



Province of the  
**EASTERN CAPE**  
EDUCATION

**NATIONALE  
SENIOR SERTIFIKAAT**

**GRAAD 12**

**JUNIE 2016**

**EKONOMIE V2  
MEMORANDUM**

**PUNTE: 150**

---

Hierdie memorandum bestaan uit 13 bladsye.

---

**AFDELING A (VERPLIGTEND)****VRAAG 1****1.1 MEERVOUDIGEKEUSE-VRAE**

- 1.1.1 C ✓✓ 'n Mielie produsent in die Oos-Kaap  
 1.1.2 A ✓✓ mededinging.  
 1.1.3 A ✓✓ monopolie  
 1.1.4 B ✓✓ meer prys-elasties  
 1.1.5 B ✓✓ ongeskoolde  
 1.1.6 B ✓✓ prysoorlog  
 1.1.7 C ✓✓ Fisiese kapitaal kan nie maklik herverdeel word nie.  
 1.1.8 A ✓✓ produsente aan te moedig om meer van noodsaaklike goedere te verskaf. (8 × 2) (16)

**1.2 PAS-ITEMS**

- 1.2.1 E ✓ Alle produksiefaktore is veranderlik  
 1.2.2 H ✓ Hoeveelheid gevra is presies gelyk aan die hoeveelheid aangebied teen 'n gegewe prys  
 1.2.3 B ✓ Dra by tot verhoogde mededinging in sommige markte, veral in kleinhandel  
 1.2.4 G ✓ Die marginale inkomste kurwe lê onder die vraagkurwe  
 1.2.5 I ✓ Kan maklik vervang word  
 1.2.6 A ✓ Hoeveelheid aangebied daal  
 1.2.7 C ✓ Een besigheid stel die prys vas en ander aanvaar dit as die markprys  
 1.2.8 F ✓ Befonds deur belastings (8 × 1) (8)

**1.3 BEGRIPPE**

- 1.3.1 Mark ✓  
 1.3.2 Prysdiskriminasie ✓  
 1.3.3 Patent ✓  
 1.3.4 Oligopolie ✓  
 1.3.5 Totale inkome ✓  
 1.3.6 Swart mark ✓ (6)

**TOTAAL AFDELING A: 30****AFDELING B****VRAAG 2**

- 2.1 2.1.1 • Netto huidige waarde (NHW) ✓  
 • Interne opbrengskoers (IOK) ✓  
 • Koste voordeel verhouding (KVV) ✓ (2)
- 2.1.2 • Dit dien as 'n verwysingsraamwerk of standaard wanneer markte vergelyk word ✓✓  
 • Dit is 'n goeie vertrekpunt vir enige ontleding oor die manier waarop pryse en produksie in die praktyk bepaal word ✓✓  
 Aanvaar enige toepaslike verduideliking (Enige 1 × 2) (2)
- 2.2 2.2.1 • Dit word gebruik om ondoeltreffendheid/doeltreffendheid te omskryf ✓✓  
 • Toon produktiewe en allokatiewe ondoeltreffendheid/doeltreffendheid ✓✓ (Enige 1 × 2) (2)

- 2.2.2 (a) Indifferensie kurwe ✓ (1)
- (b) Allokatiewe en produktiewe ondoeltreffendheid/sommige hulpbronne word nie gebruik nie ✓ (1)
- (c) Produksiemoontlikheidskurwe ✓ (1)
- 2.2.3
- Beide B en C dui produktiewe/tegniese doeltreffendheid aan omdat beide op die PMK lê ✓✓
  - Alhoewel beide punte produktiewe doeltreffendheid aantoon, toon slegs punt C allokatiewe doeltreffendheid ✓✓
  - By punt C raak die indifferensie kurwe aan die PMK ✓✓
  - Dit is slegs by punt C dat die verbruikers se behoeftes bevredig word met die vereiste kombinasie van geproduseerde goedere ✓✓ (Maks. 5) (5)
- 2.3 2.3.1 Vervoer ✓ (1)
- 2.3.2 Kunsmatig ✓ (1)
- 2.3.3 Natuurlike monopolie
- Hoë ontwikkelingskoste verhoed andere om tot die mark toe te tree en daarom voorsien die regering die produkte ✓✓ (1 × 2)
- Kunsmatige monopolie
- Die hindernisse tot toetrede is nie ekonomies van aard nie, bv. patente en lisensiëring skep byvoorbeeld monopolieë ✓✓
- Aanvaar enige toepaslike onderskeiding (Enige 1 × 2) (4)
- 2.3.4
- Verbruikers word dikwels uitgebuit omdat 'n monopolie die enigste verskaffer van die produk is ✓✓
  - 'n Monopolie produseer nie teen die minimum punt van die langtermyn gemiddelde koste kurwe nie en produseer laer hoeveelhede, maar vra hoër pryse ✓✓
  - Daarom moet verbruikers hoër pryse betaal vir min goedere ✓✓
  - Sommige verbruikers word uitgesluit uit die mark omdat hulle nie die hoër prys wil of kan betaal nie ✓✓
- Aanvaar enige toepaslike verduideliking (Enige 2 × 2) (4)
- 2.4
- Nie-prysmededinging behels besighede wat hulle produkte onderskei van mededingende produkte d.m.v. eienskappe eerder as prys ✓✓
  - Nie-prysmededinging behels besteding op promosie ✓✓
  - Probeer om kwaliteit en naverkope diens te verbeter, deur verlengde waarborgs aan te bied ✓✓
  - Besteding op advertensies, borgskappe en produkvervanging ✓✓
  - Uitverkopings ✓✓
  - Besighede sal betrokke raak in nie-prysmededinging, ten spyte van die betrokke addisionele koste, ✓✓
  - omdat dit gewoonlik meer winsgewend is as om teen 'n laer prys te verkoop en dit vermy die risiko van prys-oorloë ✓✓
  - Uitbreiding na nuwe markte deur diversifisering van die produkreeks ✓✓

- Verlengde winkel-ure ✓✓
- Gratis aflewering en installasies ✓✓ (Enige 4 × 2) (8)

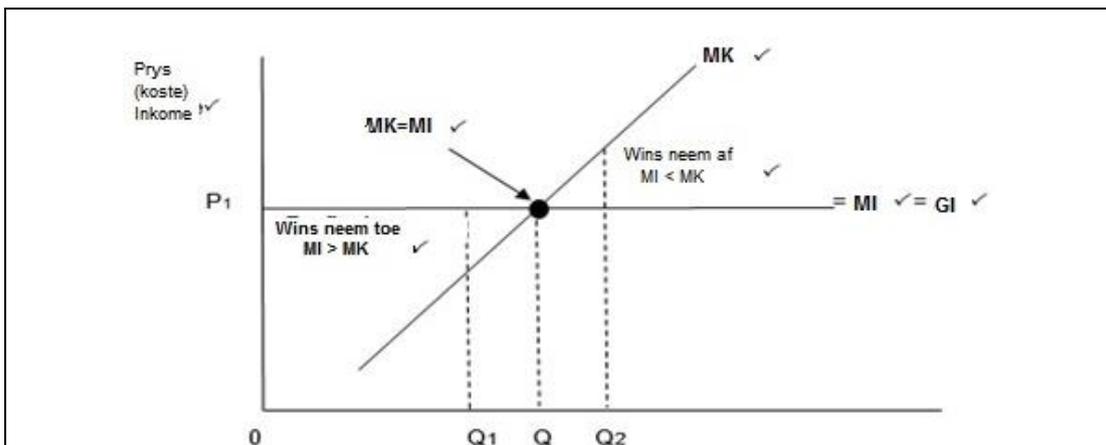
- 2.5
- Toetrede tot die mark is maklik ✓✓
  - Die ekonomiese wins wat die besigheid oor die korttermyn maak, lok nuwe besighede om tot die mark toe te tree ✓✓
  - Die toetrede van nuwe besighede lei tot 'n toename in die aanbod van gedifferensieerde produkte ✓✓
  - Mededinging laat alle ekonomiese wins verdwyn, wat beteken dat langtermyn gemiddelde koste gelyk is aan die prys van die produk ✓✓
  - Die oortollige wins word uitgeskakel oor die langtermyn, deur onvolmaakte emulasie van suksesvolle produkontwerp, produksie stelsels en bemarkingspogings van beide gevestigde en nuwe mededingers ✓✓
  - Slegs normale wins word oor die langtermyn gemaak ✓✓ (Enige 4 × 2) (8)
- [40]**

### VRAAG 3

- 3.1 3.1.1
- Daar is slegs een verkoper van die produk ✓
  - Daar is hindernisse tot toetrede/toetrede is geblokkeer ✓
  - Die monopolis word beskou as 'n prysmaker ✓
  - Daar is geen naby substitute nie ✓
  - Daar is geen mededinging ✓
  - Produkte is uniek ✓
  - Hulle mag gunstige omstandighede geniet ✓
  - Hulle besluit oor produksie vlakke ✓
  - Hulle staan vraagkurwes in die gesig ✓
  - Hulle mag verbruikers uitbuit ✓
  - Groot bedrae aanvangskapitaal word vereis ✓
  - Dit is ook moontlik vir die monopolis om ekonomiese wins oor die langtermyn te maak ✓ (Enige 2 × 1) (2)
- 3.1.2 Ekonomiese koste sluit eksplisiete en implisiete koste in, terwyl rekeningkundige koste slegs eksplisiete koste in ag neem ✓✓ (2)
- 3.2 3.2.1 Onvolmaakte mark ✓ (1)
- 3.2.2 Hoeveelheid 5 ✓✓ (2)  
Die rede is dat  $TI=TK$  ✓✓/ dit is waar wins nul is ✓✓ (Enige 1 × 2)(2) (4)
- 3.2.3
- A = 12 ✓
  - B = 32 ✓
  - C = 15 ✓
  - D = 6,5 ✓
  - E = -15 ✓ (5)

- 3.3 3.3.1 Monopolistiese mark ✓ (1)
- 3.3.2 groot aantal produsente ✓ (1)
- 3.3.3
  - Produkte is nie identies nie ✓✓
  - Klere is op baie maniere dieselfde, maar is nie heeltemal identies nie ✓✓
  - Die eendersheid lê in die feit dat hulle dieselfde verbruikersbehoefte bevredig ✓✓
  - Die verskil is dat dit in kwaliteit en styl verskil ✓✓ (Enige 2 x 2) (4)
- 3.3.4
  - Die ewewigsprys van 'n monopolistiese mededinger is hoër as dié van 'n volmaakte mededinger ✓✓
  - Die monopolistiese mededinger hoef nie by die minimum van die LGK te produseer nie, maar die volmaakte mededinger moet ✓✓
  - Die volmaakte mededinger produseer meer teen 'n laer prys, terwyl die monopolistiese mededinger minder teen 'n hoër prys produseer ✓✓ (Enige 2 x 2) (4)
- 3.4
  - KVO help om beter besluite te neem oor hoe om skaars hulpbronne toe te ken ten einde behoeftes te bevredig ✓✓
  - 'n Projek wat voordele bo kostes maksimeer, moet gekies word ✓✓
  - Besluite deur mense, besighede en regerings is belangrik vir die gemeenskap – behels toekenning van skaars hulpbronne ✓✓
  - Dit voorsien ons ook van besluite vir alternatiewe oplossings tot probleme ✓✓
  - Die haalbaarheid van die projek word bepaal deur kostes van voordele af te trek ✓✓ (Enige 4 x 2) (8)

3.5



**Punttoekenning**

- Byskrifte op asse 1 punt
- Trek en byskrifte van kurwes 1 punt elk
- Aandui van ewewig (MI=MK) 1 punt
- Aandui van area waar MI>MK 1 punt
- Aandui van area waar MI<MK 1 punt

**Maks. 4 punte (4)**

- Die besigheid produseer teen maksimum wins as dit die hoeveelheid produseer waar marginale inkome gelyk is aan marginale koste (MI=MK) ✓✓
- Solank as wat marginale inkome groter is as marginale koste, sal die marginale inkome bydra tot die totale wins ✓✓
- Deur 'n addisionele eenheid te produseer, wen die produsent die addisionele eenheid en sy wins styg boonop meer as die produksiekoste. MI>MK: wins neem toe ✓✓
- As die marginale inkome laer is as die marginale koste, sal totale wins afneem ✓✓
- Dit kos die onderneming meer om 'n addisionele eenheid te vervaardig as wat hy sal verkry uit die verkoop van daardie addisionele eenheid – dit is daarom nie in die belang van die onderneming om die ekstra eenheid te produseer nie ✓✓
- MI<MK: wins neem af ✓✓
- As die marginale koste om 'n ekstra eenheid te produseer, hoër is as die marginale inkome wat ontvang word, sal die onderneming 'n verlies lei ✓✓
- As die produsent sy wins wil maksimeer, moet dit produksie verhoog tot die punt waar marginale inkome gelyk is aan die marginale koste ✓✓

(Enige 2 × 2) (4)

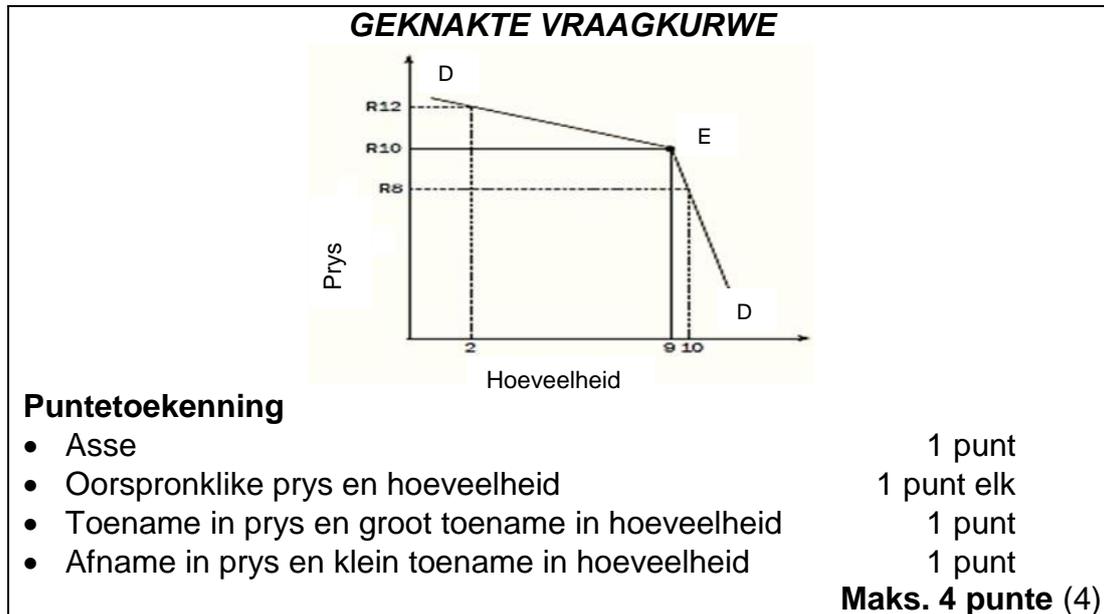
(8)  
[40]**VRAAG 4**

- 4.1 4.1.1
- Kontanttoelaes ✓
  - Rentevrye lenings ✓
  - Afskryf van waardevermindering ✓
  - Huur rabatte ✓
  - Kan direk ✓ of indirek ✓ wees
- Aanvaar enige toepaslike voorbeeld (Enige 2 × 1) (2)
- 4.1.2
- 'n Aanbodkurwe is 'n verskynsel vir prysnemers en monopoliste is prysmakers ✓✓
  - Monopolis stel prys teen enige hoeveelheid wat hy verkies om te verskaf ✓✓/hulle besluit op hulle produksievlakke ✓✓
- Aanvaar enige toepaslike verduideliking (Enige 2 × 1) (2)
- 4.2 4.2.1
- Marginale koste is die hoeveelheid waarmee die totale koste toeneem wanneer een ekstra produk geproduseer word ✓✓
- Aanvaar enige toepaslike definisie (Enige 1 × 2) (2)
- 4.2.2 Punt S ✓✓ (2)
- 4.2.3
- 'n Besigheid maak toe wanneer dit nie die gemiddelde of totale veranderlike koste kan bekostig nie ✓✓
  - By punt S is die gemiddelde inkome laer as die gemiddelde veranderlike koste ✓✓
- (Enige 1 × 2) (2)

- 4.2.4
- Die korttermyn aanbodkurwe van 'n individuele produsent is daardie gedeelte van die marginale koste kurwe wat bo die minimum gemiddelde veranderlike koste lê ✓✓
  - Die aanbodkurwe begin by Punt S opwaarts op die MK-kurwe ✓✓
  - By enige punt onder die uittree punt, sal die besigheid geen produkte verkoop nie ✓✓
  - Die besigheid sal verkoop as die prys bo die uittree prysvlak is ✓✓
  - As die markprys styg as gevolg van 'n toename in die markaanvraag, veroorsaak dit 'n skuif in die markprys ✓✓
  - Dit beteken dat die hoeveelheid wat die besigheid produseer toeneem wanneer pryse toeneem ✓✓
  - Die nuwe ewewigspunte plot die besigheid se aanbodkurwe teen verskillende markpryse ✓✓ (Enige 2 x 2) (4)
- 4.3 4.3.1 Oligopolie ✓ (1)
- 4.3.2
- Wanneer daar 'n formele ooreenkoms tussen ondernemings is om saam te span, word dit 'n kartel genoem ✓✓
  - 'n Kartel is 'n groep produsente wie se doelwit dit is om 'n gesamentlike monopolie te vorm, ten einde pryse vas te stel en aanbod en mededinging te beperk ✓✓
- Aanvaar enige toepaslike definisie (Enige 2 x 1) (2)
- 4.3.3
- Mededingingskommissie ✓
  - Mededingingstribunaal ✓
  - Mededingingsappèlhof ✓ (3 x 1) (3)
- 4.3.4
- Daling in uitset deur besighede/besighede produseer minder ✓✓
  - Verbruikers betaal hoër pryse ✓✓
  - Beperkte keuse vir die verbruikers ✓✓
  - Maak besighede ondoeltreffend ✓✓
  - Lei tot gebrek aan innovasie ✓✓ (Enige 2 x 2) (4)
- 4.4
- Dra inkome direk oor na die armes, bv. kindertoelaes, werkloosheid voordele, ens. ✓✓
  - Verskaf goedere gratis, bv. gemeenskap goedere, onderwys, ens. ✓✓
  - Implementeer werkskeppingsprogramme, bv. openbare werke programme ✓✓
  - Subsidieer meriete goedere, bv. subsidiëring van kunste en kulturele gebeurtenisse ✓✓
  - Hef belastings en wette op nie-meriete goedere om verbruik te ontmoedig ✓✓
  - Gebruik fiskale en monetêre beleid om makro-ekonomiese stabiliteit te verseker ✓✓
  - Maak seker dat verbruikers ingelig is oor produkte, d.m.v. wetgewing ✓✓

- Die Suid-Afrikaanse Buro van Standaard (SABS) kontroleer verbruikersgoedere in Suid-Afrika ✓✓
- Probeer misleidende advertensies voorkom (Advertensie Standaard Owerheid) ✓✓ (Enige 4 × 2) (8)

4.5



- Die geknakte vraagkurwemodel aanvaar dat 'n onderneming dalk 'n tweeledige vraagkurwe vir sy produk basis in die gesig staar, as 'n waarskynlike reaksie van ander ondernemings op verandering in prys en ander veranderlikes ✓✓
- Die aanname is dat ondernemings in 'n oligopolie hulle markaandeel wil beskerm en behou en dat mededingende ondernemings onwaarskynlik mekaar se prysstying kan nadoen, maar hulle mag dalk 'n prysverlaging kan nadoen ✓✓
- Mededingende ondernemings in 'n oligopolie reageer asimmetries tot 'n prysverandering van 'n ander onderneming ✓✓
- Veronderstel die oligopolie verkoop teen die oorspronklike/huidige prys van R10 en 9 eenhede word verkoop. Totale inkome is  $R10 \times 9 = R90$  ✓✓
- As die onderneming probeer om sy wins te verhoog deur die prys met R2 tot R12 te verhoog, sal die hoeveelheid gevra daal na 2 eenhede en totale inkome afneem na R24 ( $R12 \times 2$ ) ✓✓
- As die onderneming probeer om sy wins te verhoog deur die prys te verlaag met R2 na R8 en sy totale verkope styg, sal totale inkome R80 wees ✓✓
- Die oligopolis staar daarom 'n moeilike besluit in die gesig, omdat dit in beide gevalle nie bevoordeel sal word nie ✓✓
- Verhoging in die prys van goedere en 'n verlaging van die prys om verkope te laat toeneem, mag nie lei tot die verdien van 'n groter inkome nie. Die onderneming sal dan markaandeel verloor en 'n daling in sy totale inkome verwag ✓✓
- A.g.v. interafhanklikheid van ondernemings, staar 'n onderneming in 'n oligopolie, 'n geknakte vraagkurwe in die gesig ✓✓ (Enige 2 × 2) (4) (8)

**[40]****TOTAAL AFDELING B: 80**

## AFDELING C

STRUKTUUR VAN OPSTEL	PUNTE-TOEKENNING
<p><b>Inleiding</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 'n Goeie beginpunt sou wees om die begrip wat in die vraag voorkom, te definieer.</li> <li>• Sluit ander sinne in om die onderwerp te staaf.</li> <li>• Moenie enige deel van die vraag insluit in die inleiding nie.</li> <li>• Moenie enige deel van die inleiding in die inhoud herhaal nie.</li> <li>• Vermy om die inleiding te sê wat jy onder die inhoud gaan bespreek.</li> </ul>	Maks. 2
<p><b>Inhoud</b></p> <p><b>Hoofgedeelte:</b> Bespreek in detail/In-diepte bespreking/Ondersoek/Bespreek krities/Ontleed/Vergelyk/Evalueer/Onderskei/Differensieer/Verduidelik/Assesseer/Debatteer</p> <p><b>Addisionele gedeelte:</b> Gee eie mening/Bespreek krities/Evalueer/Evalueer krities/Teken 'n grafiek en verduidelik/Gebruik die gegewe grafiek en verduidelik/Voltooi die gegewe grafiek/Bereken/Lei af/Vergelyk/Verduidelik/Onderskei/Interpreteer/Debatteer kortliks/Hoe/Stel voor</p>	Maks. 26
<p><b>Slot</b></p> <p>Enige toepaslike hoër orde slot wat die volgende behoort in te sluit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 'n Kort opsomming van wat bespreek is/ontleed sonder om reeds genoemde feite, in die inhoud, te herhaal</li> <li>• 'n Mening of gewaardeerde oordeel oor die bespreekte feite</li> <li>• Addisionele ondersteunende inligting om bespreking te versterk/ontleding</li> <li>• 'n Teenstrydige sienswyse met motivering, indien vereis</li> <li>• Aanbevelings</li> </ul>	Maks. 2
<b>TOTAAL</b>	<b>40</b>

**VRAAG 5**

**Markte word breedweg geklassifiseer in volmaakte en onvolmaakte markte. Alhoewel, in werklikheid bestaan daar baie min voorbeelde van volmaakte markte.**

- **Ondersoek die toestande vir die bestaan van 'n volmaakte mark in detail.** (26)
- **Illustreer, met behulp van grafieke, die plek van die industrie en die besigheid oor die langtermyn, indien 'n verlies oor die korttermyn gerealiseer was.** (10)  
[40]

**INLEIDING**

Dit is 'n markstruktuur met 'n groot aantal deelnemers wie prysnemers is. ✓✓ Die prys word bepaal deur die markvraag en -aanbod. Die mark is mees doeltreffend in die toekenning van hulpbronne ✓✓

**INHOUD****Eienskappe:**

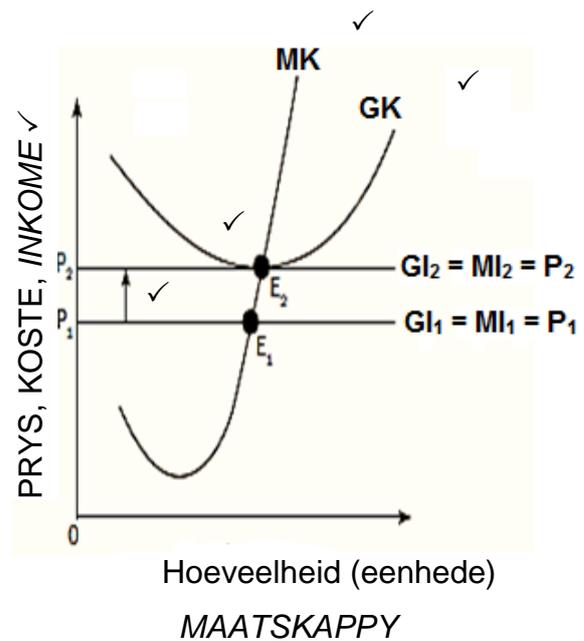
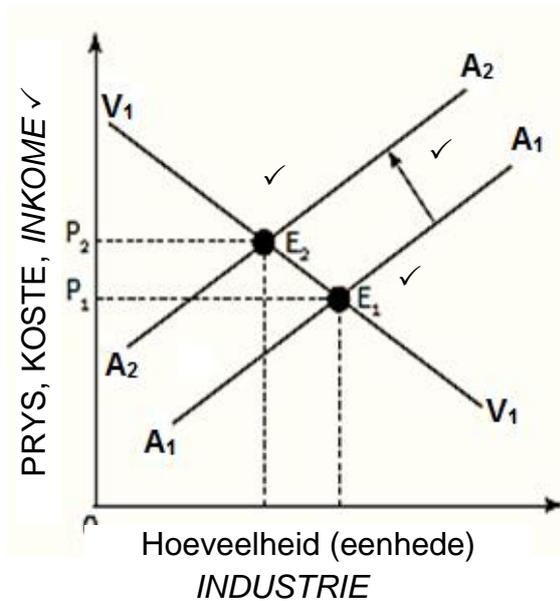
- a) Produkte moet homogeen (d.w.s. identies wees).** ✓
  - Produkte moet identies wees. Daar behoort geen verskille in styl, ontwerp en kwaliteit te wees nie. ✓✓
  - Daarom ding hulle slegs mee op die prysvlak en kan enige plek gekoop word. ✓✓
- b) Daar moet 'n groot aantal kopers en verkopers wees.** ✓
  - Dit behoort nie moontlik te wees vir een koper of verkoper om die prys te beïnvloed nie. ✓✓
  - As daar baie verkopers is, sal die markaandeel van elke verkoper so klein wees, dat die verkoper nie pryse kan beïnvloed nie. ✓✓
  - Verkopers is prysnemers, hulle aanvaar die heersende markprys. ✓✓
- c) Geen voorkeurbehandeling/diskriminasie** ✓
  - Kopers en verkopers baseer hul optrede alleenlik op prys - homogene produkte behaal dieselfde prys en daarom is daar geen voorkeur om aan 'n spesifieke persoon te verkoop of om van 'n spesifieke persoon te koop nie. ✓✓
- d) Vry mededinging/Ongereguleerde mark** ✓
  - Kopers moet vry wees om te koop by watter onderneming hulle wil en in watter hoeveelhede hulle wil. ✓✓
  - Verkopers moet vry wees om te verkoop wat hulle wil, hoeveel hulle wil en waar hulle wil. ✓✓
  - Daar behoort geen regeringsinmenging en prysbeheer te wees nie. ✓✓
- e) Doeltreffende vervoer en kommunikasie** ✓
  - Doeltreffende vervoer verseker dat produkte orals beskikbaar gemaak kan word. ✓✓
  - Sodoende kan veranderinge in vraag en aanbod in een deel van die mark die prys in die totale mark beïnvloed. ✓✓
  - Doeltreffende kommunikasie hou kopers en verkopers op hoogte oor marktoestande. ✓✓
- f) Alle deelnemers moet oor volledige kennis, aangaande marktoestande, beskik** ✓
  - Alle kopers en verkopers moet ten volle bewus wees van wat in enige deel van die mark gebeur. ✓✓

- Tegnologie het mededinging laat toeneem omdat inligting vrylik beskikbaar is via die Internet. ✓✓
- g) Vryheid van toe- en uittrede** ✓
  - Daar is volkome vryheid van toe- en uittrede, wat beteken die mark is ten volle toeganklik. ✓✓
  - Kopers en verkopers is heeltamal vry om tot die mark toe te tree of uit te tree. ✓✓
- h) Beweglikheid van produksiefaktore** ✓
  - Alle produksiefaktore is ten volle beweeglik, m.a.w. arbeid, kapitaal en alle ander produksiefaktore kan vryelik van een mark na 'n ander beweeg. ✓✓
- i) Geen samespanning** ✓
  - In 'n volmaak mededingende mark, tree elke koper en verkoper onafhanklik van mekaar op. ✓✓

**NOTA: 'n Maksimum van 8 × 1 punte sal toegeken word vir hoofopskrifte**  
**Maks. 26**

**ADDISIONELE GEDEELTE**

**DIE LANGTERMYN EWEGIG VIR DIE INDUSTRIE EN ONDERNEMING WANNEER 'n VERLIES GELY IS OOR DIE KORTTERMYN**



✓ **PUNTETOEKENNING:**  
 MAKSIMUM 5 PUNTE VIR ELKE GRAFIEK

(5 × 2) (10)

**SLOT**

Bogenoemde eienskappe toon aan dat die mark aan streng vereistes met voldoen voordat dit as volmaak mededingend omskryf kan word. ✓✓ Alhoewel daar baie min voorbeelde is, dien die voorwaardes vir 'n volmaakte mark as 'n raamwerk of verwysing wanneer ander markte bestudeer word. ✓✓

(Aanvaar enige toepaslike slot) (2)  
**[40]**

**VRAAG 6**

Soms misluk die vryemark om die hoeveelhede goedere en dienste te voorsien, wat mense aanvra teen die pryse wat marginale nut en relatiewe skaarsheid aandui.

- **Bespreek die oorsake van markmislukking, deur te verwys na eksternaliteite en ontbrekende markte.** (26)
- **Hoe ontmoedig of moedig die regering eksternaliteite aan?** (10)  
[40]

**INLEIDING**

'n Markmislukking is wanneer die optimum produksiehoeveelheid nie geproduseer word nie en ondoeltreffendheid voorkom. ✓✓ Aanvaar enige toepaslike inleiding (2)

**INHOUD****Eksternaliteite**

- Eksternaliteite is kostes wat nie by die prys van goedere/dienste ingesluit is nie en gevolglik is daar 'n verskil tussen die private koste/voordele en die sosiale koste/voordele van produksie. ✓✓
- Private koste is die koste om goedere en dienste te produseer wat weerspieël word in die pryse wat verbruikers betaal. Ook interne koste genoem. ✓✓
- Private voordele is interne voordele wat diegene toeval wie goedere produseer en die goedere koop, bv. vervaardiging van 'n fiets (vir produsent) en die fiets gebruik (verbruiker). ✓✓
- Sosiale koste is totale koste wat deur die gemeenskap as geheel aangegaan word. ✓✓
- Sosiale koste = private koste plus eksterne koste. ✓✓
- Sosiale voordele sluit die totale voordeel, wat die gemeenskap as 'n geheel verkry, in. ✓✓
- Sosiale voordele = private voordele plus eksterne voordele. ✓✓

**Negatiewe eksternaliteite:**

- Is dinge soos besoedeling, tabak rook en alkoholmisbruik. ✓
- Die koste van negatiewe eksternaliteite word betaal deur die gemeenskap eerder as deur die produsente. ✓✓

**Positiewe eksternaliteite**

- Is die positiewe uitwerking van produkte op derde partye, waarvoor nie betaal word nie.. ✓✓
- Negatiewe eksternaliteite word dikwels oor-produseer terwyl positiewe eksternaliteite onder-produseer word. ✓✓
- Dit lei tot markmislukking. ✓✓

**Onvolledige markte**

- Markte is onvolledig omdat hulle nie aan die vraag na sekere produkte kan voldoen nie. ✓✓

**Openbare goedere ✓**

- Dit sluit gemeenskap en kollektiewe goedere in en het twee eienskappe:
- Nie-mededingend: Verbruik deur een persoon verminder nie die verbruik deur 'n ander individu nie, ✓✓ bv. 'n lighuis. ✓
- Nie-uitsluitbaarheid: Verbruik kan nie beperk word tot diegene wat daarvoor betaal nie (rugryers kan dit ook gebruik), ✓✓ bv. radio en televisie ✓

- Sosiale voordele oortref private voordele ✓✓: bv. gesondheidsorg en onderwys. ✓
- Nie-weiering: Individue kan nie verbruik ontwyk nie, bv. straatligte. ✓
- Aanhoudende verbruik. ✓✓ Bv. verkeersligte. ✓

**Gemeenskap goedere** ✓

- Dit is goedere soos verdediging, polisie diens, korrektiewe dienste, straatligte, vloedbeheer, stormwater dreinerings en lighuis. ✓

**Kollektiewe goedere** ✓

- Dit is goedere soos parke, strand fasiliteite, paaie. ✓

**Meriete goedere** ✓

- Dis is hoog in aanvraag vir die algemene welsyn, maar word nie hoog aangeskryf deur die mark nie, bv. gesondheidsorg, onderwys en veiligheid. ✓✓
- As mense die markprys daarvoor sou moes betaal, sou baie min mense dit wou verbruik. Die mark misluk omdat dit minder produseer as wat vereis word. ✓✓

**Nie-meriete goedere** ✓

- Dit is goedere wat oorverbruik word, bv. sigarette, alkohol en dwelms. ✓✓

**NOTA: 'n Maksimum van 8 x 1 punte word toegeken aan opskrifte** Enige 26 (26)

**ADDISIONELE GEDEELTE**

Die regering gebruik drie metodes om **negatiewe eksternaliteite te**

**verminder:** ✓

- Die regering het veldtogte geloods ten einde mense te verander/oorreed om nie negatiewe eksternaliteite te veroorsaak nie. ✓✓
- Hef van belasting op goedere wat negatiewe eksternaliteite veroorsaak. Bv. belasting word gehef of sigarette en alkohol. ✓✓
- Toepas van wette en regulasies om aktiwiteite wat negatiewe eksternaliteite veroorsaak, te verhoed. ✓✓ Bv. tabak maatskappye word nie toegelaat om te adverteer nie. Daar is wette wat die hoeveelheid lugbesoedeling en afval beperk. (5)

Die regering **moedig positiewe eksternaliteite** aan deur: ✓

- Advertensies op radio en televisie. ✓✓
- Onderwys, gesondheidsorg en ander dienste te voorsien teen laer kostes of gratis. ✓✓
- Verbruikerssubsidies te voorsien. ✓✓
- Produksiekoste te verlaag d.m.v. verbruiker subsidies en verbruik daarvan aan te moedig. ✓✓ (5)

Aanvaar enige toepaslike maatreël wat die regering aanwend (10)

**SLOT**

Wanneer markmislukkings voorkom, veroorsaak dit ondoeltreffendheid en wantoekenning van hulpbronne en die regering sal moet inmeng om herstel van die onstabiliteit te bewerkstellig. ✓✓

Aanvaar enige toepaslike slot (2)  
[40]

**TOTAAL AFDELING C: 40**  
**GROOTTOTAAL: 150**