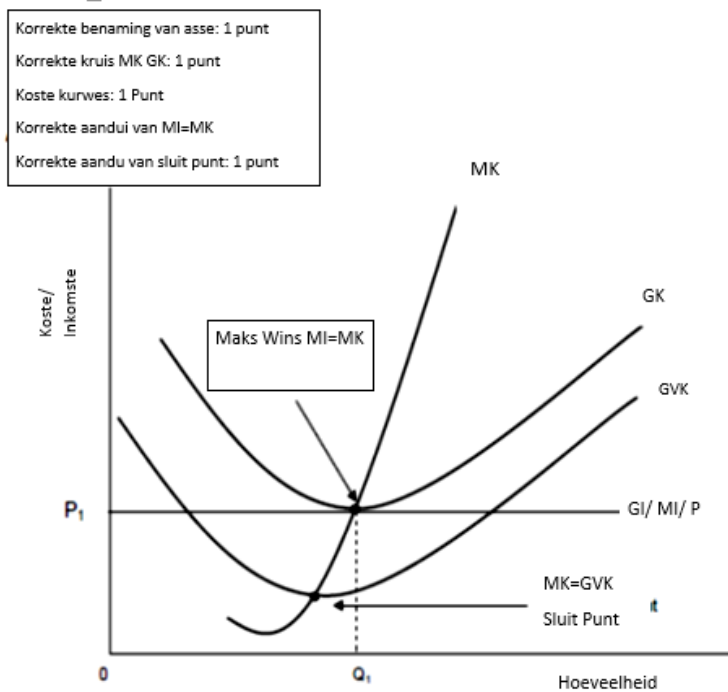
- n Markstruktuur is 'n raamwerk van hoe 'n mark georganiseer word ✓✓
- Monopolisties is 'n markstruktuur met baie kopers en verkopers waar toegang relatief maklik is, maar die produk onderskei word ✓✓
- Perfekte mededinging is 'n markstruktuur met baie kopers en verkoper ✓✓
(Aanvaar enige ander korrekte relevante inleiding) (Maks. 2)

BODY

HOOFDELE

KRITERIA	Perfekte mededinger	Monopolistiese kompetisie
Aantal ondernemings	Die aantal verkopers is so groot dat individuele deelnemers onbeduidend is in verhouding tot die mark as geheel ✓✓, byvoorbeeld effektebeurs of varsproduktemark. ✓	n Groot aantal verkopers is aktief in die monopolistiese mededingende mark ✓✓, bv. Produsente van skoonmaakmiddels, tandepasta, seep, koeldrank, ens. ✓
Uitset	Die vraagkurwe vir die perfekte mededinger is horisontaal. ✓✓	Die vraagkurwe is afwaarts skuins. ✓✓
Wins	Die onderneming kan ekonomiese winste op kort termyn behaal, maar slegs normale wins op lang termyn onder toestande van 'n perfekte mark. ✓✓	Die onderneming kan ekonomiese wins op kort termyn sowel as op lang termyn in die monopolistiese mededingende mark behaal. ✓✓
Bemarking	Daar is geen behoefte aan bemarkingstrategie nie weens perfekte mark kennis. ✓✓	Bemarkingstrategie word toegepas in die monopolistiese mededingende mark. ✓✓ Doelbewuste advertensieveldtog word begin om lojaliteit aan handelsmerke te skep. ✓✓
Aard van 'n produk	Homogeen, bv. Mielies ✓	Produkte is heterogeen. Bv. Dit verskil effens ten opsigte van voorkoms, vorm, grootte en smaak. ✓✓
Market kennis	Beide kopers en verkopers het volledige kennis oor heersende marktoestande. ✓✓ Daar word aanvaar dat kopers en verkopers instinkief weet, byvoorbeeld hoeveelhede, die prys waarteen die produk verkoop word. ✓✓	Markinligting is volledig. Die vele handelsmerke, verskeidenheid produkte of marginale verskille veroorsaak 'n gebrek aan inligting vir verkopers en kopers. ✓✓
Toegang	heeltemal gratis ✓ Toegang tot die mark is heeltemal gratis ✓✓	Maklik en gratis. Daar is geen hindernisse soos lisensies of permitte nie. ✓✓
(Aanvaar enige ander relevante feit) (Maksimum 8 punte vir slegs 'n lys of frases, en voorbeelde) Leerders moet aangemoedig word om in volsinne te skryf (maks. 26)		

ADDISIONELE DEEL



- 'n Onderneming sal staak as dit nie sy gemiddelde of totale veranderlike koste kan haal nie ✓✓
- Die onderneming sal nie hier produseer nie omdat $GI < GVK$ ✓✓
- Die onderneming sal nie aanhou produseer vanaf die sluit punt nie, omdat die onderneming nie sy bedryfsaktiwiteit kan nakom nie koste ✓✓ sluit punt
- Daar onder sal die firma geen goedere verkoop nie. 'n Onderneming sal goedere verkoop as die prys bo die sluit vlak (aanbodkurwe) is ✓✓

Enige (2 x 2)
(maks. 10)

GEVOLGTREKKING

Hoewel perfek nie bestaan nie, dien dit as 'n standaard wat onvolmaakte markte soos monopolistiese mededinging behels. moet streef om te bereik. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante gevolgtrekking)

(Maks. 2)

[40]

VRAAG 13

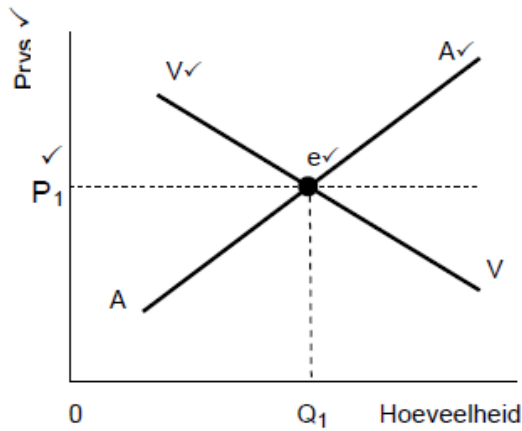
- **Gebruik grafieke om perfekte mededinging onder die volgende opskrif te bespreek: '**
- 'n vergelyking van die vraagkurwe van die individuele produsent en bedryf
- **Verduidelik waarom 'n individuele onderneming nie sy prys in 'n perfekte mark sal verhoog nie**

INLEIDING

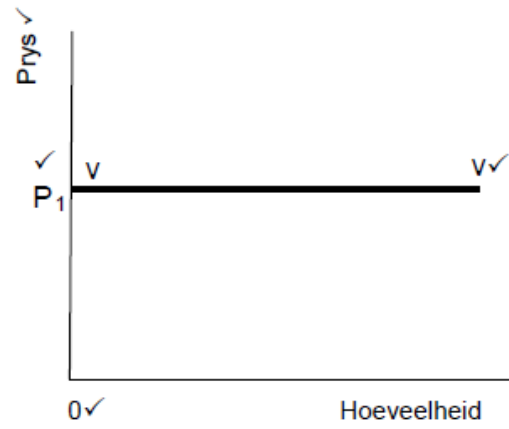
'n Bedryf bestaan uit alle die ondernemings wat dieselfde produk vervaardig waar die produksie van 'n bedryf die som is van die produksie van sy individuele ondernemings. ✓✓

LIGGAAM: HOOFDEEL

Vraagkurwe vir die mark ✓



Vraagkurwe van 'n volmaakte mededinger ✓



Punttoekenning:

- Benoeming van asse 1 punt
- Benoeming op asse 1 punt
- Trek en benoeming van vraagkurwe 1 punt
- Trek en benoeming van aanbodkurwe 1 punt
- Aandui van ewewigspunt 1 punt
- Opskrif 1 punt

Maks: 4 punte

Punttoekenning:

- Benoeming van asse 1 punt
- Benoeming op asse 1 punt
- Aandui van oorsprong 1 punt
- Trek en benoeming van vraagkurwe 1 punt
- Opskrif 1 punt

Maks: 4 punte



Die Inustrie/|Mark

- 'n Nywerheid bestaan uit al die firmas wat dieselfde produk produseer waar die uitset van die nywerheid gelyk is aan die som van die uitset van elke individuele firma ✓✓
- In 'n volmaak mededingende mark word die prys van 'n produk bepaal deur die interaksie tussen markvraag en markaanbod vir die produk . ✓✓
- Die markvraagkurwe word deur VV voorgestel wat afwaarts neig en die aanbodkurwe (AA) wat opwaarts neig . ✓✓
- As gevolg van die interaksie tussen markvraag en markaanbod, kom die ewewig tot stand by P1. ✓✓
- Hierdie prys word verleng na die grafiek van die individuele produsent as 'n prysnemer ✓✓

Die Firma/ volmaakte mededinger

- 'n individuele onderneming is 'n enkele produseerder van 'n spesifieke produk soos klere of meubels ✓✓
- Die firma sal maksimum wins behaal waar die verskil tussen totale inkomste en totale koste op sy grootste is – (a-b) op die grafiek ✓✓
- Die firma sal gelykbreek by die snydingspunte van $TI = TK$ ✓✓
- Die firma begin winste genereer as hy produseer of uitset verhoog regs van gelykbreekpunt A ✓✓
- Enige uitset verby (regs van gelykbreek punt B) sal 'n verlies meebring; totale koste sal hoër as totale inkomste wees ✓✓
- As die firma tot by punt e produseer (die piek van totale inkomste) sal hy steeds winste maak – alhoewel nie maksimum wins nie ✓✓
- Die firma is dus 'n verkoopmaksimeerder ✓✓
- As die firma maksimumuitset wil realiseer, moet hy produseer by punt a ✓✓
- Hierdie firma is dus 'n winsmaksimeerder. ✓✓

ADDISIONELE DEEL

Verduidelik waarom 'n individuele onderneming nie sy prys sal verhoog nie.

- Daarom is die vraagkurwe van die individuele onderneming heeltemal elasties. ✓✓
- Daar sal 'n vraag wees solank die onderneming die markprys vir sy produkte vra. ✓✓
- As die onderneming probeer om sy produkte teen 'n prys bo die markprys te verkoop, is daar geen vraag nie, aangesien alle deelnemers oor die perfekte kennis beskik. ✓✓
- Verbruikers ken die bestaande markprys en neem hul besluite daarvolgens. ✓✓
- Die onderneming sal nie probeer om sy produkte teen 'n laer prys as die markprys te verkoop nie, aangesien die onderneming nie sy wins kan maksimeer nie. ✓✓
- Die verbruiker sal produkte by 'n ander firma koop. ✓✓
- Verbruikers gaan na waar hulle die beste prys kan kry. ✓✓ (maks. 10)

GEVOLGTREKKING

In 'n perfekte markprys word bepaal deur die vraag- en aanbodkragte. Op die lange duur sal die onderneming normale wins genereer ✓✓

SESSIE 15: MONOPOLIE - DEEL 2

AFDELING A: TIPIESE EKSAMENVRAE

MONOPOLIE

VRAAG 1: Afdeling A - Kort vrae

(geneem uit verskillende bronne)

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer neer.

- 1.1.1. C✓✓ (Die prys wat maksimum wins)
- 1.1.2. A ✓✓ (winste)
- 1.1.3. C✓✓ (daar is baie groot ekonomieë van skaal)
- 1.1.4. D✓✓ (afwaartse helling lang termyn gemiddelde kostekromme)
- 1.1.5. B ✓✓ (OB)
- 1.1.6. C✓✓ (AFG)
- 1.1.7. n ✓✓ (ewewigsprys is nie gelyk aan marginale koste nie)
- 1.1.8. B ✓✓ (vraag skuins VV-kurwe)

1.2.

- 1.2.1. C✓ (Geen nabye plaasvervangers nie)
- 1.2.2. A ✓ (wettige reg van 'n houer om uitsluitlik 'n produk te vervaardig)
- 1.2.3. B ✓ (een onderneming in die mark sal die aanbod van goedere en dienste beheer)
- 1.2.4. E✓ (staar 'n afwaartse skuins vraagkurwe in die gesig)
- 1.2.5. D✓ (elektrisiteit in Suid-Afrika word deur die owerheidsonderneming voorsien)
- 1.2.6. G ✓ (kan nie herwin word as die onderneming die mark verlaat nie)
- 1.2.7. F ✓ (Vermindering van ekonomiese welstand veroorsaak deur 'n afname in verbruikers- en produsente surplus)

1.3.

- 1.3.1. Kopiereg ✓
- 1.3.2. Natuurlike monopolie ✓
- 1.3.3. Patent✓
- 1.3.4. Roof pryse ✓
- 1.3.5. Deregulering ✓
- 1.3.6. Toegangshindernisse✓

AFDELING B**VRAAG 2:**

WENK: As die vraag vereis dat u 'noem' of 'benoem', hoef u nie 'n sin te skryf nie, maar slegs een of twee woorde. Dit MOET in koeëlvorm gedoen word. Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.1, 3.1.1 en 4.1.1

- | | | | |
|--------------|---|--------------|----------|
| 2.1.1 | Noem TWEE hoofgroepe monopolie. | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Natura monopolieë ✓ ● Kunsmatige ✓ | | |
| 2.1.2 | Noem enige TWEE kenmerke van monopolieë | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Hulle is geen naby substitute ✓ ● Produkte word onderskei en unieke ✓ ● Groot hoeveelhede begin kapitaal ✓ ● Monopolieë het wetlike oorwegings ✓ ● Prys maker ✓ ● Daar is toegangsversperrings ✓ | | |
| 2.1.3 | Noem enige TWEE hindernisse vir toegang tot monopolieë | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Hoë aanvangskoste ✓ ● Patente ✓ ● Regeringslisensies ✓ ● Gesinkkoste ✓ | | |
| 2.1.4 | Noem TWEE voorbeelde van veranderlike produksiekoste | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Arbeid ✓ ● Grondstowwe ✓ ● Elektrisiteit ✓ | | |
| 2.1.5 | Noem enige TWEE voorbeelde van monopolie in Suid-Afrika | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Eskom ✓ ● Transnet ✓ ● Denel ✓ | | |

VRAAG 3:

(Geneem uit verskillende bronne)

WENK: Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.2, 3.1.2 en 4.1.2

- | | | |
|--------------|---|----------|
| 3.1.1 | Hoe beïnvloed monopolieë verbruikers (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Monopolieë het 'n onelastiese vraag en kan dus pryse verhoog, wat verbruikers gee geen alternatief ✓✓ | |

- 3.1.2** **Waarom is generiese farmaseutiese produkte aansienlik goedkoper as die ekonomie van name? (1x2)** **2**
- word nie deur patentwet beskerm nie, en die gebrek aan toegangsversperrings en verhoogde mededinging hou die pryse laag. ✓✓
- 3.1.3** **Waarom die GI- en MI-kurwes twee verskillende kurwes is (2x1)** **2**
- 'n Monopolie word gekonfronteer met 'n normale mark vraag kurwe wat van links na regs afwaarts skuins $D = GI$.
 - Die persentasie toename in hoeveelheid gevra is groter as die
 - prysdaling op alle punte; daarom sal die MI altyd laer wees as GI
- 3.1.4** **Wat bepaal die optimale produksievlak in 'n monopolie mark? (1x2)** **2**
- Die posisie van MK en MI waar $MK = MI$
- 3.1.5** **Hoe vind winsmaksimering plaas (1x2)** **2**
- Winsmaksimering vind plaas wanneer marginale inkomste (MI) gelyk is aan marginale koste (MK). ✓✓

Data respons

WENK: Alle vrae in afdeling B het TWEE vrae oor die interpretasie van data - elk tel 10 punte. Afdeling B bestaan uit Vrae 2-4 nie as getel in hierdie dokument

VRAAG 4:

Study die prentjie hieronder en beantwoord die vrae wat volg

- 4.1** **Watter markstruktuur bo geïllustreer** **(1)**
- Monopoly ✓
- 4.2** **Noem EEN nie-prys mededinging wat SABC gebruik om inkomste te genereer.** **(1)**
- Advertensies ✓
- 4.3** **Beskryf kortliks die term *prys maker*.** **(2)**
- 'n Produsent wat genoeg mark krag het om pryse te beïnvloed ✓✓
- 4.4** **Waarom staatsondernemings hierbo ondoeltreffend is** **(2)**
- Die monopoliepryse skep 'n verlies aan dodelike gewig omdat die onderneming transaksies met die verbruiker prysgee. ✓✓
 - Monopolieë kan oor tyd ondoeltreffend en minder innoverend word omdat hulle nie met ander produsente op 'n mark hoef mee te ding nie ✓✓

- In die geval van monopolieë kan magsmisbruik lei tot markmislukking. ✓✓

4.5 Onderskei eienskap A en B van die bostaande mark (2x2)

(4)

Kunsmatige monopolie (A)	Natuurlike monopolie (B)
<ul style="list-style-type: none"> • Hier is die hindernisse vir toegang nie ekonomies van aard nie. ✓✓ • 'n Voorbeeld van 'n versperring is 'n patent. ✓ • 'n Patent is 'n wettige en eksklusiewe reg om 'n produk te vervaardig, ✓✓/bv. Denel Land Systems wat Casspirs vervaardig. ✓ • Lisensiëring is 'n ander manier waarop 'n kunsmatige monopolie toegepas word. ✓✓ • In Suid-Afrika word lisensies benodig vir radio's, TV-uitsaaiers, ens. ✓✓ • Lisensies beskerm die bestuurders teen toegang van mededingers. ✓✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoë ontwikkelingskoste verhoed dat ander die mark kan betree, en daarom lewer die regering die produk. ✓✓ • Bv. Elektrisiteit in Suid-Afrika word voorsien deur die regeringsonderneming, Eskom. ✓✓ • Dit kos miljarde rande om kragstasies te bou en in stand te hou, en daar is dus geen ander verskaffers nie. ✓✓ • n Enkele onderneming (Eskom) kan die hele mark teen 'n laer prys bedien as twee of meer besighede saam. ✓✓ • So 'n besigheid word gereeld deur die regering besit of gereguleer. ✓✓

VRAAG 5:

Bestudeer die onderstaande tabel en beantwoord die vrae wat volg.

- 5.1 Gee formule vir die berekening van totale inkomste (1)**
- $TI = Prys \times Kwaliteit$ ✓
- 5.2 Op watter produksievlak maksimeer die onderneming die inkomste? (1)**
- Eenheid 6✓
- 5.3 Beskryf kortliks die term *marginale inkomste*. (2)**
- Ekstra inkomste ontvang vir elke ekstra eenheid wat verkoop word ✓✓
- 5.4 Verduidelik hoe monopoliste die produksievlak bepaal (2)**
- Die monopolis bepaal eers die prys en dan die hoeveelheid wat hy wil verkoop ✓✓
 - Deur die prys te verlaag, sal monopoliste meer eenhede verkoop van die produk en omgekeerd ✓✓
- 5.5 Gebruik die inligting hierbo en bereken die gemiddelde inkomste vir eenheid 3. (4)**

$$\begin{aligned}
 GI &= TI / \text{eenhede} \checkmark \\
 &= 24/3 \checkmark \checkmark \\
 &= R8 \checkmark
 \end{aligned}$$

VRAAG 6:

Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 6.1 Identifiseer die markprys van die monopolie soos hierbo uitgebeeld. (1)**
- R20 ✓
- 6.2 Noem EEN kenmerk van marginale inkomste. (1)**
- Die ekstra eenheid wat verkoop word, lewer 'n ekstra inkomste ✓ ✓
 - Die verandering in inkomste gedeel deur die verandering in hoeveelheid, dus verminder die inkomste ✓ ✓
- 6.3 Beskryf kortliks die term *prysdiskriminasie* (2)**
- Die gebruik om verskillende pryse vir verskillende goedere en dienste aan verskillende verbruikers te hef ✓ ✓
- 6.4 Hoe kan monopolieë tegnologie bevorder? (2)**
- Belê in die nuutste / opdateringstegnologie vir meer kostedoeltreffendheid ✓ ✓
 - Om doeltreffender produksie stelsels te implementeer, soos robotte in fabriek / meganisasie ✓ ✓
 - Openbare instansies moet belê in moderne toerusting soos doeltreffender kragstasies ✓ ✓
- 6.5 Waarom die grafiek hierbo toon 'n wins situasie (4)**
- Die LGK-kurwe (punt B) is laer as die gemiddelde inkomste (punt C) op die grafiek. ✓ ✓
 - Die inkomste van die monopolie (R 20) is meer as die koste (R 10) ✓ ✓
 - Die monopolie maak 'n ekonomiese wins tussen B / C / R 10 / R 20 / skadu area. ✓ ✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)

VRAAG 7

Bestudeer die onderstaande tekenprent en beantwoord die vrae wat daarop volg.

- 7.1 Watter kommissie is ingestel om te verseker dat die vlak van mededinging in die ekonomie nie verweer word nie, maar verhoog word? (1)**
- Mededingingskommissie ✓
 - Mededingingsappèlhof ✓
 - Mededingingstribunaal ✓
- 7.2 Noem enige EEN voordeel van kompetisie (1)**
- Laer pryse ✓
 - Hoër produksie met 'n groter verskeidenheid goedere ✓
 - Verhoogde kwaliteit goedere ✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)
- 7.3 Beskryf kortliks die term *monopolie* (2)**
- 'n Markstruktuur waar daar slegs een verskaffer van 'n produk of diens is sonder enige nabye plaasvervangers ✓✓
- 7.4 Waarom is die monopoliste die enigste verskaffer van hul produkte wat nie altyd 'n ekonomiese wins maak nie? (2)**
- Die winsgewendheid van 'n monopolis hang af van die vraag na die produk ✓✓ **OF** die produksiekoste vir die produksie van hul produkte ✓✓
- 7.5 Watter ekonomiese voordele hou die vernietiging van die mededinging beperkende praktyk in vir die hele ekonomie? (2x2) (4)**
- Verbetering in innovasie, navorsing en ontwikkeling deur ondernemings ✓✓
 - Verhoogde gebruik van tegnologie om mededingende ondernemings wat soortgelyke produkte vervaardig te verbeter en te kompeteer ✓✓
 - Verbeterde bemarkings- en advertensiestrategieë om mededingende maatskappye uit te hou ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

VRAAG 8

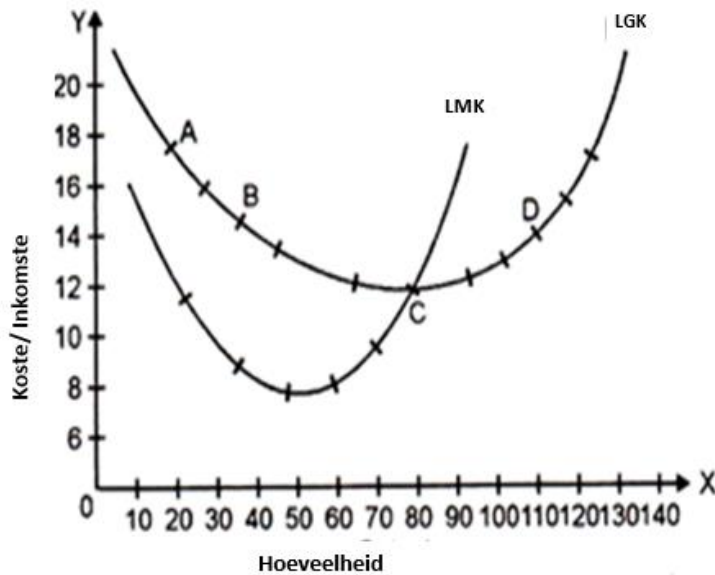
Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 8.1 Identifiseer die hoeveelheid waar die optimale produksievlak sal plaasvind (1)
 • 50✓
- 8.2 Watter tipe mark word hierbo geïllustreer? (1)
 • Monopolie ✓
- 8.3 Beskryf kortliks die term *natuurlike monopolie* (2)
 • Hoë ontwikkelingskoste verhoed dat ander die mark betree, bv. Elektrisiteitsvoorsiening (Eskom) ✓✓
- 8.4 Verduidelik waarom die marginale inkomste (MI) -kurwe in hierdie tipe mark altyd onder die vraagkurwe (VV) sal lê. (2)
 • Die negatiewe skuins vraagkromme beteken dat meer goedere teen lae pryse verkoop word, en dus sal addisionele inkomste afneem namate meer goedere verkoop word. ✓✓
 (Aanvaar 'n ander korrekte relevante antwoord)
- 8.5 Bereken die wins of verlies van hierdie mark. Toon AL die berekeninge. (2x2) (4)
 Eenheidswins: $150 - 100 = R50$ ✓
 Totale wins: 50×50 ✓
 = R2 500✓✓
 OF
 TI-TC
 (150×50) ✓ - (100×50) ✓
 R7 500 - R5 000 ✓
 R2 500 Wins✓

WENK: Alle vrae van afdeling B het TWEE vrae van 8 punte, genommer volgens vrae wat nie in hierdie dokument voorkom nie.

VRAAG 9 Paragraaftipe vrae - Middel-kognitief

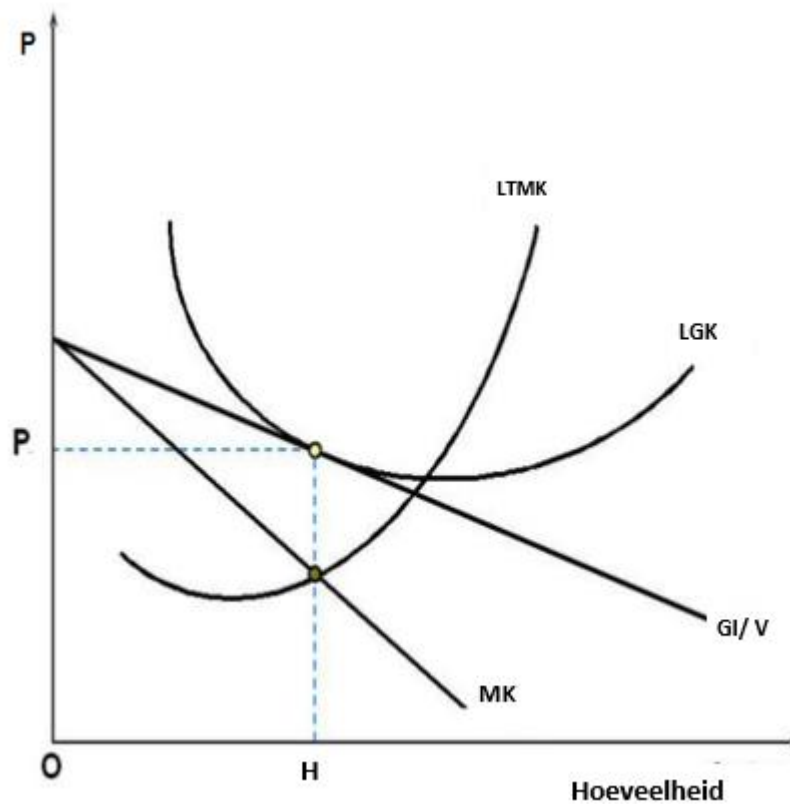
- 9.1 Illustreer aan die hand van die diagram waarom die gemiddelde kostekurve 'U' vormige is? (4x2) 8



- Die gemiddelde koste is hoog op lae produksievlakke omdat beide die gemiddelde vaste koste en die gemiddelde veranderlike koste meer is namate die produksievlak styg, ✓✓
- Die gemiddelde koste daal skerper as gevolg van die gesamentlike effek van die dalende gemiddelde vaste en gemiddelde veranderlike koste. ✓✓
- Dit is die gevolg van die gebruik van onverdeelbare faktore en die oes van interne arbeidsekonomie, tegnies, bestuur, bemarking, ens. ✓✓
- Die gemiddelde koste sal bly daal totdat hulle die minimum punt bereik, wat die optimale punt vlak van produksie is. Sodra die optimale produksievlak bereik is, begin die gemiddelde koste styg namate meer as hierdie vlak geproduseer word. ✓✓
- Die styging in gemiddelde veranderlike koste word meer as verreken deur die klein daling in gemiddelde vaste koste en dus styg die gemiddelde koste vinnig. Dit is te wyte aan die verandering van ekonomieë in dis-ekonomieë. Dit gee die korttermyn- sowel as langtermyn-gemiddelde kostekurve van die firma se IP-vorm. ✓✓
- Die natuurlike 'U' -vormige korttermyn gemiddelde kostekurve kan toegeskryf word aan die wet van veranderlike verhoudings. Hierdie wet sê dat wanneer die hoeveelheid van een veranderlike faktor verander word terwyl die hoeveelhede van ander faktore vas gehou word, die totale produksie met 'n toenemende tempo toeneem en dan daal met meer as eweredig. ✓✓
- Die gemiddelde koste van die ondernemings bly dus daal namate die produksie styg omdat dit onder die toenemende opbrengste werk as gevolg van verskillende interne ekonomieë. ✓✓ Weens die werking van die wet op toenemende opbrengste, is die firma in staat om met die masjiene na hul optimale kapasiteit te werk en gevolglik is die gemiddelde koste minimaal. ✓✓

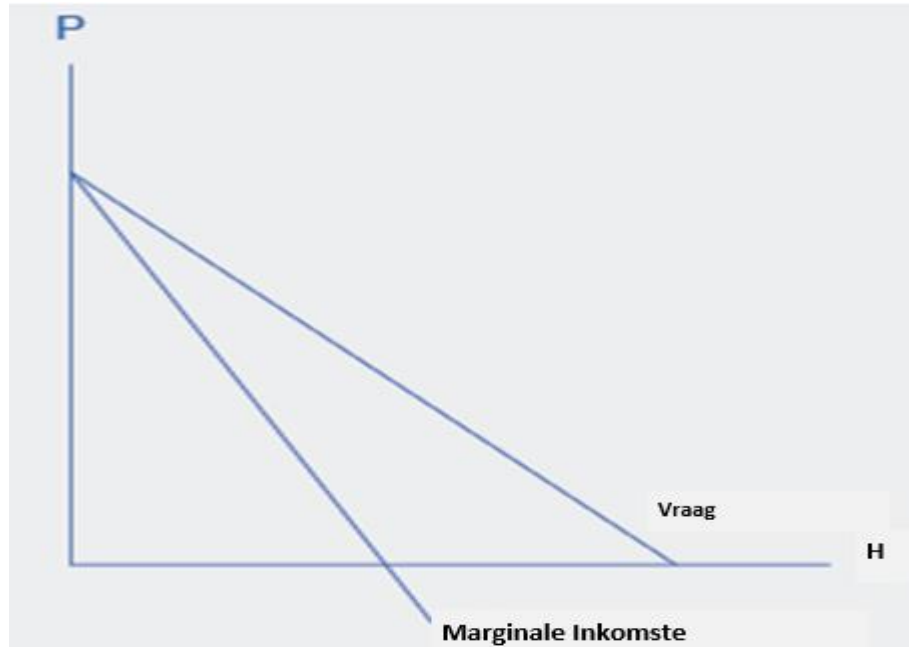
- 9.2 Verduidelik die inkomste uit monopolie (4x2) 8**
- Enige punt op die vraagkurwe (V) verteenwoordig die hoeveelheid van die unieke produk wat verkoop sal word en teen watter prys dit verkoop sal word. ✓✓
 - Daarom is die monopoliste se vraagkurwe ook sy gemiddelde inkomstekurve (GI). ✓✓
 - Totale inkomste (TI) word bereken deur die prys (P) herhaaldelik met die bedrag (Q) te vermenigvuldig. ✓✓
 - Marginale inkomste (MI) weerspieël die veranderinge in totale inkomste wat die gevolg is van die verkoop van een addisionele eenheid van die produk. ✓✓
- 9.3 Onderskei korttermyn winste en langtermynewewig. (4x2) 8**
Winste en verliese op kort termyn
- As 'n monopoliste meer goedere wil verkoop, moet hy sy pryse verlaag. ✓✓
 - Op die korttermyn kan die monopolistiese onderneming ekonomiese winste, normale winste of ekonomiese verliese maak. Dit is moontlik, maar onwaarskynlik dat 'n monopolie 'n ekonomiese verlies maak. ✓✓
- Langtermyn ewewig**
- Die monopolis streef daarna om, soos enige ander onderneming, 'n maksimum wins te maak en sal dus sy produksie verhoog tot $MI = MK$. Dit sal die hoogste prys per eenheid vra waarteen hierdie hoeveelheid produksie verkoop kan word. ✓✓
 - Op die langtermyn kan 'n monopolie slegs ekonomiese of normale winste maak. ✓✓
- 9.4 Bespreek soorte monopolieë in Suid-Afrika. (4x2) 8**
- Wetlike monopolie✓ - Dit is gebaseer op wette wat ander maatskappye verhoed om mee te ding (Staatsmonopolie). ✓✓
 - Plaaslike monopolie✓ - 'n Plaaslike monopolie sal die mark in 'n spesifieke gebied of dorp beheer, byvoorbeeld as daar net een vulstasie is. ✓✓
 - Natuurlike monopolie - Dit ontstaan in bedrywe waar skaalbesparings so groot is dat 'n enkele onderneming die hele mark kan lewer, ✓✓ bv. Elektrisiteit. ✓
 - Horisontale monopolie✓ - Dit vind plaas wanneer 'n moedermaatskappy beheer neem oor verskeie kleiner ondernemings, byvoorbeeld Naspers in die drukkery. ✓✓
 - Vertikale monopolie - Dit vind plaas wanneer een firma die produk sal lewer en vervaardig, bv. Eskom.
 - Dwang monopolie✓ - Dit vind plaas as gevolg van enige aktiwiteit wat die beginsels van 'n markeconomie oortree. ✓✓

- 9.5 Verduidelik die ewewigsposisie op lang termyn aan die hand van 'n grafiek. (4x2) 8



- Op die lange duur sal 'n onderneming in 'n monopolistiese mededingende mark die hoeveelheid goedere produseer waar die langtermyn-marginale koste (LRMK) kromme die marginale inkomste (MI) sny. ✓✓
- Die prys word bepaal waar die geproduseerde hoeveelheid op die gemiddelde inkomste (GI) -kurwe val. ✓✓
- Die gevolg is dat die onderneming op lang termyn sal gelykbreek. ✓✓

- 9.6 Verduidelik aan die hand van die grafiek die marginale inkomstekurve van die monopolie. (4x2) 8



- Namate die produksie toeneem, verminder die marginale inkomste twee keer so vinnig as die vraag, sodat die horisontale afsnit van MI halfpad is tot die horisontale afsnit van die vraag. ✓✓
- Omdat die mark vraagkromme voorwaardelik is, lê die marginale inkomstekurve vir 'n monopolis onder die vraagkromme. ✓✓



VRAAG 10

Paragraaf tipe vrae - Hoër kognitiewe

10.1

Hoe verskil ewewig onder monopolie van ewewig onder volmaakte kompetisie (4x2)

8

- onder volmaakte kompetisie, ewewig is slegs moontlik as marginale koste styg op die punt van ewewig, maar monopolie se marginale koste styg, konstant bly of daal by die ewewig uitset. ✓✓
- Onder volmaakte mededinging gemiddelde inkomste kurwe is 'n horisontale reguit lyn en dus grens inkomste kromme val saam met 'n gemiddelde inkomste kurwe en as gevolg marginale inkomste en gemiddelde inkomste is gelyk aan mekaar op alle vlakke van uitset. ✓✓
- 'n volmaak mededingende firma is geneig om op die langtermyn van optimale grootte is, hou 'n monopolistiese onderneming nie die optimale grootte nie. ✓✓
- Dit is omdat dit 'n mededingende onderneming betaal om die produksie uit te brei solank die gemiddelde koste daal, aangesien die gemiddelde inkomste en marginale inkomste konstant bly, maar dit betaal nie 'n monopolistiese onderneming om die produksie uit te brei tot die minimum punt van die gemiddelde kostekurve nie. dit is dikwels nie die moeite werd om dit te doen nie. ✓✓

- 10.2 Hoe kom ondoeltreffendheid in 'n monopolie voor? (4x2) 8**
- die onderneming sal 'n spesifieke prys vasstel vir 'n goed wat beskikbaar is vir alle verbruikers. ✓✓
 - Die hoeveelheid goedere sal minder wees en die prys sal hoër wees (dit is wat die produk 'n kommoditeit maak). ✓✓
 - Die monopolie pryse skep 'n verlies aan dooie gewig omdat die onderneming transaksies met die verbruiker prysgee. ✓✓
 - Die dooie gewigsverlies is die potensiële wins wat nie die produsent of die verbruiker toekom nie. ✓✓
 - As gevolg van die gewigsverlies is die gesamentlike surplus (welvaart) van die monopolie en die verbruikers minder as die verbruiker in 'n mededingende mark.
 - 'n Monopolie is minder doeltreffend in totale winste uit handel as 'n mededingende mark. ✓✓
 - Monopolieë kan mettertyd ondoeltreffend en minder innoverend word omdat hulle nie met ander produsente in 'n mark hoef mee te ding nie. ✓✓
- 10.4 Evalueer die bestaan van natuurlike monopolie in enige ekonomie. (4x2) 8**
- Natuurlike monopolie sal slegs plaasvind as gevolg van spesifieke markomstandighede of vanweë 'n unieke produk. Dit vind gewoonlik plaas sonder enige onregverdige spel of sakepraktyke wat mededinging kan smoor. ✓✓
- Suksesvol**
- Dit help vermorsing vermy, aangesien daar nie duplisering van produkte of dienste kan wees nie. ✓✓
 - Die firma met 'n natuurlike monopolie is in 'n goeie ruimte omdat dit aansienlike bedrae verdien as inkomste en winste. ✓✓
 - Hoër winsmarges help die onderneming om op te stel navorsings- en ontwikkelingsafdelings wat uiteindelik voordelig sal wees vir sowel die onderneming as die verbruiker in terme van beter produkte teen laer koste. ✓✓
 - 'n Natuurlike monopolie is 'n bron van inkomste vir 'n regering, aangesien die ondernemings belasting aan hulle moet betaal. ✓✓
- Onsuksesvol**
- Die aanvangskoste van natuurlike monopolistiese ondernemings is baie hoog. ✓✓
 - Ongereguleerde natuurlike monopolieë is 'n slegte winskoop vir die klante dit is gewoonlik duur en lewer dikwels swak dienste soos 'n kabel onderneming. ✓✓
 - Gebrek aan wedywering kan ook lei tot verouderde goedere en dienste van lae gehalte. ✓✓

10.5 Analiseer die impak van 'n ekonomiese verlies van 'n monopolie. **8**

- Inkomste daal wat lei tot afleggings van werkers in 'n monopolistiese maatskappy.
- Die produk wat deur die monopolistiese firma verskaf word 'n hoë vraag sal hê wat sal lei tot 'n prysverhoging.
- Daar is geen alternatief vir die produk nie. Daarom sal sommige mense uitgesluit word van die gebruik van die produk.
- Swart markte sal verskyn en probeer om die vraag na die produk te bevredig, soos onwettige elektrisiteit verbindinge
- As gevolg van die beperkte aanbod van elektrisiteit, kan ander ondernemings onder andere KMMO's ly. Uitbreiding van die KMMO's sal nie moontlik wees nie, want die meeste van hulle sal afhang met 'n monopolie.
- Monopolie firmas sal pryse verhoog om sluiting te verkoop.

VRAAG 11 - OPSTELVRAAG - OPLOSSING VIR VRAAG 11 MONOPOLIE

Bespreek aan die hand van grafieke hoe ekonomiese wins en ekonomiese verlies in 'n monopolie mark bepaal word. (26 punte)

Waarom weerspreek (ontken) die uitvoering van natuurlike monopolieë die langtermyn-ewewigspesie van 'n monopolie? (10 punte)
[40]

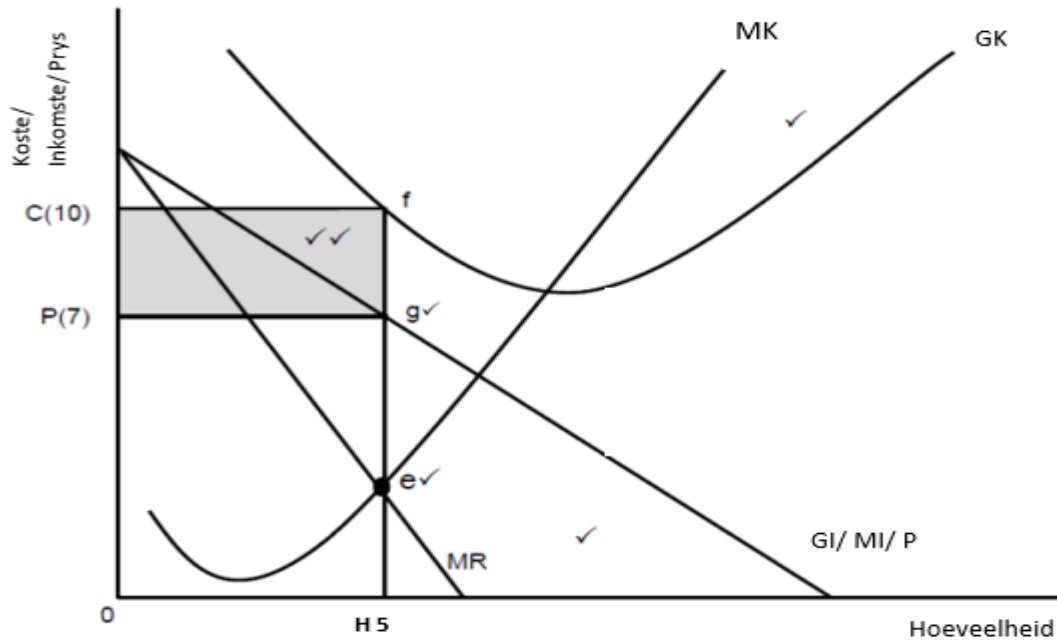
INLEIDING

'n Monopolie is 'n markstruktuur waar slegs een verkoper werk. Inskrywing word geblokkeer en die produk het geen nabye plaasvervangers nie ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) Maks (2)

LIGGAAM: HOOFDEEL

Ekonomiese wins



Puntetoekening
 Korrekte posisionering en etikettering van kostekurwes = 1 punt
 Korrekte posisionering en etikettering van inkomstekurwes = 1 punt
 Korrekte aanduiding van winsmaksimeringspunt = 1 punt
 Korrekte aanduiding van markprys = 1 punt
 Korrekte aanduiding van ekonomiese wins = 2 punte
 Max 6 punte

- Monopolie is onderworpe aan dieselfde tegnologiese en kostebeperkings as ander markstrukture ✓✓
- Die kostestruktuur van die monopolie is dieselfde as dié van mededingende ondernemings waar die monopoliste sal probeer om beide kort- en langtermyn wins te maksimeer ✓✓
- Ligging van KGK in verhouding tot markprys bepaal wins of verlies ✓✓
- Die *MI*-kurwe lê onder die *AR*-kurwe, halfpad tussen die *AR* en die oorsprong ✓✓
- Die *MK*-kurwe sny die *AC*-kurwe op sy minimum punt ✓✓
- Bepaal punt waar $KMK = MI$ - punt waar produksiekoste van laaste eenheid gelyk is aan inkomste wat dit verdien (punt e) - winsmaksimerende produksie hoeveelheid van Q op horisontale as ✓✓
- Die monopolis sal produseer op die uitset (Q [10]) waar $MI = MK$, omdat dit die wins op hierdie vlak kan maksimeer ✓✓
- Punt a verteenwoordig die gemiddelde inkomste teen verkoopprys (P [10]) terwyl punt b die gemiddelde koste teen die kosprys (C [6]) ✓✓
- Wanneer die gemiddelde inkomste meer is as die gemiddelde koste, lei dit tot 'n ekonomiese wins vir die onderneming ✓✓
- Die monopolie maak ekonomiese wins as die gemiddelde koste kurwe onder die markprys (*AR*) is ✓✓

- Die monopolie blokkeer nuwe toetreders sodat mededingende ondernemings nie die korttermyn ekonomiese wins kan verminder nie

Ekonomiese verliese

- Die minimum punt van KGK is hoër as die markprys ✓✓
- 'n Monopolie maak 'n ekonomiese verlies as die inkomste minder is as die koste ✓✓
- Die monopolie sal produseer op die uitsetvlak waar $MI = MK$, omdat dit verliese op hierdie vlak kan minimaliseer ✓✓
- Punt G verteenwoordig die gemiddelde inkomste teen verkoopprijs (P [7]) terwyl punt f die gemiddelde koste teen die kosprys (C [10]) ✓✓
- Die gemiddelde koste is meer as die gemiddelde inkomste, wat lei tot 'n ekonomiese verlies vir die besigheid / As die TC meer is as TR, sal dit lei tot 'n ekonomiese verlies vir die onderneming ✓✓
- Die skadu area PCfg toon die ekonomiese verlies ✓✓
- Die monopolie ly op kort termyn 'n ekonomiese verlies as die WS-kurwe bo die markprys is (g) ✓✓

ADDISIONELE DEEL

Waarom weerspreek die prestasie van natuurlike monopolieë die ewewigspisies van 'n monopolie op lang termyn? (10 punte)

Die prestasies van natuurlike monopolieë strook nie altyd met die langtermyn-ewewigspisies van 'n monopolie nie, want:

- In vergelyking met 'n tipiese monopolie waar ekonomiese wins altyd moontlik is op die lang termyn, geniet natuurlike monopolieë nie die voordele van ander monopolieë nie ✓✓
- natuurlike monopolieë verg hoë ontwikkelingskoste wat ander verhinder om die mark te betree ✓✓
- natuurlike monopolieë lewer goedere en dienste aan die land as geheel en daarom is dit moeilik om baie hoë pryse vas te stel ✓✓
- Eskom is onderworpe aan die Nasionale Energiereguleerder in Suid-Afrika (NERSA) wat die verkoopprijs van elektrisiteit in Suid-Afrika bepaal ✓✓
- 'n natuurlike monopolie het hoë instandhoudingskoste ondervind in vergelyking met kunsmatige monopolieë, wat winste in gevaar stel ✓✓
- natuurlike monopolieë kan nie sy hoeveelhede manipuleer om pryse te verhoog nie ✓✓
- inkomste blyk minder te wees as koste weens korrupsie, wanbetaling deur 'n groot aantal elektrisiteitsgebruikers ✓✓
- onder normale omstandighede sal 'n monopolie gesluit word as die gemiddelde koste op lang termyn die gemiddelde inkomste oorskry, maar natuurlike monopolieë soos die SAL word dikwels deur die regering gered weens sy strategiese posisie in die land ✓✓
- die interne (private koste) struktuur van natuurlike monopolieë het toegeneem, maar die private voordele (inkomste uit verkope) het gestagneer as gevolg van swak instandhouding van infrastruktuur ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)
10)

(Maks.

GEVOLGTREKKING

Die monopolie kan voortgaan om ekonomiese wins te verdien solank die vraag na sy produk voortduur en die produksiekoste daarvan dieselfde bly

(Aanvaar enige ander gevolgtrekking van hoër orde)

Maks (2) [40]



SESSIE 17: OLIGOPOLIE-DEEL 2

AFDELING A: TIPIESE EKSAMENVRAE

OLIGOPOLIE

VRAAG 1: Afdeling A - Kort vrae

(geneem uit verskillende bronne)

WENK: Wanneer u Afdeling A beantwoord - kort vraag, is dit belangrik om nie te haastig nie maar om die vrae aandagtig deur te lees en om seker te maak dat u verstaan wat die vrae gevra word. Onthou altyd een alternatief is heeltemal verkeerd, een is byna korrek en een is heeltemal korrek. Dit is maklik om die heeltemal verkeerde antwoord uit te skakel, maar as u die vraag nie aandagtig lees nie, sal die byna korrekte antwoord ook korrek voorkom. Die antwoord sal **NOOIT** twee opsies wees nie. Slegs **EEN** opsie is korrek. U antwoord sal onmiddellik as verkeerd gemerk word as u **TWEE** opsies skryf.

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – V) langs die vraagnommer neer.

- 1.1.1. C✓✓ (Paul Sweezy)
- 1.1.2. B✓✓ (Oligopolie)
- 1.1.3. C✓✓ (die mark vir aluminium)
- 1.1.4. A✓✓ (Oligopolie)
- 1.1.5. D✓✓ (geknakte vraag)
- 1.1.6. A✓✓ (prysleierskap)
- 1.1.7. D✓✓ (geen verandering in uitsetvlak of verandering in prys)
- 1.1.8. B✓✓ (dit is gelyk aan die markvraag minus vraag na randondernemings)

1.2 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat ooreenstem met die item in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A - I) langs die vraagnommer neer. (1.2.1 - 1.2.8) in die ANTWOORDEBOEK, byvoorbeeld 1.2.9 J.

1.2.

- 1.2.1. E✓ (een onderneming bepaal die prys en ander aanvaar dit as 'n markprys)
- 1.2.2. C✓ (twee ondernemings oorheers die mark)
- 1.2.3. B✓ ('n verandering in prys veroorsaak 'n kleiner persentasie verandering in die hoeveelheid gevra)
- 1.2.4. A ✓ (oop samespanning en oligopolieë formeel vergader om oor pryse en produksie te besluit)
- 1.2.5. D✓ (sake doen via die internet)

1.3.

1.3.1. Duopolie✓

1.3.2. Oligopolie✓

1.3.3. Stilswyende samespanning ✓

1.3.4. Verbinde vraagkurwe

AFDELING B**VRAAG 2:**

WENK: As die vraag vereis dat u 'moet lys' of 'benoem', hoef u nie 'n sin te skryf nie, maar slegs een of twee woorde. Dit MOET in koeëlvorm gedoen word. Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.1, 3.1.1 en 4.1.1

- | | | |
|--------------|--|----------|
| 2.1.1 | Noem enige TWEE vorme van nie-prysmededinging (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Uitgebreide winkel- en besigheidsure✓ ● Besigheid doen via die internet✓ ● Naverkoopdienste✓ ● Bykomende dienste aanbied✓ ● Lojaliteit belonings vir klante✓ ● Deur-tot-huis aflewering ✓ | |
| 2.1.2 | Noem enige TWEE goed kartels (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Organisasie van Petroleum uitvoerlande (OPEC) ✓ ● De Beers-diamante✓ | |
| 2.1.3 | Noem TWEE segmente van die geknakte vraagkurwe (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Elastiese helling✓ ● Onelastiese helling✓ | |
| 2.1.4 | Noem enige TWEE kenmerke van oligopolieë (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Homogene produkte✓ ● Beperkte kompetisie ✓ ● Onderlinge afhanklikheid ✓ ● Abnormaal hoog winste✓ ● Absolute kostevoordeel ✓ | |
| 2.1.5 | Noem enige TWEE tipes samespanning (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Formele Samespanning Prysleierskap✓ ● (stilswyende samespanning) ✓ | |

VRAAG 3:

(Geneem uit verskillende bronne)

WENK: Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.2, 3.1.2 en 4.1.2

- | | | | |
|--------------|---|--------------|----------|
| 3.1.1 | Hoe verklaar die geknakte vraagkurwe prys styfheid in oligopolie? | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • ondernemings is bang dat enige afwaartse prysaanpassing 'n prysoorlog kan veroorsaak. Dit lei tot beduidende prysstyfheid in 'n oligopolie ✓✓ | | |
| 3.1.2 | Waarom is dit moeilik om 'n unieke vraagkurwe onder oligopolie te bepaal? (1x2) | | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Daar 'n groot interafhanklikheid tussen mededingers. ✓✓ • Die mededingers kan op verskillende maniere reageer wanneer 'n onderneming sy prys verander en dit die vraagkurwe onbepaald maak ✓✓ | | |
| 3.1.3 | Waarom is samespanning wenslik vir oligopolistiese ondernemings | (1x2) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • As daar min ondernemings in die mark is, kan hulle saamspan om 'n prys- of uitsetvlak vir die mark vas te stel om die wins in die bedryf te maksimeer. ✓✓ • As gevolg hiervan sal die prys hoër wees as die prys wat die mark skoonmaak, en sal die produksie waarskynlik laer wees ✓✓ | | |
| 3.1.4 | Hoe kompeteer ondernemings in die oligopolie mark? (1x2) | | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Toenemende handelsmerk herkenning en lojaliteit deur advertensies ✓✓ • Vooruitskouing in die markte deur nuwe produkte te ontwikkel ✓✓ • Afslag gee om 'n indruk van goeie waarde te gee ✓✓ | | |
| 3.1.5 | Wat is die belang van 'n naverkoopdiens? (1x2) | | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Dit genereer lojale klante en verhoog 'n handelsmerk waarde ✓✓ • Kliënte tevredenheid en behoud van klante ✓✓ | | |

Data respons

WENK: Alle vrae oor afdeling B bevat TWEE vrae oor die interpretasie van data - elk tel 10 punte. Afdeling B bestaan uit Vrae 2-4 nie as getel in hierdie dokument

VRAAG 4:

Study die uittreksel hieronder en beantwoord die vrae wat volg

4.1 Noem EEN voorbeeld van hindernisse vir toetrede in 'n oligopolie (1)

- Hoë beginkapitaal ✓
- Ekonomieë van skaal ✓
- Eienaarskap van grondstowwe ✓
- Patente ✓
- Lisensies ✓

4.2 Gee enige nie-prys mededingingstrategie wat deur oligopoliste gebruik word. (1)

- Advertensies ✓
- Na-verkope diens ✓
- Doeltreffende diens ✓
- Deur tot deur dienste ✓
- Lojaliteitsbelonings ✓

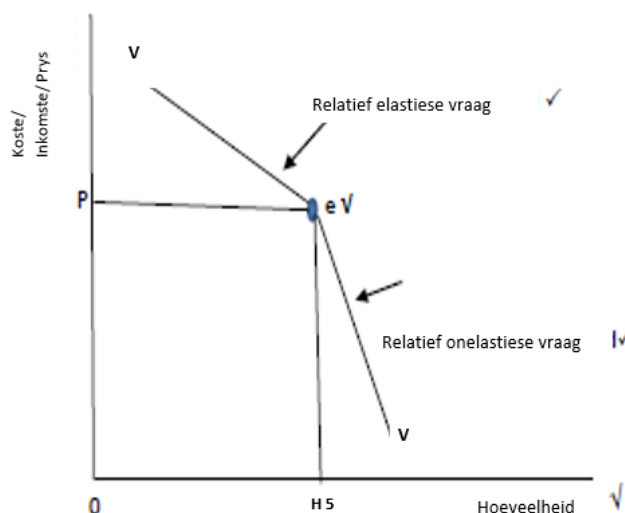
4.3 Beskryf kortliks die term oligopolieë. (2)

- Oligopolie is 'n markstruktuur waar slegs enkele verkopers gedifferensieerde produkte bedryf en verkoop. ✓✓

4.4 Verduidelik die stilswyende samespanning deur oligopolieë (2)

- Oligopolie gebruik stilswyende **samespanning** sonder om formeel te kommunikeer of formele ooreenkomste te sluit ✓✓
- 'n Dominante firma (prysleier) sal die prys van 'n produk verhoog in die hoop dat sy mededingers dit as 'n sein sal sien en doen dieselfde ✓✓

4.5 Verduidelik aan die hand van 'n grafiek die vraagkurwe van 'n oligopolis (2x2) (4)



VRAAG 5:

Bestudeer die onderstaande prente en beantwoord die vrae wat volg.

- 5.1 Identifiseer 'n nie-prys mededingingstrategie hierbo (1)**
- Deur tot deur aflewering✓
- 5.2 Watter markstruktuur beoefen nie-prys mededinging? (1)**
- Oligopolie ✓
- 5.3 Beskryf kortliks die term *nie-prysmededinging*. (2)**
- Om op grond van produk differensiasie, doeltreffende diens en advertensies eerder op grond van pryse✓✓
- 5.4 Waarom is oligopoliste huiwerig om met mekaar op prys te kompeteer om 'n groter aandeel in die mark te kry? (2)**
- Hulle tree op gedrag van ander: as een onderneming sy prys verhoog, verloor dit sy markaandeel✓✓
 - Wanneer die onderneming hul prys verlaag, sal ander volg en 'n prysoorlog kan ontstaan✓✓
- 5.5 Hoe gebruik restaurante nie-prysmededinging om hul produkte of dienste meer prys onelasties te maak? (4)**
- Omvangryke gebruik van advertensies om inligting te verskaf, verbruikers daaraan te herinner en om verbruikers te oortuig om van hul dienste gebruik te maak✓✓
 - Aanbiedings soos bonuspunte vir die gebruik van sekere inkopieskaarte, verjaardag bewyse✓✓
 - Aanlyn bestelling dienste ✓✓
 - Uitgebreide sake-ure

VRAAG 6:

Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 6.1 Noem enige segment van die geknakte vraagkurwe (1)**
- Vraag elasties✓
 - Vraag onelasties ✓
- 6.2 Wat is die impak van prysstyging op geknakte vraagkurwe (1)**
- Daling in vraag ✓
 - Ondernemings verloor inkomste✓
 - Verbruikers sal oorsakel na sy mededingers ✓
- 6.3 Beskryf kortliks die begrip *geknakte vraagkurwe* (2)**
- Kom voor wanneer die vraagkurwe nie 'n reguit lyn is nie, maar 'n ander elastisiteit het vir hoër en laer pryse✓✓

- 6.4 **Waarom vind die knik in die vraagkurwe plaas** (2)
- Omdat mededingende ondernemings anders optree as prysverlagings en prysstygings✓✓
- 6.5 **Hoe realities is die geknakte vraagkurwe in die praktyk?** (4)
- Petrolstasies kan die prys verhoog en nie die elastiese vraag sien nie omdat hulle die beste plek het✓✓
 - Ondernemings wil dalk nie die markaandeel verdedig nie. Eerder as om getrek in 'n prysoorlog✓✓
 - selfoon maatskappye kan verhoog die prys, maar verbruikers is bereid om te betaal omdat die prys is nie 'n dominante faktor✓✓

VRAAG 7

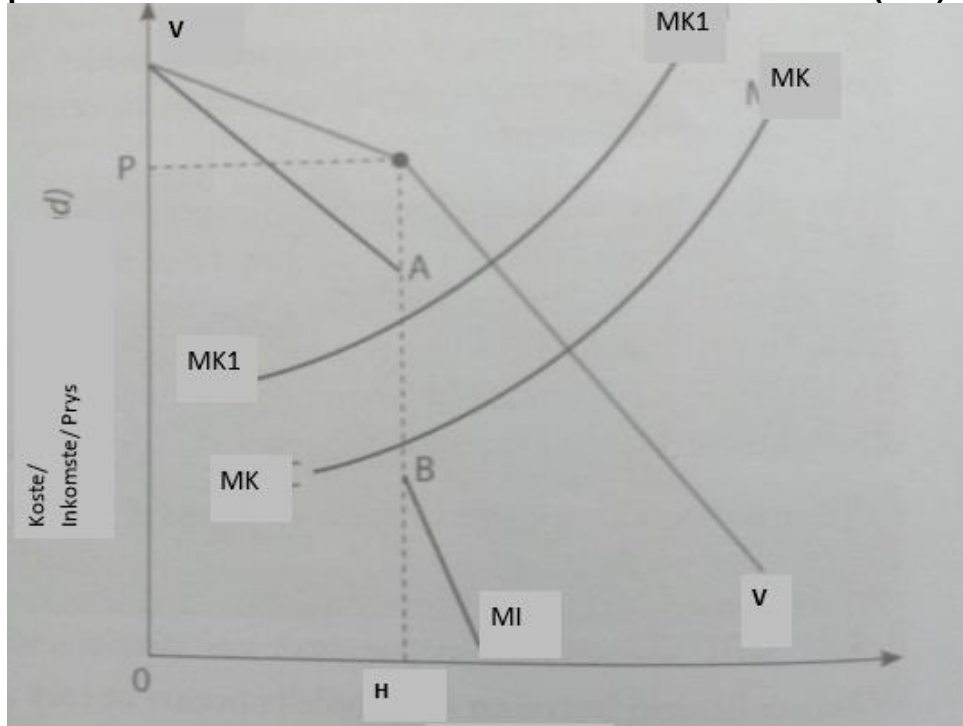
Studie prente hieronder en beantwoord die vrae wat volg

- 7.1 **Identifiseer EEN voorbeeld van maatskappye wat gebruik nie-prys strategieë** (1)
- Capitec bank✓
 - Skaal ✓
- 7.2 **Watter tipe wins word op lang termyn met oligopolie gemaak** (1)
- Ekonomiese wins✓
- 7.3 **Beskryf kortliks die begrip *prysleierskap*** (2)
- 'n Situasië waar een firma 'n prys vasstel en die ander dit as die markprys aanvaar. ✓✓
- 7.4 **Verduidelik 'sake doen via die internet' as 'n vorm van nie-prysmededinging wat belangrik is vir ondernemings** (2)
- Die internet help die onderneming om met klante te kommunikeer en 'n sterk netwerk te bou. ✓✓
 - Internet platforms help die onderneming om nuwe klante te kry en bestaande klante te behou✓✓
- 7.5 **Waarom is onderlinge afhanklikheid belangrik onder oligopolie, maar nie so belangrik onder perfekte mededinging en monopolie nie?** (4)
- Die aantal oligopolistiese ondernemings is klein, die prys of produksie verandering deur een onderneming kan 'n direkte invloed op 'n ander onderneming hê. Daarom sal maatskappye die reaksies van die mededinger in die besluitneming oorweeg✓✓
 - In 'n kompeterende mark verkoop firma homogene goedere en is dit prysnemer. Daar is dus soveel ondernemings, daarom kan niemand die ander beïnvloed nie.
 - Monopolie het net een onderneming, dus is daar geen geleentheid vir onderlinge afhanklikheid nie ✓✓

WENK: Alle vrae in afdeling B het TWEE vrae van 8 punte, genummer volgens vrae wat nie hierin lyk nie dokument.

VRAAG 8 Paragraaf-tipe vrae - Middel-kognitief

8.1 Illustreer die vraagkurwe van die oligopol wat die prys en produksievlakke duidelik aantoon. (4x2) 8



- Hierdie model is gebaseer op die aanname dat elke onderneming van mening is dat as dit sy prys verhoog, ander nie sal volg nie, maar as dit die prys verlaag, sal ander sake hul sin verlaag.✓✓
- Teen pryse bo P hou 'n klein prysstyging 'n groot afname in die hoeveelheid verkoop✓✓
- Die ander onderneming hou hul huidige prys en die onderneming het die hoogste prys ten goede, dus verloor dit marktaandeel.✓✓
- Teen pryse onder P bring selfs 'n groot prysverlaging slegs 'n klein toename in die hoeveelheid wat verkoop word.✓✓
- Om wins te maksimeer, lewer die onderneming die hoeveelheid waarteen marginale koste gelyk is aan marginale inkomste.✓✓
- As marginale bedjies wissel tussen A en B, net soos die marginale kostekurwes MK en MK₁, verander die besigheid nie sy prys of produksie nie.✓✓
- Slegs as die marginale koste buite die reeks AB wissel, verander die prys en uitset daarvan.✓✓ Die

- Die geknakte vraag kromme model voorspel dat prys en hoeveelheid ongevoelig is vir klein koste veranderinge. ✓✓

8.2 Met verwysing na 'n oligopolie patroon, verduidelik die twee elasticiteitsegmente van die vraagkurwe (4x2). 8

- Die boonste segment van die oligopolie se vraag kurwe is meer elasties van aard. ✓✓
- Enige prysstygings in hierdie segment bo die markprys het 'n groot afname in die hoeveelheid gevra (wet van vraag). ✓✓
- 'n Mededinger van die oligopolie verloor baie verkope vir enige klein prysstyging. ✓✓
- As 'n onderneming sy prys verlaag, terwyl ander ondernemings dit nie volg nie, sal dit 'n meer onelastiese vraagkurwe in die gesig staar, wat hom in staat stel om verkope te verhoog. ✓✓
- Die groot prysverlaging sal 'n klein toename in die hoeveelheid in hierdie onelastiese segment veroorsaak. ✓✓
- Die wins behaal deur enige prysverlaging is eintlik minder as teen die oorspronklike markprys. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)

8.3 Bespreek die kenmerke van oligopolieë (4x2) 8

- Daar is beperkte kompetisie. Slegs enkele verskaffers vervaardig dieselfde produk. ✓✓
- Produkte kan homogeen of gedifferensieerd wees. ✓✓
- Hierdie mark word gekenmerk deur wedersydse afhanklikheid. Die beslissing van een maatskappy sal beïnvloed en word beïnvloed deur die besluite van die ander maatskappye. ✓✓
- Oligopolieë kan gereeld hul pryse verander om hul markaandeel te vergroot. ✓✓
- Daar word uitgebreid gebruik gemaak van nie-prys maatreëls om markaandeel te verhoog, bv. Advertensies, doeltreffende diens of produk differensiasie. ✓✓
- Toetrede is nie maklik in 'n oligopolistiese mark nie. Dit is as gevolg van lojaliteit aan handelsmerke en dit verg ook 'n groot kapitaallitleg. ✓✓

8.4 Bespreek nie-prys mededingingstrategie vir oligopolieë. (4x2) 8

- Nie-prysmededinging behels dat ondernemings hul produkte van mededingende produkte onderskei op grond van ander kenmerke as prys. ✓✓
- Nie-prysmededinging behels promosie koste. ✓✓
- Probeer om kwaliteit en diens na verkope te verbeter, soos om uitgebreide waarborge te bied. ✓✓ ✓
- Besteding aan advertensies, borgskap en produk plasing. ✓✓

- Verkoopspromosie ✓✓
- Ondernemings sal ondanks die bykomende koste betrokke wees met nie-prysmededinging, ✓✓
- omdat dit gewoonlik winsgewender is as om teen 'n laer prys te verkoop en die risiko vermy van prysoorloë ✓✓

VRAAG 10

Paragraaf-tipe vrae - Hoër kognitief

9.1 Verduidelik hoe SASOL in 'n oligopolistiese mark kan meeding met ander petrol verkopers in Suid-Afrika. (4x2) 8

Hulle sal meeding met nie-prysmededinging ✓✓ deur te fokus op 'n paar van die volgende:

- advertensies en bemerking ✓bv. televisie en radio ✓
- Bykomende dienste✓ bv. gerief winkels✓
- Branding ✓SASOL logo✓ bv. brandstof vir skoner enjin ✓
- Vriendelike personeel ✓ bv. bied bykomende dienste soos band-druk tjek ✓
- Skoon sanitêre fasiliteite✓ gereeld skoongemaak / addisionele dienste bv. 'n babakamer ✓
- Kompetisies✓ bv. 'n motor wen ✓
- Lojaliteitsbelonings vir klante✓ bv. vul tot 'n sekere bedrag, kry gratis was van 'n enjin ✓
- Werk saam met ondernemings ✓bv. ✓
- Adverteer✓ met en in samewerking met ander ondernemings ✓
- Rekeninghouers ✓sekere maatskappye wat betaal, betaal slegs einde van die maand ✓

9.2 Beoordeel die oorwegings wat betrokke is by die besluit van die oligopoliste of hulle moet meeding of saamwerk (4x2) 8

- Ondernemings in 'n oligopolie stel 'n prys- of uitsetvlak vir 'n mark in om die wins van die bedryf te maksimeer. Op die uiterste kan die samewerkende ondernemings as 'n monopolie optree. ✓✓
- Oligopoliste wat hul individuele eiebelang nastreef, sal 'n groter hoeveelheid produseer as 'n monopolis en 'n laer prys vra✓✓
- Samespanning reëlins is oor die algemeen onwettig. Boonop is dit moeilik vir ondernemings om aksies te koördineer, en daar is 'n bedreiging dat ondernemings die ander in die reëling kan deflekteer en ondermyn.✓✓
- Prysleierskap, wat plaasvind wanneer 'n dominante mededinger die prys van die bedryf bepaal en ander volg, is 'n informele soort samespanning wat oor die algemeen wettig is. ✓✓

- 9.3 Verduidelik die rol van mededinging en samespanning in die vorming van kartels (4x2). 8**
- Kartel lede werk saam om die prys en produksie van die bedryf te bepaal. ✓✓
 - Spelteorie dui aan dat kartels inherent onstabiel is. Elke lid het 'n aansporing om te kul om op die korttermyn hoër winste te behaal. ✓✓
 - Bedrog kan lei tot die ineensorting van 'n kartel. Met die ineensorting sal maatskappye terugkeer na mededinging, wat sal lei tot verminderde winste. ✓✓
 - OPEC, die organisasie van petroleum uitvoerlande, bied 'n voorbeeld van 'n historiese effektiewe kartel. ✓✓
- 9.4 Evalueer die impak van kartels op die verbruikers (4x2) 8**
- Negatief**
- Hoër pryse - kartel lede kan almal pryse verhoog, wat die elasticiteit van die vraag na een lid verminder. ✓✓
 - Gebrek aan deursigtigheid - lede kan instem om pryse weg te steek of inligting weer te hou, soos die verborge koste in kredietkaarttransaksies. ✓✓
 - Beperkte produksie - lede kan ooreenkom om die produksie op die mark te beperk, soos met OPEC en sy olie kwotas. ✓✓
 - Om 'n mark op te skerp - kartel lede kan gesamentlik instem om 'n mark in streke of gebiede op te breek en nie op mekaar se gebied mee te ding nie. ✓✓
- Positiewe**
- versekering van winste - Hoër pryse beteken dat ondernemings 'n bietjie wins sal maak ✓✓
 - monopolieë mag - as maatskappye saamwerk, stel hulle hul pryse hoog, wat beteken dat die individuele oligopoliste mag het asof hulle 'n monopolie is. ✓✓
 - Bemakingseconomieë. ✓✓
 - Produksie doeltreffendheid. ✓✓
 - Vermoë om sakesiklusse te weerstaan. ✓✓
 - Skaalvoordele. ✓✓

AFDELING C

VRAAG 10

- **Bespreek 'n oligopolie as 'n markstruktuur** (26 punte)
 - **Hoe kompeteer oligopoliste sonder om prys te gebruik om hul marktaandeel te vergroot?** (10 punte)
- [40]**

INLEIDING

- Die oligopolie is 'n soort onvolmaakte mark waarin slegs enkele groot produsente die mark oorheers. ✓✓
- (Aanvaar enige ander relevante en korrekte antwoord)

HOOFDEEL

Aard van die produk

- Die produk kan homogeen wees in 'n suiwer oligopolie. ✓✓
- As die produk gedifferensieerd is, staan dit bekend as 'n gedifferensieerde oligopolie. ✓✓

Markinligting

- Daar is onvolledige inligting oor die produk en die pryse. ✓✓

Toetreding tot die mark

- Mark toetreding is nie maklik nie, dit is beperk in die sin dat groot kapitaalkostes nodig mag wees. ✓✓

Beheer oor die prys

- Oligopoliste het aansienlike beheer oor die prys, dit kan die prys beïnvloed, maar nie soveel as die monopolis nie. ✓✓
- Oligopoliste kan gereeld hul pryse verander om hul marktaandeel te vergroot, wat lei tot prys oorloë. ✓✓

Wedersydse afhanklikheid

- Die besluit van een firma beïnvloed en word beïnvloed deur die besluite van die ander mededingers. ✓✓
- Onderlinge afhanklikheid (interafhanklikheid) bestaan tussen hierdie ondernemings.
- 'n Verandering in die prys of verandering in die marktaandeel deur een firma word weerspieël in die verkope van die ander. ✓✓

Nie-prysmededinging

- Nie - prysmededinging kan plaasvind deur advertensies, verpakking, naverkoopdienste. ✓✓
- Aangesien prysmededinging tot vernietigende prysoorloë kan lei, verkies oligopoliste om op 'n ander basis mee te ding. ✓✓
- Deelnemers neem mekaar noukeurig dop - wanneer een oligopolis 'n advertensieveldtog loods, volg sy mededingers binnekort die reeks. ✓✓
- As oligopoliste as 'n kartel werk, het ondernemings 'n absolute kostevoordeel bo die res van die ander mededingers in die bedryf. ✓✓

Samespanning

- Samespanning is 'n strategie wat deur maatskappye gebruik word om mededinging onder mekaar uit te skakel. ✓✓
- Dit kan in die vorm van 'n openlike samespanning wees waar ondernemings kan saamwerk om 'n kartel en stilswyende samespanning te vorm waar 'n dominante onderneming die prys beheer. ✓✓

Beperkte kompetisie

- Daar is slegs 'n paar verskaffers wat dieselfde produk vervaardig. ✓✓

Ekonomiese wins

- Oligopolieë kan op lang termyn 'n ekonomiese wins maak. ✓✓
- Abnormale winste kan lei tot gesamentlike besluitneming in 'n oligopolie. ✓✓

Vraagkurwe

- Helling van links na onder na regs. ✓✓
- Dit staan bekend as die geknakte vraag, aangesien dit die boonste relatiewe elastiese helling en die onderste relatief onelastiese helling bevat. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante en korrekte antwoord)

('n maksimum van 8 punte vir subopskrifte en voorbeelde)

(maks. 26)

ADDISIONELE DEEL

Oligopoliste kan hul markaandeel vergroot deur nie-prysmededinging strategieë te gebruik deur:

- hul produk te merk om te skep 'n indruk dat die produk vir 'n bepaalde ouderdomsgroep of inkomstegroep is. ✓✓
- aggressiewe advertering wat klante inlig oor die besigheid of produk wat dit bied. ✓✓
- gebruik aantreklike verpakking om belangrike kenmerke van hul produk na vore te bring.
- die verbetering van hul kliëntediens om te verseker dat hulle na hul besighede terugkeer. ✓✓
- Die verskaffing van relevante en akkurate inligting, wat van kardinale belang is vir die klante, aangesien daar mededingers in die mark is, sal klante die ondernemings wat relevante inligting verskaf, betower. ✓✓
- verlenging van die winkelure na die gemak van klante.
- Om lojaliteitsbelonings aan klante te bied, wat hul terugkeer tot opgehoopte belonings sal aanmoedig. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

(Maks. 10)

GEVOLGTREKKING

- In Suid-Afrika is gevind dat oligopoliste pryse onwettig manipuleer tot hul voordeel, maar tog tot nadeel van die verbruiker en is daarvoor gepenaliseer. ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante antwoord)

SESSIE 19: MONOPOLISTIESE KOMPETISIE - DEEL 2**AFDELING A: TIPIESE EKSAMENVRAE VRAAG****1: Afdeling A - Kort vrae****(geneem uit verskillende bronne)**

1.1. **Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer neer.**

1.1.1. C ✓✓(monopolistiese kompetisie)

1.1.2. A ✓✓(gratis toegang en uitgang)

1.1.3. c ✓✓ (produk verskeidenheid)

1.1.4. A✓✓(gesig afwaartse skuins vraagkrommes)

1.1.5. B ✓✓(sal geen wins maak nie)

1.1.6. D ✓✓(daar is vryheid om in- en uitgang op lang termyn)

1.1.7. C✓✓(MK <GTK)

1.1.8. B ✓✓(Elke onderneming se uitsetvlak is te klein om die gemiddelde koste te minimaliseer)

1.2

1.2.1 B (word gebruik om die onderneming se produk te onderskei)

1.2.2 C (Kom voor wanneer verkopers op hul produk se eienskappe fokus as op prys)

1.2.3 D (soort mededinging wat gereeld in die kleinhandelsektor van die ekonomie voorkom)

1.2.4 A (vind plaas wanneer MK = MI)

1.3

1.3.1 Advertensie

1.3.2 Monopolistiese mededinging

1.3.3 Handelsmerk

1.3.4 Samespanning

AFDELING B**VRAAG 2:**

WENK: Wanneer die vraag vereis dat u 'moet lys' of 'benoem', hoef u nie 'n sin te skryf nie, maar slegs een of twee woorde. Dit MOET in koeëlvorm geskied. Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.1, 3.1.1 en 4.1.1

2.1.1 Noem enige TWEE voorbeelde van monopolistiese mededinging (2x1)**2**

- Hotelle en kroëë✓
- Kappers (verbruikers dienste) ✓
- Algemene spesialis-kleinhandel ✓
- Restaurant besigheid✓

- 2.1.2 Noem enige TWEE dimensies van produk differensiasie (2x1) 2**
- Produkte is identies✓
 - Verskil in denkbeeldig✓
 - Verskille in verpakking✓
- 2.1.3 Noem enige TWEE handelsmerke kitskosverskaffers in Suid-Afrika (2x1) 2**
- KFC✓
 - Chicken Licken✓
 - Nando's✓
 - Steers✓
 - Wimpy ✓
- 2.1.4 Noem enige TWEE algemene kenmerke van monopolistiese mededinging (2x1) 2**
- Gedifferensieerde produkte✓
 - 'n Baster strukture✓
 - Diverse sake✓

VRAAG 3: (Geneem uit verskillende bronne)

WENK: Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.2, 3.1.2 en 4.1.2

- 3.1.1 Waarom verdien sommige ondernemings in monopolistiese mededinging nie op die lange duur verliese nie? (1x2) 2**
- Gratis uittrede impliseer dat enige winsgewende ondernemings op die langtermyn die mark verlaat. ✓✓
- 3.1.2 Waarom is die monopolistiese kompetisie ondoeltreffend? (1x2) 2**
- Die onderneming se winsmaksimerende produksie is minder as die produksie wat verband hou met die minimum gemiddelde koste✓✓
 - Die onderneming hef 'n prys wat die marginale koste oorskry✓✓
- 3.1.3 Waarom word daar gesê dat oortollige kapasiteit op die langtermyn in monopolistiese mededinging bestaan? (1x2) 2**
- word gesê dat die onderneming oorskot kapasiteit het omdat dit maklik 'n toename in produksie kan akkommodeer. Hierdie oortollige kapasiteit is die groot maatskaplike koste van 'n mono polis tisch mededingende mark struktuur✓✓
- 3.1.4 Waarom is 'n volmaak mededingende firma meer doeltreffend as 'n monopolistiese firma? (1x2) 2**
- In 'n volkome mededingende mark is die prys gelyk aan marginale koste en verdien 'n ekonomiese wins van nul. ✓✓
 - In 'n monopolie word die prys bo marginale koste gestel en verdien die onderneming 'n positiewe ekonomiese wins. ✓✓

- Volmaakte mededinging lewer 'n ewewig waarin die prys en hoeveelheid van 'n goed ekonomies doeltreffend is. ✓✓

Data Respons

WENK: Alle vrae in afdeling B het TWEE vrae oor die interpretasie van data - elk tel 10 punte. Afdeling B bestaan uit Vrae 2-4 nie as getel in hierdie dokument

VRAAG 4:

Study die uittreksel hieronder en beantwoord die vrae watvolg

- 4.1 Noem ander voorbeelde van 'n monopolistiese mededinging (1)**
- Kappers ✓
 - Klere ✓
 - TV programme ✓
 - Restaurante ✓
- 4.2 Wat eienskappe het monopolistiese mededinging gemeen met 'n monopolie? (1)**
- Beide markstrukture behels 'n gedifferensieerde produk, sodat ondernemings afwaartse vraagkurwes het, MK en MI gelykstel en 'n prys bo MK vra. ✓
- 4.3 Beskryf kortliks die term "klein kartel". (2)**
 'n organisasie van enkele onafhanklike produsente met die doel om die winsgewendheid van die betrokke ondernemings te verbeter. ✓✓
- 4.4 Waarom moet die regering monopolistiese mededinging reguleer? (2)**
- Sonder regerings regulering kan monopolieë pryse bo die mededingende ewewig stel. Dit sal lei tot ondoeltreffende toewysing en 'n afname in verbruikers welsyn. ✓✓
 - Monopsonie krag. 'n Firma met monopolie verkoopkrag kan ook in staat wees om monopolie koopkrag te benut. Supermarkte kan byvoorbeeld hul dominante markposisie gebruik om winsmarges van boere te beperk ✓✓
- 4.5 Bespreek die voordele van 'n monopolistiese kompetisie (2x2) (4)**
- Daar is geen beduidende toegangsversperrings nie; daarom is markte relatief betwisbaar. ✓✓
 - Differensiasie skep diversiteit, keuse en nut. ✓✓
 Byvoorbeeld, 'n tipiese hoofstraat in enige stad het 'n aantal verskillende restaurante om van te kies. ✓
 - Die mark is doeltreffender as monopolie, maar minder doeltreffend as perfekte mededinging - minder toewysende en minder produktief. ✓✓
 - Dit kan egter dinamies doeltreffend wees, innoverend in terme van nuwe produksieprosesse of nuwe produkte. Kleinhandelaars moet byvoorbeeld voortdurend nuwe maniere ontwikkel om plaaslike gebruik te lok en te behou. ✓✓

VRAAG 5:

Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 5.1 **Identifiseer die ewewig van die monopolis hierbo** (1)
- $MI = MK$ ✓
- 5.2 **Watter ewewigsposisie word hierbo voorgestel?** (1)
- Ekonomiese verlies ✓
- 5.3 **Beskryf kortliks die term monopolisties.** (2)
- Monopolistiese mededinging is 'n markstruktuur wat elemente van monopolistiese en mededingende markte kombineer.
- 5.4 **Hoe kan die regering die probleem van monopolie oplos?** (2)
- Regering kan die produksie aan 'n private firma oorlaat en sy verliese subsidieer. ✓✓
 - Die Regering kan die goed of dienste self lewer en belastinginkomste gebruik om die verliese te vergoed. ✓✓
- 5.5 **Waarom sê ons dat 'n monopolis nie toekenning of produktief is nie?** (2x2) (4)
- Monopolis produseer minder, gebruik minder hulpbronne en vra hoër pryse as wat die samelewing verkies ✓✓
 - Produsent nie teen die laagste koste per produksie-eenheid nie. ✓✓

VRAAG 6:

Bestudeer die onderstaande prentjie en beantwoord die vrae wat volg.

- 6.1 **Noem die mark hierbo wat verband hou met handelsmerke hierbo** (1)
- Monopolistiese mededinging ✓
- 6.2 **Identifiseer die kenmerk van die mark hierbo** (1)
- Verskil in verpakking ✓
- 6.3 **Beskryf kortliks die term *markinligting*** (2)
- Die markinligting verwys na die kennis van die mark wat onvolledig is in die monopolistiese mark ✓✓
- 6.4 **Verduidelik die langtermyn wins in die mark geïllustreer deur bogenoemde handelsmerke** (2)
- Slegs normale wins word gemaak ✓✓
 - Langtermyn wins posisie van die onderneming in die monopolistiese mededingende mark is dieselfde as dié van perfekte mededinger. ✓✓

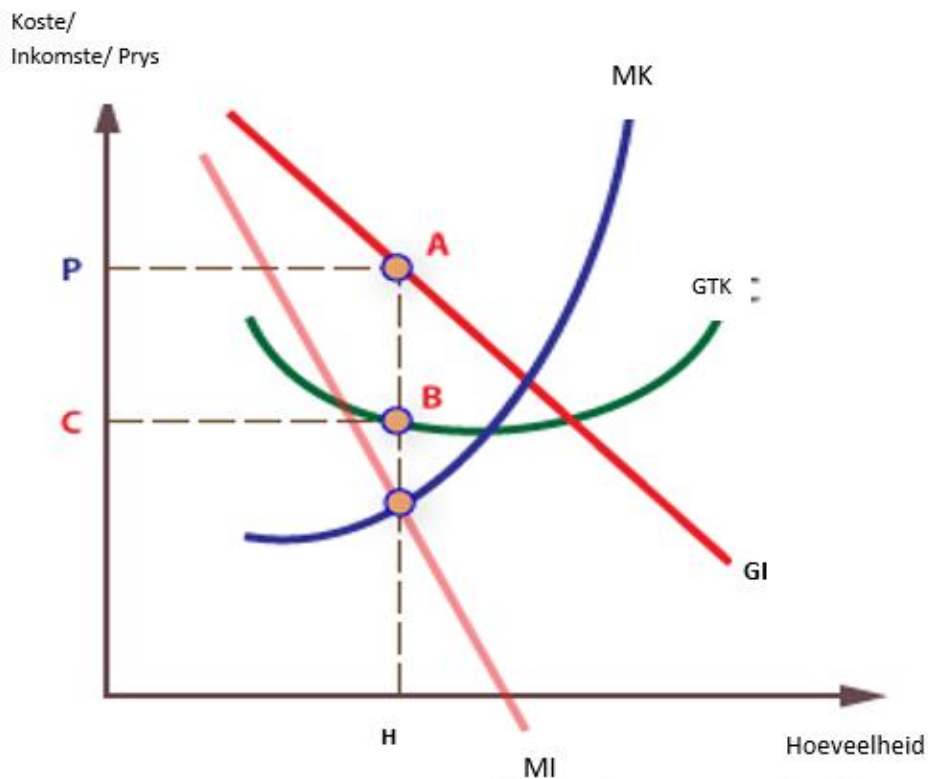
6.5 Hoe lewer u 'n goeie naverkoopdiens? (4)

- Die bevordering van vrystellings wat bestaande klante prioritiseer, is uitstekend vir lojaliteit, want dit toon aan dat die handelsmerk ou klante omgee en waardeer, wat hulle eerstehands toegang gee tot nuus wat nuwe produkte en dienste betref✓✓
- E-pos bemerking is een van die duurste koste. -effektiewe tegnieke vir die bemerking van inhoud, omdat u inhoud direk in die posbus van die ontvanger aflewer sonder dat algoritmes die bereik van u boodskap beperk, soos met sekere sosiale media voorkom✓✓

WENK: Alle vrae in afdeling B het TWEE vrae van 8 punte, genommer volgens vrae wat nie hierin lyk nie dokument.

VRAAG 7 Paragraaf-tipe vrae - Middel-kognitief

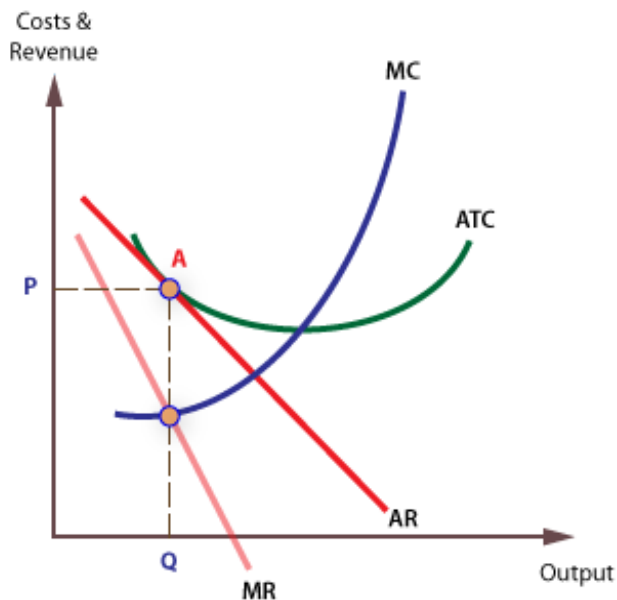
7.1 Illustreer 'n monopolistiese kompetisie op kort termyn (4x2) 8



- By winsmaksimering is $MK = MI$, en die uitvoer is H en prys P. Aangesien die prys (GI) hoër is as die GTK by H, is die normale winste moontlik (area PABC) ✓✓
- Namate nuwe ondernemings die mark betree, word die vraag na produkte van die bestaande firma meer elasties en skuif die vraagkurwe na links, wat die prys laat daal. Uiteindelik word alle supernormale winste weggeval. ✓✓

7.2 Verduidelik aan die hand van die grafiek die monopolistiese mededinging op lang termyn (4X2).

8



- Supernormale winste trek nuwe toetreders aan, wat die vraagkromme vir bestaande ondernemings na links verskuif. ✓✓
- Nuwe toetreders gaan voort totdat slegs normale wins beskikbaar is. Op hierdie stadium het die ondernemings hul ewewig op die langtermyn bereik. ✓✓
- Die onderneming wat die beste baat as dit op kort termyn is, en hulle sal probeer om op die kort termyn te bly deur te innoveer en verdere produk differensiasie. ✓✓

VRAAG 8

Vrae oor paragraaf - Hoër kognitiewe

8.1 **Evalueer die monopolistiese kompetisie op klein ondernemings**

(4X2)

8

- Daar is geen beduidende toegangsversperrings nie; daarom is die markte relatief aanvegbaar. ✓✓
- Differensiasie skep diversiteit, keuse en nut. Byvoorbeeld, 'n tipiese hoofstraat in enige stad het 'n aantal verskillende restaurante om van te kies.
- Die mark is doeltreffender as monopolie, maar minder doeltreffend as volmaakte mededinging - minder allokasie en minder produktief doeltreffend. ✓✓
- Dit kan egter dinamies doeltreffend wees, innoverend in terme van nuwe produksieprosesse of nuwe produkte. Kleinhandelaars moet byvoorbeeld voortdurend nuwe maniere ontwikkel om plaaslike gebruik te lok en te behou. ✓✓

Nadele van monopolistiese voltooiing

- Sommige differensiasie skep nie nut nie, maar genereer onnodige afval, soos oortollige verpakking.
- Advertensies kan ook as verkwistend beskou word, hoewel die meeste informatief eerder as oortuigend is. ✓✓

- daar is allokatiewe ondoeltreffendheid op lang en kort termyn. ✓✓
- Dit is omdat die prys in beide gevalle hoër is as die marginale koste.
- Op die langtermyn is die onderneming minder ondoeltreffend, maar steeds ondoeltreffend. ✓✓

8.2 Hoe sou mededingers in monopolistiese mededinging hul operasionele sukses in die mark verseker? (4X2) 8

- Skep geleentheid vir nie-prysmededinging as gevolg van faktore wat verband hou met die uniekheid van hul produkte in vergelyking met die van mededingers ✓✓
- Om meer klante te lok deur hul produkte te adverteer, wat hulle meer aantreklik maak vir klante ✓✓
- Verpakking van hul produk op 'n aantreklike manier vir klante, wat hulle opvallend maak van dié van mededingers ✓✓
- Die aflewering van gratis aflewering vir die gemak van hul klante ✓✓
- Uitbreiding van hul werksure ✓✓
- Die opbou van lojaliteit deur middel van produk handelsmerke ✓✓
- Die gee van lojaliteit punte aan verbruikers vir sekere aankope ✓✓

8.3 Waarom maatskappye in monopolistiese mededinging slegs op kort termyn ekonomiese wins maak? (4X2) 8

- Toetrede tot die mark is maklik ✓✓
- Die ekonomiese wins wat die besigheid op kort termyn behaal, lok nuwe ondernemings om die mark te betree ✓✓
- Die toetrede van nuwe ondernemings lei tot 'n toename in die aanbod van gedifferensieerde produkte ✓✓
- Mededinging veroorsaak alle ekonomiese wins verdwyn, wat beteken dat langtermyn gemiddelde koste gelyk is aan die prys van die produk ✓✓
- Die bykomende winste word op lang termyn uitgeskakel deur onvolmaakte nabootsing van suksesvolle produkontwerp, produksiestelsels en bemarkingspogings deur sowel gevestigde as nuwe mededingers ✓✓
- Slegs normale wins word op die lang termyn behaal ✓✓

8.4 Hoe sal 'n monopolistiese mededinger, soos KFC, met ander kitskos-restaurante meeding om sy marktaandeel te vergroot? 8

- Hoe sal 'n monopolistiese mededinger, soos KFC, met ander kitskos-restaurante meeding om sy marktaandeel te vergroot? ✓✓

- Die monopolistiese mededinger kan sy marktaandeel vergroot deur teen nie-prys faktore ✓✓
- KFC kan unieke speserye (resep) of nuwe produklyne (bv. Mieliepap) gebruik om 'n gedifferensieerde produk aan te bied. ✓✓
- Gebruik unieke rooi / wit verpakking om KFC-handelsmerke te bevorder ✓✓
- Aggressiewe advertensie veldtogte kan van stapel gestuur word deur te fokus op die gebruik van reklameborde / borgskappe soos mini-krieket ✓✓
- Die verlenging van die winkelure by meer KFC-takke, sal makliker wees vir klante in die nabye omgewing om van hul gebruik te maak dienste (bv. 24 uur diens) ✓✓
- Die verskaffing van meer gratis aflewering binne 'n sekere omvang van die besigheid sal 'n voorsprong bo ander kompetisie verseker ✓✓
- Die monopolistiese mededinger kan sy marktaandeel vergroot deur te kompeteer op promosie-aanbiedinge gebaseer op prys ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord) (8)
(Ken 'n maksimum van 2 punte toe vir bloot lys van feite / voorbeelde)

AFDELING C



VRAAG 9

- **Vergelyk die markstruktuur van monopolistiese mededinger met dié van 'n perfekte misdadiger. (26 punte)**
- **Verduidelik met 'n goed benoemde grafiek waarom die onderneming ophou om produksie op die sluit punt te lewer. (10 punte)**

INLEIDING '

- 'n Markstruktuur is 'n raamwerk van hoe 'n mark georganiseer word ✓✓
- Monopolisties is 'n markstruktuur met baie kopers en verkopers waar toegang relatief maklik is, maar die produk onderskei word ✓✓
- Perfekte mededinger is 'n markstruktuur met baie kopers en verkoper ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante inleiding) (Max. 2)

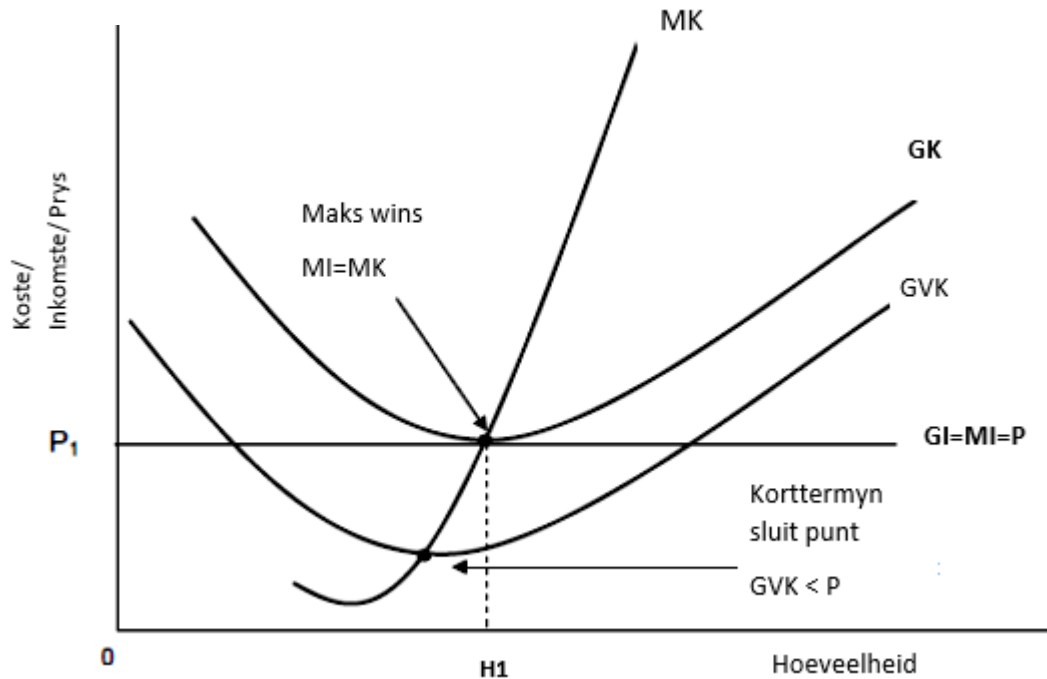
LIGGAAM

Hoof deel

	volmaakte mededinger	monopolistiese mededinger
aantal besighede	die aantal verkoper is so groot dat individuele deelnemers is onbeduidend in vergelyking met die mark as 'n geheel ✓✓,	n Groot aantal verkopers is aktief in die monopolistiese mededinger mark ✓✓, bv. Produsente van

	volmaakte mededinger	monopolistiese mededinging
	byvoorbeeld effektebeurs of varsproduktemark. ✓ ☺	skoonmaakmiddels, tandepasta, seep, koeldrank, ens. ✓
Uitset	Die vraagkurwe vir die perfekte mededinger is horisontaal. ✓✓	Die vraagkurwe is afwaarts skuins. ✓✓
Wins	Die onderneming kan ekonomiese winste op kort termyn behaal, maar slegs normale wins op lang termyn onder toestande van 'n perfekte mark. ✓✓	Die onderneming kan ekonomiese wins op kort termyn sowel as op lang termyn in die monopolistiese mededingende mark behaal. ✓✓
Bemarking	Daar is geen behoefte aan bemarkingstrategie nie weens perfekte mark kennis. ✓✓	Bemarkingstrategie word toegepas in die monopolistiese mededingende mark. ✓✓ Doelbewuste advertensieveldtog word begin om lojaliteit aan handelsmerke te skep. ✓✓
Aard van 'n produk	Homogeen, bv. Mielies ✓	Produkte is heterogeen. Bv. Dit verskil effens ten opsigte van voorkoms, vorm, grootte en smaak. ✓✓
Market kennis	Beide kopers en verkopers het volledige kennis oor heersende marktoestande. ✓✓ Daar word aanvaar dat kopers en verkopers instinkatief weet, byvoorbeeld hoeveelhede, die prys waarteen die produk verkoop word. ✓✓	Markinligting is volledig. Die vele handelsmerke, verskeidenheid produkte of marginale verskille veroorsaak 'n gebrek aan inligting vir verkopers en kopers. ✓✓
Toegang	Heeltemal gratis ✓ Die toegang tot die perfekte mark is heeltemal gratis, sonder toegangsversperrings ✓✓	Maklik en gratis. Daar is geen hindernisse soos lisensies of permitte nie. ✓✓
(Aanvaar enige ander relevante feit) (Maksimum 8 punte vir slegs 'n lys van voorbeelde)		(Maks. 26)

ADDISIONELE DEEL



Korrekte benaming van asse:	1 punt
Korrekte kruis MK en GVK:	1 punt
Koste kurwes:	1 Punt
$P=MI=GI$:	1 Punt
Korrekte aandui van $MI=MK$:	1 Punt
Korrekte aandu van sluit punt:	1 punt
	6 punte

- 'n Onderneming sal staak as dit nie sy gemiddelde of totale veranderlike koste kan haal nie ✓✓
- Die onderneming sal nie hier produseer nie omdat $GI < GVK$ ✓✓
- Die onderneming sal nie aanhou produseer vanaf die sluitpunt nie, omdat die onderneming nie sy bedryfsaktiwiteit kan nakom nie koste ✓✓
- Onder die sluitpunt sal die firma geen goedere verkoop nie. 'n Onderneming sal goedere verkoop as die prys bo die sluit prysvlak (aanbodkurwe) is ✓✓

Enige (2 x 2)
(maks. 10)

GEVOLGTREKKING

Hoewel perfek nie bestaan nie, dien dit as 'n standaard wat onvolmaakte markte soos monopolistiese mededinging behels. moet streef om te bereik. ✓✓
(Aanvaar enige ander relevante gevolgtrekking)
(Maks. 2)

[40]

SESSIE 21: MARKMISLUKKING - DEEL 2

AFDELING A: TIPIESE EKSAMENVRAE

MARKMISLUKKINGS

VRAAG 1: Afdeling A - Kort vrae

(geneem uit verskillende bronne)

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir die volgende vrae gegee.

Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer neer.

- 1.1.1. A✓✓ (word nie weerspieël in die markpryse nie, dus kan dit 'n bron van ekonomiese ondoeltreffendheid wees.)
- 1.1.2. C✓✓ gemiddelde private koste in vragmotors is laer as die gemiddelde sosiale koste, sodat sommige vragmotor ondernemings in die bedryf bly as doeltreffendheid vereis dat hulle vertrek. .
- 1.1.3. B✓✓ (oortollige aanbod van arbeid)
- 1.1.4. C ✓✓ (individue wat volgens eie belang optree)
- 1.1.5. A ✓✓ (doeltreffend toegeken)

- 1.2 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat ooreenstem met die item in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A - I) langs die vraagnommer (1.2.1 - 1.2.4) in die ANTWOORDEBOEK, byvoorbeeld 1.2.9 J.

1.2.

- 1.2.1. B✓ (pryse sal laag wees en verbruikers sal bederf word met keuse
- 1.2.2. D✓ die koste wat die individuele onderneming aangaan
- 1.2.3. A✓ (help om die maatskaplike koste en voordele van verwante projekte te kwantifiseer
- 1.2.4. C✓ verhoogde internasionale profiel van die lughawe

1.3.

- 1.3.1. Herverdeling van inkomste ✓
- 1.3.2. Sosiale voordele ✓
- 1.3.3. Eksternaliteite ✓
- 1.3.4. Sondebelasting✓
- 1.3.5. Markmislukking ✓

AFDELING B**VRAAG 2:**

WENK: As u in die vraag moet 'noem' of 'benoem', hoef u nie 'n sin te skryf nie, maar slegs een of twee woorde. Dit MOET in koeëlvorm gedoen word. Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.1, 3.1.1 en 4.1.1

- | | | | |
|--------------|---|---------------|----------|
| 2.1.1 | Noem enige TWEE voorbeelde van gemeenskaplike goedere | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Verdedigingsdienste✓ ● Polisie✓ ● Lighuis✓ ● Straatbeligting ✓ ● Vloedbeheer ✓ ● Stormwaterdreineringswerk✓ | | |
| 2.1.2 | Noem enige TWEE kenmerke van openbare goedere | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Nie mededingend / nie-mededingend✓ ● Nie uitgesluit nie ✓ ● Sosiale voordele oorskry privaat voordeel✓ ● Oneindige verbruik ✓ ● Nie-verwerpbaar ✓ | | |
| 2.1.3 | Noem TWEE voorbeelde waar maksimum pryse toegepas kan word . | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Huur ✓ ● Voedsel ✓ ● Kaartjies ✓ | | |
| 2.1.4 | Noem enige TWEE gevolge van markmislukking. | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Toekenningsdoeltreffendheid ✓ ● Produktiewe ondoeltreffendheid✓ ● Eksternaliteite ✓ ● Regeringsinmenging✓ | | |
| 2.1.5 | Noem TWEE instrumente van onvolmaakte markte (owerheidsinmenging) | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Mededinging uit die buiteland✓ ● Mededingingsbevordering ✓ | | |
| 2.1.6 | Noem TWEE voorbeelde van minimum loon | (2x1) | 2 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Huiswerkers✓ ● Plaaswerkers ✓ | | |

VRAAG 3:

(Geneem uit verskillende bronne)

WENK: Hierdie tipe vrae is van toepassing op 2.1.2, 3.1.2 en 4.1.2

- 3.1.1** **Waarom is dit belangrik vir die staat om pryse van sekere goedere te administreer (1x2)** **2**
- Om dit meer te maak bekostigbaar ✓✓
- 3.1.2** **Hoe beïnvloed eksternaliteite ewewig en skep dit markmislukking? (1x2)** **2**
- Eksternaliteite, of gevolge van 'n ekonomiese aktiwiteit, lei tot markmislukking omdat die prys ewewig van 'n produk of diens nie die werklike koste en voordele van daardie produk of diens akkuraat weerspieël nie. ✓✓
 - Dit sal lei tot verminderde produksie en 'n doeltreffender ewewig. ✓✓
- 3.1.3** **Waarom sal produktiewe ondoeltreffendheid en allokatiewe ondoeltreffendheid verkwistend wees? (1x2)** **2**
- Toewysende ondoeltreffendheid is ook verkwistend omdat die samelewing nie die hulpbronne gebruik soos hulle die meeste wil hê nie, wat nie die maksimum nut is nie ✓✓
- 3.1.4** **Wat is die sterk punte van kostevoordeelontleding? (2x1)** **2**
- bied dit 'n objektiewe manier om projekte met mekaar te vergelyk. ✓✓
 - Besigheid eienaars wat emosioneel gekoppel is aan of tyd het om in sekere projekte te belê, kan geneig wees om hierdie projekte voort te sit, selfs al is daar beter opsies beskikbaar ✓✓
- 3.1.5** **Waarom is minimumloon 'n prysvlak? (1x2)** **2**
- Die minimum loonprysvloer word vasgestel sodat die verskaffers (huidige of potensiële werknemers in hierdie geval) nie hul arbeid onder die aangewese prys sal verkoop nie, selfs al is die aanvraers (werkgewers) bereid om dit vir minder aan te stel. ✓✓
 - 'n Prys vloer is die laagste moontlike prys wat vir die betrokke goed of diens betaal kan word. ✓✓

Data Respons

WENK: Alle vrae oor afdeling B het TWEE vrae oor die interpretasie van data - elk tel 10 punte. Afdeling B bestaan uit Vrae 2-4 nie as getel in hierdie dokument

VRAAG 4:

Study die grafiek hieronder en beantwoord die vrae wat volg?

- 4.1 By watter punt op die grafiek hierbo is die eise van verbruikers ontmoet (1)
- Punt C ✓
- 4.2 Wat word deur punt E of F voorgestel? (1)
- Toewysende en produktiewe ondoeltreffendheid ✓
- 4.3 Beskryf die term kortliks *onverskilligheidskurwe*. (2)
- Onverskilligheidskurwe toon die kombinasie van twee goedere wat die verbruiker dieselfde vlak van tevredenheid gee ✓✓
- 4.4 Verduidelik die rede vir die helling van die produksiemoontlikheidskurwe hierbo. (2)
- Die produksiemoontlikheidskromme is konkaf teenoor die oorsprong omdat toename in die produksie van een goed sal lei tot 'n toenemende opoffering in terme van 'n afname in ander goedere ✓✓
- 4.5 Hoe kan negatiewe eksternaliteit verminder word met behulp van hoeveelheid beheer? (2x2) (4)
- Regulering van die produksie van 'n goed ✓✓
 - Uitreiking van lisensies om produksie toe te laat ✓✓
 - Stel kwota limiete in vir die totale hoeveelheid van 'n goed wat geproduseer moet word ✓✓

VRAAG 5:

Bestudeer die onderstaande prente en beantwoord die vrae wat volg.

- 5.1 Watter tipe eksternaliteit word in die prentjies hierbo getoon? (1)
- Positief eksternaliteit ✓
- 5.2 Gee enige voorbeeld van negatiewe eksternaliteit (1)
- Besoedeling ✓
 - Tabakrook ✓
 - Alkoholmisbruik ✓
- 5.3 Beskryf kortliks die term *meriete*. (2)
- Goedere en dienste wat gelewer word tot voordeel van die gebruiker en die samelewing as geheel ✓✓
- 5.4 Hoe kan hierdie eksternaliteit lei tot markmislukking? (2)
- As daar minder verbruik is van produkte wat te veel voorsien word ✓✓

- 5.5 **Verduidelik die resultate van doeltreffende toewysing van hulpbronne** (4)
- Die regte hoeveelheid goedere en dienste word beskikbaar gestel ✓✓
 - Daar is geen vermorsing van hulpbronne nie ✓✓

VRAAG 6:

Bestudeer die onderstaande inligting en beantwoord die vrae wat volg.

- 6.1 **Identifiseer EEN ontasbare koste verbonde aan die implementering van die BRT-stelsel in Suid-Afrika** (1)
- Die koste vir die verkryging en instandhouding van busse is hoog. ✓
 - Die BRT-stelsel is slegs tot spesifieke roetes beperk, wat die werking daarvan kan beperk. ✓
 - Die busse ding mee met taxi's / Uber-bestuurders, wat busse ondoeltreffend of onekonomies kan maak. ✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)
- 6.2 **Noem EEN voordeel verbonde aan openbare vervoerstelsels in Suid-Afrika.** (1)
- Busvervoer is effektief in stede om mense werk toe te vervoer. ✓
 - In die meeste stede word openbare busdienste deur die rade gesubsidieer, tot voordeel van die pendelaars. ✓
 - Bus dienste kan vervoer lewer na 'n groot hoeveelheid mense, selfs oor provinsiale grense heen. ✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)
- 6.3 **Beskryf kortliks die term *netto huidige waarde*** (2)
- Dit dui die huidige waarde van 'n beleggingsprojekte aan. ✓✓
 - Die huidige waarde word bereken deur alle huidige en toekomstige ontvangste en uitgawes teen 'n toepaslike rentekoers te verdiskonteer. ✓✓
 - As die netto huidige waarde positief is, is dit die moeite werd vir die regering om in die projek te belê. ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)
- 6.4 **Wat word bedoel met 'die BRT-stelsel tap die fiskus af'?** (2)
- Die busdiens is nie winsgewend genoeg nie. ✓✓
 - Die koste van die operasies is meer as die inkomste wat dit genereer. ✓✓
 - Belasting geld word gebruik / vermors om dit te finansier ✓✓
- 6.5 **Evalueer die impak van die BRT op ander vervoerstelsels in Suid-Afrika.** (4)
- Die bus dienste benodig groot bedrae kapitaal, ten koste van die subsidiëring van ander vervoerstelsels. ✓✓

- Die busdiensbedryf is ook in botsing met ander soorte vervoer, soos Uber / taxi-operateurs, wat nie gesubsidieer word nie. ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)

VRAAG 7

Bestudeer die onderstaande grafiek en beantwoord die vrae wat volg.

- 7.1 Benoem die skaduwee in die grafiek (1)**
- Negatiewe eksternaliteit ✓
- 7.2 Gee EEN voorbeeld van 'n positiewe eksternaliteit (1)**
- Onderwys ✓
 - Gesondheid ✓
 - Veiligheid ✓
- 7.3 Beskryf kortliks die term eksternaliteite (2)**
- Eksternaliteite is koste of voordele vir derde partye wat nie by die markprys van 'n produk ingesluit is nie ✓✓
- 7.4 Verduidelik die negatiewe effek van 'n afname in die vraag na sigarette op die ekonomie (2)**
- Afname in die vraag na sigarette sal die aanbod van pryse verminder, wat 'n tekort aan sigarette kan veroorsaak en die prys daarvan kan verhoog. ✓✓
 - As gevolg van 'n laer produksie van sigarette, sal die werkvlakke daal. ✓✓
 - Ekonomiese groei sal afneem as gevolg van kleiner hoeveelhede produksie. ✓✓
 - Regeringsinkomste sal daal as gevolg van laer belasting wat deur ondernemings en werkers ontvang word. ✓✓
- 7.5 Hoe moedig die regering positiewe eksternaliteite in die ekonomie aan? (4)**
- Die regering moedig positiewe eksternaliteite aan deur:
- die produksie van merietegoedere te subsidieer. ✓
 - Laer belasting te hef / belastingkortings op die produksie van merietegoedere aan te bied. ✓✓
 - Verskaffing van merietegoedere teen bekostigbare pryse of gratis aan verbruikers. ✓✓
- (Aanvaar enige korrekte en relevante antwoord)

VRAAG 8

Bestudeer die onderstaande tekenprent en beantwoord die vrae wat volg.

- 8.1 Noem die produksiefaktore hierbo (1)**
- Tegnologiese toepassings verander produksiemetodes. ✓
 - Grond / Natuurlike hulpbronne ✓
 - Arbeid ✓

- 8.2 **Noem enige ander oorsaak van markmislukking as die een hierbo** (1)
- Eksternaliteite✓
 - Ontbrekende markte✓
 - Onvolmaakte markte✓
 - Gebrek aan inligting✓
- 8.3 **Beskrif kortliks die term *markmislukkings*.** (2)
- 8.4 **Hoe is die immobiliteit van arbeid 'n belangrike probleem?** (2)
- Werkloosheid**
- Onbeweeglikheid in die werk is 'n struikelblok vir mense wat werk kry✓✓
 - Dorpe met lae mobiliteit, meer blootgestel aan eksterne skokke✓✓
- Armoede**
- Langtermyn werkloosheid beskadig lewenslange verdienste✓✓
 - Gebiede met lae mobiliteit is meer geneig om ekonomiese agterstand te ondervind wat lei tot 'n daling in inkomste / hoër skuldvlakke✓✓
- Welsyn**
- Onbeweeglikheid keer dat skaars hulpbronne optimaal gebruik word✓✓
 - Sosiale koste as gevolg van verhoogde werkloosheid en die stygende vlak van relatiewe armoede.✓✓
- 8.5 **Watter stappe moet die regering neem om mobiliteit in die arbeidsmark te verhoog (2x2)** (4)
- Meer inligting oor werk vakatures sodat dit makliker kan soek ✓✓
 - Subsidies aan arbeid of ondernemings, soos hulp met die herplasing van uitgawes en gesubsidieerde behuising ✓✓
 - Aansporing vir huishoudelike ondernemings om na die streke te verhuis, insluitend die lewering van belasting toegang en beleggings toelaes ✓✓
 - Opleidings- en heropleiding skemas om arbeid in staat te stel om hul algemene vaardighede te ontwikkel en meer in diens te kan neem in verskillende beroepe of bedrywe. ✓✓

WENK: Alle vrae van afdeling B het TWEE vrae van 8 punte, genommer volgens vrae wat nie in hierdie dokument voorkom nie.

VRAAG 9

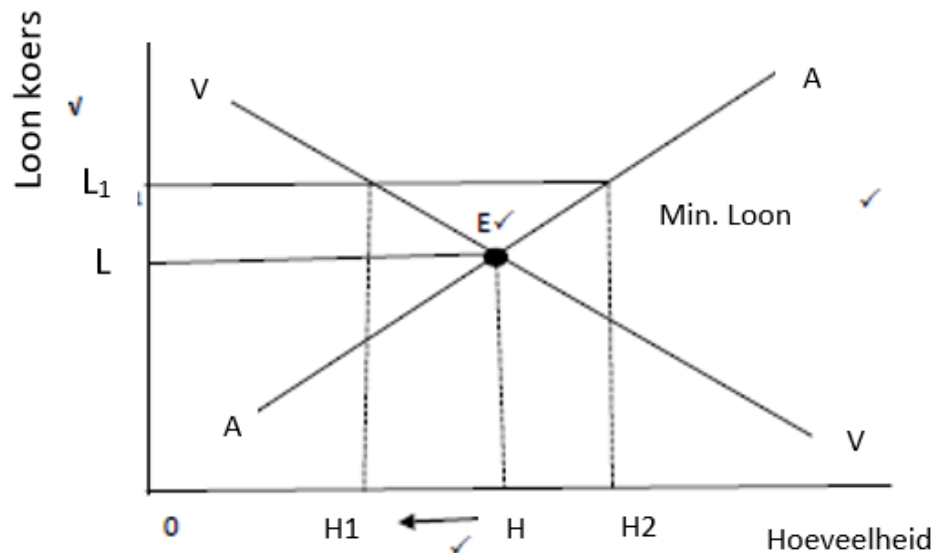
Paragraaf-tipe vrae - Middel-kognitief

9.1

Verduidelik met behulp van die grafiek die gevolge van minimum loon

(4x2)

8



- Minimum loon word deur die regering bepaal - bo die lopende loon ✓✓
 - Verdeling van inkomste sal verbeter van W na W1 ✓✓
 - Verbruikers sal hê meer om te spandeer om sodoende hul lewenstandaard te verbeter ✓✓
 - Die vraag na arbeid sal daal van H tot H1, terwyl die aanbod toeneem van H na H2 omdat werkgewers nie bereid is om die minimum loon te betaal nie ✓✓
 - Sommige werkgewers sal werkers afdank ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

9.2

Bespreek die redes vir kostevoordeelontleding (4x2)

8

- Kostevoordeelontleding word gedoen deur al die relevante voordele en koste van 'n projek te identifiseer sodat 'n ingeligte besluit geneem kan word. ✓✓
- Kostevoordeel-analise bring groter objektiwiteit by besluitneming. ✓✓
- Objektiewe kriteria kan nodig wees om ekonomiese doeltreffendheid in die toekenning van hulpbronne te verseker. ✓✓
- Dit dien 'n mark sein (bv. Prys help om hulpbronne toe te ken deur vraag en aanbod). ✓✓
- Met die afwesigheid van mark sein kan besluite oor die wenslikheid van 'n projek subjektief wees. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

(Ken 'n maksimum van 4 punte toe vir bloot lys van feite / voorbeelde)

- 9.3 Bespreek hoe wetgewing oor minimumloon 'n volkome mededingende arbeidsmark kan beïnvloed (4x2) 8**
- Die wetgewing lei tot meer arbeid verskaf omdat hulle is gemotiveerd om die arbeidsmark te betree. ✓✓
 - Die toegevoegde arbeid sal toeneem omdat werkers van 'n hoër loon gewaarborg word. ✓✓
 - As die produksievlak styg, sal die gelewer arbeid waarskynlik 'n bietjie styg as gevolg van die wetgewing. ✓✓
 - Die wetgewing het 'n negatiewe uitwerking op die arbeidsmark omdat dit werkgewers dwing om 'n sekere loon of meer te betaal. ✓✓
- 9.4 Onderskei tussen die evaluering van die koste-voordeel-ontleding van die private sektor en die openbare sektor. (4x2) 8**
- Privaatsektor**
- In die private sektor moet 'n vergelyking getref word tussen die verwagte private koste en voordele gedurende die geskatte tyd van 'n nuwe projek. ✓✓
 - Daar sal 'n uitvoerbaarheidstudie gedoen word, wat ook voorsiening maak vir die wetlike aspekte wat verband hou met eksternaliteite. ✓✓
- Openbare sektor**
- In die openbare sektor moet 'n vergelyking getref word tussen verwagte sosiale koste en voordele gedurende die geskatte tydsduur van 'n nuwe projek. ✓✓
 - 'n Koste-voordeel-ontleding moet gedoen word. ✓✓
 - Befondsing van hierdie projekte word hoofsaaklik deur belastinginkomste gefinansier en verarm geen individu as sodanig nie. ✓✓ Hierdie infrastruktuur dra by tot die welstand van die gemeenskap in die algemeen en is nie uitgesluit vir almal wat dit gebruik nie. ✓✓

9.5 Verduidelik openbare goedere as 'n markmislukking. (4x2) 8

- Markte is onvolledig - hulle voorsien nie in die vraag na sekere goedere nie - die openbare sektor bied hierdie goedere bekend as openbare goedere ✓✓
- Privaat mense is huiwerig om hierdie goedere te produseer weens die groot kapitaaluitgawes en 'n lae opbrengs op belegging ✓✓
- Verdeel in gemeenskap (polisie- en straatbeligting) wat nie uitgesluit kan word nie ✓✓ en kollektiewe goedere (parke, gemeenskap swembad) wat uitgesluit kan word as 'n fooi gehef word ✓✓
- Openbare goedere word nie via die prys meganisme voorsien nie - produsent kan nie weerhou nie goedere vir nie-betaling ✓✓
- staat finansies openbare goedere deur middel van belasting en verskaf dit self ✓✓
- in RSA - die meeste goedere en dienste private goedere - het wedywering in verbruik en uitsluiting ✓✓
- kenmerke van openbare goedere:
 - nie-wedywering ✓✓ verbruik deur een persoon verminder nie die verbruik deur 'n ander individu nie, bv. vuurtoring ✓✓
 - nie-uitsluitbaarheid ✓✓ verbruik van openbare goedere kan nie beperk word tot diegene wat daarvoor betaal nie (gratis ruiters bv. radio) ✓✓
 - sosiale voordele oortref privaat voordele ✓✓ groot maatskaplike voordele in verhouding tot privaat voordele, bv. gesondheidsorg en onderwys ✓✓
 - oneindige verbruik ✓✓ sodra dit voorsien is, is die marginale koste om nog een persoon te voorsien nul (verkeersligte) ✓✓
 - nie-uit sluitbaar ✓✓ individue mag nie in staat wees om hulle te verbruik, selfs nie as hulle dit wil doen nie (bv. straatbeligting) ✓✓

VRAAG 10 Paragraaf Tipe Vrae - Hoër kognitiewe**10.1 Evalueer die effektiwiteit van koste-bate-analise as 'n besluitnemingsinstrument. (4x2) 8**

KVO kan effektief wees as 'n besluitnemingsinstrument deur te:

- Evalueer of kapitaal die moeite werd is ✓✓
- Beïnvloed besluite of nuwe werknemers in diens geneem moet word ✓✓
- Die ontwikkeling van 'n maatstaf vir die vergelyking van projekte ✓✓
- Wat help om te voorspel of die voordele van 'n beleid weeg swaarder as die koste daarvan in vergelyking met ander alternatiewe ✓✓

KVO is miskien nie effektief as 'n besluitnemingsinstrument nie, want daar kan:

- potensiële onakkuraatheid wees om koste en voordele te identifiseer en te kwantifiseer, omdat sekere koste en voordele per ongeluk weggelaat word as gevolg van die onvermoë om te voorspel indirekte oorsaaklike verband ✓✓
- dubbelsinnigheid en onsekerheid betrokke by die kwantifisering en toekenning van 'n geldwaarde aan 'n onakkurate KVO ✓✓
- verhoogde subjektiwiteit vir ontasbare koste en voordele, aangesien sommige koste nie-monetêr van aard is, bv. toename in klant tevredenheid ✓✓
- onakkurate berekening van huidige waarde

10.2 **Waarom het die regering 'n minimum loon in die arbeidsmark geïmplementeer (4x2)** **8**

- Druk was van die Suid-Afrikaanse regering om arbeidswette in te stel wat vereis dat werkgewers minimum lone moet betaal. ✓✓
- Die toepassing van minimum lone is nodig om die herverdeling van inkomste te verbeter ✓✓
- Om inkomste gelykheid (gaping tussen ryk en arm) reg te stel ✓✓
- Om die lewenstandaard te verbeter ✓✓
- Die regering probeer huishoudelike en plaaswerkers beskerm deur uitbuiting te voorkom ✓✓
(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)
(Ken 'n maksimum van 2 punte toe vir die lys van feite / voorbeelde)

10.3 **Hoe hanteer die regering gebrek aan inligting as gevolg van markmislukking? (4x2)** **8**

- Die SABS reguleer standarde in Suid-Afrika. Dit beteken dat alle ondernemings goedere moet vervaardig wat aan sekere gesondheids-, veiligheids- en gehaltstandaarde voldoen. ✓✓
- Inligting moet op die verpakking van goedere ingesluit word. ✓✓
- Regulasies vir advertensiestandarde bestaan ✓✓ om valse eise en misleidende advertering te voorkom. ✓✓
- Toegang tot inligting en regulasies moet maklik beskikbaar wees. ✓✓
- Bv. Bereide voedselprodukte moet die inhoud op die verpakking bevat. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord.)

10.4 **Waarom moet die regering die koste-baat-analise (KVO) oorweeg om te besluit watter groot projekte hulle wil aanpak? (4x2)** **8**

Dit is belangrik om 'n KVO te doen, want:

- dit help om groter objektiwiteit by besluitneming te bring ✓✓
/ Met die afwesigheid van mark siene kan besluite oor die wenslikheid van 'n projek subjektiewe
- goedere wees wat deur die regering verskaf word, soos paaie , brûe, ens. word gratis ✓✓
- hulpbronne is skaars, daarom moet ons die koste en voordele van 'n projek in ag neem voordat ons hulpbronne aan 'n projek toewys. ✓✓
- dit laat beplanners toe om uit te werk as dit 'n goeie besluit is om voort te gaan met die voorgestelde projek ✓✓
- dit verseker dat die voordele van die projek die koste van die implementering van die projek oorskry / Hierdie projekte verg baie bedrae en moet voordelig wees ✓✓

10.5 Evalueer die gevolge van die produktiewe ondoeltreffendheid in die sekondêre sektore. (4x2) 8

- Ondernemings maksimeer nie die produksie nie van die produksiefaktore. ✓✓
 - Besighede produseer nie teen die laagste moontlike koste nie. ✓✓
 - Hulle produseer te min goedere. ✓✓
 - Die gevolg is verlore produksie as gevolg van ondoeltreffende produksie. ✓✓
 - Fabriekes maksimeer nie die produksie vir die produksiefaktore nie. ✓✓
 - Fabriekes lewer nie teen die laagste moontlike koste nie. ✓✓
 - Die gevolg is verlore produksie as gevolg van ondoeltreffende produksie. ✓✓
 - Lei tot lae produktiwiteit. ✓✓
 - aanbod kan nie aan die vraag na kwaliteit goedere voldoen nie. ✓✓
 - Produksiefaktore word onderbenut en word vermors. ✓✓
- (Aanvaar enige ander korrekte relevante antwoord)

AFDELING C

VRAAG 11

Bespreek breedvoerig die volgende oorsake van verkeerde toewysing van hulpbronne [26]

- Ontbrekende markte (10)
- Onvolmaakte mededinging (8)
- Onvolmaakte verdeling van inkomste en welvaart (8)

INLEIDING

- Markmislukking is wanneer die kragte van vraag en aanbod nie daarin slaag om hulpbronne doeltreffend toe te deel nie / wanneer markte nie slaag nie goedere en dienste doeltreffend toe te ken. ✓✓
(aanvaar enige ander korrekte toepaslike inleiding) (Maks 2)

LIGGAAM: HOOFDEEL

Ontbrekende markte

- Markte is dikwels onvolledig in die sin dat dit nie aan die vraag na sekere goedere kan voldoen nie. ✓✓
- Openbare goedere: ✓✓
- Dit word nie deur die prysmeganisme voorsien nie, omdat produsente nie die goedere kan weerhou van wanbetaling nie en daar dikwels geen manier is om te meet hoeveel iemand verbruik nie. ✓✓

Openbare goedere het die volgende kenmerke:

- **Nie-wedywering:** ✓ Die verbruik deur een persoon verminder nie die verbruik van 'n ander persoon nie ✓✓ bv. 'n vuurtoring. ✓
- **Nie-uitsluitbaarheid:** ✓ Die verbruik kan nie beperk word tot diegene wat betaal het nie, dus is daar gratis ryers ✓✓ bv. Radio en TV in Suid-Afrika. ✓

Verdienselike goedere ✓

- Dit is goedere / dienste wat nodig geag word of voordelig vir die samelewing is, ✓✓ bv. Onderwys, gesondheidsorg, ens. ✓
- Hierdie goedere is baie wenslik vir algemene welstand, maar word nie deur die mark hoog aangeskryf nie, en lewer dus onvoldoende produksie / aanbod. ✓✓
- As mense relatief te min markpryse daarvoor moes betaal, sal die mark misluk. ✓✓
- Die rede vir die onderaanbod van merietegoedere is dat die mark slegs die private koste en voordele in ag neem en nie die sosiale koste en voordele nie. ✓✓

Nie meriete-goedere ✓

- Dit is goedere / dienste wat as sleg of skadelik vir verbruik beskou word, daarom moet ons minder daarvan gebruik ✓✓ bv. Alkohol, sigarette, ens. ✓✓
- Demerit-goedere lei tot baie sosiale koste, dus die regering hef sondebelasting / aksynsbelasting om die verbruik van sulke goedere te ontmoedig. ✓✓
- Alhoewel die mark bereid is om goedere met gebreke te lewer, is dit geneig om te veel goedere te benut. Sommige verbruikers is dalk nie bewus van die werklike koste om dit te verbruik nie. ✓✓

Onvolmaakte mededinging

- Krag lê dikwels in 'n groter mate by produsente as by verbruikers ✓✓
- Besighede werk onder omstandighede van onvolmaakte mededinging wat hulle in staat stel om produksie te beperk, pryse te verhoog en te produseer waar die prys die marginale koste oorskry. ✓✓
- Dit kan ook voorkom dat nuwe ondernemings tot die bedryf toetree ✓✓, deur te voorkom dat die veranderinge in die verbruikers vraag aangepas word ✓✓

Onvolmaakte verspreiding van inkomste en welvaart

- Lae inkomste lei tot die onvermoë om welvaart op te doen ✓✓
- Individue met lae inkomste kan nie verdien inkomste wat nodig is om 'n ordentlike lewenstandaard te behaal ✓✓
- Regerings welsynsprogramme is nodig om die gaping tussen ryk en arm te breek ✓✓
- Gratis markte lei tot die opwekking van groot hoeveelhede welvaart, maar dit word ongelyk versprei as gevolg van: gebrek aan vaardighede, opleiding en onvolmaakte inligting. ✓✓

Hoe kan die Suid-Afrikaanse regering die verskaffing van ongewenste goedere hanteer? (10 Punte)

- Items soos sigarette, alkohol en dwelms wat nie voorgeskryf is nie, is voorbeelde van slegte of ongewenste goedere. ✓✓
- Hierdie goedere word dikwels te veel in die mark voorsien, omdat die eksterne koste nie by die markprys gevoeg word nie. ✓✓
- Sommige verbruikers is dalk nie bewus van die werklike koste van verbruik daarvan, hul negatiewe ekternaliteite nie. ✓✓ Die
- regering kan hul verbruik verbied of verminder deur middel van belasting. ✓✓
- Belasting op hierdie produkte verhoog die markprys en hopelik sal die vraag na hierdie produkte daal. ✓✓
- Die pryse van sigarette en alkohol word jaarliks verhoog om die publiek daarvan te weerhou om hierdie ongewenste goedere te gebruik

[40]

VRAAG 12

Bespreek die volgende oorsake van markmislukking:

- Ontbrekende markte (10)
 - Onvolmaakte verdeling van inkomste en welvaart (8)
 - Onbeweeglikheid van produksiefaktore (8)
- (26 punte)
- Evalueer die sukses van die regering se ingryping in die verspreiding van markte rykdom. (10 punte)
- [40]

INLEIDING

Markmislukkings kom voor wanneer die vraag en aanbod nie die hulpbronne doeltreffend kan toewys nie. ✓✓

Markmislukking beteken dat die beste beskikbare hulpbronne of optimale produksie-uitslag nie bereik is nie. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte relevante reaksie)

(Maks. 2)

HOOFDELE

VERMISTE VAN MARKTE '

- 'n Beduidende mislukking in die mark is die versuim om sekere goedere en dienste te produseer, hoewel dit nodig is ✓✓
- Dit hou verband met openbare goedere eerder as private goedere ✓✓
- Markte kan slegs presteer onder sekere voorwaardes en as hierdie toestande afwesig is, kan markte sukkel om te bestaan ✓✓

Gemeenskapsgoedere ✓

- Dit is goedere soos verdediging, polisie-dienste, gevangenis dienste, straatbeligting ens. ✓
- Gratis vir almal om te gebruik en dikwels uitgebuit en vermors deur sekere gebruikers tot nadeel van ander gebruikers ✓✓

Kollektiewe goedere ✓

- Dit is goedere soos parke, strandgeriewe, strate, sypaadjies, paaie, brûe ✓
- Dit is in privaat besit en kan deur baie mense verbruik word sonder om 'n afname in hoeveelheid te veroorsaak ✓✓
- Goedere wat spesiaal gekenmerk word as dit moontlik is om gratis uit te sluit ruiters deur foie en tolgeld te hef ✓✓

Meriete en gebrekkige goedere ✓

- **Merietegoedere:** Dit is baie wenslik vir algemene welsyn, maar word nie deur die mark hoog aangeskryf nie. ✓✓ bv. Gesondheidsorg, opvoeding en veiligheid. ✓
- **Onbruikbare goedere:** Dit is te veel verbruikte goedere, ✓✓ bv. Sigarette ✓

Publieke goedere ✓

- Gemeenskaps- en openbare goedere staan bekend as openbare goedere ✓✓ Hulle het twee kenmerke:
- Nie-wedywering ✓ die verbruik deur een persoon verminder op geen manier die verbruik deur 'n ander persoon ✓✓

- Bv. 'N vuurtoring of straatlig ✓
- Nie-uitsluitbaarheid ✓ die verbruik van 'n goed kan nie beperk word tot diegene wat daarvoor betaal het nie; daar is dus gratis ryers ✓✓
- Mense geniet die produk sonder om te betaal vir, bv. radio en televisie dienste ✓✓
- Openbare goedere is hoog in aanvraag, maar is nie voorsien deur die mark as gevolg van die lae wins wat uit hulle en die hoë koste van kapitaal wat nodig is om te voorsien hulle ✓✓
- Publieke goedere word nie deur die prys meganisme verskaf nie, omdat produsente die goedere nie kan weerhou vir wanbetaling nie en daar is geen manier om te meet hoeveel 'n persoon verbruik nie, daar is geen basis om 'n markprys vas te stel nie. ✓✓

(10)

IMPERFEKTE VERDELING VAN INKOMSTE EN RYKDOM

- Die belangrikste tekortkoming van die vryemarkstelsel is dat dit die inkomste ongelyk versprei. ✓✓
- Diegene wat toegang het tot kapitaal en mense met meer opleiding en vaardighede, kan meer verdien as mense wat nie opleiding en vaardighede het nie. ✓✓
- Die rykes word ryker en die armes word armer. ✓✓
- Diskriminasie beïnvloed dikwels die inkomste van vroue, minderheidsgroepe en mense met gestremdhede. ✓✓
- Die mark lewer slegs goedere en dienste vir diegene wat dit kan bekostig. ✓✓
- Dit lei daartoe dat sommige mense te veel goedere het, terwyl ander te min goedere het. ✓✓
- Die verskil in inkomste kom voor omdat daar 'n verskil in mark krag, ongelyke opvoedingsgeleenthede, diskriminasie en oorerwing is. ✓✓
- Die regering probeer die oneweredige verdeling van inkomste regstel deur belasting, opleiding, vaardigheidsontwikkeling en om in die basiese behoeftes van minderbevoorregtes te voorsien. ✓✓

(8)

IMMOBILITEIT VAN FAKTORE VAN PRODUKSIE

- Arbeid neem tyd om van een gebied na 'n ander te beweeg. ✓✓
 - Die aanbod van geskoolde arbeid kan nie verhoog word nie weens die tyd wat dit neem om opgelei of opgelei te word. ✓✓
 - Fisieke kapitaal, soos fabrieksgeboue of infrastruktuur soos telefoonlyne, kan nie maklik verskuif word nie. ✓✓
 - Strukturele veranderinge soos die verandering van die vervaardiging van plastiek pakkies na papier pakkies of die verskuiwing van arbeidsintensiewe produksie na rekenaargebaseerd produksie vereis 'n verandering in arbeiders se vaardighede en werkspatrone. Dit neem tyd om te verander. ✓✓
- ('n Maksimum van 8 punte kan toegeken word vir die lys van feite / voorbeelde)
(Aanvaar enige ander korrekte antwoord) (8)

(Maks. 26)

ADDISIONELE DEEL

Produksiesubsidies beïnvloed die ekonomie positief deur te:

- lei tot 'n verlaging in produksiekoste, wat dit vir 'n individuele produsent moontlik maak om die produksie goedere en -dienste in die ekonomie te verhoog (aanbod toeneem) ✓✓
- Om produsente te verhoed om die markte te verlaat, sal daar nie 'n tekort aan produkte wees nie ✓✓
- Produsente word aangemoedig om hul surplus inkomste in hul te belê ondernemings ✓✓
- Om armes toe te laat om meer van die gesubsidieerde goedere teen 'n laer prys te koop ✓✓
- Die werklike produksiekoste en sodoende produsente in bedryf te hou ✓✓

Produsente subsidies het 'n uitwerking op die ekonomie negatiewe deur:

- die werklike produksiekoste weg te steek en sodoende die produsent 'n wanindruk te gee dat hulle self die hoof kan bied ✓✓
- Vertroue op die regering skep om te oorleef ✓✓
- Die verlaging van pryse en die dwing van mededingers uit die gesubsidieerde bedrywe ✓✓
- Die harmonieuse verhouding wat lande het soos ander, kan lae pryse as dumping beskou, en hulle kan vergeld met verhoogde tariewe ✓✓

(Aanvaar enige ander relevante verduideliking)

(Maksimum 10)

GEVOLGTREKKING

Daar is verskillende faktore wat markmislukkings kan veroorsaak, en dit kan 'n vernietigende uitwerking hê, tensy die regering ingryp om dit te verminder. ✓✓

(Aanvaar enige ander korrekte antwoord van hoër orde)

(Maks. 2)

