|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VAK EN GRAAD** | **EKONOMIE GRAAD 11** | |
| **KWARTAAL 2** | ***4 LESSE,*** *Weke 1 en 2 - Kwartaal 2****.*** | |
| **ONDERWERP** | **DINAMIKA VAN MARKTE** | |
| **DOEL VAN LES** | **Analise van die verhoudings tussen markte / identifiseer voordele en nadele van elke struktuur.** | |
| **INLEIDING** | ***Hersien graad 10-inhoud ten opsigte van dinamika van markte.*** | |
| **KONSEPTE EN VAARDIGHEDE** | ***Sleutelwoorde:***  *‘n Mark, markstruktuur, markaandeel; prysnemer; inflasie; heterogene produk; gedifferensieerde produk; voorkeurbehandeling; ongereguleerde markte; tegnologiese superioriteit; kartelle; hibriede struktuur; samespanning; monopolis*  ***Sleutelvrae****:*   * *Wat is die verskil tussen volmaakte en onvolmaakte markte?* * *Hoe beïnvloed hierdie markte prys en produksie?* | |
| **AKTIWITEITE / ASSESSERING** | *Raadpleeg die hoofstuk oor markstrukture in jou handboek of kernnotas. (Kernnotas: Topic 5, bladsy 7 – 18.)*  *Jou lesse is soos volg verdeel:*   * *Les 1: Volmaakte mededinging* * *Les 2: Onvolmaakte markte - monopolie* * *Les 3: Onvolmaakte markte - oligopolie* * *Les 4: Onvolmaakte markte - monopolistiese mededinging* | |
| **KONSOLIDASIE**  **VRAE** | ***Lees die gedeelte oor Volmaakte markte in jou handboek / kernnotas (Onderwerp 5, bladsy 8) en beantwoord die onderstaande vrae.***  ***Les 1:***   * *(Koring / Fanta) is 'n homogene produk.* * *Beskryf kortliks die begrip samespanning.* * *‘n Volmaakte mededinger is 'n prysnemer. Vanwaar neem hy / sy die prys?* * *Wat maak dit onmoontlik vir 'n individuele produsent in volmaakte mededinging om op die langtermyn 'n ekonomiese wins te maak?* * *Hoe is nie-prysmededinging 'n voordeel vir 'n volmaakte mededinger?* * *Waarom is die vraagkromme vir 'n volmaakte mededinger horisontaal?*   ***Lees die gedeelte oor Onvolmaakte markte: monopolie in jou handboek/notas (Onderwerp 5, bladsy 11) en beantwoord die onderstaande vrae.***  ***Les 2:***   * *Wat maak dit vir 'n monopolis moontlik om op die lange duur ekonomiese wins te maak?* * *Hoeveel ondernemings het 'n monopolie?* * *Vergelyk Eskom se produksie met die produksie van die Suid-Afrikaanse elektrisiteitsbedryf. Motiveer jou antwoord.* * *Waarom loop die vraagkromme van 'n monopolis van links bo na regs onder?*   ***Lees die gedeelte oor Onvolmaakte markte: oligopolie in jou handboek/notas (Onderwerp 5, bladsy 14) en beantwoord die onderstaande vrae.***  ***Les 3:***   * *Die vraagkromme vir Eerste Nasionale Bank is (horisontaal / neig afwaarts / geknak), want ......* * *Watter advies kan jy aan Nedbank gee om hul markaandeel te vergroot?* * *Die waarskynlikste hindernis om met Cell C te wil meeding, is (kapitaal / lisensiëring / tegniese superioriteit).*   ***Lees die gedeelte oor Onvolmaakte markte: monopolistiese mededinging in jou handboek/notas (Onderwerp 5, bladsy 16) en beantwoord die onderstaande vrae.***  ***Les 4:***   * *Nando's is 'n voorbeeld van (monopolie / oligopolie / monopolistiese mededinging) omdat dit een van (baie / min) ondernemings is wat homogene / heterogene) hoender maak.* * *Die markstruktuur waarin NIKE val, is hibried. Noem die markstruktuur en verduidelik hierdie stelling.* * *Die vraagkromme vir Capitec Bank is .....* * *Die vraagkurwe vir Edgars is ......* | |
| HULPBRONNE *(indien nodig)* | ***Gedrukte bronne*** | ***Digitale bronne*** |
| *Handboek: Volmaakte en onvolmaakte markte*  *Kernnotas (Onderwerp 5, bladsy 7-18)* | <http://bit.ly/Gr11_Kwartaal2_Konsepte> |

*Konsolidasie-aktiwiteit van alle markstrukture.*

1. *Dui aan of die volgende stellings waar of onwaar is. Gee ‘n rede vir jou antwoord.*
   1. Volmaakte markte maak dit vir verbruikers moontlik om produkte van die beste gehalte teen die laagste moontlike prys te kry.
   2. Volmaakte markte is wonderlik omdat verbruikers die geleentheid kry om tussen verskillende variëteite van dieselfde produk te kies.
   3. Die kenmerk van 'n monopolie is die vryheid van toetrede en uittrede.
   4. ‘n Verskaffer het markkrag as hy of sy die markprys kan verander deur die hoeveelheid wat hy of sy vra, te verander.
   5. In onvolmaakte markte kry verbruikers die geleentheid om tussen verskillende variëteite van dieselfde produk te kies.

1. *Beantwoord die volgende vrae:*
   1. Beskryf 'n perfekte mark en gee die vier voorwaardes vir die bestaan van 'n perfekte mark.
   2. Beskryf 'n onvolmaakte mark.
   3. Gee 'n uiteensetting van die belangrikste verskil tussen volmaakte mededinging en monopolistiese mededinging. Gee 'n voorbeeld om jou antwoord te ïllustreer.
   4. Oligopolistiese firmas is onderling afhanklik. Verduidelik die betekenis van die term ‘onderling afhanklik’.
   5. Definieer 'n kartel en gee 'n Suid-Afrikaanse voorbeeld.
   6. Noem twee markte in Suid-Afrika waar daar baie verkopers is.
   7. Identifiseer twee markte in Suid-Afrika waar al die eenhede van die produk identies aan mekaar is.
   8. Identifiseer twee markte in Suid-Afrika waar daar baie min toetredebeperkings is.
   9. Identifiseer twee oligopoliemarkte in Suid-Afrika waarin die bestaande ondernemings aansienlike markkrag het.
   10. Gee drie voorbeelde van die handelsbelemmerings wat ondernemings in onvolmaakte mededingende markte gebruik.
2. Doen navorsing en bepaal of dit wettig is vir Suid-Afrikaanse firmas om met mekaar saam te span om pryse vas te stel. Gee bewyse ter stawing van jou antwoord. Watter gevolge hou dit vir hierdie ondernemings in as dit blyk dat hulle saamspan?
3. Tabuleer drie voordele van beide volmaakte mededinging en die monopolie.
4. Klassifiseer die markstrukture in volmaakte en onvolmaakte markte onder die volgende opskrifte:

(*Identifiseer waarom dit in een van die kategorieë sal inpas*).

1. Aantal firmas
2. Aard van die produk
3. Toetredebesperkings
4. Samespanning
5. Beheer oor prys