

Ekonomie

KLASTEKS & STUDIEGIDS

Talita Lewis & Michael Engelbrecht

GRAAD

10

KABV

3-in-1



THE
ANSWER
SERIES *Your Key to Exam Success*



Graad 10 **Ekonomie** 3-in-1 KABV

KLASTEKS & STUDIEGIDS

Hierdie Graad 10 Ekonomie 3-in-1 studiegids gebruik 'n logiese, maklik-om-te-volg benadering om die kernkonsepte van hierdie vak aan jou bekend te stel. Hierdie boek illustreer die skakels tussen verskeie ekonomiese faktore wat hierdie komplekse vak so interessant maak, baie gemaklik en laat jou toe om seker te wees van sukses. Die fokus is op begrip, eksamenvoorbereiding en die lê van 'n stewige grondslag vir Ekonomie in Graad 11 en 12.

Sleutelkenmerke:

- Omvattende notas en uitgewerkte voorbeelde per kwartaal
- Onderwerpgebaseerde en kwartaalgebaseerde vrae
- Antwoorde op alle vrae
- Eksamenvraestelle en –memo's

GRAAD

10

KABV

3-in-1

Ekonomie

Talita Lewis & Michael Engelbrecht

HIERDIE KLASTEKS & STUDIEGIDS SLUIT IN

- 1 Toeganklike Notas, per kwartaal
- 2 Onderwerpgebaseerde Vrae
- 3 Volledige Antwoorde

Plus bonus Eksamenvraestelle en -memo's

E-boek
beskikbaar 



INHOUD

Eksamenriglyne i

KWARTAAL 1: MAKRO-EKONOMIE 1

Onderwerp 1 Basiese begrippe2

Onderwerp 2 Die basiese ekonomiese probleem7

Onderwerp 3 Ekonomiese kringloop en kwantitatiewe elemente12

Onderwerp 4 Sakesiklusse20

Kwartaalgebaseerde vrae26

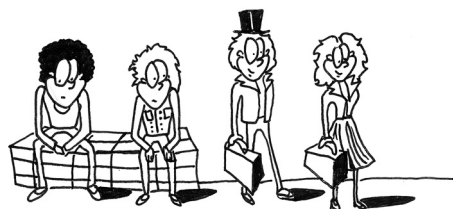
KWARTAAL 2: MIKRO-EKONOMIE27

Onderwerp 1 Dinamika van markte28

Onderwerp 2 Die produksie-moontlikheidskurwe38

Onderwerp 3 Die openbare sektor47

Kwartaalgebaseerde vrae54



KWARTAAL 3: EKONOMIESE STUDIES 55

Onderwerp 1 Groei, ontwikkeling en globalisering57

Onderwerp 2 Suid-Afrikaanse ekonomiese groei en ontwikkeling
– 'n historiese oorsig67

Onderwerp 3 Die geskiedenis van geld en bankwese in Suid-Afrika79

Onderwerp 4 Bevolking en arbeidsmag88

Kwartaalgebaseerde vrae94

KWARTAAL 4: AKTUELE EKONOMIESE KWESSIES 96

Onderwerp 1 Werkloosheid98

Onderwerp 2 Arbeidsverhoudinge106

Onderwerp 3 Ekonomiese regstelling113

Kwartaalgebaseerde vrae119

ANTWOORDE 121

Antwoorde op onderwerpgebaseerde vrae121

Antwoorde op kwartaalgebaseerde vrae129

EKSAMENVRAESTELLE EN -MEMO'S 134

Halfjaarlikse eksamen Vraestel 1134

Vraestel 2136

Eindeksamen Vraestel 1138

Vraestel 2141

Memo's145



Onderwerp 1: DINAMIKA VAN MARKTE

Mense het behoeftes en begeertes. Sakeondernemings bied goedere en dienste aan wat hierdie behoeftes en begeertes sal bevredig. Hierdie scenario skep 'n mark.

WAT IS 'N MARK?

'n Mark is 'n potensiele plek of situasie wat gereël is, waar kopers (huishoudings) en verkopers (sakeondernemings) van produkte ontmoet en goedere, dienste en geld uitruil.

'n Mark sal bestaan as:

- daar ten minste een koper en ten minste een verkoper is
- die koper die middele (geld) het om die produk te koop
- as die verkoper die vereiste produk het om aan te bied
- beide die koper en verkoper saamstem oor sekere bepalings, soos prys en, kwantiteit, en
- beide die koper en verkoper verantwoordelikheid aanvaar vir die transaksie.



WAARDE, PRYS EN NUT

Die **waarde** van 'n produk dui aan hoeveel die verbruiker bereid is om vir die produk te betaal (die prys).

Waarde en prys kan as dieselfde ervaar word, maar 'n sekere produk kan vir 'n persoon geen waarde hê nie, selfs al is die produk 'n bepaalde prys 'werd' (byvoorbeeld, elektroniese toerusting in 'n plattelandse area waar daar geen elektrisiteit is nie).



Die **prys** van die produk is sy uitruilwaarde ten opsigte van geld wanneer 'n persoon besluit om die produk te koop.

Nut dui aan hoeveel bevrediging die spesifieke produk die verbruiker sal bied.

'n Produk is vir die verbruiker van nut as dit op 'n gegewe tydstip die verbruiker se behoeftes en begeertes bevredig.

Totale nut is die totale bevrediging wat 'n verbruiker kry deur 'n produk te gebruik.

Marginale nut is die nut wat 'n verbruiker kry deur elke bykomende produk wat hy / sy gebruik.



As 'n persoon 'n klomp piesangs eet, sal die marginale nut van elke ekstra een minder en minder raak.



Die verbruiker is gewillig om 'n bepaalde prys vir 'n produk te betaal, want die produk het 'n bepaalde nut (gebruikswaarde).

Die waarde van 'n produk word in monetêre terme (prys) gemeet en dui aan tot watter mate die produk die behoeftes en begeertes van die verbruiker sal bevredig.

DIE SAMESTELLING VAN MARKTE

Markte bestaan uit kopers en verkopers:

- › **Kopers** (verbruikers) vra sekere produkte aan.
- › **Verkopers** (sakeondernemings) voorsien sekere produkte.

Die mark ontstaan wanneer daar interaksie is tussen die kopers en die verkopers. **Produkmarkte** bied goedere en dienste, terwyl **faktormarkte** produksiefaktore aanbied.

Die grootte van die faktormark sal bepaal word deur die grootte van die produkmark. (Hoe meer produkte verskaffers moet produseer, hoe meer werkers en materiaal word benodig.)

Geografiese markte sluit in:

- › plaaslike markte – die markte in die area waar jy woon
- › streekmarkte – die provinsiale markte
- › nasionale markte – markte waar die verbruikers dwarsdeur die land versprei is
- › wêreld- / internasionale markte – markte waar die verbruikers dwarsdeur die wêreld versprei is.

Al hierdie markte is onderling verbind.



Wêreldmarkte bestaan weens verbeterde tegnologie soos verbeterde kommunikasiemetodes (byvoorbeeld, e-pos), verbeterde betalingsmetodes (byvoorbeeld, internetbanksake), sowel as die vinnige en effektiewe vervoer van goedere.

Die produkte wat in hierdie markte verhandel word, moet duursaam en vervoerbaar wees, soos koring, olie en diamante.



TIPES MARKTE

'n Algemene eienskap van alle markte is dat hulle die interaksie van potensiële kopers en verkopers verteenwoordig. Markte neem egter verskillende vorme aan, soos volmaakte markte en onvolmaakte markte.

Volmaakte markte is markte waar homogene (eenvormige) produkte verkoop word deur baie verskaffers wat die mark vrylik binnekom en verlaat, en waar kopers en verkopers toegang het tot alle inligting.

'n Volmaakte mark word gekenmerk deur volmaakte mededinging – waar geen deelnemers groot genoeg is om die prys van produkte vas te stel nie.

Onvolmaakte markte is markte waar daar slegs een of 'n paar verskaffers van 'n unieke produk is en daar beperkte toegang tot hierdie mark is, en waar kopers beperkte toegang tot inligting het.

In onvolmaakte markte word inligting nie vinnig aan alle deelnemers bekend gemaak nie, en die pas van kopers by verkopers is nie onmiddellik nie.



Voorbeelde van onvolmaakte markte is monopolieë en oligopolieë.

'n **Monopolie** is 'n situasie waar daar een groot verskaffer van 'n produk is.

Die enkele verkoper in 'n monopoliesituasie kan enige prys vir 'n noodsaaklikheid vra, want verbruikers moet die produk koop.

'n **Oligopolie** is 'n situasie waar daar 'n paar groot verskaffers van 'n produk is.

In 'n oligopolie het die verskaffers beperkte toegang tot ander mededingers se inligting.

VRAAG

Vraag is die kwantiteit van 'n produk wat verbruikers gewillig en in staat is om oor 'n gegewe tydperk te koop.

'n Vraag na 'n produk is die gevolg van besluite wat verbruikers gemaak het oor watter behoeftes en begeertes om te bevredig.



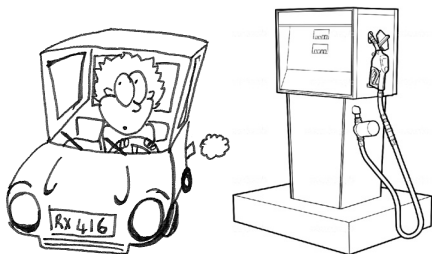
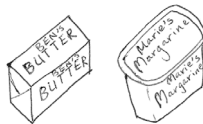
Die vraag na 'n produk is een van die faktore wat die prys van die produk beïnvloed. Die ander faktor is die aanbod van die produk.

DIE BEPALERS VAN VRAAG

Die volgende faktore sal die vraag na 'n produk beïnvloed:

- › die prys van die produk
- › die verbruikers se smake en koopgedrag
- › die verbruikers se inkomste
- › die beskikbaarheid en pryse van substituuatprodukte, en
- › die beskikbaarheid en pryse van komplementêre produkte.

Substituutprodukte is daardie produkte wat in die plek van ander produkte gebruik kan word as die produk nie beskikbaar is nie of te duur is, soos botter en margarien.



Komplementêre produkte is daardie produkte wat saam gebruik word soos petrol en 'n voertuig.

DIE VRAAGSKEDULE

'n **Vraagskedule** is 'n tabel wat die kwantiteit van 'n produk wat teen verskillende pryse aangevra word, aandui.

Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n vraagskedule:

Prys van produk X	Kwantiteit van produk X aangevra
R10	160
R15	140
R20	120
R25	100

Daar is 'n inverse (omgekeerde) verhouding tussen die prys en die kwantiteit aangevra. Soos die prys van die produk toeneem, word minder van die produk aangevra.

DIE WET VAN VRAAG

Die **wet van vraag** verklaar dat:

- › soos die prys van die produk vermeerder, verminder die kwantiteit van die produk aangevra, en
- › soos die prys van die produk verminder, vermeerder die kwantiteit van die produk aangevra.

Wet van vraag:

$$P \uparrow \rightarrow Q_d \downarrow$$

$$P \downarrow \rightarrow Q_d \uparrow$$

Ons gebruik die volgende afkortings:

P (price) = prys
 Q (quantity) = kwantiteit
 D (demand) = vraag
 S (supply) = aanbod
 E (equilibrium) = ewililibrium
 W (wages) = lone

DIE VRAAGFUNKSIE

Die **vraagfunksie** is die verhouding tussen individuele vraag en die faktore (bepalers) wat dit beïnvloed.

Die vraagfunksie is dus die kwantiteit van 'n produk aangevra deur 'n individu afhangelend van sy / haar inkomste en smake, en die pryse van die produk en die pryse van verwante produkte.

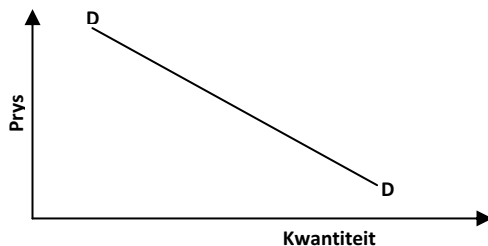
Dit kan uitgedruk word as:

$$Q_d = f(\text{bepalers})$$

DIE VRAAGKURWE

'n Vraagkurwe (grafiek) dui die kwantiteit van 'n produk wat teen verskillende pryse aangevra word, aan.

Bestudeer die volgende voorbeeld van vraagkurwe DD.



Let op die volgende in vraagkurwe DD:

- › Dit het 'n afwaartse helling van links na regs.
- › Dit het 'n negatiewe helling.
- › Dit is die gevolg van die inverse (omgekeerde) verhouding tussen die prys van 'n produk en die kwantiteit van die produk aangevra (die wet van vraag).

As twee dinge 'n **inverse verhouding** het, vermeerder die een soos die ander een verminder, en omgekeerd.

VERANDERINGS IN DIE KWANTITEIT AANGEVRA EN VERANDERINGS IN VRAAG

Veranderings in die kwantiteit aangevra	Veranderings in vraag
<ul style="list-style-type: none"> › Hierdie is veranderings as gevolg van die verandering in die prys van 'n produk. › So 'n verandering word as 'n beweging al langs die grafiek aangetoon; grafies aangedui as: 	<ul style="list-style-type: none"> › Hierdie is veranderings as gevolg van 'n verandering in enige ander faktor, soos: <ul style="list-style-type: none"> • verbruikersmake en -voorkeure • verbruikersinkomste, of • die beskikbaarheid van substituu- en komplementêre produkte. › So 'n verandering word aangetoon as 'n beweging (verskuiwing) van die grafiek as geheel; grafies aangedui as:

AANBOD

Aanbod is die kwantiteit van 'n produk wat produsente / verskaffers gewillig en in staat is om oor 'n gegewe tydperk aan te bied.

Aanbod is dus die kwantiteit van 'n produk wat individuele produsente beplan om te verkoop.

DIE BEPALERS VAN AANBOD

Die volgende faktore sal die individuele produsent se aanbod van 'n produk beïnvloed:

- › die prys van al die insette (produksiefaktore)
- › die koste van tegnologie gebruik om die produk te vervaardig
- › die prys van alternatiewe (substituut-) produkte en komplementêre produkte
- › die aantal verskaffers (verkopers) van die produk
- › die prys wat verbruikers gewillig is om vir die produk te betaal.

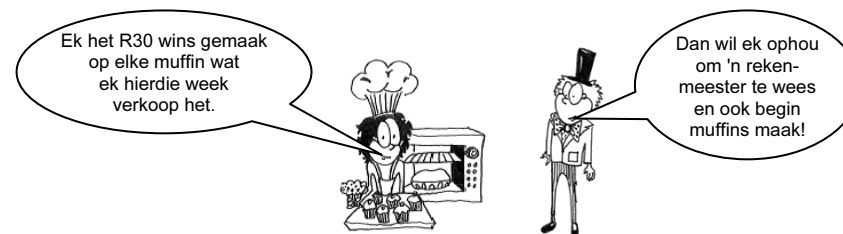
DIE AANBODSKEDULE

'n **Aanbodskedule** is 'n tabel wat die kwantiteit van 'n produk aandui wat produsente gewillig en in staat is om teen spesifieke pryse aan te bied.

Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n aanbodskedule.

Prys van produk X	Kwantiteit van produk X voorsien
R10	100
R15	120
R20	140
R25	160

Daar is 'n direkte verhouding tussen die prys en die kwantiteit. As die prys van die produk toeneem, word meer van die produk aangebied.



2 DIE WET VAN AANBOD

Die **wet van aanbod** verklaar dat:

- › as die prys van die produk toeneem, neem die kwantiteit van die produk aangebied toe, en
- › as die prys van die produk afneem, neem die kwantiteit van die produk aangebied af.

Wet van aanbod:

$$P \downarrow \rightarrow Q_s \downarrow$$

$$P \uparrow \rightarrow Q_s \uparrow$$

DIE AANBODFUNKSIE

Die **aanbodfunksie** is die verhouding tussen 'n individuele aanbod en die faktore (bepalers) wat dit beïnvloed.

Die aanbodfunksie is dus die kwantiteit van 'n produk wat deur 'n individuele produsent aangebied is, afhangend van die prys van insette (produksiefaktore), die pryse van die alternatiewe produkte en die aantal verskaffers.

Dit word uitgedruk as:

$$Q_s = f(\text{bepalers})$$

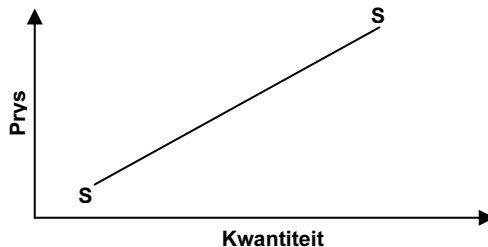
DIE AANBODKURWE (GRAFIEK)

'n Aanbodkurwe (grafiek) dui die kwantiteit van 'n produk wat teen verskillende pryse aangebied word, aan.

Bestudeer die volgende voorbeeld van aanbodkurwe SS.

Let op die volgende in die aanbodkurwe SS:

- › Dit het 'n opwaartse helling van links na regs.
- › Dit het 'n positiewe helling.
- › Dit is die gevolg van die direkte verhouding tussen die prys van 'n produk en die kwantiteit van die produk wat aangebied is (die wet van aanbod).

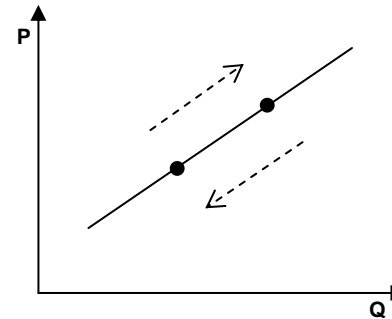


As twee dinge 'n **direkte verhouding** het, veroorsaak 'n toename of afname in een, 'n verandering van die ander een in dieselfde rigting.

VERANDERINGS IN DIE KWANTITEIT WAT AANGEBIED WORD EN VERANDERINGS IN AANBOD

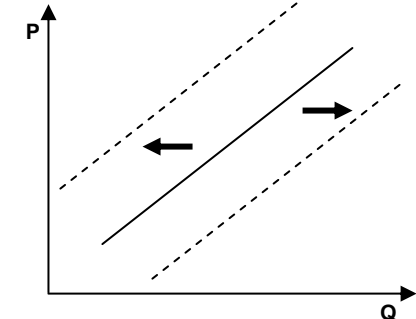
Veranderings in die kwantiteit wat aangebied word

- › Hierdie is veranderings wat die gevolg is van die verandering van die prys van die produk.
- › So 'n verandering word aangetoon as 'n beweging langs die grafiek, grafies aangedui as:



Veranderings in die aanbod

- › Hierdie is veranderings wat die gevolg is van 'n verandering in enige ander faktor, soos:
 - die prys van insette (produksiefaktore)
 - die pryse van alternatiewe produkte, of
 - die aantal verskaffers.
- › So 'n verandering word aangetoon as 'n beweging (verskuiwing) van die grafiek as 'n geheel, grafies aangedui as:



PRYSVORMING

In 'n mededingende mark word die prys van 'n produk bepaal deur die interaksie tussen die vraag en aanbod van die produk. Hierdie proses word **prysvorming** genoem.

Die prys wat gevorm word verteenwoordig dus:

- › 'n vlak waarteen die planne van kopers (verbruikers) presies ooreenstem met die planne van verkopers (verskaffers)
- › 'n vlak waar die kwantiteit aangevra deur die kopers gelyk sal wees aan die kwantiteit aangebied deur die verkopers, en
- › markewilibrum.

Markekwielibrium is wanneer die aanbod van 'n produk gelyk is aan die vraag na daardie produk.

Markwaarde (ook bekend as ekwilibriumwaarde) is die markprys en die markkwantiteit by markekwielibrium.

Die **markprys** (ekwilibriumprys) is die prys by die punt van ekwilibrium.

Die **markkwantiteit** (ekwilibriumkwantiteit) is die kwantiteit by die punt van ekwilibrium.

Die prys en kwantiteit van 'n produk is geneig om stabiel te bly by die punt van markekwielibrium.



DIE PRYSVORMINGSKEDULE

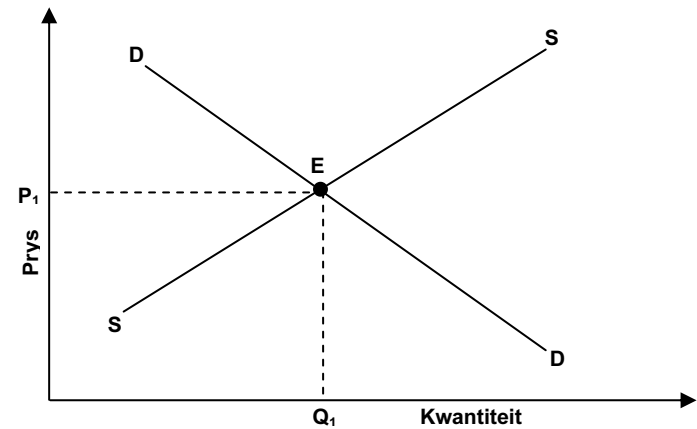
'n Prysvormingskedule is 'n tabel wat die ekwilibriumwaardes aandui. Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n prysvormingskedule.

Prys van produk X	Kwantiteit aangevra van produk X	Kwantiteit aangebied van produk X
R10	160	100
R15	140	120
R17,50	130	130
R20	120	140
R25	100	160

Hier is die markprys R17,50 en die markkwantiteit is 130 eenhede.

AANTOON VAN PRYSVORMING OP 'N GRAFIEK

Bestudeer die volgende voorbeeld van grafiese prysvorming.



Let op die volgende in die voorstelling:

- > markekwielibrium is by punt E
- > markwaarde is by P₁ (markprys) en Q₁ is (markkwantiteit).

VERANDERINGS IN MARKEKWILIBRIUM

Markekwielibrium vind plaas wanneer daar geen kragte is wat 'n verandering veroorsaak nie. Die mark sal in hierdie posisie bly, tensy iets veroorsaak dat dit wegbeweeg van ekwilibrium.

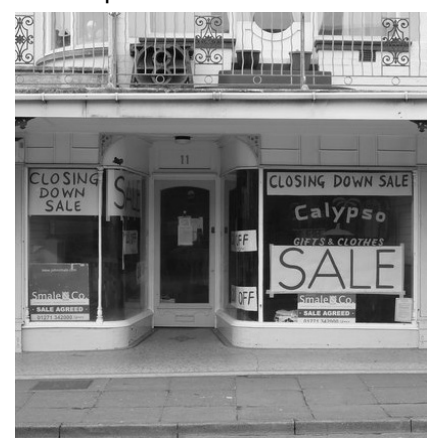
Veranderings in markekwielibrium word veroorsaak deur:

- > 'n verandering in die vraag na die produk deur verbruikers, of
- > 'n verandering in die aanbod van die produk deur produsente.

Markekwielibrium sal veroorsaak dat daar tydelik te veel of te min klante is.



Te veel klante



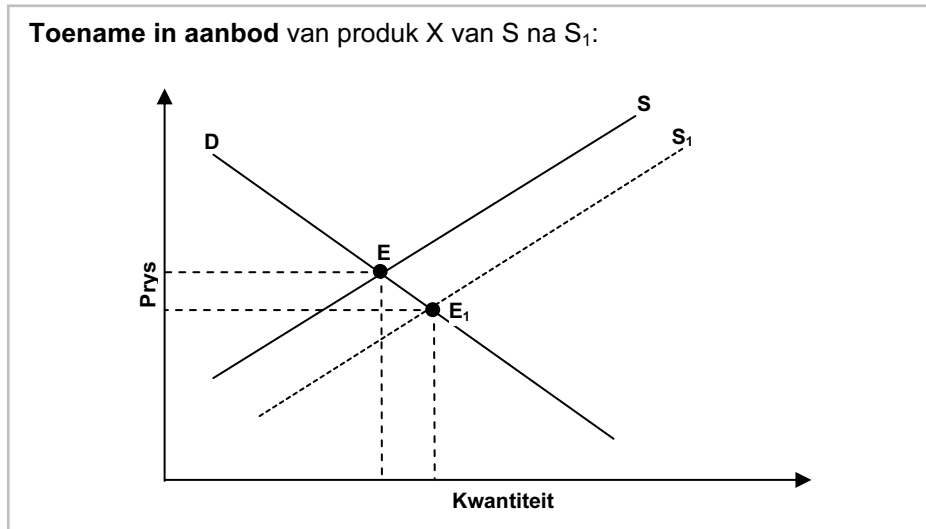
Te min klante

Bron: Thomas Lunde

Bron: Roger A Smith

2 'n Verandering veroorsaak deur 'n toename in aanbod

Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n verandering veroorsaak deur 'n toename in aanbod.



Let Wel:

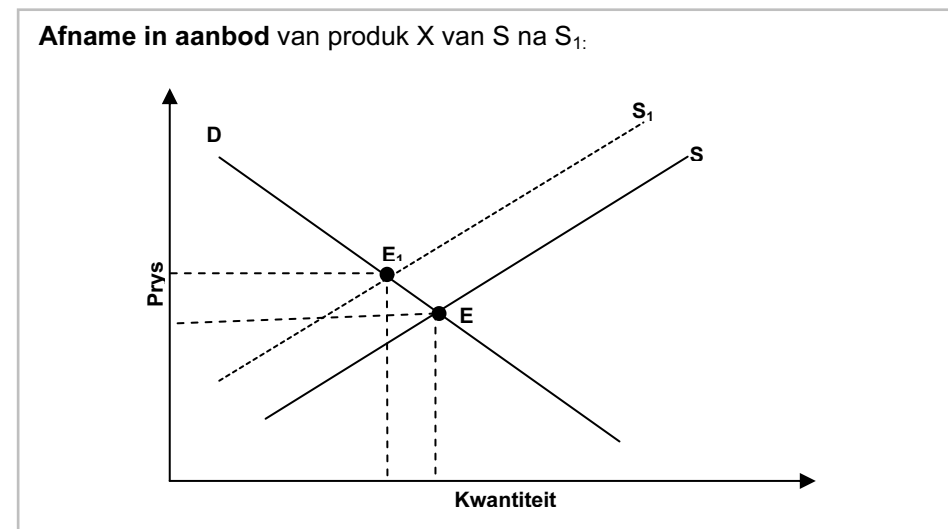
- › Wanneer aanbod toeneem, verskuif die aanbodkurwe van S na S_1 .
- › Die nuwe markekwalibrium is by E_1 , dus sal die ekwilibriumprys afneem en die ekwilibriumkwantiteit sal toeneem.

Faktore wat 'n toename in aanbod sal veroorsaak is:

- › 'n afname in die prys van enige insette (produksiefaktore)
- › 'n afname in die koste van die tegnologie gebruik in die produksie van die produk
- › 'n toename in die prys van alternatiewe (substituut-) produkte geproduseer deur ander verskaffers
- › 'n afname in die prys van 'n komplementêre produk
- › 'n afname in die aantal verskaffers (verkopers) van die produk, en
- › 'n toename in die prys wat verbruikers bereid is om vir die produk te betaal.

'n Verandering veroorsaak deur 'n afname in aanbod

Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n verandering veroorsaak deur 'n afname in aanbod.



Let Wel:

- › Wanneer aanbod afneem sal die aanbodkurwe van S na S_1 verskuif.
- › Die nuwe markekwalibrium is by E_1 , dus sal die ekwilibriumprys toeneem en die ekwilibriumkwantiteit sal afneem.

Faktore wat 'n afname in aanbod veroorsaak is:

- › 'n toename in die prys van enige insette (produksiefaktore)
- › 'n toename in die koste van die tegnologie gebruik in die produksie van die produk
- › 'n afname in die prys van 'n alternatiewe (substituut-) produk geproduseer deur ander verskaffers
- › 'n toename in die prys van komplementêre produkte
- › 'n toename in die aantal verskaffers (verkopers) van die produk, en
- › 'n afname in die prys wat verbruikers gewillig is om vir die produk te betaal.

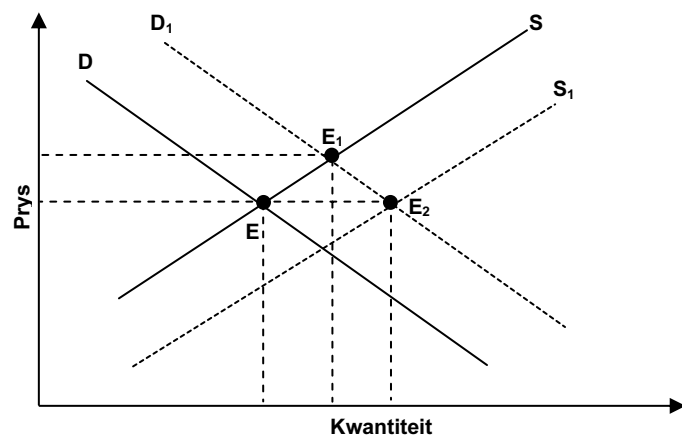
'n Verandering veroorsaak deur 'n toename in vraag

Anders as veranderinge in aanbod, is 'n verandering in vraag 'n proses wat uit **twee stappe** bestaan: eerstens verskuif die **vraagkurwe**, en dan verskuif die **aanbodkurwe**. Dit is omdat die verandering in vraag die verandering in aanbod beïnvloed. Sakeondernemings moet die kwantiteite wat hulle produseer en die pryse wat hulle vasstel aanpas om tred te hou met wat die verbruiker wil hê.



Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n verandering veroorsaak deur 'n toename in vraag.

Toename in vraag na produk X vanaf D na D_1 :



Let Wel:

- › Wanneer vraag toeneem, verskuif die vraagkurwe van D na D_1 .
- › Die nuwe markewilibrum is by E_1 , dus sal beide die ekwilibriumprys en die ekwilibriumkwantiteit toeneem.
- › Mettertyd sal die aanbod aanpas, en die aanbodkurwe sal na S_1 verskuif.
- › Ekwilibrum sal dan by E_2 wees, met die afnemende prys wat veroorsaak dat die kwantiteit vraag weer toeneem.

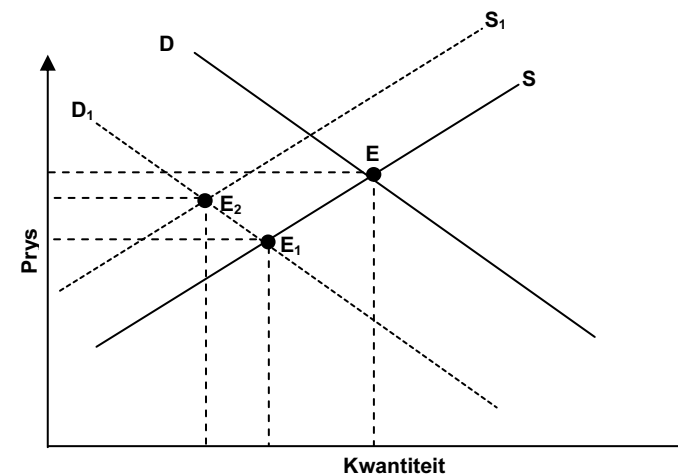
Faktore wat toename in vraag veroorsaak is:

- › 'n toename in verbruikersinkomste
- › die beskikbaarheid van 'n komplementêre produk wat laer geprys is
- › prystoename van substituuatprodukte, en
- › 'n verandering in die verbruiker se voorkeure en koopgedrag.

'n Verandering veroorsaak deur 'n afname in vraag

Bestudeer die volgende voorbeeld van 'n verandering veroorsaak deur 'n afname in vraag.

Afname in aanvraag vir produk X van D na D_1 :



Let Wel:

- › Wanneer vraag verminder, verskuif die vraagkurwe van D na D_1 .
- › Die nuwe markewilibrum is by E_1 , dus sal beide die ekwilibriumprys en die ekwilibriumkwantiteit afneem.
- › Mettertyd sal die aanbod aanpas, en die aanbodkurwe sal na S verskuif.
- › Die prys sal dan toeneem na E_2 , wat sal veroorsaak dat die kwantiteit wat aangevra is, afneem.

Faktore wat 'n afname in vraag veroorsaak is:

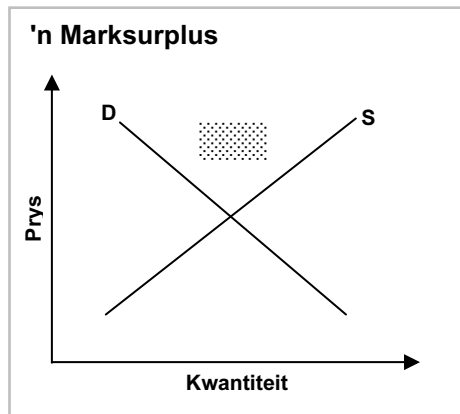
- › 'n afname in verbruikers se inkomste
- › die beskikbaarheid van 'n substituuatprodukte wat laer geprys is
- › prystoename van komplementêre produkte, en
- › 'n verandering in verbruikers se smake en koopgedrag.

2 MARKSURPLUS EN MARKTEKORT

Wanneer die mark nie in ewilibrum is nie, veroorsaak dit 'n marksurplus of marktekort.

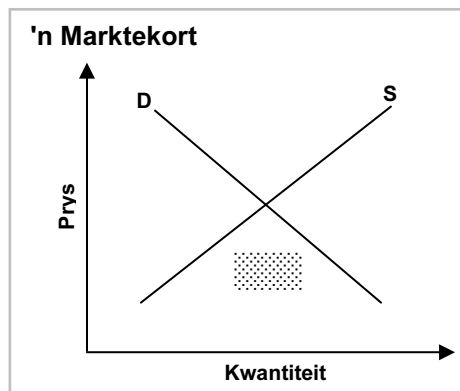
'n **Oormaat aanbod** is wanneer die aanbod van die produk groter is as die vraag na die produk.

'n **Marksurplus** bestaan wanneer daar 'n oormaat aanbod van 'n produk is. Dit toon dat die prys hoër as die markprys vasgestel is.



'n **Oormaat vraag** is wanneer die vraag na die produk groter is as die aanbod van die produk.

'n **Marktekort** bestaan wanneer daar 'n oormaat vraag na 'n produk is. Dit toon dat die prys laer vasgestel is as die markprys.



FUNKSIES VAN MARKTE

Markte verskaf 'n paar nuttige funksies:

► Markte **bring potensiële kopers en verkopers bymekaar**.

Markte word gevorm deur die interaksie van verbruikers (kopers) en produsente (verkopers) terwyl hulle pryse onderhandel en goedere en dienste uitruil. Markte skep dus kontak tussen kopers en verkopers.

► Markte verseker dat **hulpbronne effektief toegeken word** aan huishoudings en besighede.

Markpryse beïnvloed die ekonomiese besluite van beide verbruikers en produsente. Produsente wat hulle winste wil maksimeer, sal die relatiewe pryse van goedere en dienste oorweeg voordat hulle besluit wat, hoe en vir wie om te produseer. Verbruikers, aan die ander kant, wat die bruikbaarheid van hulle geld wil maksimeer, sal die relatiewe pryse van goedere oorweeg voordat hulle besluit hoe om hulle geld te spandeer. Maksimering van winste en maksimering van bruikbaarheid lei tot 'n doeltreffende manier om hulpbronne toe te ken.

► Markte is teoreties, **in staat om hulself te reguleer**, en vereis dus nie altyd direkte intervensie van eksterne kragte nie.

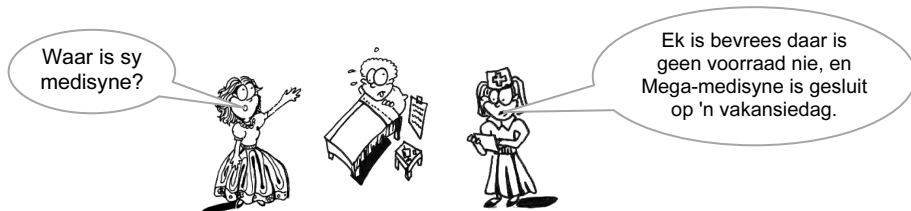
Pryse word bepaal deur die kragte van vraag en aanbod (markkragte). Markte word dus beskou asof dit deur 'n 'onsigbare hand' gestuur word, wat verseker dat pryse op so 'n manier vasgestel word dat hulpbronne doeltreffend toegeken word. In die afwesigheid van markte sou 'n reguleringsliggaam soos die regering moes besluit watter goedere geproduseer moet word, en in watter kwantiteite en teen watter prys.



Markte het egter soms indirekte intervensie van eksterne kragte nodig om die verspreiding van hulpbronne billik te maak. In die werklike lewe vind markmislukking plaas.

Onderwerp 3: DIE OPENBARE SEKTOR

Markmislukking vind plaas wanneer die markstelsel nie in staat is om 'n doeltreffende toekenning van skaars hulpbronne te bereik nie, en is dus nie in staat om die beste beskikbare uitkoms te bereik nie.



Markmislukking vind gewoonlik plaas weens onvolmaakte mededinging en die gevolg is ondoeltreffende toekenning en gebruik van hulpbronne.

'n Voorbeeld van 'n markmislukking is wanneer 'n monopolie al die plaasgrond in 'n land besit en volle beheer het oor die aanbod van hierdie grond en die prys waarvoor dit te koop aangebied word.

Die openbare sektor bestaan uit die regering (nasionaal, provinsiaal en plaaslik) en al die ondernemings wat dit besit.

Die openbare sektor kan verskillende **metodes van betrokkenheid** aanwend om te probeer om die ondoeltreffendheid reg te stel of die toekenning van hulpbronne te optimaliseer.

Om 'n proses te **optimaliseer** is om die beste moontlike uitkoms te bereik.

Die metodes wat gebruik kan word is:

- › indirekte belasting
- › subsidies
- › welsyn
- › maksimum en minimum pryse
- › produksie deur die regering
- › minimum lone.

INDIREKTE BELASTINGS

'n **Belasting** is 'n verpligte betaling deur 'n landsburger aan die regering.



'n **Direkte belasting** is 'n belasting gehef op 'n persoon of 'n eiendom.

'n **Indirekte belasting** is 'n belasting wat gehef word wanneer geld op 'n produk spandeer word.

In die meeste gevalle is dit indirekte belasting, nie direkte belasting nie, wat die openbare sektor gebruik om ondoeltreffendhede in die mark te korrigeer. Maar die progressiewe benadering om inkomste te belas, word gebruik om een tipe markmislukking reg te stel – die ongelyke verspreiding van inkomste en welvaart.



Die heffing van indirekte belasting **verkry geld vir die openbare sektor** maar dit word dikwels ook bedoel om **die verbruik, produksie en / of invoer** van sekere produkte **te ontmoedig**.

Verskaffers verhoog die pryse van hulle produkte om die belasting in berekening te bring, sodat hulle winste nie verminder nie. Dus word indirekte belasting eintlik **deur die koper (verbruiker)** van die produk wat belas is, **betaal**.

Voorbeelde van indirekte belasting sluit **selektiewe belasting**, soos doeaneregte en aksynsregte, en **algemene belasting**, soos belasting op toegevoegde waarde (BTW) in.

Doeaneregte is grensbelasting op ingevoerde produkte.

Deur die invoer van buitelandse produkte te ontmoedig, beskerm doeaneregte binnelandse nywerhede van buitelandse mededinging.



Aksynsregte is binnelandse belasting op spesifieke produkte.

Wanneer aksynsregte gebruik word om die verbruik en produksie van produkte wat as ongesond beskou word (soos tabak), of maatskaplik skadelik kan wees (soos dobbel), te ontmoedig, word daarna verwys as 'sondebelaasting'.

'n **Ad valorem belasting** is 'n belasting wat bereken word deur 'n vaste persentasie by 'n faktuurwaarde by te voeg.

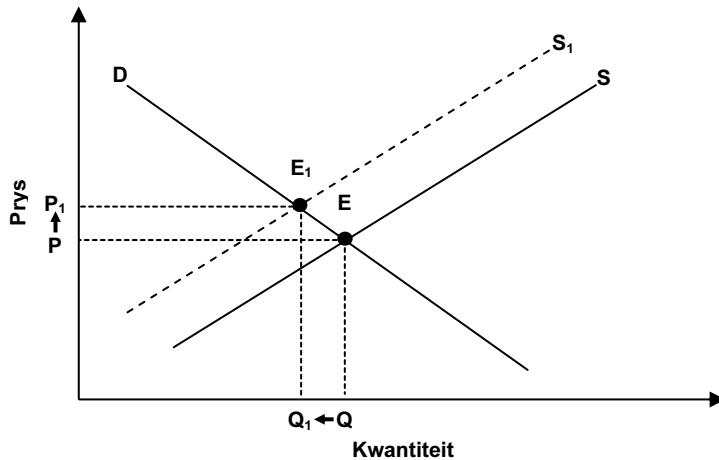
BTW word nie op alle produkte gehef nie. Byvoorbeeld, in Suid-Afrika het vrugte en groente 'n 'nulkoers', wat beteken dat BTW nie daarop gehef word nie.

Die end-koper betaal die BTW aan die verkoper, wat dit dan aan die regering betaal.

As die verkoper BTW betaal het op insette wanneer die produk gemaak word, of selfs net as die produk vir herverkope aangekoop word, kan daardie bedrag van die BTW wat die verkoper aan die regering moet oorhandig, afgetrek word.

DIE UITWERKING VAN INDIREKTE BELASTINGS

Die volgende grafiek illustreer die uitwerking van die heffing van die regering se sondebelasting op sigarette.



Let Wel:

- › Die oorspronklike markwaarde is by die punt van markekwiilibrium, E, vasgestel.
- › Nadat die regering 'n sondebelasting op sigarette gehef het, sal die prys vanaf P na P_1 toeneem.
- › Die verbruikers sal minder sigarette koop teen hierdie prys, dus sal die kwantiteit aangevra, vanaf Q na Q_1 afneem.
- › Dus sal die aanbodkurwe na links verskuif, na S_1 , wat 'n afname in aanbod aandui.
- › Die nuwe markekwiilibrium sal by E_1 wees.

SUBSIDIES

'n **Subsidie** is 'n finansiële toelaag of ander vorm van steun wat deur die regering beskikbaar gestel word.

Die regering voorsien subsidies om die ekonomie en die lewens van sy burgers te verbeter.

'n Subsidie kan 'n direkte betaling of 'n indirekte bydrae wees, en dit is bedoel om die gedrag van sakeondernemings te beïnvloed deur sekere keuses meer wenslik te maak.

Voorbeelde van subsidies sluit produksiesubsidies, uitvoersubsidies en indiensnemingsubsidies in.

'n **Produksiesubsidie** is 'n regeringsubsidie vir produsente om die produksie van sekere produkte meer bekostigbaar te maak.



Produksiesubsidies maak dit meer aantreklik vir produsente om daardie produk te produseer, en maak dit sodoende meer bekostigbaar vir verbruikers om dit te koop.

'n **Uitvoersubsidie** is waar die regering uitvoere subsidieer om binnelandse sakeondernemings te ondersteun.



Uitvoersubsidies help binnelandse sakeondernemings om goedere vir uitvoer teen mededingende pryse, te produseer. Dit help ook die land se betalingsbalans. Hierdie subsidies is dikwels op nuwe nywerhede gefokus.

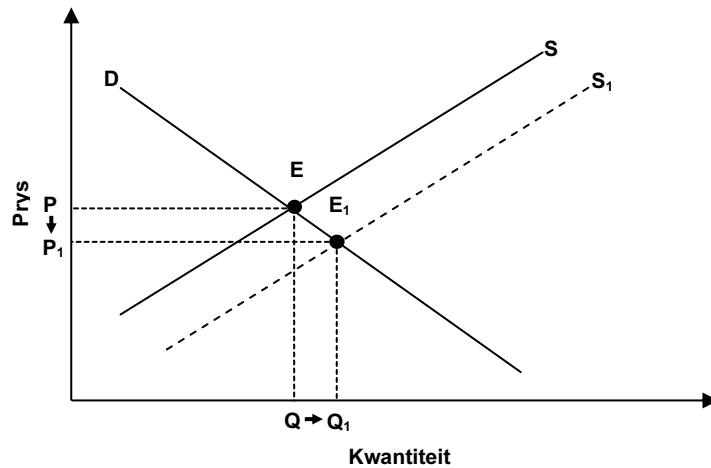


Indiensnemingsubsidies is waar die regering die lone van werkers subsidieer om sakeondernemings aan te moedig om meer werk te skep.



DIE UITWERKING VAN SUBSIDIES

Die volgende grafiek illustreer die uitwerking van die regering se subsidiëring van die prys van mielies.



Let Wel:

- Die oorspronklike markwaarde is by die punt van markekwiilibrium, E, vasgestel.
- Nadat die regering 'n subsidie aan mielieprodusente voorsien het, sal die prys vanaf P na P_1 afneem.
- Die verbruiker sal meer mielies teen hierdie prys koop, dus sal die kwantiteit aangevra, vanaf Q na Q_1 toeneem.
- Dus sal die aanbodkurwe na regs verskuif, na S_1 , wat 'n toename in aanbod aandui.
- Die nuwe markekwiilibrium sal by E_1 wees.
- Die nuwe markprys vir mielies is P_1 en die nuwe markkwantiteit is Q_1 .

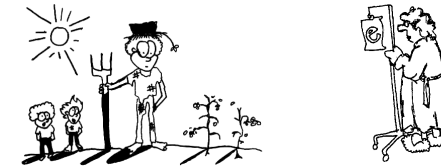


WELSYN

Welsyn is regeringondersteuning wat daarop gemik is om die lewenstandaard van alle burgers tot 'n sekere minimum vlak te verbeter.

Welsyn word gewoonlik in die vorm van welsyntoelaes voorsien.

'n **Welsyntoelaag** is wanneer die regering mense wat in sosiale nood is, deur oordragbetalings, subsidiëer.



Oordragbetalings is betalings wat deur die regering gemaak word, waarvoor hulle niks terug ontvang nie, en word gedoen om mense se lewenstandaard te verhoog.

'n Mens se **lewenstandaard** verwys na die hoeveelheid en tipe goedere en dienste wat hy / sy verbruik.

'n Persoon se lewenstandaard is die gevolg van sy / haar inkomste en welvaart. Soos subsidies, is welsyntoekennings 'n vorm van inkomsteherverdeling.

Inkomsteherverdeling is die wettige oordrag van geld vanaf sommige mense na ander.

Voorbeelde van welsyntoelae is: kindersorgtoelae, pensioentoelae, ongeskiktheidstoelae en basiese inkomstetoelae.



Welsyntoelae word soms sosiale toelae of inkomstesubsidies genoem.