

Naam en Van:

1.1.1 'n Volmaakte mark word gekenmerk deur ...

- A produktdifferensiasie.
- B onvollêdige markinligting.
- C homogene produkte.
- D unieke produkte.

1.1.2 Dit is 'n grafiek wat die kombinasies van twee verskillende produkte aandui, wat gelyke vlakke van bevrediging aan verbruikers versakaf.

- A Begroting.
- B Indifferensie.
- C Aanbod.
- D Produksiemoontlikheid.

1.1.3 'n Komplementêre produk van brood is ...

- A rys.
- B lekkergoed.
- C botter.
- D meel.

1.1.4 Wanneer 'n minimum loon in die ekonomie ingestel word, is die gevolg ...

- A 'n arbeidsurplus.
- B 'n hoër vraag na arbeid.
- C 'n tekort aan arbeid.
- D laer lone as wat die mark kan voorsien.

1.1.5 'n Prysplafon veroorsaak soms ondoeltreffende hulpbronnallokasie omdat dit tot 'n ... lei.

- A surplus
- B oproer
- C boikot
- D tekort

(5x2) (10)

KOLOM A	KOLOM B
1.2.1 Indirekte belasting	A Die hoeveelheid goedere wat teen 'n spesifieke prys aangebied en verkoop is en waarmee die vraag heelfemal tevrede is.
1.2.2 Geleentheidskoste	B Belasting op goedere en dienste gehê, en nie op inkomê en wins nie.
1.2.3 Globalisasie	C 'n Grafiek, wat die kombinasie van twee produkte wat met alle beskikbare hulpbronne geproduseer kan word, aandui.
1.2.4 PMK	D Goedere wat deur die staat voorsien word om die welvaart van landsburgers te verbeter.
1.2.5 Ewewigshoeveelheid	E Die mate van bevrediging na die gebruik van 'n produk.
1.2.6 Meriete goedere	F Wêreldwye ekonomiese interaksie met handel as die belangrikste element.
	G Die waarde van die alternatief wat nie gekies is nie en opgeoffer is wanneer 'n keuse gemaak word.

(6x1) (6)

1.3.1	'n Staatshospitaal is deel van hierdie sektor.		
1.3.2	Die studie van die optrede van individuele besluitnemers in die ekonomie.		
1.3.3	'n Bedrag geld wat deur die staat voorsien word om besighede te help om die prys van goedere en dienste laag te hou.		
1.3.4	Die nut wat 'n verbruiker kry deur elke bykomende produk wat hy / sy gebruik.	(4x1)	(4)
			(20)
•	Bespreek volledig, gebruik grafieke, hoe die kragte van vraag en aanbod die ewewigspys in die produkemark bepaal.	(26)	
•	Verduidelik die faktore wat die vraag na 'n produk beïnvloed.	(10)	(40)
			Totaal (60)