

# Via Afrika Besigheidstudies

## Graad 11 Studiegids

C. Chaplin, E.L. Llewellyn, P. Bean, M. Kleyn, A. Marx,  
T.D. Kotze, T.R. Maliehe



*Our Teachers. Our Future.*



C. Chaplin

# Studiegids

# Besigheidstudies

**Graad 11**



ISBN: 978-1-41546-298-0

# Inhoud

Inleiding tot Besigheidstudies	5
<b>Kwartaal 1</b>	
Inleiding	6
Onderwerp 1	Invloede op die sakeomgewings 7
	Vrae en antwoord 14
Onderwerp 2	Uitdagings van die sakeomgewings 18
	Vrae en antwoord 27
Onderwerp 3	Aanpassing by uitdagings van die sakeomgewings 30
	Vrae en antwoord 37
Onderwerp 4	Hedendaags sosoio-ekonomiese kwessies 40
	Vrae en antwoord 46
Onderwerp 5	Sakesektore 49
	Vrae en antwoord 54
Onderwerp 6	Voordeel van 'n maatskappy bo ander vorme van eienaarskap 56
	Vrae en antwoord 57
Onderwerp 7	Avenues of acquiring a business 72
	Vrae en antwoord 79

## Kwartaal 2

Inleiding		82
Onderwerp 1	Kreatiewe denke en probleemoplossing	83
	Vrae en antwoord	89
Onderwerp 2	Stres- en krisisbestuur	92
	Vrae en antwoord	98
Onderwerp 3	Omskepping van 'n besigheidsplan in 'n aksieplan	99
	Vrae en antwoord	104
Onderwerp 4	Die stigting van 'n sakeonderneming	106
	Vrae en antwoord	110
Onderwerp 5	Professionalisme en etiek	111
	Vrae en antwoord	114
Onderwerp 6	Aanbieding van besigheidsinligting	116
	Vrae en antwoord	123
<b>Junie eksamen en memo</b>		<b>124</b>

## **Kwartaal 3**

Inleiding		142
Onderwerp 1	Entrepreneurseienskappe en suksesfaktore	143
	Vrae en antwoorder	1148
Onderwerp 2	Burgerskaprolle en verantwoordelikhede	149
	Vrae en antwoorder	155
Onderwerp 3	Bemarkingsfunksies	156
	Vrae en antwoorder	180
Onderwerp 4	Produksiefunksie	182
	Vrae en antwoorder	190

## **Kwartaal 4**

Inleiding		192
Onderwerp 1	Spandinamika en konflikbestuur	193
	Vrae en antwoorder	202
Onderwerp 2	Kennismaking met menslike hulpbronne	204
	Vrae en antwoorder	214

## **November eksamen en memo 216**

# Hoekom Besigheidstudies?

Besigheidstudies is nie slegs belangrik wanneer jy iets soos besigheidsbestuur, finansies, administrasie of bemarking wil gaan studeer nie. Dit sal jou ook in baie fasette van jou lewe help en met watter beroep jy ook al wil inslaan.

Besigheidstudies sal jou help om:

- die uitwerking van veranderende en uitdagende omgewings op besigheidspraktyke te
- ontleed, bv. toenemende brandstofpryse en die invloed wat dit op besighede wêreldwyd
- het; en om dan strategieë te bedink om hierdie uitdagings te bowe te kan kom.
- 'n navorsingsinstrument te ontwerp en gebruik om behoeftes en begeertes te assesseer.
- kreatiewe denke aan te moedig om entrepreneursgeleenthede te skep, bv. om 'n
- roomysstalletjie op Margate se hoofstrand gedurende hoogseisoen oop te maak.
- data vir besluitneming te verwerk en te analiseer.
- 'n sakeplan te ontwikkel.
- die regsimplikasies van kontrakte te verstaan.
- die implementering van die Wet op Gelyke Indiensneming en arbeidswette te verstaan.
- 'n reeks bestuursvaardighede in al agt bestuursfunksies te kan toon en toepas:
- aankope, produksie, finansiële, bemarking, openbare betrekkinge, mesnlike
- hulpbronbestuur, inligtingsbestuur en algemene bestuur.

Dit is inderdaad 'n opwindende vak – gerig op jou toekoms! Behalwe die punte wat hierbo genoem word, sal Besigheidstudies jou ook help om vooruit te beplan en 'n goeie werksetiek te handhaaf. Dit beteken dat jy redelik hard sal moet werk, maar nie sonder beloning nie. Die Studiegids is ontwerp jou jou te help om jou doelwitte vir Besigheidstudies te bereik. Dit is puntsgewys opgesom sodat jy dit makliker kan memoriseer. 'n Effektiewe manier om die Studiegids te gebruik, is om dit saam met die volgende SVL2H-studiemetode te gebruik:

- S** Studeer Gebruik hierdie Studiegids om jou werk te leer. Leer klein deeltjies op 'n slag, en gaan dan aan na die volgende deel. Gebruik kopkaarte en ander visuele hulpmiddels om dit makliker te maak om jou werk te onthou.
- V** Vrae Na elke onderwerp is daar vrae wat jy kan gebruik om jou kennis te toets. Maak seker dat jy al hierdie vrae kan beantwoord.
- L** Lees Natuurlik sal daar vrae wees wat jy nie dadelik kan beantwoord nie. Gaan terug na hierdie gedeeltes toe en lees dit weer deeglik deur.
- H** Herroep Gaan na om te kyk of jy die antwoorde op vrae kan herroep wat jy nie voorheen kon herroep nie.
- H** Hersien Dit is belangrik om hersiening te doen. Kyk weer na jou opsommings. Jy kan dit vroeg in die oggend voor jou toets of eksamen doen.

Ek hoop jy sal hierdie Studiegids geniet en dat dit jou sal help om jou werk te leer ken.

Mik vir sukses!

**Die Skrywer**

# Kwartaal 1 Inleiding

## Onderwerp 1 Invloede op die sakeomgewings

In Onderwerp 1 maak die leerders kennis met die invloed wat die sakeonderneming op die sakeomgewings het.

## Onderwerp 2 Uitdagings van die sakeomgewings

Onderwerp 2 bied 'n oorsig van die uitdagings wat uit die verskillende omgewings ontstaan. Die uitdagings hou verband met die verskillende elemente van die mikro-, mark- en makro-omgewings.

## Onderwerp 3 Aanpassing by uitdagings van die sakeomgewings

Onderwerp 3 handel oor maniere waarop 'n sakeonderneming by uitdagings in die interne en eksterne omgewings kan aanpas. Die maniere waarop 'n sakeonderneming by bedreigings en geleenthede uit die omgewing kan aanpas, hang af van die onderneming se beheer of invloed (Onderwerp 1) en die erns en ingewikkeldheid van die uitdagings (Onderwerp 2).

## Onderwerp 4 Hedendaagse sosio-ekonomiese kwessies

Onderwerp 4 handel oor die impak van hedendaagse sosio-ekonomiese kwessies op die besigheid en produktiwiteit. Die onderwerp ondersoek ook die ontwikkelings van nywerheidsverhoudings wat met bestaande besigheidspraktyke verband hou. Dit sluit in nywerheidsoptredes soos stakings, uitsluitings en sloerstakings, asook die geskiedenis, rol en funksies van vakbonde.

## Onderwerp 5 Sakesektore

In Onderwerp 5 maak die leerders kennis met die verskillende sektore van die ekonomie: primêr, sekondêr en tersiêr, asook met die wisselwerkings tussen hierdie sektore.

## Onderwerp 6 Voordeel van 'n maatskappy bo ander vorme van eienaarskap

In Onderwerp 6 word die voordele van die vorming van 'n maatskappy bo ander vorme van eienaarskap ondersoek. In Graad 10 het die leerder kennis gemaak met die reeks wetlik erkende vorme van besigheidseienaarskap. In hierdie onderwerp word hierdie verskillende vorme van eienaarskap in meer besonderhede bespreek, en word hulle direk met mekaar vergelyk ooreenkomstig hul eienaarskap, struktuur en regsvereistes.

## Onderwerp 7 Maniere om 'n besigheid te verkry

In Onderwerp 7 maak die leerder kennis met verskillende metodes vir die verkryging van 'n sakeonderneming. Die twee basiese opsies, naamlik om 'n nuwe onderneming te begin of 'n bestaande onderneming te koop, word uitgebrei deur dié van 'n franchise-lisensie, uitkontraktering en die verhuring van bates. Die voordele en nadele van die verskillende opsies word verduidelik.



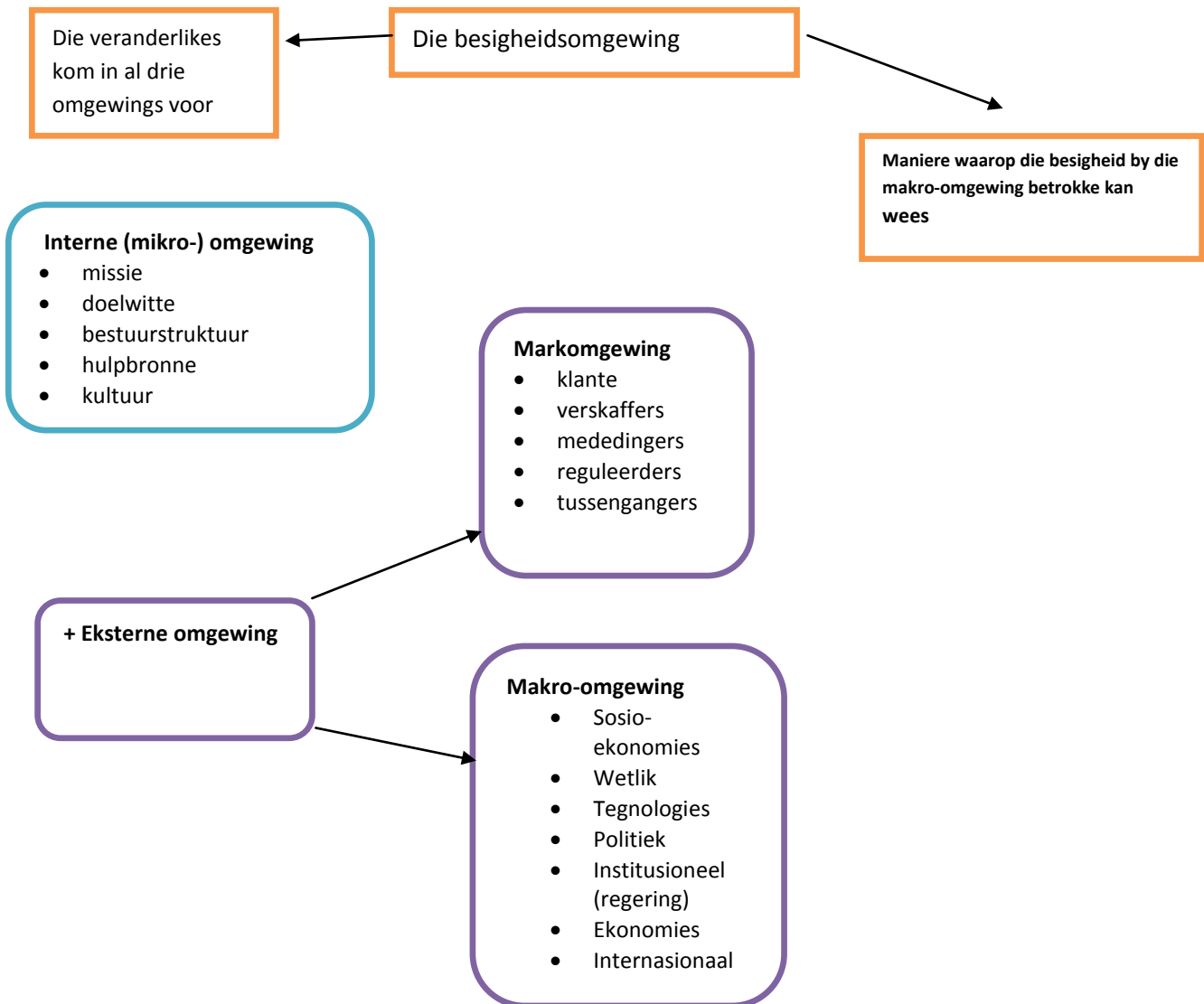
# Onderwerp 1. Invloede op die besigheidsomgewings

## Oorsig

Die mikro-, mark- en makro-omgewing beïnvloed mekaar. Enigiets wat in die omgewing kan verander, word 'n veranderlike genoem.

Die onderneming het die meeste beheer oor die mikro-omgewing, minder beheer oor die markomgewing en selfs nog minder beheer oor die makro-omgewing.

Dit is voordelig vir die onderneming om by die makro-omgewing betrokke te wees.



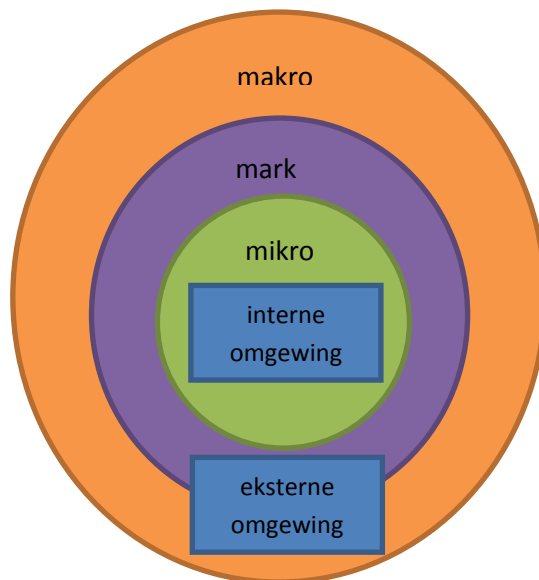


# 1 Beheerfaktore in die besigheidsomgewings

Die besigheidsomgewing bestaan uit al daardie veranderlikes wat die oorlewing van 'n organisasie kan beïnvloed.

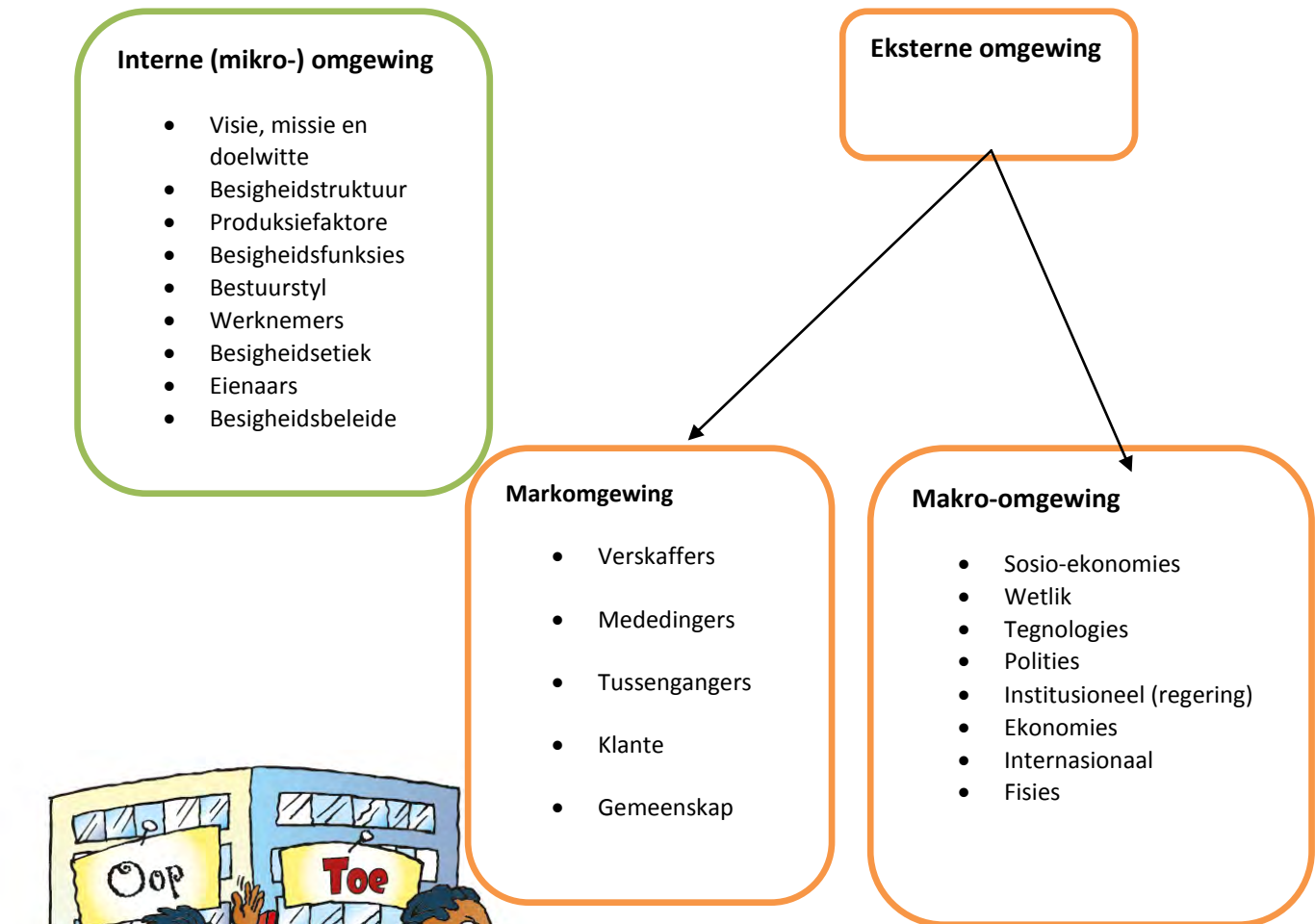
Hierdie veranderlikes word verdeel in:

- Die mikro-omgewing
- Die markomgewing
- Die makro-omgewing



- Die interne omgewing bestaan uit die **mikro-omgewing** van die besighede wat die eintlike besigheid self is.
- Die eksterne omgewing bestaan uit die **mark-** en **makro-omgewings** van die besigheid. Die markomgewing is sy bedryfsomgewing en die makro-omgewing is die algemene omgewing wat die besigheid omsluit.

## 1.2 Faktore in die omgewings wat die organisasie beïnvloed



'n Verandering in die sakeomgewing kan positief vir een onderneming wees en negatief vir 'n ander.

## 2 Kenmerke van die besigheidsomgewing

Die besigheidsomgewing bestaan uit baie dele.

- Al die dele is interafhanklik en onderling met mekaar verbind.
- Die besigheidsomgewing is onseker en onstabiel en kan van tyd tot tyd wissel.
- Die besigheidsomgewing is dinamies en onstabiel. Besighede moet gereed wees om sowel proaktief as reaktief te wees, hulle moet by veranderinge aanpas.
- Veranderinge in die besigheidsomgewing kan verskillende besighede op verskillende maniere beïnvloed; 'n verandering kan positief wees vir een besigheid en negatief vir 'n ander besigheid.
- Veranderinge in die besigheidsomgewing kan sowel langtermyn- as korttermyngevolge vir 'n besigheid hê.
- Die eksterne besigheidsomgewing kan so 'n enorme impak op 'n besigheid hê dat dit moet aanpas ten einde te oorleef, byvoorbeeld die huidige wêreldwye resessie.
- Die besigheidsomgewing is kompleks en dit is moeilik vir entrepreneurs om risikofaktore te bepaal.

## 3 Die beheer van die besigheid oor die besigheidsomgewing

### 3.1 Die mikro-omgewing

Beheer oor die mikro-omgewing word bereik deur interne **beheerstelsels** te gebruik. Daarmee word beoog om:

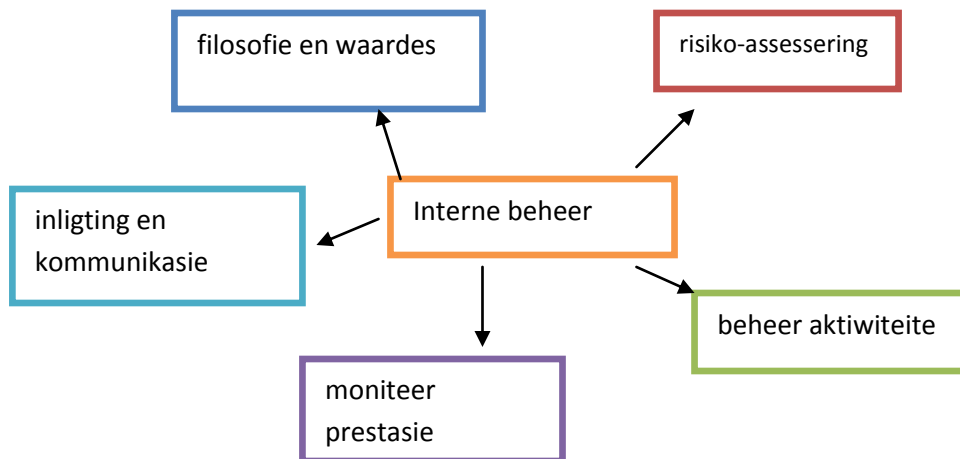
- die bestuur in staat te stel om seker te maak dat die doelwitte van die besigheid bereik word
- seker te maak dat betroubare finansiële state opgestel word
- na te gaan dat die besigheid voldoen aan al die toepaslike wette en regulasies.

Beheerbare veranderlikes is:

- Die visie, missie en doelwitte van die maatskappy
- Die maatskappy se besigheidstruktuur
- Die organisering en gebruik van produksiefaktore
- Die organisering van die ag besigheidsfunksies
- Die bestuurstyl
- Die bestuur van werknemers
- Keuse van besigheidsetiek
- Tipe eienaarskap
- Implementering van besigheidsbeleide

Aspekte van interne beheer:

- Beheer die filosofie en waardes van die besigheid
- Skep doeltreffende inligting- en kommunikasiestelsels
- Moniteer prestasie
- Assesseer risiko's
- Beheer die aktiwiteite van die besigheid



## 3.2 Die markomgewing

Die besigheid moet bewus wees van die geleenthede en bedreigings in die markomgewing omdat dit die besigheid se sukses of mislukking sal beïnvloed.

Geleenthede sluit in:

- Verstaan die klante en hul behoeftes
- Maak gebruik van handelsafslag
- Vind goedkoper dienste of verskaffers
- Maak gebruik van marknavorsing om verkope te verhoog
- Skep 'n positiewe openbare beeld

Bedreigings sluit in:

- Gebrek aan klantlojaliteit
- Toename in die koste van grondstowwe
- Onrus onder werkers
- Prysoorloë
- Mislukking om druk op regering uit te oefen

Die besigheid het beperkte beheer oor die markomgewing. Die markomgewing kan in vier hoofareas ingedeel word:

- Klante
- Verskaffers en tussengangers
- Mededingers
- Burgerlike samelewing

Geleenthede en bedreigings in die markomgewing

Geleenthede	Bedreigings
Klante	
Skep klantlojaliteit	Gebrek aan klantlojaliteit
Verskaffers	
Moontlikheid van handelsafslag	Toename in koste van grondstowwe
Tussengangers	
Alternatiewe of goedkoper dienste	Onrus onder werkers
Mededingers	
Marknavorsing en hoër verkope	Prysoorlog
Burgerlike samelewing	
Positiewe openbare beeld	Negatiewe openbare beeld

### 3.3 Die makro-omgewing

Die besigheid het geen beheer oor die makro-omgewing nie, maar kan beheer hoe dit reageer op uitdagings in die makro-omgewing.

Voorbeelde van areas van die makro-omgewing sluit die volgende in:

- Fisiese omgewing
- Ekonomiese omgewing
- Sosio-ekonomiese omgewing
- Wetlike omgewing
- Tegnologiese omgewing
- Politiese omgewing
- Institusionele (regerings-) omgewing
- Internasionale omgewing

## 4. Maniere waarop die besigheid voordelig by die makro-omgewing betrokke kan wees

Deur positief en aktief by die makro-omgewing betrokke te wees, kan besighede die ekonomiese en maatskaplike toestande in Suid-Afrika verbeter.

Maniere waarop die besigheid by die makro-omgewing betrokke kan wees:

- Kollektiewe bedinging of stemmingmakery om werkstoestande te verbeter of regeringsregulasies te verander
- Privaat-openbare vennootskappe, soos waaksaamheid teen misdaad of maatskaplike opheffing
- Dienste in privaat besit vir die gemeenskap of land, soos skole of watervoorsiening
- Werkskepping
- Inisiatiewe met betrekking tot maatskaplike verantwoordelikheid
- Regeringstenders om vir groot staatskontrakte te bid
- Uitbreiding na ander Afrika-lande om uitvoermarkte en meer werk te skep
- Verbeter tegnologie om ekonomiese groei te stroomlyn

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Veelkeuse

Kies die korrekte antwoord uit die moontlikhede:

1. Die bemarkingsfunksie van Gizmo Speelgoed (Edms.) Bpk. sal deel van die ..... omgewing wees.

- A. mikro-
- B. mark-
- C. makro-
- D. interne (2)

2. 'n Verandering in die immigrasiebeleid van die land sal plaasvind in die . omgewing.

- A. mikro-
- B. mark-
- C. makro-
- D. besigheids- (2)

3. Watter van die volgende is NIE 'n kenmerk van 'n entrepreneur nie?

- A. Behoefte aan prestasie
- B. Fokus van beheer
- C. Neiging om risiko's te loop
- D Vermoë om probleme op te los

(2)

**Waar of Onwaar**

Antwoord net waar of onwaar.

- 4. Die markomgewing is altyd onder die beheer van die besigheid. (2)
- 5. Om seker te maak alle werknemers is opgelei om hul werk behoorlik te doen, is deel van die mikro-omgewing. (2)
- 6. Veranderlikes soos wysigings aan arbeidswette beïnvloed nie die besigheid nie omdat dit buite die besigheid se beheer is. (2)

**Kort vrae**

- 7. Verduidelik die betekenis van die mikrobesigheidsomgewing. (6)
- 8. Lys 5 veranderlikes (uitdagings) van die mikrobesigheidsomgewing.(10)
- 9. Beskryf die markbesigheidsomgewing en noem 4 veranderlikes (uitdagings). (10)
- 10. Lys vier dele van die makro-omgewing. (8)

**Opstelvraag**

- 11. Verantwoordelike besighede raak aktief betrokke by hul makro-omgewing. Bespreek hierdie stelling en stel maniere voor waarop besighede positief by die ekonomiese struktuur van die land betrokke kan wees. (40)

**Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp**

- 1. B (2)
- 2. C. (2)
- 3. C. (2)

**Waar of Onwaar**

- 4. O (2)
- 5. W (2)
- 6. O (2)

**Kort vrae**



7. Bestaan uit die besigheid self  $\checkmark\checkmark$  en word deur die bestuur beheer.  $\checkmark\checkmark$  Die besigheid kan die veranderlikes in hierdie omgewing beheer.  $\checkmark\checkmark$  (6)

8. (enige 5 x 2 = 10)

- Visie, missie en doelwitte  $\checkmark\checkmark$
- Besigheidstruktuur  $\checkmark\checkmark$
- Produksiefaktore  $\checkmark\checkmark$
- Besigheidsfunksies  $\checkmark\checkmark$
- Bestuurstyl  $\checkmark\checkmark$
- Werknemers  $\checkmark\checkmark$
- Besigheidsetiek  $\checkmark\checkmark$
- Eienaars  $\checkmark\checkmark$
- Besigheidsbeleide  $\checkmark\checkmark$  (10)

9.

- Bestaan uit verskaffers, klante en mededingers  $\checkmark\checkmark$  (2)
- Gebrek aan klantlojaliteit  $\checkmark\checkmark$
- Toename in die koste van grondstowwe  $\checkmark\checkmark$
- Onrus onder werkers  $\checkmark\checkmark$
- Prysoorloë  $\checkmark\checkmark$
- Mislukking om druk op regering uit te oefen  $\checkmark\checkmark$  ( enige 4 x 2 = 8)(10)

10.

- Fisiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Ekonomiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- sosio-ekonomiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Wetlike omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Tegnologiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Politieke omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Institusionele (regerings-) omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Internasionale omgewing  $\checkmark\checkmark$  ( enige 4 x 2 = 8) (8)

### Opstelvraag

11.

Die besigheid het geen beheer oor die makro-omgewing nie,  $\checkmark\checkmark$  maar kan beheer hoe dit reageer op uitdagings in die makro-omgewing.  $\checkmark\checkmark$

Voorbeelde van areas van die makro-omgewing sluit die volgende in:

- Fisiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Ekonomiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Sosio-ekonomiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Wetlike omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Tegnologiese omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Politieke omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Institusionele (regerings-) omgewing  $\checkmark\checkmark$
- Internasionale omgewing  $\checkmark\checkmark$  (20)

Deur positief en aktief by die makro-omgewing betrokke te wees,  $\checkmark\checkmark$  kan besighede die ekonomiese en maatskaplike toestande in Suid-Afrika verbeter.  $\checkmark\checkmark$

Maniere waarop die besigheid by die makro-omgewing betrokke kan wees:

- Kollektiewe bedinging of stemmingmakery om werkstoestande te verbeter of regeringsregulasies te verander

- Private-openbare vennootskappe, soos waaksaamheid teen misdaad of maatskaplike opheffing
- Dienste in privaat besit vir die gemeenskap of land, soos skole of watervoorsiening
- Werkskepping
- Inisiatiewe ten opsigte van maatskaplike verantwoordelikheid
- Regeringstenders om vir groot staatskontrakte te bied
- Uitbreiding na ander Afrika-lande om uitvoermarkte en meer werk te skep. √√
- Verbeter tegnologie om ekonomiese groei te stroomlyn. √√ (20)

(50)

## Onderwerp 2 Uitdagings van die besigheidsomgewings

### Oorsig

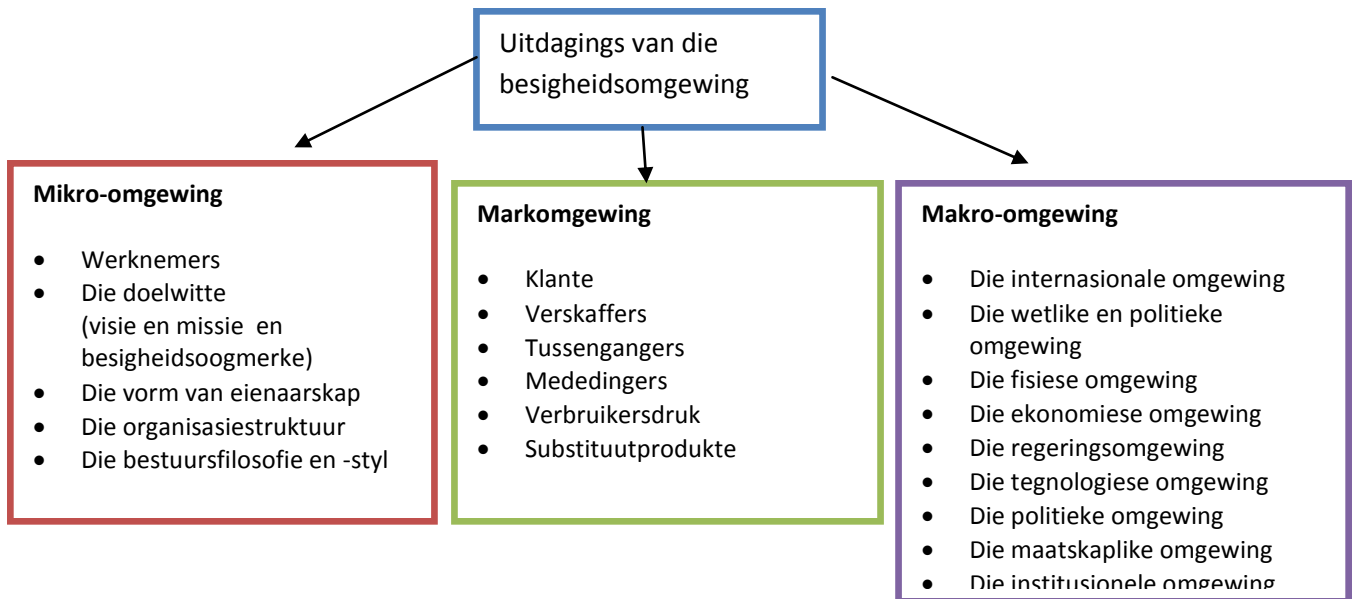
---

Hierdie onderwerp ondersoek die uitdagings wat in die mikro-, mark- en makrobesigheidsomgewings voorkom. Besighede moet bewus wees van die uitdagings waarvoor hulle in die verskillende omgewings te staan gaan kom ten einde in staat te wees om met tyd te handel en voorsiening vir probleme te maak.

Enigiets wat in een van die besigheidsomgewings kan verander, word 'n **veranderlike** genoem. Die veranderlikes in die interne en eksterne omgewings is interafhanklik omdat 'n verandering in een veranderlike ander veranderlikes kan beïnvloed.

Die onderwerp handel oor:

- uitdagings van die mikro-omgewing, soos 'n gebrek aan visie, swak bestuur, stakings en sloerstakings
- uitdagings van die markomgewing, soos mededinging, verskaffingsprobleme en veranderinge in verbruikersgedrag
- uitdagings van die makro-omgewing, soos wetgewing, globalisering en sosio-ekonomiese kwessies.



# 1 Uitdagings van die mikro-omgewing

'n Uitdaging in die mikro-omgewing verwys na veranderlikes in 'n besigheid, soos arbeid en grondstowwe, finansies en bates, wat bestuurders/eienaars doeltreffend moet bestuur.

- **Werknemers**

Werkers moet behoorlik opgelei en gemotiveerd wees en die nodige vaardighede hê om goedere en dienste van 'n hoë gehalte te lewer. Besigheidseienaars moet verseker dat hul werkers voldoende vaardigheidsopleiding en opvoeding met betrekking tot hul spesifieke tipe werk kry.

Die Wet op Diensbillikheid verseker dat gelyke werkseleenthede 'n wetlike vereiste is wanneer besighede nuwe werknemers soek.

- **Die doelwitte (visie en missie en besigheidssoogmerke)**

Visie verwys na hoe jy die toekoms of langtermyndoelwitte van die besigheid sien. Bestuurders en werkers wat 'n gebrek aan visie en missie het, is nie bewus van, of verstaan nie, die doelwitte van die besigheid en bydraes tot die gemeenskappe wat hulle dien nie.

- **Die vorm van eienaarskap**

Die eienaars moet 'n gepaste vorm van eienaarskap kies ten einde hul besigheid doeltreffend te bedryf.

- **Die organisasiestruktuur**

Die organisasiestruktuur bepaal hoe 'n besigheid bestuur word.

- **Die bestuursfilosofie en -styl**

Die bestuursfilosofie en -styl bepaal hoe doeltreffend 'n besigheid bedryf sal word. Dit sluit die kernwaardes, oortuigings en sosiale gebruike van die besigheid in.

### **Drie komponente wat tot die toekomsvisie van die besigheid bydra**

**Die kerndoel** – Die redes hoekom die besigheid begin is en bedryf word

**Die kernwaardes** – Die rigsgoere wat belangrik vir die besigheid is, soos om produkte van die hoogste gehalte moontlik te maak

**Die missie** – Dit is 'n verklaring oor die besigheid se doelwitte en waardes

- **Stakings, sloerstakings en vakbonde**

'n Staking vind plaas wanneer die werkers weier om te werk as gevolg van meningsverskille met die bestuur of eienaars van 'n besigheid. 'n Sloerstaking vind plaas wanneer die werkers stadig werk en weier om enigiets ekstra te doen of oortyd te werk.

Vakbonde is arbeidsorganisasies. Deesdae behoort die meeste werkers aan vakbonde, en wanneer hulle ontevrede met hul lone en werkstoestand is of enige ander griewe het, organiseer hulle stakings wat 'n negatiewe uitwerking op produktiwiteit en die gladde funksionering van 'n besigheid het.

- **Kollektiewe bedinging**

Kollektiewe bedinging kom voor wanneer groepe of hul verteenwoordigers met die werkgewers wil onderhandel en hulle wil beïnvloed oor kwessies in die werkplek. Kollektiewe bedinging kan help om verhoudings tussen bestuurders en werkers te stabiliseer, en om 'n nuttige forum vir die bespreking van groter kwessies met betrekking tot die vooruitgang van die besigheid te bied.

### **WETGEWING OM WERKGEWER-WERKNEMER-VERHOUDING IN SUID-AFRIKA TE BEHEER**

Die volgende is die belangrikste wette wat werkgewer-werknemer-verhoudings reguleer.

- Die Wet op Arbeidsverhoudinge
- Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes
- Die Wet op Diensbillkheid
- Die Wet op Beroepsgesondheid en -veiligheid
- Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling



## 2 Uitdagings van die markomgewing

Die markomgewing is deel van die eksterne of makro-omgewing.

### 2.1 Klante

Klante het koopkrag en kan kies waarmee of waar hulle hul behoeftes wil bevredig. 'n Besigheid moet beoog om klanttevredenheid te skep en om langtermyn-klantlojaliteit te behou. Dit kan gedoen word deur marknavorsing te doen om die behoeftes van die teikenmark te bepaal, asook die korrekte produk en die korrekte prys. Die teikenmark is daardie sektor van die klante waarop spesifieke goedere of dienste gerig word.

### 2.2. Verskaffers

Verskaffers is individue of besighede wat insette soos grondstowwe, kapitaal, arbeid of dienste (bv. vervoer) aan 'n besigheid verskaf. Hierdie insette kan ook produksiefaktore genoem word.

Verskaffers moet betroubaar wees. Uitdagings behels dat die beskikbaarheid en kontinuïteit van voorrade verseker word, asook die korrekte gehalte en prys daarvan.

### 2.3 Tussengangers

Tussengangers word ook middelmannes genoem en sluit in groothandelaars, kleinhandelaars, agente, versekeraars, adverteerders, ens. Tussengangers tree op in die tersiêre sektor van die ekonomie. Gewoonlik gee hulle produkte en dienste aan of herverkoop dit. Groothandelaars soos Makro en Trade Centre is groot herverkopers. Agente gee ook goedere en dienste aan, byvoorbeeld amptelike herverkopers van motoronderdele. Versekeringsmakelaars verkoop versekering namens versekeringsmaatskappye soos Old Mutual.

Die volgende uitdagings kan voorkom:

- E-handel, wat klante in staat stel om direk op die internet te koop.
- Groot kleinhandelgroepe kan kleiner winkels onderprys.
- Groot kleinhandelaars bied eienaamprodukte teen goedkoper pryse aan.
- Wette om verbruikers te beskerm, help die verbruikers om hul skuld te bestuur.
- Dienste wat deur tussengangers verskaf word, kan die koste van 'n produk verhoog.

### 2.4 Mededingers

Mededingers is besighede wat soortgelyke of substituuatprodukte verkoop. Dit is vir besighede 'n uitdaging om te probeer om hul produkte anders of begeerliker te maak. Mededinging maak 'n

belangrike deel van die vryemarkstelsel uit. Die eienaar van 'n klein besigheid moet soveel moontlik van mededingers in dieselfde soort besigheid weet. Hulle moet die sterk punte, swak punte en voordele van die mededingers bepaal en daardie kennis gebruik om hul eie besigheid te verbeter.

Uitdagings hou verband met:

- Bedryfswedywering
- Nuwe toetreders tot die mark
- Goedkoper of beter substitute
- Die bedingingsmag van verskaffers
- Die bedingingsmag van klante en kliënte
- Die beskikbaarheid van substituu produkte
- Die moontlikheid om 'n produk te kopieer of te dupliseer

## 2.5 Verbruikersdruk

Verbruikersdruk verwys na die georganiseerde optrede van verbruikersgroepe en die regering om verbruikersregte te beskerm. Die Wet op Verbruikersbeskerming beoog om verbruikers te beskerm teen onetiese praktyke en produkte wat hul veiligheid of gesondheid kan bedreig.

Besighede word uitgedaag om:

- eties en verantwoordelik op te tree
- maatskaplik verantwoordelik te wees
- bewus te wees van omgewingskwessies
- klante billik te behandel.

## 2.6 Reguleerders en vakbonde

Reguleerders is regeringsliggame wat oor spesifieke aspekte van besigheid soos gesondheid en veiligheid toesig hou. 'n Goeie verhouding met vakbonde verseker 'n goeie verhouding met besighede se arbeidsmag.

## 2.7 Strategiese vennote

Wanneer twee of meer besighede saamwerk in 'n gesamentlike onderneming, is hulle strategiese vennote. Dit help 'n besigheid om kundigheid waaroor hulle dalk nie beskik nie, van 'n ander besigheid te verkry.

### 3 Uitdagings van die makro-omgewing

Daar is baie faktore in die makro-omgewing wat die groei van die besigheid kan beïnvloed. Hierdie faktore kan nie beheer word nie en is moeilik om te voorspel en te vermy. Voorbeelde sluit in:

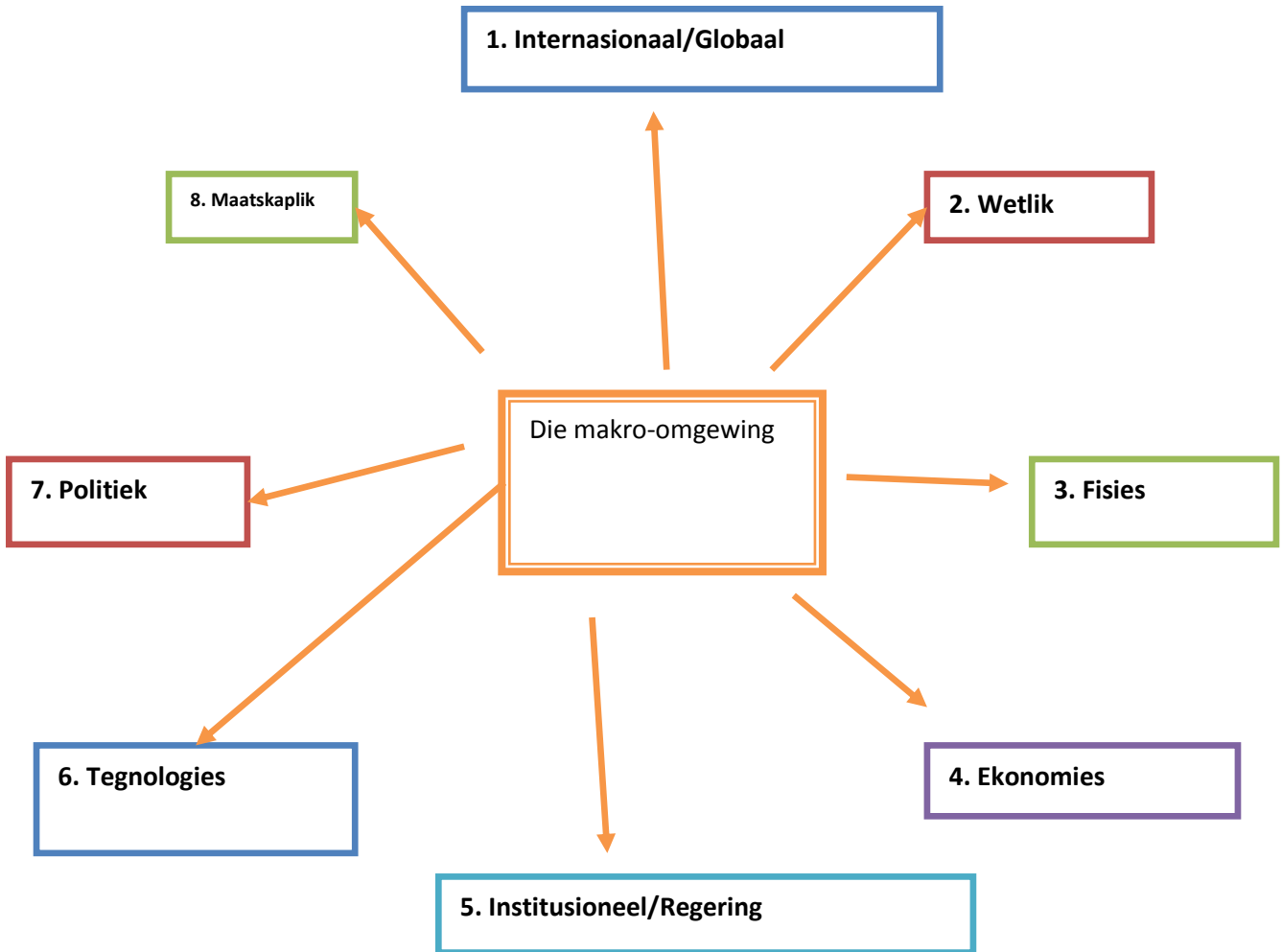
- Die ekonomiese resessie
- Regeringsregulasies en -wette
- Klimaatsverandering
- Die impak van MIV/vigs
- Politieke veranderinge
- Veranderinge in verbruikers se smaak



Die logo vir omgewingsvriendelike verputting motiveer verbruikers om te herwin.



### 3.1 Faktore in die makro-omgewing



#### Die internasionale omgewing

- Internasionale handel is 'n uitdaging wat betref die groot aantal en verskeidenheid produkte wat nou wêreldwyd vir baie lande beskikbaar is. Multinasionale maatskappye beïnvloed die makro-omgewing dwarsdeur die wêreld.

- Goedkoper ingevoerde goedere is 'n groot uitdaging vir plaaslike verskaffers en vervaardigers. Plaaslike besighede wat nie met invoer goedere kan mededing nie, sal dalk moet sluit. Werkers sal dan hul werk verloor.
- Dumping – goedere wat teen uifers lae pryse uitgevoer word deur lande wat graag 'n mark wil vestig.
- Alle lande vind baat by internasionale handel wat groter mededinging, groter keuse en groter spesialisering meebring.
- 'n Nadeel vir 'n land wat internasionale handel wil beperk, is dat ander lande dieselfde sal doen, wat die risiko van 'n handelsoorlog en 'n onvermydelike ekonomiese resessie sal inhou.

**Tariewe** – wat aan die regering betaal word. Dit word ook invoerbelasting genoem, wat die prys van ingevoerde goedere verhoog, en dit minder mededingend vir plaaslike vervaardigers maak

**Subsidies** – word deur die regering gegee aan plaaslike vervaardigers wat hul goedere goedkoper en dus mededingender as dié van invoerders maak.

### **Die wetlike en politieke omgewing**

1. Suid-Afrika het 'n nuwe grondwet.
2. Die wette van die land verseker dat burgers en besighede beskerm word en dien as morele en etiese riglyne waar ander nie bestaan nie.
3. Soms is die wette beperkend vir besigheidseienaars. Voorbeeld: Die nuwe Nasionale Kredietwet, Wet no. 34 van 2005, het op 1 Junie 2007 in werking getree om die kredietbedryf te reguleer en verantwoordelike kredietverlening af te dwing.
4. Swart Ekonomiese Bemagtiging (SEB) is 'n ekonomiese beleid wat gerig is op ongelykheid in die werkplek en op die uitbreiding van die ekonomiese basis van die land.

### **Die fisiese omgewing**

5. Die fisiese omgewing beteken die natuurlike hulpbronne wat beskikbaar is, sowel plaaslik as internasionaal. Natuurlike hulpbronne is nie altyd onbeperk beskikbaar nie en maatreëls moet getref word om dit te beskerm en te bewaar.
6. Skaars hulpbronne of grondstowwe lei tot hoër koste en hoër pryse. Voorbeelde: water, energie, mynbou, vissery, landbou, kos.

Kwessies wat met die fisiese omgewing te doen het, soos besoedeling en uitputting van skaars hulpbronne, kan baie duur wees, nie net vir besighede nie, maar ook vir die baie mense en diere op die planeet. Faktore soos aardverwarming en die uitputting van die osoonlaag het baie regerings gedwing om wette aan te neem om die vrystelling van nadelige stowwe te beheer.

Besighede kan produkte **HERGEBRUIK**, byvoorbeeld glasbottels, gebruikte produkte **HERWIN**, byvoorbeeld rubberprodukte, of verkwisting **VERMINDER** deur te verseker dat al die grondstowwe op een of ander manier gebruik word.

### Die ekonomiese omgewing

- Suid-Afrika het 'n **gemengde markeconomie**, wat beteken dat dit sowel besighede in private besit as staatsbesit het.
- Die ekonomiese siklus behels die vloei van geld en produkte (insluitend dienste) in teenoorgestelde rigtings. Mense moet hul behoeftes en begeertes bevredig. Hulle doen dit deur besighede in privaat besit of semistaatsinstellings (deels in staatbesit) vir goedere en dienste te betaal.
- Sommige van die belangrikste ekonomiese faktore in Suid-Afrika is inflasie, globalisering, werkloosheid en rentekoerse.

### Die regeringsomgewing

- Suid-Afrika het 'n gemengde markeconomie waarin die regering verseker dat die volk van noodsaaklike goedere en dienste voorsien word, soos gesondheid, onderwys, veiligheid en vervoer.
- Regeringsinstellings moet betroubaar en konsekwent in hul standarde en dienslewering wees.
- Die staat implementeer ook programme soos GEAR (Strategie vir Groei, Werkverskaffing en Herverdeling), die HOP (Heropbou- en Ontwikkelingsprogram) en die NOP (Nywerheidsontwikkelingsprogram) om ekonomiese groei te probeer skep.

### Die tegnologiese omgewing

- Besigheidseienaars moet bewus wees van watter tegnologiese vooruitgang in hul bedrywe plaasvind.
- Nuwe tegnologie kan jou produksiemetodes verouderd maak.
- Besighede moet seker maak dat hulle die kapitaal het om ou toerusting te vervang.
- Besighede moet opleiding- en vaardigheidsprogramme gebruik of skep om werkers op die hoogte van nuwe ontwikkelings te bring.
- Die internet is 'n voorbeeld van tegnologiese verandering.

### Die politieke omgewing

- Suid-Afrika het baie veranderinge sedert 1994 ondergaan.
- Baie meer mense het toegang tot onderwys, finansiering en selfverbetering as ooit tevore.

- Werk is nie tot spesifieke geslagte of groepe beperk nie.
- Die groot aantal ongeskoolde mense in die arbeidsmark is 'n probleem.
- Sommige beleide wat 'n uitdaging rig aan besigheidseienaars, soos regstellende aksie, Swart Ekonomiese Bemagtiging en die belastingimplikasies vir sommige produkte.

### Die maatskaplike omgewing

Suid-Afrika moet groot maatskaplike uitdagings die hoof bied. Sommige daarvan is:

- MIV/vigs is 'n siekte wat die produktiwiteit van nie net die werknemer nie, maar ook die besigheidseienaar beïnvloed.
- Te veel ongeletterde mense in sommige provinsies belemmer produksie en dienslewering.
- Verskeidenheid in leefstyle, maatskaplike waardes, godsdienste, tradisies, kulture en gewoontes van verbruikers kan tot uitdagings lei.
- Ongeskoolde werkers wat opleiding nodig het.

### Die institusionele omgewing

- Banke, munisipaliteite, vakbonde en staatsdepartemente verteenwoordig almal 'n uitdaging vir besighede. Mikrolenings is 'n vorm van krediet beskikbaar vir mense en klein besighede wat normaalweg nie vir krediet by die groter finansiële instellings sou gekwalifiseer het nie.

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Veelkeuse

1. Die mikro-omgewing van 'n besigheid bestaan uit:

- A. Die maatskappy se missie en oogmerke; die organisasie en hulpbronne.
- B. Die maatskappy se missie; die oogmerke en hulpbronne.
- C. Die hulpbronne van die besigheid insluitend die klante en organisasie daarvan.
- D. Die maatskappy se mark; die hulpbronne en missie daarvan. (2)

2. Multinasionale maatskappye:

- A. Beïnvloed die wêreldwye ekonomie.
- B. Is 'n probleem in die ontwikkelde wêreld.
- C. Beperk die gevolge van dumping.
- D. Is deel van die interne omgewing van 'n besigheid. (2)

3. Invoerbelastings:

- A. Verlaag die prys van ingevoerde goedere, wat dit beskikbaar vir klante maak.
- B. Moedig internasionale handel aan.
- C. Nie van toepassing in Suid-Afrika nie.
- D. Verhoog die prys van ingevoerde goedere, wat die verbruikersvraag daarvoor verlaag. (2)

#### Waar of Onwaar

- 4. Suid-Afrika het 'n gemengde markeconomie. (2)
- 5. 'n Substituutprodukt is 'n produk wat gebruik kan word in die plek van 'n ander soortgelyke een. (2)
- 6. Herverkopers maak 'n deel uit van die makro-omgewing. (2)

#### Kort vrae

7. Daar is baie uitdagings wat 'n besigheidseienaar teenkom. Bespreek 2 uitdagings in die mikrobesigheidsomgewing en 2 uitdagings in die markomgewing. (8)
8. Lys 4 wette wat besighede beïnvloed. (8)
9. Wat verstaan jy onder die term “teikenmark”? (6)
10. Beskryf twee uitdagings uit elk van die drie omgewings [mikro-, mark- en makro-] wat ondervind word deur 'n onafhanklike bakkery wat bedryf word as 'n alleenhandelaar sonder enige bande met 'n supermarkketting. (18)

### Opstelvraag

11. Die makro-omgewing bevat uitdagings wat buite die onmiddellike beheer van die besigheid is.
- 11.1 Verduidelik watter faktore deel uitmaak van die makro-omgewing. (20)
- 11.2 Bespreek hoekom hierdie faktore buite die beheer van die besigheid is en wat, indien enigiets, die besigheid kan doen om dit te probeer beïnvloed. (20) (40)

### Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp

#### Veelkeuse

1. A. (2)
2. A. (2)
3. D. (2)

#### Waar of Onwaar

4. Waar. (2)
5. Waar. (2)
6. Onwaar. (2)

#### Kort vrae

7. Mikro-: Werknemers ✓✓ Die doelwitte ✓✓ (visie en missie en besigheidsoogmerke) Die vorm van eienaarskap ✓✓ Die organisasiestruktuur ✓✓ Die bestuursfilosofie en -styl ✓✓ (2 x 2 = 4)
- Makro-: Die internasionale omgewing ✓✓ Die wetlike en politieke omgewing ✓✓ Die fisiese omgewing ✓✓ Die ekonomiese omgewing ✓✓ Die regeringsomgewing ✓✓ Die tegnologiese omgewing ✓✓ Die politieke omgewing ✓✓ Die maatskaplike omgewing ✓✓ Die institusionele omgewing ✓✓ (2 x 2 = 4)(8)
- 8.
- Die Wet op Arbeidsverhoudinge ✓✓
- Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes ✓✓
- Die Wet op Diensbillkheid ✓✓
- Die Wet op Beroepsgesondheid en -Veiligheid ✓✓
- Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling ✓✓ (4 x 2 = 8)(8)
9. Die teikenmark is daardie sektor van verbruikers ✓✓ waarop 'n spesifieke artikel of diens gerig is ✓✓. Dit maak deel van die markomgewing uit. ✓✓ (6)
10. Mikro-: Werknemers ✓✓ Die doelwitte ✓✓ (visie en missie en besigheidsoogmerke) Die vorm van

eienaarskap ✓✓ Die organisasiestruktuur ✓✓ Die bestuursfilosofie en -styl ✓✓ (6) + verduideliking  
Mark: Klante, ✓✓ verskaffers, ✓✓ tussengangers, ✓✓ mededingers, ✓✓ verbruikersdruk,  
✓✓ substituuatprodukte. ✓✓ (6) + verduideliking

Makro-: Die internasionale omgewing ✓✓ Die wetlike en politieke omgewing ✓✓ Die fisiese  
omgewing ✓✓ Die ekonomiese omgewing ✓✓ Die regeringsomgewing ✓✓ Die tegnologiese

omgewing ✓✓ Die politieke omgewing ✓✓ Die maatskaplike omgewing ✓✓ Die institusionele  
omgewing ✓✓ (6) + verduideliking

(18)

### Opstelvraag

11.

Daar is baie faktore in die makro-omgewing wat die groei van die besigheid kan beïnvloed. Hierdie faktore kan nie beheer word nie en is moeilik om te voorspel of vermy. Voorbeelde sluit in:

- Die ekonomiese resessie
- Regeringsregulasies en -wette
- Klimaatsverandering
- Die impak van MIV/vigs
- Politieke veranderinge
- Veranderinge in verbruikers se smaak

Die belangrikste areas van die makro-omgewing wat die besigheid beïnvloed, is:

Die internasionale omgewing ✓✓ Die wetlike en politieke omgewing ✓✓ Die fisiese omgewing ✓✓ Die  
ekonomiese omgewing ✓✓ Die regeringsomgewing ✓✓ Die tegnologiese omgewing ✓✓ Die politieke  
omgewing ✓✓ Die maatskaplike omgewing ✓✓ Die institusionele omgewing ✓✓

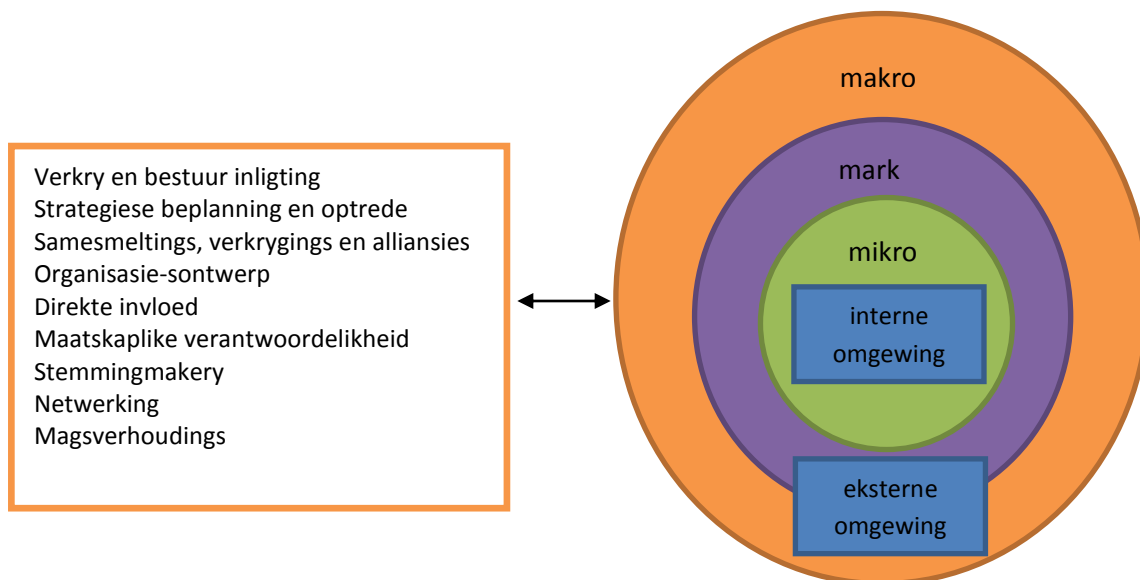
(+ verduideliking) (36)

Plus 4 vir insig en interpretasie(40)

## Onderwerp 3 Aanpassing by uitdagings van die besigheidsomgewings

### Oorsig

Om uitdagings in die besigheidsomgewing die hoof te bied, moet 'n onderneming probeer om proaktief te wees en uitdagings te voorspel voordat dit 'n werklikheid word. Dit stel die besigheid in staat om maniere te vind om daaraan aandag te skenk voordat dit in werklikheid probleme word. 'n Probleem kan buite 'n besigheid se beheer wees, byvoorbeeld oorstromings of 'n brand, en in so 'n geval moet die besigheid 'n manier bedink om aan te pas.



## 1 Maniere om uitdagings te identifiseer, te voorspel en daarby aan te pas

### 1.1 Inligtingsbestuur

'n Besigheid moet inligting oor sy omgewing insamel ten einde enige veranderinge wat mag plaasvind, te verstaan. Dit kan soos volg gedoen word:

- **Verkenning van omgewing**

Dit is die proses van meting, projektering en evaluering van verandering in die omgewing. Bestuurders kan finansiële ontledings in koerante en tydskrifte lees om te sien hoe klante en mededingers reageer. Verkenning moet deurlopend plaasvind. Data moet op 'n geordende manier ingesamel en saamgestel word, op 'n daaglikse basis en oor 'n groot verskeidenheid omgewingsfaktore. Dit stel die besigheid in staat om vinnig op te tree en voordeel te trek uit geleenthede voordat mededingers dit doen, en om op omgewingsbedreigings te reageer voordat groot skade aangerig word. Verkenning bepaal die faktore wat 'n bedreiging vir die besigheid mag wees. Die besigheid moet dalk sy strategie verander om moontlike bedreigings die hoof te bied.

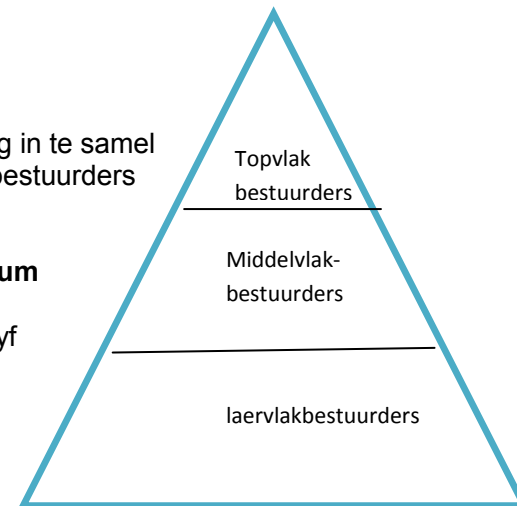
- **Oorbrugging van grense**

Oorbrugging van grense behels die insameling van inligting en die aanbieding daarvan aan die bestuur van die besigheid, asook die vrystelling van inligting wat die maatskappy se beeld vir klante sal verander. Byvoorbeeld, 'n maatskappy kan mense huur wat so oud soos hul teikenmarkklante is ten einde eerstehandse inligting in te samel oor wat hul klante wil hê.

## 1.2 Bestuursinligtingstelsels (BIS)

'n Doeltreffende bestuursinligtingstelsel sal die besigheid help om inligting in te samel en te orden wat nuttig vir alle bestuurders is. 'n BIS voorsien verslae vir bestuurders wat op drie vlakke werk.

1. Topvlakbestuurders wat **strategiese** en **langtermynbesluite** neem.
2. Middelvlakbestuurders wat besluite neem wat **takties** en op die **medium tot kort termyn** gerig is.
3. Laevlakbestuurders wat **korttermyn**-inligting oor die **daaglikse** bedryf van die besigheid nodig het.



## 1.3 Interne besigheidsoudits

Interne besigheidsoudits behels ondersoek na, en evaluering van, die verskillende besigheidsfunksies, soos algemene bestuur, produksie en administrasie. 'n Interne besigheidsoudit sal die sterk punte en swak punte in die mikro-omgewing van die besigheid identifiseer. 'n Besigheid moet in staat wees om sy interne sterk punte en swak punte aan te pas by die geleenthede en bedreigings wat in die omgewing voorkom. 'n **SWOT-analise** is ontleiding van die sterk punte en swak punte, geleenthede en bedreigings van 'n besigheid.

### SWOT-ANALISE

	Nuttig vir die bereiking van die doelwit	Nadelig vir die bereiking van die doelwit
Interne oorsprong (kenmerke van die organisasie)	Sterk punte	Swak punte
Eksterne oorsprong (kenmerke van die omgewing)	Geleenthede	Bedreigings



## 2 Strategiese beplanning en bestuur

Die bestuur moet in staat wees om strategieë te ontwikkel waarmee omgewingsverandering die hoof gebied kan word.

Die bestuur van verandering kan **reaktief** wees, waar die bestuur reageer op veranderinge in die omgewing **nadat** dit plaasgevind het, of dit kan **proaktief** wees, waar die bestuur verandering implementeer **voordat** verandering in die omgewing plaasgevind het.

Die toepassing van strategiese denke om die prestasie van die besigheid te verbeter en op verandering te reageer, word **strategiese bestuur** genoem. Dit behels die volgende:

- spesifisering van die doelwitte van die besigheid
- ontwikkeling van planne om die doelwitte te bereik
- toewysing van hulpbronne om hierdie planne te implementeer.

### 2.1 Strategiese beplanning

- Ten einde die uitdagings van die eksterne omgewing die hoof te bied, moet strategiese beplanning, gevolg deur taktiese beplanning, geïmplementeer word.
- Die doel van strategiese beplanning is om die nodige stappe te doen om omgewingsgeleenthede en -bedreigings doeltreffend te hanteer in soverre hulle verband hou met die sterk punte en swak punte van die besigheid.
- **Strategiese beplanning** behels dikwels dat voorberei moet word vir onverwagte en vinnige veranderinge in die eksterne omgewing wat dalk 'n groot impak op die besigheid kan hê. Dit word ook **gebeurlikheidsbeplanning** genoem. Dit voorkom paniek en maak ordelike reaksies op gebeurtenisse in die eksterne omgewing wat die besigheid nie kan beheer nie moontlik.
- **Taktiese beplanning** volg op strategiese beplanning en behels besluite oor **wat** om te doen, **wie** dit gaan doen, en **hoe** om dit te doen.

### 2.2 Strategiese bestuur

Die verskillende vlakke van bestuur word gewoonlik in 'n **hiërargie** opgestel, van die hoogste tot die laagste vlakke.

- Die topbestuursvlak neem **strategiese besluite** wat gerig is op die eksterne probleme van die besigheid (soos die keuse van produkte en markte).
- Die middelbestuursvlak neem **taktiese besluite** wat gerig is op die **uitvoering** van die strategiese besluite wat deur die topbestuur geneem is.
- Die laerbestuursvlak neem **bedryfsbesluite** wat daarop gerig is om die besigheid so winsgewend moontlik te bedryf.



Voorbeelde van reaksies op en aanpassings by uitdagings in die omgewing:

- Innovasie
- Konsentrasie
- Markontwikkeling
- Rasionalisasie
- Ontdoening
- Likwidasie

## 2.3 Samesmeltings, verkrygings en alliansies

- 'n **Samesmelting** vind plaas wanneer twee of meer besighede kombineer om 'n nuwe besigheid te vorm.
- 'n Verkryging (**oorname**) vind plaas wanneer een besigheid 'n ander besigheid koop, soms teen sy sin (dan word dit 'n **vyandige** oorname genoem).
- 'n **Alliansie** (vennootskap) vind plaas wanneer 'n besigheid 'n onderneming saam met 'n ander besigheid begin. Hulle het dalk produkte of dienste wat mekaar aanvul of kan dalk van mekaar se vaardighede gebruik maak.



Wal-Mart is 'n groot bedreiging vir ander Suid-Afrikaanse.

### 3 Organisasie-ontwerp en buigsaamheid

Die bestuurstruktuur van 'n besigheid behoort die omgewingstoestande wat die besigheid ondervind, te weerspieël. Byvoorbeeld, 'n besigheid wat sake doen in 'n omgewing met relatief lae vlakke van onsekerheid, kan dalk kies om 'n meganiese organisasie-ontwerp te gebruik.

Kenmerke van 'n meganiese organisasie-ontwerp:

- baie reëls en regulasies om doeltreffendheid en beheer te ondersteun
- formele kommunikasie
- burokratiese hiërargie in groter horisontale strukture
- gesentraliseerde gesag.

'n Besigheid wat 'n hoë mate van onsekerheid die hoof moet bied, kan dalk 'n organiese organisasie-ontwerp kies. Hierdie ontwerp is minder onbuigsaam, ontwikkel met verloop van tyd en is meer mensgerig.

Kenmerke van 'n organiese organisasie-ontwerp:

- minder reëls
- informele kommunikasie
- samewerking in spanne met platter vertikale strukture
- gedesentraliseerde gesag.

## 4 Direkte invloed op die omgewing

Besighede is in staat om elemente in hul markomgewing direk te beïnvloed op baie verskillende maniere.

- Gebruik langtermynkontrakte met verskaffers wat vasgestelde pryse het en die besigheid beskerm teen stygende pryse as gevolg van inflasie.
- Gebruik vertikale integrasie om sy eie verskaffer te word en skakel sy afhanklikheid van 'n verskaffer uit. Byvoorbeeld, 'n vrugte-inmaakfabriek kan dalk besluit om sy eie blikkies te begin vervaardig.
- Prysmanipulasie om sy mededingers te beïnvloed. As Makro die prys van hul platskerm-TV-stelle verlaag, kan alle ander verkopers van TV-stelle dalk geforseer word om dieselfde te doen.
- Beïnvloed sy klantbasis deur nuwe gebruike vir sy produk te skep, klante by sy mededingers af te rokkel, nuwe klante te vind en klante te oortuig dat hulle die nuwe produk nodig het.



'n Voorbeeld van omgewingskandering deur waarneming

## 5 Maatskaplike verantwoordelikheid

Maatskaplike verantwoordelikheid verwys na die verpligtings wat 'n besigheid het om die belange van al sy belanghebbendes te beskerm en te verbeter. Dit sluit in:

- verskaffers, werknemers, klante, krediteure, mededingers, handelsverenigings
- die natuurlike omgewing – deur geraasbesoedeling, herwinning, afvalbeheer
- algemene maatskaplike welsyn – die plaaslike en nasionale gemeenskap.

Maatskaplike verantwoordelikheid is baie belangrik vir die ontwikkeling van ons samelewing omdat armoede en ongelykheid ernstige kwessies is.

Deur maatskaplike verantwoordelikheid kan 'n besigheid sy besigheidsomgewings beïnvloed en uitdagings met betrekking tot sosio-ekonomiese kwessies in sy sosiale omgewing aanpak.

Deur werkloosheid te bekamp, help die besigheidsektor om armoede en misdaad te verminder.

Onsuksesvolle projekte met betrekking tot maatskaplike verantwoordelikheid is baie ontmoedigend vir die benadeelde gemeenskap, maar dit kan ook baie skade aanrig aan die korporatiewe beeld van die besigheid.



Bedinging tussen bestuur en vakbonde is gemik op die voorkoming van ontwrigtende nywerheidsoptrede, soos stakings.

## 6 Netwerkeing, stemmingmakery en magsverhoudings

### 6.1 Netwerkeing

Die doel van netwerkeing is om soveel mense moontlik te bereik, en om elke konneksie te laat tel. Netwerkeing is 'n middel wat deur elke besigheid gebruik word wat sy verkope wil verhoog. Dit is visueel doeltreffend en nie duur nie. Besighede stel dikwels mense wat baie bekend is as gevolg van hul prestasies in sport of kultuursake in hierdie poste aan.

### 6.2 Stemmingmakery

Stemmingmakery vind plaas wanneer 'n besigheid probeer om situasies te beïnvloed ten einde te voldoen aan die bepaalde behoeftes en bedrywighede van die besigheid deur met ander besighede, organisasies, drukgroepe of regeringstrukture te praat.

Die volgende is voorbeelde daarvan:

- verskansing teen inflasie
- bedingingsessies tussen die bestuur en vakbonde
- beïnvloeding van toesighoudende liggame (inspekteurs).

### 6.3 Magsverhoudings

Magsverhoudings kom voor in alle verhoudings in die hele samelewing. Wanneer twee besighede oor 'n transaksie onderhandel, kan die een dalk in 'n sterker posisie as die ander wees.

Voorbeelde van magsverhoudings in besigheid:

- Strategiese alliansie-ooreenkomste
- Oortuiging van groot beleggers
- Maatskappyverteenvoerders se invloed

#### Vrae aan einde van onderwerp

##### Vraag 2: Veelkeuse

Omgewingsverkenning is die proses van:

- A. skepping van verandering in die omgewing
- B. meting, projektering en evaluering van verandering in die omgewing
- C. verkenning van vernietiging van omgewing
- D. aflewering en verspreiding van produkte.

##### Vraag 3: Waar/Onwaar

- A. Stemmingmakery vind plaas wanneer 'n besigheid probeer om uitkomst tot sy eie voordeel te beïnvloed.
- B. Taktiese besluite wat deur middelvlakbestuurders geneem word, is onafhanklik van strategiese besluite wat op topvlak geneem word.
- C. 'n Bestuursinligtingstelsel is 'n nuttige middel vir die bestuur.
- D. Bedingingsessies tussen die bestuur en vakbonde is 'n voorbeeld van stemmingmakery.

### Kort vrae

4. Verduidelik hoe 'n besigheid by netwerking kan baat vind. (6)
5. Waarvoor staan die afkorting SWOT? (8)
6. Verduidelik hoe 'n fabriek wat kaas maak, baat kan vind by 'n samesmelting, 'n oorname en 'n alliansie. (12)
7. Gee twee kenmerke van 'n organiese organisasie-ontwerp. (2)
8. Gee twee kenmerke van 'n meganiese organisasie-ontwerp. (2)
9. Bespreek die verskille tussen strategiese en taktiese beplanning (8)
10. Wat is die verskil tussen 'n samesmelting en 'n alliansie? (4)

### Langer vraag

11. Amanzi is 'n groot besigheid met baie takke en dit koop papierpulp van ander besighede en die publiek. Die besigheid sorteer die pulp en dan word dit óf herwin vir papierproduksie óf uitgevoer na Japan. Bespreek drie maniere waarop hierdie besigheid daarby kan baat vind om by sy makro-omgewing betrokke te raak. (15)

### Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp

1. A
2. B
- 3.
- A. W
- B. O
- C. W
- D. O
4. Bereik baie mense  $\checkmark\checkmark$  laat konneksies tel  $\checkmark\checkmark$  is nie duur nie  $\checkmark\checkmark$  en is doeltreffend.  $\checkmark\checkmark$  (3 x 2 = 6)
5. Sterk punte,  $\checkmark\checkmark$ , swak punte,  $\checkmark\checkmark$  geleenthede  $\checkmark\checkmark$  en bedreigings.  $\checkmark\checkmark$  (4 x 2 = 8)
6. 'n Samesmelting vind plaas wanneer twee maatskappye by mekaar aansluit, dit kan 'n vertikale integrasie wees om 'n skakel in die ketting te beheer.  $\checkmark\checkmark\checkmark\checkmark$  'n Oorname is 'n gedwonge uitkoop, dit kan van 'n mededinger wees.  $\checkmark\checkmark\checkmark\checkmark$  'n Alliansie is 'n geval waar twee maatskappye vrywillig saamwerk, dit kan wees om mekaar se vaardighede te benut.  $\checkmark\checkmark\checkmark\checkmark$  (4 x 3 = 12)
7. Minder reëls  $\checkmark$  Informele kommunikasie  $\checkmark$  Samewerking in spanne met platter vertikale strukture  $\checkmark$  Gedesentraliseerde gesag.  $\checkmark$  (2 x 1 = 2)
8. Baie reëls en regulasies om doeltreffendheid en beheer te ondersteun  $\checkmark$  Formele kommunikasie  $\checkmark$  Burokratiese hiërargie in groter horisontale strukture  $\checkmark$  Gesentraliseerde gesag.  $\checkmark$  (2 x 1 = 2)
9. Strategiese beplanning behels dat voorberei moet word vir onverwagte en vinnige veranderinge in die eksterne omgewing wat dalk 'n groot impak op die besigheid kan hê.  $\checkmark\checkmark$  Dit word ook gebeurlikheidsbeplanning genoem.  $\checkmark\checkmark$  Dit voorkom paniek en maak ordelike reaksies op gebeurtenisse in die eksterne omgewing wat die besigheid nie kan beheer nie moontlik.  $\checkmark\checkmark$  Taktiese beplanning volg op strategiese beplanning  $\checkmark\checkmark$  en behels besluite oor wat om te doen,  $\checkmark\checkmark$  wie dit gaan,  $\checkmark\checkmark$  en hoe om dit te doen.  $\checkmark\checkmark$  (4 x 2 = 8)
10. 'n Samesmelting vind plaas wanneer twee of meer besighede kombineer om 'n nuwe besigheid te vorm.  $\checkmark\checkmark$

'n Alliansie (vennootskap) vind plaas wanneer 'n besigheid 'n onderneming saam met 'n ander besigheid begin. ✓✓ (2 x 2 = 4)

11. Direkte invloed Besighede is in staat om elemente in hul markomgewing direk te beïnvloed op baie verskillende maniere. ✓✓

- Gebruik langtermynkontrakte met verskaffers wat vasgestelde pryse het en die besigheid beskerm teen stygende pryse as gevolg van inflasie.
- Gebruik vertikale integrasie om sy eie verskaffer te word en skakel sy afhanklikheid van 'n verskaffer uit. Byvoorbeeld, 'n vrugte-inmaakfabriek kan dalk besluit om sy eie blikkies te begin vervaardig.
- Prysmanipulasie om sy mededingers te beïnvloed. As Makro die prys van hul platskerm-TV-stelle verlaag, kan alle ander verkopers van TV-stelle dalk geforseer word om dieselfde te doen.
- Beïnvloed sy klantbasis deur nuwe gebruike vir sy produk te skep, klante by sy mededingers af te rokkel, nuwe klante te vind en klante te oortuig dat hulle die nuwe produk nodig het.

(enige 3✓✓✓)

Maatskaplike verantwoordelikheid verwys na die **verpligtings** wat 'n besigheid het om die belange van al sy belanghebbendes te beskerm en te verbeter. ✓✓ Dit sluit in:

- verskaffers, werknemers, klante, krediteure, mededingers, handelsverenigings
- die natuurlike omgewing – deur geraasbesoedeling, herwinning, afvalbeheer
- algemene maatskaplike welsyn – die plaaslike en nasionale gemeenskap.

( enige 3 ✓✓✓)

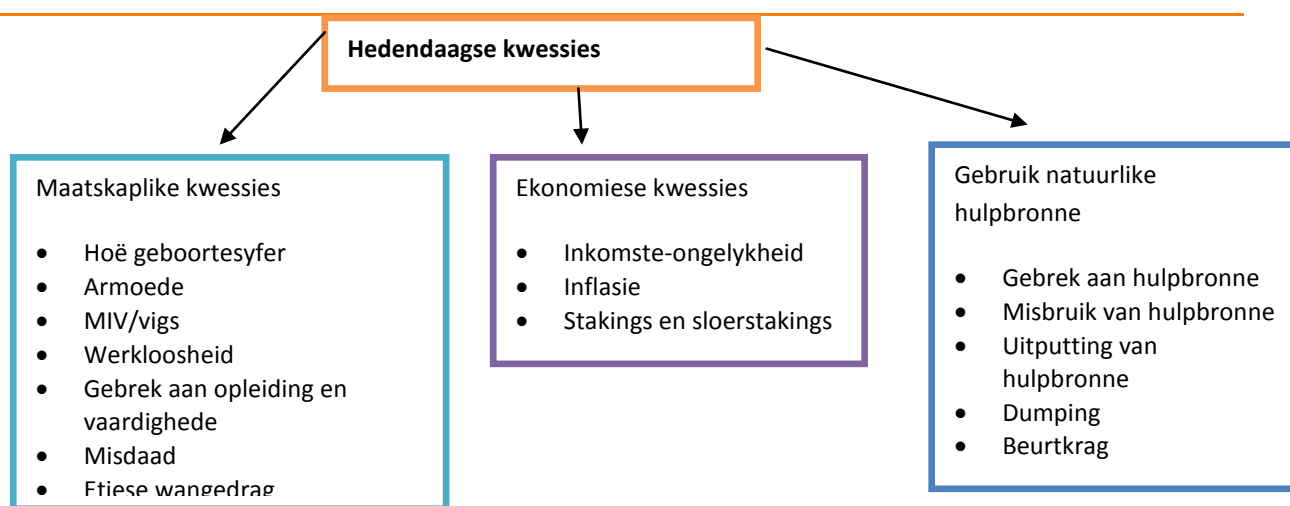
Netwerking, stemmingmakery en magsverhoudings ✓✓ Die doel van netwerking is om soveel mense moontlik te bereik, en om elke konneksie te laat tel. ✓Stemmingmakery vind plaas wanneer 'n besigheid probeer om situasies te beïnvloed ten einde te voldoen aan die bepaalde behoeftes en bedrywighede van die besigheid deur met ander besighede, organisasies, drukgroepe of regeringstrukture te praat. ✓ Magsverhoudings kom voor in alle verhoudings in die hele samelewing. Wanneer twee besighede oor 'n transaksie onderhandel, kan die een dalk in 'n sterker posisie as die ander wees. ✓ (15)



## Onderwerp 4 Hedendaagse sosio-ekonomiese kwessies

### Oorsig

Hierdie onderwerp handel oor die impak van hedendaagse sosio-ekonomiese kwessies op besigheidsbedrywigheide en produktiwiteit, en bespreek moontlike oplossings en bydraes om sosio-ekonomiese kwessies aan te pak.



### 1 Impak van hedendaagse sosio-ekonomiese kwessies op besigheidsbedrywigheide en produktiwiteit

Sosio-ekonomiese kwessies soos armoede, MIV/vigs, werkloosheid en misdaad beïnvloed miljoene mense in Suid-Afrika. Op sy beurt beïnvloed dit ook die ekonomie, besighede en produksievlakke.

#### 1.1 Inkomste

In Suid-Afrika stel die Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBD), Wet no. 75 van 1997, minimumlone na gelang van die bedrywe vas. Daar is groot inkomste-ongelykhede in Suid-Afrika, wat lei tot 'n groot gaping tussen die rykes en die armes.

## 1.2 Inflasie

- Verbruikersinflasie is die koers waarteen die algemene prysvlak van goedere en dienste styg.
- Dit word gemeet deur die Verbruikersprysindeks (VPI). Byvoorbeeld, die verbruikersinflasie vir Augustus 2011 was 5,3%.
- As werkers hoër lone eis om stygende pryse die hoof te bied, dan is besigheidseienaars verplig om hul inkomsteverlies te verhaal deur die pryse van hul produkte te verhoog.
- Dit, tesame met die stygende brandstofprys, het 'n negatiewe siklus tot gevolg, wat tot 'n daling in die koopkrag van die verbruiker lei.



## 2 Maatskaplike kwessies

### 2.1 Hoë geboortesifer

'n Hoë geboortesifer sal 'n hoë bevolkingsgroei veroorsaak. Dit beteken dat daar meer mense gaan wees wat werk soek, en sodoende sal die werkloosheidsifer nog hoër styg.

### 2.2 Armoede

Gebrek aan toegang tot gesondheidsorg, skooling en onderwys maak 'n belangrike deel van armoede uit. Meer as 40% van Suid-Afrikaners is arm, maar sedert 1994 het miljoene mense toegang tot drinkwater gekry, en duisende goedkoop huise is in aanbou. Daar is nou gratis onderwys en gratis mediese sorg vir swanger vroue en kinders onder ses jaar. Om uit die armoedestrik te kom, moet aan die volgende basiese behoeftes voldoen word:

- Voldoende kos
- Onderwys
- Skoon water en sanitasie
- Basiese gesondheidsorg
- Voldoende behuising

Armoede het 'n baie negatiewe uitwerking op 'n volk omdat dit kan lei tot: misdaad, siektes, ellende en hopeloosheid.

### 2.3 MIV/vigs

MIV/vigs het 'n enorme impak op die samelewing as gevolg van lae produktiwiteit, hoër koste, heropleiding van nuwe werknemers, ens. Dit het 'n negatiewe uitwerking op die ekonomie in die geheel.

Daar is wette en regulasies met betrekking tot werkers wat met MIV/vigs geïnfekteer is in die werkplek. MIV-positiewe werkers het dieselfde regte as ander werkers en is geregtig op dieselfde opleiding, ontwikkeling en bevorderingsgeleentheid as enigiemand anders.

### 2.4 Werkloosheid

Werkloosheid beteken daardie mense wat ekonomies aktief is en wat gewillig en in staat is om te werk, maar nie werk kan kry nie. Suid-Afrika het 'n baie hoë werkloosheidsvlak; die werkloosheidsifer vir Suid-Afrika in 2010 was 23%. Dit is as gevolg van:

- Sikliese werkloosheid – Ekonomiese siklusse soos 'n resessie dwing besighede om van hul werkers uit diens te stel.
- Seisoenswerkloosheid – Soms kan 'n werk net in 'n bepaalde seisoen gedoen word en daarna is die werk nie meer beskikbaar nie. Voorbeelde is gewasse wat geoes word en duiwe plukkery.
- Strukturele werkloosheid – Soms is dit nodig om die werkplek te herstruktureer as gevolg van nuwe tegnologie. Ou poste raak oorbodig en die werkers moet óf heropgelei word óf word uit diens gestel .

Wrywingswerkloosheid – Daar is altyd verandering van werk as gevolg van nuwe betrekkings wat op 'n ander plek beskikbaar raak, wat wrywingswerkloosheid veroorsaak.

## 2.5 Gebrek aan opleiding en vaardighede

Een van die gevolge van apartheid was dat baie mense nie goeie onderwys of vaardighedsopleiding gekry het nie. Dit beteken dat die middeljaregroep van ons bevolking 'n gebrek aan opleiding en vaardighede het.

## 2.6 Misdaad

- Misdaad is dikwels 'n direkte gevolg van sosio-ekonomiese kwessies soos werkloosheid, armoede, MIV/vigs, dwelm- en alkoholmisbruik.
- Die onvermoë van die regering en die regstelsel om misdaad te bekamp, het 'n negatiewe invloed op die mense van Suid-Afrika gehad.
- Buitelanders is huiwerig om te belê in 'n land met hoë misdaadsyfers.
- Misdaad skrik toeriste af en lei daartoe dat geskoolde werkers emigreer en hulle in veiliger lande gaan vestig.

## 2.7 Witboordjiemisdaad

Rowery is die ongemagtigde kopiëring van video's, DVD's, rolprente, rekenarspeletjies en musiek. As gevolg van rowery verloor besighede geld deur verkope wat verlore gaan; die personeel kan hul werk verloor as die wins laag is omdat verkope daal, en uitvoerende kunstenaars, musici, vermaaklikheidskunstenaars, skrywers, ens. word nie vir hul dienste of intellektuele eiendom vergoed nie.

Intellektuele eiendom kan beskerm word deur:

- Kopiereg, wat die wet is wat 'n persoon se intellektuele eiendom beskerm sodat ander mense dit nie as hul eie kan gebruik nie.
- Patent, wat 'n geregistreerde eksklusiewe reg van 'n uitvinder is om 'n uitvinding te vervaardig, gebruik of verkoop.
- Handelsmerk, wat enige, simbool, frase, ontwerp, klank, reuk, kleur, produksamestelling of kombinasies daarvan is. Dit sluit 'n handelsmerknaam, 'n slagspreuk of 'n logo in.

## 2.8 Ekonomiese misdaad

- Dit kan in die vorm wees van korrupsie, belastingontduiking, kredietkaartbedrog, smokkelhandel, wanbestuur van fondse en openbare bedrog.
- Ekonomiese misdaad het die potensiaal om die finansies en die beeld van 'n besigheid te vernietig.
- Ekonomiese misdaad kan deur besighede voorkom of beheer word deur interne beheermaatreëls en -prosedures in te stel.

- Akkurate rekords en oorspronklike dokumentasie van alle transaksies, asook die nodige magtiging (handtekeninge) van die bestuur wanneer betalings gedoen word.

## 2.9 Etiese wangedrag

Etiese wangedrag is die tipe gedrag wat, volgens die organisasie se Etiese Kode, nie aanvaarbaar is nie. Die volgende beskrywings is voorbeelde van etiese wangedrag wat in die besigheid kan plaasvind:

- Seksuele teistering
- Korrupsie
- Wanbestuur van fondse

Korrupsie en wanbestuur van fondse is vorme van ekonomiese misdaad en kan in sekere mate voorkom word deur interne beheermaatreëls in te stel.



Roof-CD's en -DVD's is 'n skending van kopiereg, en is onwettig.

## 3 Natuurlike hulpbronne

### 3.1 Onbeskikbaarheid van natuurlike hulpbronne

- Natuurlike hulpbronne is hulpbronne wat uit die Aarde ontgin word in die primêre sektor van die ekonomie om in besigheidsbedrywighede gebruik te word.
- Suid-Afrika word as 'n dor land beskou. Dit beteken dat ons minder as die gemiddelde reënval kry en oeste kan misluk.
- Landbouproduktiwiteit in Suid-Afrika is baie laag omdat nie al die landbougrond doeltreffend gebruik word nie as gevolg van 'n tekort aan vaardighede, geld en toerusting.

### 3.2 Ondoeltreffendheid in die gebruik van hulpbronne

- Baie besighede in die sekondêre en tersiêre sektore het hulpbronne, maar weet nie hoe om dit te gebruik nie.
- Werkers moet opgelei word sodat hulle die vaardigheid ontwikkel om met die hulpbronne te werk. 'n Voorbeeld is dat nie alle werknemers wat met 'n rekenaar in die werkplek moet werk, rekenaargeletterd is nie.

### 3.3 Dumping

- Dumping beteken dat goedere Suid-Afrika uit ander lande binnekom teen 'n prys wat goedkoper is as die normale waarde van die goedere.
- Dumping vernietig die vermoë van plaaslike besighede om in 'n baie mededingende wêreld sukses te behaal.
- As buitelandse maatskappye toegelaat word om hul goed in Suid-Afrika te dump, sal die plaaslike klein maatskappye wins verloor.
- Dumping kom algemeen in die landbou voor. In die landbousektor kry boere in sommige lande subsidies van hul regering.

### 3.4 Uitputting van natuurlike hulpbronne

- As ons natuurlike hulpbronne uitgeput is, sal besighede nie kan produseer wat nodig is nie. Oormatige verbruik lei tot die uitputting van hulpbronne. 'n Voorbeeld is die beskikbaarheid van steenkool wat gebruik word om elektrisiteit op te wek en brandstof te vervaardig.

### 3.4 Beurtkrag

Dit lei tot verdonkering en kragonderbrekings. Beurtkrag affekteer besigheid negatief omdat baie produksie-ure verlore gaan as gevolg van die tekort aan elektrisiteit.

## 4 Stakings en sloerstakings

- Stakings affekteer die produktiwiteit van 'n besigheid.
- Terwyl 'n staking aan die gang is, vind geen produksie plaas nie of dit kan in 'n baie stadige tempo plaasvind as gevolg van die beperkte beskikbaarheid van arbeid.
- Stakings en **uitsluiting** is 'n belangrike bedingingsmiddel in arbeidsgesille en kollektiewe bedinging.

### 4.1 Die Wet op Arbeidsverhoudinge

- Die oogmerk van die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV), Wet no. 66 van 1995, is om ekonomiese ontwikkeling, maatskaplike geregtigheid en demokrasie in die werkplek te bevorder.
- Die WAV erken vakbonde en werkers se regte.
- Die WAV reguleer al die partye in die arbeidsverhouding en voorsien riglyne vir die beslegting van geskille.
- Die KVBA help partye om hul geskille te besleg deur bemiddeling en versoening.
- Die Arbeidshof is 'n afsonderlike hof wat alle arbeidsgeskille moet besleg.

### 4.2 Die funksies van vakbonde

'n Vakbond is 'n arbeidsorganisasie wat werkers verteenwoordig.

- Tref ooreenkomste deur middel van kollektiewe bedinging wat betaling, veiligheid en werkstoestande betref.
- Adviseer werkgewers oor hul beleide en praktyke met betrekking tot menslike hulpbronne.
- Formuleer en verteenwoordig werkers se regte en beïnvloed die opstel van wette en beleide wat lede bevoordeel.
- Bevorder groter deelname van werkers aan bestuursbesluite wat hulle raak.
- Organiseer stakings en ander nywerheidsaksie om die eise van werkers te versterk.
  
- Verteenwoordig werkers in geskille met en griewe teenoor hul werkgewers.
- Verseker die welsyn en opvoeding van lede oor kwessies soos MIV/vigs, finansiële beplanning en maatskaplike voordele.

## 5 Ander sosio-ekonomiese kwessies sluit in:

- Dobbelary
- Moorde
- Verkeersterftes
- Misbruik van dwelms en alkohol

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Veelkeuse

1. Intellektuele eiendom kan beskerm word deur:

- A. Kopiereg, handelsmerk en patent
- B. Kopiereg, handelsmerk en gebruik
- C. Patentregistrasie
- D. Dit kan nooit beskerm word nie as gevolg van rowery.

2. Sikliese werkloosheid kom voor omdat:
- Ekonomiese siklusse soos 'n resessie kan besighede dwing om van hul werkers uit diens te stel.
  - Sekere werk kan net in 'n bepaalde seisoen gedoen word en daarna is die werk nie meer beskikbaar nie.
  - Soms is dit nodig om die werkplek te herstruktureer as gevolg van nuwe tegnologie.
  - Daar is altyd verandering van werk as gevolg van nuwe betrekkinge wat beskikbaar raak.

### Kort vrae

3. Noem die positiewe redes vir kollektiewe bedinging. (6)
4. Wat is die gevolge van armoede as 'n sosio-ekonomiese kwessie? (6)
5. Omskryf die makrobegingingsomgewing. (4)
6. Wat word bedoel met die term "inflasie" en hoe word dit gemeet? (4)
7. Gee EEN woord of term vir die volgende definisies:
- 7.1 Kwessies soos 'n hoë geboortesyfer, armoede, MIV/vigs, werkloosheid, en 'n gebrek aan opleiding en vaardighede. (2)
- 7.2 'n Tipe misdaad wat deur 'n persoon met 'n hoë status gepleeg word deur die begingheid se fondse te gebruik. (2)
8. Verduidelik die volgende konsepte in jou eie woorde:
- a) ekonomiese misdaad (2) b) etiese wangedrag (2) c) dumping (2) d) rowery (2) e) vakbond (2)
- (8)

### Langer vrae

9. Lys en verduidelik kortliks vyf funksies van 'n vakbond. (10)
10. Bespreek misdaad krities as 'n gevolg van siekte, armoede en werkloosheid. (12)

### Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp

1. A
2. A
3. Voorkom stakings,  $\checkmark\checkmark$  stel werkers in staat om as 'n eenheid saam te span,  $\checkmark\checkmark$  tref eenvormige ooreenkomste oor 'n hele nywerheidsektor.  $\checkmark\checkmark$  (6)
4. Gebrek aan onderwys,  $\checkmark\checkmark$  swak gesondheid,  $\checkmark\checkmark$  misdaad,  $\checkmark\checkmark$  werkloosheid  $\checkmark\checkmark$  (3 x 2 = 6)
5. Die eksterne omgewing  $\checkmark\checkmark$  waaroor die begingheid min beheer het.  $\checkmark\checkmark$  (4)
6. Inflasie is 'n algemene en volgehoue styging in pryse  $\checkmark\checkmark$  en dit word deur die verbruikersprysindeks gemeet.  $\checkmark\checkmark$  (4)
- 7.1 Sosio-ekonomiese probleem (2)
- 7.2 Witboordjiemisdad (2)
- 8.
- a. Dit kan in die vorm van korrupsie, belastingontduiking, kredietkaartbedrog, smokkelhandel in goedere, wanbestuur van fondse en openbare bedrog wees. (2)
- b. Eteise wangedrag is die tipe gedrag wat, volgens die organisasie se Etiese Kode, nie aanvaarbaar is nie, soos seksuele teistering, rassediskriminasie. (2)
- c. Dumping beteken dat goedere uit een land 'n ander land binnekom teen 'n goedkoper prys. (2)
- d. Rowery is die ongemagtigde kopiëring van video's, DVD's, rolprente, rekenaarspeletjies en musiek. (2)
- e. 'n Vakbond is 'n arbeidsorganisasie wat werkers verteenwoordig. (2)
- 9.
- Tref ooreenkomste deur middel van kollektiewe bedinging wat betaling, veiligheid en werkstoestande betref.



Adviseer werkgewers oor hul beleide en praktyke met betrekking tot menslike hulpbronne. Formuleer en verteenwoordig werkers se regte en beïnvloed die opstel van wette en beleide wat lede bevoordeel.  
Bevorder groter deelname van werkers aan bestuursbesluite wat hulle raak.  
Organiseer stakings en ander nywerheidsaksie om die eise van werkers te versterk.  
Verteenwoordig werkers in geskille met en griewe teen hul werkgewers.  
Verseker die welsyn en opvoeding van lede oor kwessies soos MIV/vigs, finansiële beplanning en maatskaplike voordele.

(5 x 2 = 10)

10.

Misdaad is dikwels 'n direkte gevolg van sosio-ekonomiese kwessies. Voorbeelde is werkloosheid, armoede, MIV/vigs, dwelm- en alkoholmisbruik.

Die onvermoë van die regering en die regstelsel om misdaad te bekamp, het 'n negatiewe invloed op die mense van Suid-Afrika gehad.

Buitelanders is huiwerig om te belê in 'n land met hoë misdaadsyfers.

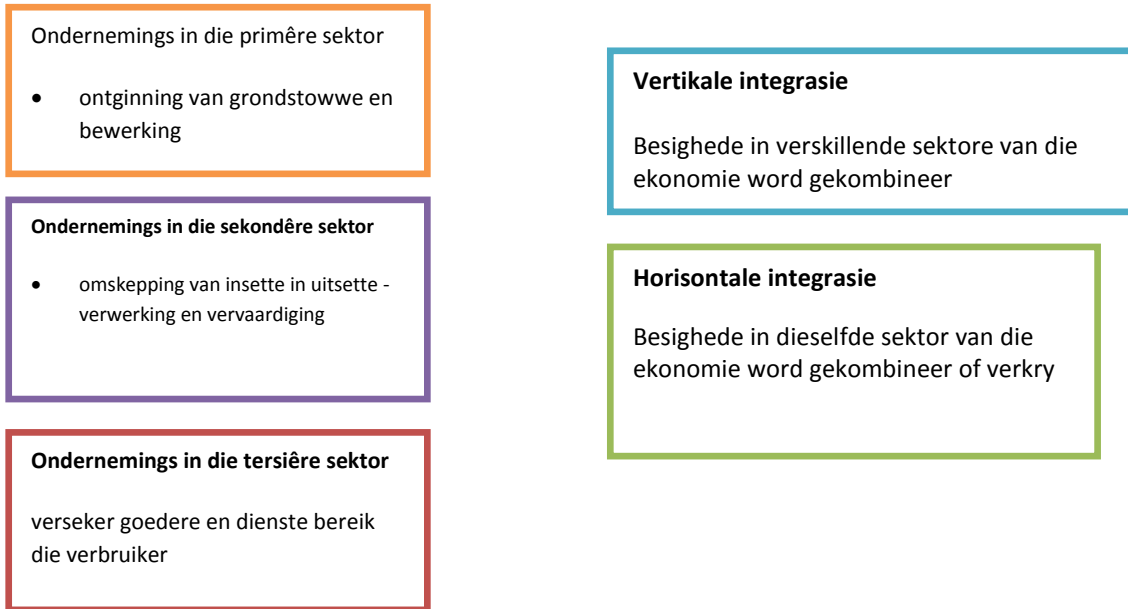
Misdaad skrik toeriste af.

Dit lei daartoe dat geskoolde werkers emigreer en hulle in veiliger lande gaan vestig. (6 x 2 = 12)

## Onderwerp 5 Besigheidsektore

### Oorsig

In Graad 10 het jy geleer dat die ekonomie in drie sektore verdeel is, die primêre, sekondêre en tersiêre sektore. Hierdie onderwerp identifiseer en ondersoek die komplekse skakels en uitdagings tussen ondernemings in die primêre, sekondêre en tersiêre sektore.



### 1 Die primêre sektor

Bedrywe in die primêre sektor is dié wat direk betrokke is by die ontginning of verwerking van natuurlike hulpbronne uit die aarde of die see. Dit sluit in:

- Mynbou
- Vissery
- Bosbou
- Veeteelt (boerdery met diere)
- Landbou

Die goedere of grondstowwe wat in die primêre sektor ontgin, bewerk of geoes word, word beskikbaar gestel aan die sekondêre sektor vir verwerking of omskepping.

Natuurlike hulpbronne wat vervang of weer gekweek kan word, is **hernubaar**, byvoorbeeld gewasse, denneplantasies en veeboerdery. Natuurlike hulpbronne wat nie vervang kan word nadat dit gebruik is nie, is **niehernubaar**, byvoorbeeld steenkool, olie en veen.



Mynbou is 'n bedryf in die primêre sektor.

## 2 Die sekondêre sektor

Bedrywe in die sekondêre sektor is dié wat betrokke is by vervaardiging, verwerking of konstruksie met behulp van grondstowwe wat deur die primêre sektor verkry is. Dit omskep produkte in 'n bruikbaarere vorm, met behulp van insette uit die primêre sektor wat dan tot uitsette verwerk word – halfafgewerkte en afgewerkte goedere. Dit sluit in vervaardigde produkte soos kos, klere en motors, die bou van huise, paaie en damme, asook die produksie van dienste soos elektrisiteit uit steenkool. **Dumping** vind plaas wanneer 'n land sy ongewenste, oortollige of verouderde produkte na 'n ander land uitvoer. Dikwels word dit te koop aangebied teen 'n prys wat laer is as die plaaslike produkte, wat 'n bedreiging is vir plaaslike produsente wat dalk hul besigheid sal moet sluit.



'n Inmaakfabriek kom in die sekondêre sektor voor.

### 3 Die tersiêre sektor

Ondernemings in die tersiêre sektor fasiliteer die vloeï van goedere en dienste vanaf die primêre en sekondêre ondernemings, en verseker dat die produkte of dienste die verbruiker bereik. Hierdie ondernemings sluit die volgende in:

- Groothandel
- Kleinhandel
- Motorhandel
- Spyseniering
- Akkommodasie
- Vervoer
- Kommunikasie
- Finansies
- Versekering
- Eiendom
- Persoonlike dienste (bv. dokters)
- Gemeenskapsdienste
- Regeringsdienste
- Skoonmaakdienste

Ons kan die tersiêre sektor in die volgende sektore onderverdeel:

- Groothandel en kleinhandel
- Spyseniering en akkommodasie
- Vervoer, berging en kommunikasie
- Finansiële en besigheidsdienste
- Gemeenskaps- en maatskaplike dienste
- Algemene regeringsdienste



Persoonliedienste is deel van die tersiêre sektor.

#### 4 Die besigheidskolom

Produkte of dienste beweeg deur die verskillende sektore in 'n reeks stadiums voordat dit die eindverbruiker bereik. Dikwels is baie verskillende bedrywe betrokke by die vervaardiging van een produk.

##### 'n Elementêre besigheidskolom

Kweking van katoen (primêr)



Vervaardiging van katoenlap (sekondêr)



T-hemp-fabriek (sekondêr)



T-hemp-kleinhandelaar (tersiêr)



Eindverbruiker

## 5 Skakels en uitdagings

Ons weet dat alle besighede te staan kom voor uitdagings in hul omgewings. Besighede kan hul skakels in die verskillende sektore gebruik om strategieë in reaksie op uitdagings uit te dink.

- Skakel met verskaffers om 'n inset of 'n mededingender prys te verkry.
  - Kry beter verskaffers ten einde die gehalte van die produk te verbeter.
  - Eksterne differensiasie vind plaas wanneer een stap in die produksie oorgedra word na 'n afsonderlike besigheid. Byvoorbeeld, 'n vervaardiger kan dalk 'n ander besigheid vra om die logo's op die T-hemde te druk. Dit is 'n voorbeeld van uitkontraktering.
  - Vertikale integrasie verkort die besigheidskolom. Dit vind plaas wanneer twee of meer opeenvolgende prosesse in dieselfde besigheid gekombineer word. Byvoorbeeld, 'n vrugte-inmaakfabriek koop 'n vrugteplaas.
  - Voorwaartse integrasie vind plaas as die vrugteplaas die inmaakfabriek koop.
  - Terugwaartse integrasie vind plaas as die inmaakfabriek die vrugteplaas koop.
- 
- Horisontale integrasie vind plaas wanneer twee soortgelyke ondernemings kombineer, of die een die ander koop, ten einde hulpbronne saam te voeg of mededinging te verminder, byvoorbeeld Shoprite en Checkers.

'n Voorbeeld van vertikale integrasie

Suiwelplaas → Melkery → Kaasfabriek → Verkooppunt

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Kort vrae

1. Gee 'n voorbeeld van voorwaartse integrasie. (2)
2. Gee 'n voorbeeld van terugwaartse integrasie. (2)
3. Lys vier onderverdelings van die tersiêre sektor. (8)
4. Lys twee bedrywe in die primêre sektor. (4)
5. Gee 'n voorbeeld van hoe die natuurlike hulpbron **yster** dalk in die sekondêre sektor gebruik kan word. (2)
6. Stel 'n basiese besigheidskolom op vir 'n leerhandsak wat by 'n modewinkel verkoop word. (10)

#### 7. Gevallestudie

Solly en Rajah besit 'n vrugte-inmaakfabriek wat "Fresher Fruit" genoem word. Hulle kry hul vrugte by twee boere wat ingestem het om aan hulle vrugte te verskaf. Hulle hoop om hul ingemaakte vrugte aan Pick n Pay en Checkers te verkoop. Hulle het Speedy Vans gevra om te kwoteer vir die verspreiding van hul produkte aan al die provinsies. Solly en Rajah bank by FNB en het hul besigheid by Old Mutual verseker. Hul advertensiemateriaal is deur Speedy Print (Edms.) Bpk. geskep.

Vul die volgende tabel in om te toon hoe al die sektore en omgewings onderling met Fresher Fruit verbind is. (18)

Sektore Omgewings	Primêre Sektor	Sekondêre Sektor	Tersiêre Sektor
Mikro-			

Mark-			
Makro-			

**Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp**

1. 'n Fabriek koop 'n verkooppunt vir sy goedere. (2)

2. 'n Produsent van bevrore groente koop 'n plaas om voorraad te verseker. (2)

3.

Groothandel en kleinhandel

Spyseniering en akkommodasie

Vervoer, berging en kommunikasie

Finansiële en besigheidsdienste

Gemeenskaps- en maatskaplike dienste

Algemene regeringsdienste

(4 x 2 = 8)

4. Mynbou, veeteelt, vissery, landbou, bosbou (enige 2 x 2= 4)

5. Vervaardig staal om in blikkies, motors, ens. te gebruik (2)

6. Veetelery (primêr)



Leerlooierij - verwerking van leer (sekondêr)



Handsakfabriek (sekondêr)



Leergoederewinkel (tersiêr)



Eindverbruiker (10)

7.

Sektore Omgewings	Primêre Sektor	Sekondêre Sektor	Tersiêre Sektor
Mikro-	Doeltreffendheid van boere	Fresher Fruit-werknemers Produksieprosesse	Kontantvloei om rekeninge te betaal
Mark-	Boere	Beskikbaarheid van vrugte	Pick n Pay Checkers Speedy Vans Old Mutual Speedy Print
Makro-	Weer of gewassiektes	Arbeidswette	Wette oor rentekoerse

(9 x 2 = 18)

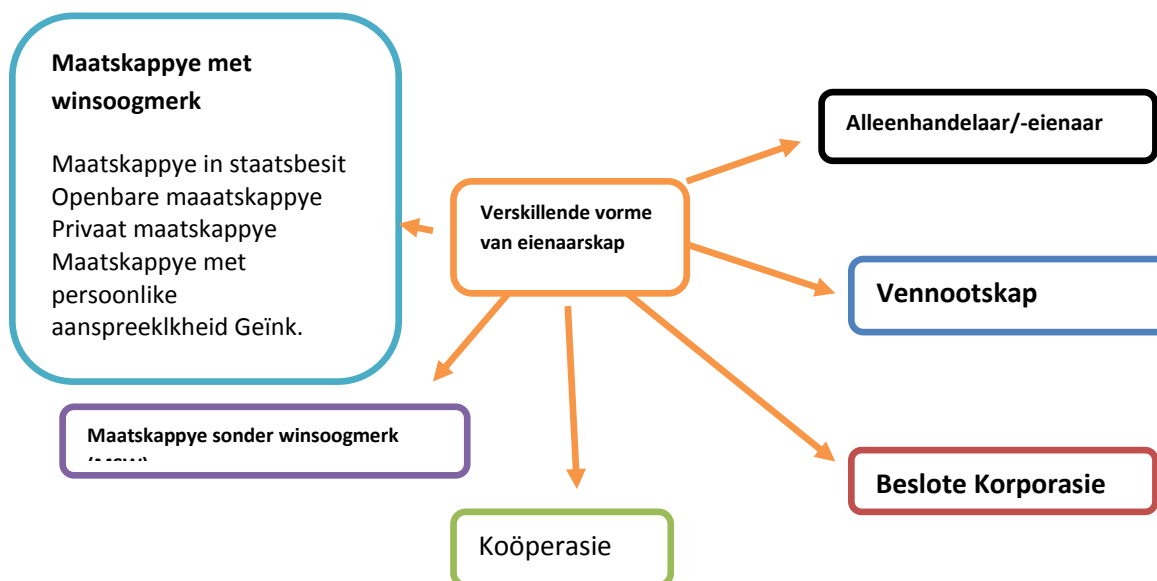


## Onderwerp 6 Voordele van 'n maatskappy bo ander vorme van eienaarskap

### Oorsig

Hierdie onderwerp handel oor:

- die voordele en uitdagings van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander vorme van eienaarskap
- die stigting van maatskappye.



## 1 Kenmerke van die verskillende vorme van eienaarskap

### 1.1 Alleeneenaar

Dit is 'n besigheid wat deur een persoon besit word.

'n Alleeneenaar is iemand 'n wat 'n besigheid besit wat geen ander eienaars het nie. Hy/sy voorsien al die kapitaal of leen dit by iemand anders. Gewoonlik bestuur hy/sy dit alleen en/of met die hulp van werknemers Die alleeneenaar dra al die verantwoordelikheid en kry al die wins.

## **KENMERKE VAN 'N ALLEENEIENAAR**

- Net 1 persoon besit die besigheid.
- As die eienaar doodgaan of aftree, bestaan hierdie besigheid nie meer nie. Daar is 'n gebrek aan kontinuïteit.
- Die eienaar is verantwoordelik vir al die skuld van die besigheid, indien dit bankrot raak. Dit beteken dat hy/sy onbeperkte aanspreeklikheid het.
- 'n Alleeneienaar is gewoonlik 'n persoon wat sakevernuf het.
- Alleeneienaars het 'n noue verhouding met hul klante.
- Die besigheid en die eienaar is nie afsonderlik van mekaar nie – hierdie besigheid is nie 'n regsenteit (regspersoonlikheid) nie.
- Dit is 'n maklike en ongekompliseerde manier om 'n besigheid te stig.

## **VORMING VAN 'N ALLEENEIENAAR**

Daar is geen wetlike vereistes wanneer 'n alleeneienaar gevorm word nie. Die persoon moet egter seker maak dat hy/sy voldoen aan enige vereistes wat die plaaslike owerheid stel – 'n lisensie mag nodig wees.

### **Voordele**

- Maklik om te stig
- Geen spesiale formaliteite nie
- Geen koste betrokke nie

### **Nadele**

- Onbeperkte aanspreeklikheid
- Geen kontinuïteit as die eienaar doodgaan
- Beperkte hulpbronne
- Moeilik om uit te brei

## **1.2. Vennootskappe**

'n Vennootskap is die vorm waar tussen 2 en 20 eienaars hul vaardighede, ondervinding, arbeid, goedere, kennis en kapitaal bydra om wins te maak en te deel. Die optrede van elke vennoot beïnvloed die besigheid in die geheel en al die vennote is verantwoordelik vir die vennootskap en mekaar.

## **KENMERKE VAN 'N VENNOOTSKAP**

- 'n Vennootskap bestaan uit tussen 2 en 20 vennote (eienaars).
- As een van die vennote bedank of doodgaan, bestaan die vennootskap nie meer nie.

- Al die vennote is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik. Dit beteken dat elke vennoot as individue en as vennootskap aanspreeklik is vir enige skuld van die besigheid. Dit beteken ook dat hulle onbeperkte aanspreeklikheid het.
- 'n Vennoot is 'n agent van die besigheid en tree namens die ander vennote op wanneer sake gedoen word.
- Dit kan mondeling of skriftelik gestig word.
- 'n Vennootskap kan vir 'n eenmalige gebeurtenis of vir 'n langer tydperk gestig word.
- Dit is nie 'n regs persoonlikheid nie. Die vennote en die vennootskap is nie afsonderlik van mekaar nie.

## **STIGTING VAN 'N VENNOOTSKAP**

Vennootskappe word mondeling of skriftelik gestig. Die skriftelike kontrak word deur 'n prokureur opgestel en word die Vennootskapsooreenkoms genoem.

### **DIE VENNOOTSKAPSOOREENKOMS SLUIT DIE VOLGENDE IN:**

- Die naam van die vennootskap
- Die name van die vennote
- Die pligte van elke vennoot
- Die oogmerk en aard van die vennootskap
- Die bydrae van elke vennoot
- Hoe die winste gedeel sal word of hoe die verliese verdeel sal word
- Hoe geskille (meningsverskille) besleg gaan word
- Salarisse wat aan vennote betaal word
- Hoe verlof toegeken word
- Enige versekering
- Enige onttrekkings toegelaat
- Hoe rente betaal gaan word

### **Voordele**

- Groter finansiële vermoë
- Vryheid en buigsaamheid wat besluitneming betref
- Kombineer spesiale vaardighede

### **Nadele**

- Kan maklik ontbind word en onstabiel wees
- Onbeperkte aanspreeklikheid
- Kan moeilik wees om groot bedrae geld te bekom

## 1.3 Beslote korporasies

'n Beslote korporasie is 'n eenvoudige, goedkoop manier om 'n regspersoonlikheid te vorm.

### KENMERKE VAN 'N BESLOTE KORPORASIE

- Die lede van 'n beslote korporasie kan van 1 tot 10 wees.
- Die naam moet op BK eindig.
- Dit is afsonderlik van sy lede (eienaars). Dit beteken dat hierdie besigheid 'n regsentiteit is.
- 'n Beslote korporasie het onbeperkte kontinuïteit. 'n Verandering in lede beïnvloed nie die kontinuïteit van die besigheid nie.
- Die lede is nie aanspreeklik vir die skuld van die besigheid nie. Hulle het beperkte aanspreeklikheid.
- 'n Dokument wat die Stigtingsverklaring genoem word, word opgestel om 'n BK te vorm.
- Eienaarskap word uitgedruk as 'n persentasie (%) belang in die besigheid. Die totale % belang van al die lede van die BK moet gelyk wees aan 100%. Byvoorbeeld, as 4 lede 'n gelyke % belang in die beslote korporasie het, dan sal elkeen 'n 25 % eienaarskap hê.

### VORMING VAN 'N BESLOTE KORPORASIE

'n Stigtingsverklaring word gebruik om 'n beslote korporasie te vorm. Hierdie dokument is 'n skriftelike ooreenkoms. Dit moet by die Registrateur van Beslote Korporasies geregistreer word.

### INHOUD VAN DIE STIGTINGSVERKLARING

- Die naam van die besigheid
- Die oogmerke van die besigheid
- Die adres van die geregistreerde kantoor
- Die naam, identiteitsnommer en adres van elke lid
- Die bydrae van elke lid
- Die grootte van belang, uitgedruk as 'n persentasie, van elke lid
- Besonderhede van die rekenpligtige amptenaar en sy/haar toestemming om as rekenpligtige amptenaar op te tree

#### Voordele

- Regsentiteit
- Vereis nie geouditeerde finansiële state nie
- Alle lede mag deelneem aan die bestuur
- Beperkte aanspreeklikheid
- Maklik om te registreer en te begin

#### Nadele

- Net 10 lede toegelaat
- Lede is gebonde aan mekaar se optrede
- Moet 'n rekenpligtige amptenaar hê
- Belas asof dit 'n maatskappy is

## **2 Voordele en uitdagings van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander vorme van eienaarskap**

### **2.1 Voordele**

- Meer eenaars beteken dat daar 'n moontlikheid van meer kapitaal is.
- Meer kapitaal beteken dat daar 'n groter moontlikheid van uitbreiding en groei is.
- Aandeelhouers wys 'n direksie aan wat doeltreffender bestuur bied.
- 'n Afsonderlike regsentiteit.
- Kontinuiteit van voortbestaan.
- Wins op maatskappybelasting word teen 'n vasgestelde koers betaal.

### **2.2 Uitdagings**

- Duur en gekompliseerde stigtingsprosedures.
- Baie wetlike vereistes waaraan voldoen moet word.
- As die direkteur nie bekwaam is nie, kan die aandeelhouers se beleggings in gevaar wees.

## 3 Stigting van maatskappye

### 3.1 Registrasie

Die Akte van Oprigting moet opgestel word.

Dit moet saam met die Kennisgewing van Inkorporasie by die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom ingedien word.

Die ses stappe by die stigting van 'n maatskappy

- Die maatskappynaam word gereserveer en die gelde word betaal aan die Registrateur van Kommissie vir Intellektuele Eiendom.
- Die sertifikaat om die besigheid te begin, word voorgelê tesame met die stigtingsdokumentasie.
- Die maatskappy open 'n bankrekening.
- Die maatskappy registreer vir inkomstebelasting, belasting op toegevoegde waarde (BTW) en werknemersweerboubelasting by die kantoor van die plaaslike Ontvanger van Inkomste.
- Die maatskappy registreer vir werkloosheidsversekering (WVF) by die Departement of Arbeid.
- Die maatskappy registreer by die kommissaris vir die Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -Siektes (WVBS).

### 3.2 Die maatskappy-oktrooi – die Akte van Oprigting en Statute

Die **AKTE VAN OPRIGTING** omskryf die omvang van 'n maatskappy en sluit die volgende in:

- Maatskappy se naam
- Adres van die geregistreerde kantoor
- Verklaring oor die beperkte aanspreeklikheid van die aandeelhouders
- Die aandeelkapitaalbedrag
- Die doel van die maatskappy

Die **STATUTE** dui die interne bestuursregulasies aan en sluit die volgende in:

- Name van die direkteure en hul rolle
- Die manier waarop wins versprei sal word
- Die interne reëls vir die bedryf van die maatskappy
- Vergaderings
- Stemreg van aandeelhouders

### 6.3.3 Die Prospektus

*'n Prospektus is 'n skriftelike uitnodiging, wat aan die publiek uitgereik word om aandele/sekuriteite in ruil vir geld aan te bied.*

'n Prospektus moet die publiek oortuig dat hulle aandele in die maatskappy moet koop. Dit noem:

- die doel van die aanbod
- die aandeelkapitaal
- die aandele wat uitgereik word
- eiendom wat besit word
- voorlopige uitgawes
- bedrae verskuldig aan die promotors
- besonderhede van aandele
- die minimum inskrywing\*
- naam van die maatskappy – oprigting en begin van die maatskappy

Lede van die publiek kry 60 dae om op die uitnodiging te reageer.

\* Die minimum inskrywing

Voordat 'n openbare maatskappy kan begin, moet die maatskappy bewys dat genoeg aandele uitgereik is om die koste van die bekendstelling van die maatskappy en enige ander aanvangskoste wat aangegaan is, te dek. Dit word die minimum inskrywing genoem en die aandele moet binne 60 dae nadat die prospektus uitgereik is, verkoop word, anders mag die openbare maatskappy nie begin sake doen nie.

## 3.4 Onderskrywing

Om te verseker dat aan die minimum inskrywing voldoen word, kan 'n bank of ander finansiële instelling waarborg dat hulle enige aandele wat nog nie verkoop is nie, sal koop om die minimum kapitaalvereistes aan te vul.

***Dit verseker dat –***

- die minimum inskrywing verkoop sal word
- die besigheid as 'n openbare maatskappy kan begin sake doen.

## 4 'n Privaat maatskappy

### 4.1 Kenmerke van 'n privaate maatskappy

- 'n Minimum getal van 1 en 'n maksimum getal van 50 mense mag 'n privaate maatskappy begin.
- Die naam van die maatskappy moet op (Edms.) Bpk. (eiendoms beperk) eindig.
- Privaate maatskappye is gewoonlik mediumgrootte besighede.
- Die maatskappy kan net uitbrei deur aandele aan tot 50 aandeelhouers te verkoop.
- Aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid - as die maatskappy bankrot raak, is die aandeelhouers (eienaars) verantwoordelik vir die skuld van die besigheid in hul persoonlike hoedanigheid. Hulle is net aanspreeklik vir die bedrag wat hulle in aandele in die besigheid belê het.
- 'n Privaate maatskappy het onbeperkte kontinuïteit.
- Dit is 'n regsentiteit. Hierdie vorm van eienaarskap kan in sy eie naam dagvaar of gedagvaar word.
- Dit word bestuur deur 'n direksie wat deur die aandeelhouers gekies word.
- Aandeelhouers kan nie hul aandele op die JSE verkoop nie - die publiek word nie uitgenooi om aandele op te neem nie.
- Aandele is nie vrylik oordraagbaar nie. Al die eienaars moet instem oor wie uitgenooi gaan word om 'n aandeelhouer van 'n privaate maatskappy te word.

### 4.2 Stappe by die stigting van 'n privaate maatskappy





## 5 'n Openbare maatskappy

### 5.1 Kenmerke van 'n openbare maatskappy

- Die minimum getal aandeelhouers is 7 en die maksimum hang af van die getal aandeel uitgereik.
- Die naam moet op die woord Beperk of Bpk. eindig.
- 'n Prospektus word uitgereik om die publiek uit te nooi om aandeel in die maatskappy te koop.
- Aandeel is vrylik oordraagbaar.
- Die maatskappy moet voldoen aan die regulasies in die Maatskappywet.
- Moet 'n sertifikaat om besigheid te begin van die Registrateur van Maatskappye ontvang voordat die besigheid kan begin sake doen.
- Bates en laste is die uitsluitende verantwoordelikheid van die maatskappy.
- Die rekeningkundige rekords van die maatskappy moet geaudit word.
- 'n Algemene Jaarvergadering van aandeelhouers moet belê word. Aandeelhouers kan by volmag stem – gee 'n ander aandeelhouer die magtiging om namens jou te stem.
- Die finansiële state (Balansstaat en Inkomstestaat) moet jaarliks gepubliseer word.
- Enige wysigings aan die grondwet (Akte van Oprigting en Statute) kan net deur 'n spesiale resoluëie by 'n spesiale vergadering van aandeelhouers aangebring word.
- Die stemreg en dividende (verdeling van wins) sal afhang van die getal en soorte aandeel wat elke aandeelhouer het.
- 'n Openbare maatskappy is 'n regsentiteit en betaal belasting.
- Dit het onbeperkte kontinuïteit en hou aan voortbestaan selfs as die aandeelhouers verander.
- Die aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid. Hulle is nie persoonlik aanspreeklik vir die skuld van die maatskappy as dit bankrot raak nie. Hulle sal net die bedrag wat hulle in die aandeel belê het, verloor.

## 5.2 Stappe by die stigting van 'n openbare maatskappy



Wanneer oor die vorm van eienaarskap besluit moet word, moet 'n besigheidseienaar 'n besluit neem op grond van sy/haar behoeftes en situasies. Daar is egter sekere faktore wat oorweeg moet word wanneer hierdie besluit geneem word.

## 6 Faktore wat oorweeg moet word wanneer besluit word watter vorm van besigheid om te kies

- **Kapitaal** – hoeveel en hoe sal dit verkry word?
- **Bestuur** – wie sal die besigheid bedryf/bestuur?
- **Aanpasbaarheid** – sal die besigheid in staat wees om by veranderende situasies aan te pas?
- **Winsdeling** – wie sal die winste ontvang of die verliese deel, en hoe?
- **Beheer** – is daar stemreg en wie neem die besluite?
- **Getal eienaars** – hoeveel mense is eienaars?
- **Inkomstebelasting** – watter belastingkoerse geld?
- **Kontinuiteit** – kan die besigheid aangaan om voort te bestaan as eienaars aansluit of weggaan?
- **Aanspreeklikheid** – is die eienaars persoonlik aanspreeklik in geval van bankrotskap?

## 7 Belastingimplikasies

- Al die besighede in die formele sektor moet belasting betaal.
- Belasting is een van die faktore wat oorweeg moet word wanneer oor die vorm van eienaarskap besluit word.
- Belasting word gewoonlik betaal as 'n persentasie of koers van winste wat deur elke besigheid gemaak word.
- Die belastingkoers kan wissel vir elke tipe eienaarskap. Sommige tipes eienaarskap betaal meer of minder belasting as ander.
- 'n Maatskappy word belas op sy winste, en dan word die aandeelhouders (eenaars) ook belas op die dividende wat hulle ontvang.

## 8 BTW (Belasting op Toegevoegde Waarde)

- BTW-koers is 14%.
- BTW word ingesamel in elke stadium van die produksie- en verspreidingsproses van goedere en dienste.
- Besighede met 'n jaarlikse omset en mense in eie diens wat meer as R150 000 per jaar verdien, moet as verkopers registreer.

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Kort vrae

1. Wat is 'n maatskappy? Omskryf en noem die 2 tipes. (6)
2. Watter kenmerke het privaat en openbare maatskappye gemeen? (8)
3. Wat is 'n BK? (4)
4. Hoe word 'n vennootskap gestig? (6)
5. Tabuleer die verskille tussen 'n privaat en 'n openbare maatskappy. (12)

#### VERSILLE TUSSEN 'N PRIVAAT EN 'N OPENBARE MAATSKAPPY

<i>Kenmerk:</i>	<u>PRIVAAT MPY.</u>	<u>OPENBARE MPY.</u>
Getal aandeelhouders		
Naam eindig op		
Uitreiking van aandele		
Oordraagbaarheid van aandele		
d		
Hoofrede vir hierdie tipe maatskappy		

Wanneer hulle mag begin sake doen

6. Tabuleer die verskille tussen 'n alleeneienaar, 'n vennootskap en 'n beslote korporasie

VERSKILLE TUSSEN 'N ALLEENHANDELAAR, VENNOOTSKAP EN 'N BESLOTE KORPORASIE

	ALLEENEIENAAR	VENNOOTSKAP	BESLOTE KORPORASIE
<i>Naam</i>			
<i>Getal eienaars</i>			
<i>Aanspreeklikheid</i>			
<i>Kontinuiteit</i>			
<i>Stigting</i>			
<i>Winsdeling</i>			
<i>Oordrag van eienaarskap</i>			

**Langer vrae**

7. Watter faktore (nege) moet oorweeg word wanneer oor 'n vorm van eienaarskap besluit word? (18)
8. Verduidelik 'n alleeneienaar en die kenmerke daarvan. (12)
9. Bespreek die volgende:
  - 9.1 'n prospektus (6)
  - 9.2 minimum inskrywing (6)
  - 9.3 onderskrywing. (6) [18]
10. Wat vennootskappe betref, noem die volgende:
  - 10.1 'n definisie (4)
  - 10.2 kenmerke. (6) (10)
11. Lys 5 aspekte wat in 'n vennootskapsooreenkoms ingesluit word. (10)
12. Noem 5 kenmerke van 'n BK. (10)
13. Wat word die dokument genoem wat opgestel word om 'n BK te stig en wat behels dit? (12)
14. Onderskei tussen 'n Akte van Oprigting en die Statute. (14)

**Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp**

1. 'n Maatskappy is 'n regsenteit wat besigheid bedryf. √√ Dit kan 'n privaat maatskappy √√ of 'n openbare maatskappy √√ wees. (6)
2.
  - Aandeelhouers kies 'n direksie √√
  - 'n Afsonderlike regsenteit √√
  - Kontinuiteit van voortbestaan √√
  - Belasting op 'n maatskappy se wins word teen 'n vasgestelde koers betaal √√ (8)
3. 'n Beslote korporasie is 'n regsenteit. √√√√ (4)
4. Vennootskappe word mondeling of skriftelik gestig √√ tussen 2-20 mense. √√ Die skriftelike kontrak word deur 'n prokureur opgestel en word die Vennootskapsooreenkoms genoem. √√ (6)
5. (12)

<i>Kenmerk:</i>	<b><u>PRIVAAT MPY.</u></b>	<b><u>OPENBARE MPY.</u></b>
Getal aandeelhouders	1-50√√	7 en meer√√
Naam eindig op	(Edms.) Bpk.√√	Bpk.√√
Uitreiking van aandele	Privaat√√	Aan die publiek√√
Oordraagbaarheid van aandele	Getal net op uitnodiging √√	Op die JSE√√
Wanneer hulle mag begin sake doen (Dokument)	Sertifikaat van Oprigting √√	Sertifikaat om besigheid te begin √√
Hoofrede vir hierdie tipe maatskappy	Klein of familiebesigheid √√	Het groot kapitaalbedrag nodig √√

6.

#### VERSILLE TUSSEN 'N ALLEENEIENAAR, 'N VENNOOTSKAP EN 'N BESLOTE KORPORASIE

	<b>ALLEENEIENAAR</b>	<b>VENNOOTSKAP</b>	<b>BESLOTE KORPORASIE</b>
<i>Naam</i>	geen spesiale einde vV	geen spesiale einde vV	eindig op BKVV
<i>Getal eienaars</i>	1vV	2-20vV	1-10vV
<i>Aanspreeklikheid</i>	onbeperk vV	onbeperk vV	beperk vV
<i>Kontinuiteit</i>	geenvV	neevV	ja vV
<i>Stigting</i>	geen vereistes vV	vennootskapartikels vV	CK1 en registrasie vV
<i>Windsdeling</i>	neevV	soos ooreengekom vV	volgens aandeelhouing vV
<i>Oordrag van eienaarskap</i>	neevV	neevV	verkoop lidmaatskap met instemming van ander lede vV

#### Langer vrae

**7. Kapitaal** – hoeveel en hoe sal dit verkry word? √√

**Bestuur** – wie sal die besigheid bedryf/bestuur? √√

**Windsdeling** – wie sal die winste ontvang of die verliese deel, en hoe? √√

**Beheer** – is daar stemreg en wie neem die besluite? √√

**Getal eienaars** – hoeveel mense is eienaars? √√

**Inkomstebelasting** – watter belastingkoerse geld? √√

**Kontinuiteit** – kan die besigheid aanhou voortbestaan as eienaars aansluit of weggaan? √√

**Aanspreeklikheid** – is die eienaars persoonlik aanspreeklik in geval van bankrotskap? √√

(9 x 2 = 18)

8.

Net 1 persoon besit die besigheid.

As die eienaar doodgaan of aftree, bestaan hierdie besigheid nie meer nie. Daar is 'n gebrek aan kontinuïteit. √√

Die eienaar is verantwoordelik vir al die skuld van die besigheid, indien dit bankrot raak. Dit beteken dat hy/sy onbeperkte aanspreeklikheid het. √√

'n Alleeneienaar is gewoonlik 'n persoon wat sakevernuf het. √√

Alleeneienaars het 'n noue verhouding met hul klante. √√

Die besigheid en die eienaar is nie afsonderlik van mekaar nie – hierdie besigheid is nie 'n regsenteit (regspersoonlikheid) nie. √√

Dit is 'n maklike en ongekompliseerde manier om 'n besigheid te stig. (enige 6 x 2 = 12) √√

9.

9.1 'n *Prospektus* is 'n skriftelike uitnodiging, √√ wat aan die publiek uitgereik word √√ om aandele/sekuriteite in ruil vir geld aan te bied √√. √√ (6)

9.2 'n Openbare maatskappy moet bewys dat genoeg aandele uitgereik is om die koste van die bekendstelling van die maatskappy en enige ander aanvangskoste wat aangegaan is, te dek. √√ Dit word die minimum inskrywing genoem en die aandele moet binne 60 dae nadat die prospektus uitgereik is, verkoop word, √√ anders mag die openbare maatskappy nie begin sake doen nie. √√ (6)

9.3 Om te verseker dat aan die minimum inskrywing voldoen word √√, kan 'n bank of ander finansiële instelling waarborg dat hulle die aandele sal koop √√ indien die publiek nie genoeg koop nie. √√ (6)

10.

10.1 'n Vennootskap is die vorm waar tussen 2 en 20 eienaars hul vaardighede, ondervinding, arbeid, goedere, kennis en kapitaal bydra om wins te maak en te deel. √√ Die optrede van elke vennoot beïnvloed die besigheid in die geheel en al die vennote is verantwoordelik vir die vennootskap en mekaar. √√ (4)

10.2

'n Vennootskap bestaan uit tussen 2 en 20 vennote (eienaars). √√

As een van die vennote bedank of doodgaan, bestaan die vennootskap nie meer nie. √√

Al die vennote is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik. Dit beteken dat elke vennoot as individue en as vennootskap aanspreeklik is vir enige skuld van die besigheid. Dit beteken ook dat hulle onbeperkte aanspreeklikheid het. √√

'n Vennoot is 'n agent van die besigheid en tree namens die ander vennote op wanneer sake gedoen word. √√

Dit kan mondeling of skriftelik gestig word. √√

'n Vennootskap kan vir 'n eenmalige gebeurtenis of vir 'n langer tydperk gestig word. √√

Dit is nie 'n regspersoonlikheid nie. Die vennote en die vennootskap is nie afsonderlik van mekaar nie. √√ (enige 3 x 2 = 6) (10)

11

Die naam van die vennootskap √√

Die name van die vennote √√

Die pligte van elke vennoot √√

Die oogmerk en aard van die vennootskap √√

Die bydrae van elke vennoot √√

Hoe die winste gedeel sal word of hoe die verliese verdeel sal word √√

Hoe geskille (meningsverskille) besleg gaan word √√

Salarisse wat aan vennote betaal word √√

Hoe verlof toegeken word √√

Enige versekering √√

Enige onttrekkings toegelaat √√

Hoe rente betaal gaan word √√

(enige 5 x 2 = 10)

**12.**

Die lede van 'n beslote korporasie kan van 1 tot 10 wees. √√

Die naam moet op BK eindig. √√

Dit is afsonderlik van sy lede (eienaars). Dit beteken dat hierdie besigheid 'n regsentiteit is. √√

'n Beslote korporasie het onbeperkte kontinuïteit. 'n Verandering in lede beïnvloed nie die kontinuïteit van die besigheid nie. √√

Die lede is nie aanspreeklik vir die skuld van die besigheid nie. Hulle het beperkte aanspreeklikheid. √√

'n Dokument wat die Stigtingsverklaring genoem word, word opgestel om 'n BK te stig. √√

Eienaarskap word uitgedruk as 'n persentasie (%) belang in die besigheid. Die totale % belang van al die lede van die BK moet gelyk wees aan 100%. √√

(5 x 2 = 10)

13. 'n Stigtingsverklaring word gebruik om 'n beslote korporasie te stig. √√ (2)

INHOUD:

Die naam van die besigheid √√

Die oogmerke van die besigheid √√

Die adres van die geregistreerde kantoor √√

Die naam, identiteitsnommer en adres van elke lid √√

Die bydrae van elke lid √√

Die grootte van belang, uitgedruk as 'n persentasie, van elke lid √√

Besonderhede van die rekenpligtige amptenaar en sy/haar toestemming om as rekenpligtige

amptenaar op te tree √√

(enige 5 x 2 = 10)(10)

14. Die **AKTE VAN OPRIGTING** omskryf die omvang van 'n maatskappy en sluit die volgende in: √√

- Maatskappy se naam √
- Adres van die geregistreerde kantoor √
- Verklaring oor die beperkte aanspreeklikheid van die aandeelhouers √
- Die aandeelkapitaalbedrag √
- Die doel van die maatskappy √

(7)

Die **STATUTE** dui die interne bestuursregulasies aan en sluit die volgende in: √√

- Name van die direkteure en hul rolle √
- Die manier waarop wins versprei sal word √
- Die interne reëls vir die bedryf van die maatskappy √
- Vergaderings √
- Stemreg van aandeelhouers √

(7)(14)

**Aanpasbaarheid** – sal die besigheid in staat wees om by veranderende situasies aan te pas? √√



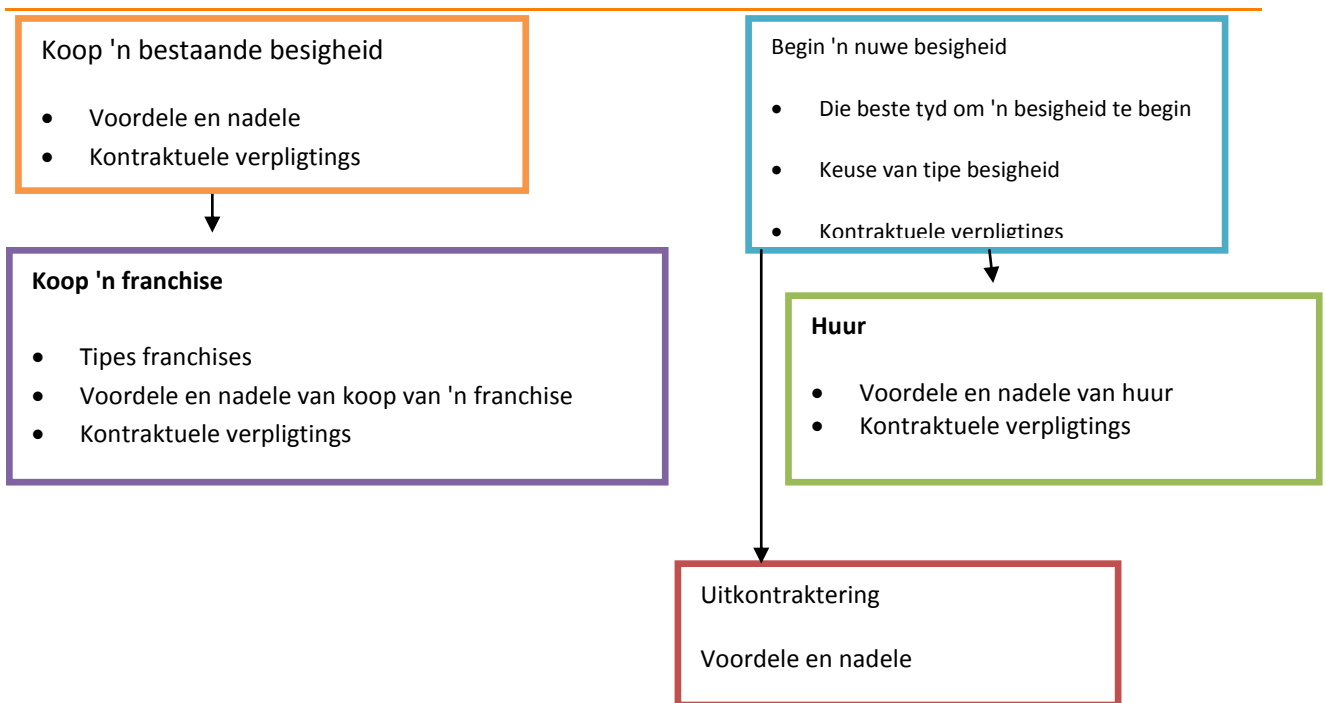
## Onderwerp 7 Roetes om 'n besigheid te verkry

### Oorsig

---

In hierdie onderwerp word die volgende aspekte van die verkryging van 'n besigheid bespreek:

- Vestiging van 'n nuwe besigheid
- Koop van 'n bestaande besigheid
- Verkryging van 'n franchise
- Uitkontraktering
- Huur en bruikhuur van besigheid se bates



# 1 Stigting van 'n nuwe besigheid

Die beste tyd om 'n nuwe besigheid te begin, is wanneer:

- 'n mark brei uitbrei en die bestaande besighede nie in die klante se vraag kan voorsien nie
- bestaande mededingers 'n ondoeltreffende diens lewer of produkte van 'n swak gehalte verkoop
- jy 'n nuwe produk of diens het wat geen ander besigheid verskaf nie.

## 1.1 Kwessies wat oorweeg moet word wanneer 'n nuwe besigheid begin word:

- Sal die produk of diens klante van mededingers weglok?
- Het die voornemende eienaar genoeg belangstelling in en kennis van die besigheid en die produk?
- Kan die eienaar genoeg befondsing kry om die nuwe besigheid te begin?
- Sal die nuwe eienaar in staat wees om al die besigheidsfunksies te ontwikkel en daaraan aandag te gee?

Vooredele en nadele om 'n nuwe besigheid te stig	
Voordele	Nadele
<ul style="list-style-type: none"><li>• Goedkoper omdat daar geen klandisiewaarde is waarvoor betaal moet word nie.</li><li>• Neem nie die probleme van 'n bestaande besigheid oor nie.</li><li>• Dit staan jou vry om nuwe toerusting, tegnieke, prosedures en personeel te gebruik.</li><li>• 'n Groter impak op die karakter van die besigheid.</li><li>• As kapitaal beperk is, kan met 'n kleiner besigheid begin word..</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Niks om die nuwe besigheid teen te meet om te bepaal of dit suksesvol sal wees nie.</li><li>• Mededinging en die vraag na die produk of diens word nie getoets nie.</li><li>• Geen gevestigde stelsels en prosedures nie.</li><li>• 'n Ekstra besigheid onderverdeel die mark selfs meer.</li><li>• Aanvangskoste kan die kontantvloei dalk beperk.</li></ul>

## 1.2 Kontraktuele verpligtings

- 'n Alleeneienaar het geen kontraktuele verpligtings nie.
- As twee of meer persone 'n vennootskap vorm, word 'n formele ooreenkoms (vennootskapsooreenkoms) aanbeveel.
- Gewone wetlike vereistes met betrekking tot die bedryf van 'n besigheid is ook van toepassing, byvoorbeeld registrasie vir belastingdoeleindes.
- Die nuwe besigheid sal kontrakte moet aangaan met werknemers, verskaffers, banke, die verhuurder van die eiendom, en met klante as die besigheid op krediet verkoop.

## 2 Koop 'n bestaande besigheid

Om 'n nuwe besigheid te begin, is 'n hoërisiko-waagstuk. 'n Ander opsie is om 'n bestaande besigheid wat reeds 'n wins maak, te koop.

### 2.1 Kwessies wat oorweeg moet word:

- Hoe vergelyk die koste om 'n bestaande besigheid te koop met die koste van die opbou van iets soortgelyks uit niks?
- Hoekom word die besigheid verkoop?
- Wie is die huidige verskaffers aan die besigheid? Sal hulle bereid wees om voort te gaan om aan 'n nuwe eienaar te verskaf?
- Is daar geouditeerde finansiële state en belastingaanslae vir minstens die afgelope drie jaar beskikbaar?
- Bestaan al die bates en voorraad werklik en is dit billik gewaardeer?

Voordele en nadele om 'n bestaande besigheid te koop	
Voordele	Nadele
Makliker om finansies te bekom as die besigheid 'n goeie geskiedenis het. Onmiddellike kontantvloei omdat daar reeds gevestigde klante is. Verspreiding, verskaffingskakels en personeel is reeds gevestig. Die mark word nie verder onderverdeel deur 'n ekstra besigheid nie. Bestaande bates vorm deel van die besigheid en hoef nie gekoop te word nie.	Risiko van oorskating van omset of wins deur die verkoper. Die sukses van 'n besigheid het dikwels te doen met die reputasie van die vorige eienaar of 'n sleutelpersoneelid (soos 'n chef). Die verkoper dalk kan probeer om die omset wat die nuwe eienaar kan verwag om op die belegging te maak, te oordryf.

### 2.2 Kontraktuele verpligtings en wetlikhede

Die nuwe eienaar moet dalk bestaande kontrakte met werknemers en verskaffers oorneem, en moet dalk 'n paar nuwe ooreenkomste aangaan.

Die nuwe eienaar kan dalk aandrang op 'n handelsbeperkingsklousule in die koopakte om die verkoper te verhoed om 'n soortgelyke besigheid in dieselfde geografiese area te begin.

Wanneer die besigheid wat verkry is, 'n regsenteit is (byvoorbeeld 'n BK of privaat maatskappy), sal die meeste wetlikhede net voortduur.



## 3 Verkryging van 'n franchise

### 3.1 Kwessies wat oorweeg moet word:

'n **Franchise** is die reg wat 'n besigheid het om die naam, handelsmerk, idees, prosesse en klandisiewaarde van 'n bestaande besigheid in 'n spesifieke geografiese area te gebruik ten einde sy goedere of dienste te verkoop.

**Die franchise-gewer** is die persoon wat die goedere of dienste geskep het en dan die reg om dit te produseer aan 'n ander persoon verkoop.

**Die franchise-houer** is die persoon of organisasie wat die franchise koop.

Deur 'n franchise te koop, is die entrepreneur in staat om 'n besigheid te bedryf wat 'n gevestigde naam, produkte en reputasie het.

Die **franchise-houer** (die persoon wat die franchise koop) het toegang tot tegniese en bestuursondersteuning van die **franchise-gewer** (die persoon wat die franchise besit).

'n **Franchise-ooreenkoms** word opgestel wanneer 'n franchise verkoop word en dit is 'n wetlik bindende dokument.

Deur 'n besigheid met 'n bekende naam en stel prosedures en aktiwiteite te verkoop, is die franchise-gewer in staat om die gehalte van die goedere of dienste wat gelewer word, te beheer.

Die **Franchise-vereniging van Suid-Afrika (FASA)** is gestig om franchise-eienaars te ondersteun en te adviseer.

Die franchise-opsie kan verkry word deur:

- 'n nuwe besigheid uit niks te begin en 'n franchise-reg vir die nuwe besigheid te koop
- 'n bestaande besigheid sonder 'n franchise te koop en 'n franchise-reg vir die bestaande besigheid te verkry
- 'n bestaande besigheid wat reeds as 'n franchise bedryf word, te koop.

Daar is drie hoofipes franchises:

- 'n produk-franchise, waar die franchise-houer as 'n kleinhandelaar optree om spesifieke produkte te verkoop, byvoorbeeld Specsavers
- 'n stelsel-franchise, waar die franchise-gewer die franchise-houer toelaat om op 'n unieke manier sake te doen, byvoorbeeld Master Maths
- 'n vervaardigingsooreenkoms-franchise, waar die franchise-gewer 'n noodsaaklike bestanddeel of kundigheid verskaf, byvoorbeeld Seattle-koffiewinkels.

Voordele en nadele om 'n franchise te verkry	
Voordele	Nadele
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suksesvolle ander franchises kan bestudeer word voordat 'n verbintenis aangegaan word.</li> <li>• 'n Erkende handelsnaam en handelsmerk.</li> <li>• Sal baat vind by enige advertering of promosieveldtog deur die franchise-gewer.</li> <li>• Franchise-gewer bied vir die besigheid steun in die vorm van opleiding, hoe om die besigheid te begin, hoe om die besigheid te bedryf en advies.</li> <li>• Die franchise-houer verkry eksklusiewe regte in 'n sekere geografiese area.</li> <li>• Banke is meer geneig om geld te leen vir die</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die koste kan dalk hoër wees as wat verwag is. Die besigheid moet voortdurend patenthouersaandeel betaal en die besigheid moet dalk instem om produkte van die franchise-gewer te koop.</li> <li>• Daar kan dalk beperkings in die franchise-ooreenkoms wees oor hoe jy die besigheid kan bedryf.</li> <li>• Die franchise-gewer kan dalk ophou sake doen.</li> <li>• Ander franchise-houers kan die handelsmerk 'n slegte reputasie gee.</li> </ul>

koop van 'n franchise met 'n goeie reputasie.

- Die besigheid kan kommunikeer en idees deel met ander franchise-houers in die netwerk, en ondersteuning van hulle kry.
- Verhoudings met verskaffers is reeds gevestig.

- Dit kan dalk moeilik wees om die besigheid met die franchise te verkoop.
- 'n Persentasie van verkope word gewoonlik met die franchise-gewer gedeel.

### 3.2 Kontraktuele verpligtings en wetlikhede

Die franchise-gewer en franchise-houer sal 'n formele ooreenkoms aangaan, wat die rolle, regte en verantwoordelikhede van albei partye uiteensit. Die ooreenkoms sal ook die volgende betalings spesifiseer: die aanvangsgelde; maandelikse bestuursgelde; patenthouersvergoeding volgens omset; gelde vir masjinerie en toerusting; en gelde vir advertering.

#### 'n Franchise-ooreenkoms moet die volgende insluit:

- **BEPALINGS EN VOORWAARDES** – 'n Opsomming van wat elke party moet doen.
- **DIE FRANCHISE-HOUER SE BETALINGS** – Die aanvangsgelde, patenthouersvergoeding, hernuwingsgelde, ens.
- **WAT DIE FRANCHISE-HOUER AANBIED** – Die verskaffing van opleiding, toerusting, winkelplanne, voorraad, toebehore, bedryfskapitaal, advertering en enigiets anders waarvoor ooreengekom is.

## 4 Uitkontraktering

Uitkontraktering is die toekenning van 'n kontrak vir enige taak, funksie, werk of proses wat deur werknemers in 'n besigheid uitgevoer kan word, aan 'n derde party.

Funksies wat uitgekontraakteer kan word, sluit in die betaalstaat, werwing van menslike hulpbronne, skoonmaakdienste, e-handel, bemaking, sekuriteit en boekhouddienste. Die huur van 'n tydelike werknemer terwyl die sekretaresse met kraamverlof is, is nie uitkontraktering nie

'n Subkontrak is 'n geval waar 'n ondergeskikte kontrak vir die verskaffing van materiale en arbeid aan iemand anders as die hoofkontraakteur toegeken word. Byvoorbeeld, 'n boukontraakteur kan baie van die take wat met die bou van 'n huis te doen het, uitkontraakteer aan 'n subkontraakteur, soos elektriese bedrading of loodgieterswerk.

### 4.1 Kwessies wat oorweeg moet word:

- Hoekom moet die funksie uitgekontraakteer word?
- Kan die funksie regtig uitgekontraakteer word?
- Is die kundigheid wat vereis word, gereedelik beskikbaar en hoeveel sal dit kos?
- Hoeveel tyd en moeite sal nodig wees om die uitkontraktering te bestuur en te monitor?
- Hoeveel aanspreeklikheid gaan gepaard met die uitgekontraakteerde funksie?
- Is daar enige versteekte koste soos koste van uitdiensstelling of opleiding?

Voordele en nadele van uitkontraktering	
Voordele	Nadele
<ul style="list-style-type: none"><li>• Stel die besigheid in staat om op sy kernfunksies te fokus.</li><li>• Bespaar koste en verbeter doeltreffendheid.</li><li>• Kan bokoste verminder.</li><li>• Kry beheer oor 'n funksie terug.</li><li>• Bied personeelbuigzaamheid gedurende spitsye.</li><li>• Voorsien kontinuïteit en verminder risiko's.</li><li>• Ontwikkel interne personeel deur interne personeel saam met die uitgekontraakteerde deskundiges aan 'n projek te laat werk om nuwe vaardighede aan te leer.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verlies van bestuursbeheer.</li><li>• Versteekte koste.</li><li>• Bedreiging van sekuriteit en vertroulikheid.</li><li>• Gehalteprobleme.</li><li>• Verbind met die finansiële welstand van 'n ander maatskappy.</li><li>• Swak interne en eksterne publisiteit.</li></ul>

## 5 Huur van besigheidsbates

'n Huurkontrak is 'n ooreenkoms waarvolgens grond of roerende bates vir 'n gespesifiseerde tyd deur die eienaar aan 'n huurder verhuur word. Dit kan bates insluit soos toerusting, geboue, huise, woonstelle, masjinerie, voertuie, ens.

Aanvangskapitaal is nodig, of 'n besigheid uit niks begin word, of 'n bestaande besigheid gekoop word, of selfs wanneer 'n franchise gekoop word. Die entrepreneur het dalk nie genoeg kapitaal om onmiddellik al die toerusting of ander bates wat die besigheid nodig het, te koop nie.

Die **verhuurder** is die persoon of organisasie wat instem om die bates aan 'n ander persoon of organisasie te verhuur.

Die **huurder** is die persoon of organisasie wat hierdie bates huur.

### 5.1 Kwessies wat oorweeg moet word:

- Huur stel 'n entrepreneur in staat om 'n besigheid te begin sonder 'n groot kapitaalbesteding.
- Huur kan omskryf word as 'n wetlike ooreenkoms wat vir die besigheid (huurder) die reg gee om 'n bate wat deur iemand anders (verhuurder) besit word, te gebruik vir 'n bepaalde tydperk in ruil vir gereelde betalings.
- Dit is moontlik om die meeste van die roerende bates wat 'n besigheid nodig het, te bruikhuur, insluitend voertuie, kantoormeubels, winkeltoebehore, rekenaars en vervaardigingstoerusting.

Daar is twee hoofipes huurkontrakte vir roerende bates:

**Ware huurkontrakte** – Die huurder verkry geen regte op die eiendom nie, bo en behalwe die gebruik daarvan. Die verhuurder bly die eienaar van die verhuurde eiendom en die huurder se huurbetalings lei nie tot sy/haar eienaarskap van die eiendom nie.

**Finansiële huurkontrakte** - laat die huurder toe om die bate aan die einde van die huurtermyn te koop.

Vooredele en nadele van huur	
<b>Voordele</b>	<b>Nadele</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die besigheid verkry die gebruik van die bate sonder aanvangskoste.</li><li>• Die besigheid kan die jongste tegnologie verkry sonder dat groot bedrae kapitaal belê moet word.</li><li>• Die besigheid loop nie die risiko dat duur toerusting verouderd raak nie. Die gehuurde items word aan die einde van die huurtermyn aan die verhuurder teruggegee.</li><li>• Vir die huurder is die huurbetalings belastingaftrekbaar.</li><li>• Huur verbeter die kontantvloei van die besigheid.</li><li>• Huur word as 'n uitgawe vir die huurder beskou en word dus nie as skuld geag nie.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die totale huurbetalings kan dalk meer wees as die oorspronklike koopprys van die gehuurde items.</li><li>• Die huurder word deur die huurkontrak gebind selfs al het die besigheid dalk nie meer die items nodig nie.</li><li>• Wanneer die eienaar die besigheid wil verkoop, sal die huurkontrak deur die koper van die besigheid oorgeneem moet word.</li></ul>

## 5.2 Kontraktuele verpligtings en wetlikhede

Alle huurooreenkomste word met streng wetlike verrigtinge aangegaan en is formele kontrakte tussen die verhuurder en die huurder.

Wanneer 'n huurkontrak opgestel word, moet die volgende aspekte bepaal word:

- Die huurperiode – die tydperk waarvoor jy van voorneme is om die perseel of items te gebruik en of daar 'n hernuwingsopsie is.
- Die koste van die huurtydperk – dit sluit in die basiese huur, bedryfskoste, en onderhoudskoste en sekuriteitsdienste.
- Die klousule met betrekking tot jaarlikse eskalاسie – dit beteken dat die huur elke jaar met 'n sekere persentasie gaan styg.

### Vrae aan einde van onderwerp

#### Veelkeuse

1. Die volgende is nie 'n voordeel van uitkontraktering nie:

- A. Stel die besigheid in staat om op sy kernfunksies te fokus.
- B. Bespaar koste en verbeter doeltreffendheid.
- C. Kan bokoste verminder.
- D. Dit is verbind met die finansiële welstand van 'n ander maatskappy.

2. 'n Franchise-houer is:

- A. 'n Persoon of besigheid wat die reg om die goedere of dienste van 'n ander persoon te produseer, koop
- B. 'n Persoon wat die reg om hul goedere of dienste te produseer, aan 'n ander persoon of besigheid verkoop
- C. 'n Wetlike kontrak tussen twee franchise-houers
- D. 'n Besigheid wat begin word

#### Kort vrae

3. Bespreek die toekenning van franchise-lisensies soos volg:

- 3.1 Gee 'n definisie. (6)
- 3.2 Verduidelik wat in 'n franchise-kontrak ingesluit moet word. (8)
- 3.3 Noem 5 voordele. (10)
- 3.4 Noem 2 nadele. (4)
- 3.5 Die betekenis van FASA. (2) (30)
- 4. Verduidelik wat met “uitkontraktering” bedoel word. (6)
- 5. Wat is 'n huurkontrak? (4)
- 6. Noem 3 aspekte wat in 'n huurkontrak ingesluit moet word. (6)
- 7. Noem enige 5 voordele om 'n bestaande besigheid te koop. (10)
- 8. Gee drie redes hoekom dit 'n nadeel vir 'n besigheid kan wees om roerende bates te huur. (6)



### Langer vraag

9. Joe Mbolo wil 'n koffiewinkel begin en smaaklike koffie en versnaperinge verkoop. Stel 'n kort verslag op waarin aan Joe verduidelik word wat met die term "uitkontraktering" bedoel word. Noem vir hom drie aspekte van die bedryf van sy koffiewinkel wat hy kan oorweeg om uit te kontrakteer. (26)

### Antwoorde op vrae aan einde van onderwerp

1. D

2. B

3.

3.1 'n Franchise is die reg wat 'n besigheid het om die naam, handelsmerk, idees, prosesse en klandisiewaarde van 'n bestaande besigheid in 'n spesifieke geografiese area te gebruik ten einde sy goedere of dienste te verkoop. √√√√√√ (6)

3.2

BEPALINGS EN VOORWAARDES – 'n Opsomming van wat elke party moet doen. √√

DIE FRANCHISE-HOUER SE BETALINGS – Die aanvangsgelde, patenthouersvergoeding, hernuwingsgelde, ens. √√

WAT DIE FRANCHISE-HOUER AANBIED – Die verskaffing van opleiding, toerusting, winkelplanne, voorraad, toebehore, bedryfskapitaal, advertering en enigiets anders waaroor ooreengekom is. √√√√ (8)

3.3

• Franchise-gewer bied vir die besigheid steun in die vorm van opleiding, hoe om die besigheid te begin, hoe om die besigheid te bedryf en advies. √√

• Die franchise-houer verkry eksklusiewe regte in 'n sekere geografiese area. √√

• Banke is meer geneig om geld te leen vir die koop van 'n franchise met 'n goeie reputasie. √√

• Die besigheid kan kommunikeer en idees deel met ander franchise-houers in die netwerk, en ondersteuning van hulle kry. √√

• Verhoudings met verskaffers is reeds gevestig. √√ (5 x 2 = 10)

3.4

• Die koste kan dalk hoër wees as wat verwag is. Die besigheid moet voortdurend patenthouersaandeel betaal en die besigheid moet dalk instem om produkte van die franchise-gewer te koop. √√

• Daar kan dalk beperkings in die franchise-ooreenkoms wees oor hoe jy die besigheid kan bedryf. √√

• Die franchise-gewer kan dalk ophou sake doen. √√

• Ander franchise-houers kan die handelsmerk 'n slegte reputasie gee. √√

• Dit kan dalk moeilik wees om die besigheid met die franchise te verkoop. √√

• 'n Persentasie van verkope word gewoonlik met die franchise-gewer gedeel. √√ (enige 2 x 2 = 4)

3.5 Die Franchise-vereniging van Suid-Afrika √√

(2) (30)

4. Uitkontraktering beteken die toekenning van 'n kontrak aan √√ 'n derde party √√ vir 'n taak,

funksie, werk of proses wat deur werknemers in 'n besigheid uitgevoer kan word. ✓✓	(6)
5. 'n Huurkontrak is 'n ooreenkoms ✓✓ waarvolgens grond of roerende bates vir 'n gespesifiseerde tyd deur die eienaar aan 'n huurder verhuur word. Dit kan bates insluit soos toerusting, geboue, huise, woonstelle, masjinerie, voertuie, ens. ✓✓	(4)
6. Die huurperiode ✓✓ Die koste van die huurtydperk ✓✓ Die klousule met betrekking tot jaarlikse eskalاسie ✓✓	(6)
7. Makliker om finansies te bekom as die besigheid 'n goeie geskiedenis het. ✓✓ Onmiddellike kontantvloeï omdat daar reeds gevestigde klante is. ✓✓ Verspreiding, verskaffingskakels en personeel is reeds gevestig. ✓✓ Die mark word nie verder onderverdeel deur 'n ekstra besigheid nie. ✓✓	(5 x 2 = 10)
8. Die totale huurbetalings kan dalk meer wees as die oorspronklike koopprys van die gehuurde items. ✓✓ Die huurder word deur die huurkontrak gebind selfs al het die besigheid dalk nie meer die items nodig nie. ✓✓ Wanneer die eienaar die besigheid wil verkoop, sal die huurkontrak deur die koper van die besigheid oorgeneem moet word. ✓✓	(3 x 2 = 6)
9. Uitkontraktering beteken die toekenning van 'n kontrak aan 'n derde party vir 'n taak, funksie, werk of proses wat deur werknemers in 'n besigheid uitgevoer kan word. ✓✓ ✓✓ ✓✓ Joe kan verskeie van sy funksies uitkontrakteer, soos die betaalstaat, werwing van menslike hulpbronne, skoonmaakdienste, e-handel, bemarking, sekuriteit en boekhouddienste. ✓✓ ✓✓ ✓✓ Daar is verskeie redes hoekom dit vir Joe voordelig sou wees: • Stel die besigheid in staat om op sy kernfunksies te fokus. ✓✓ • Bespaar koste en verbeter doeltreffendheid. ✓✓ • Kan bokoste verminder. ✓✓ • Bied personeelbuigsaamheid gedurende spitsstye. ✓✓ • Ontwikkel interne personeel deur interne personeel saam met die uitgekontrakteerde deskundiges aan 'n projek te laat werk om nuwe vaardighede aan te leer. ✓✓ Joe kan dan konsentreer op sy kernbesigheid om smaaklike kos te voorsien ✓✓ sonder om vir ekstra personelede te betaal om hierdie ander dienste te verskaf en toesig oor personeel te hou. Uitkontraktering sou goedkoper wees. ✓✓✓✓	(26)

# Kwartaal 2 Inleiding

## Onderwerp 1 Kreatiewe denke en probleemoplossing

Onderwerp 1 handel oor kreatiewe denke en probleemoplossing. In hierdie onderwerp sal jy sal leer hoe om verskeie problem op te los deur kreatiewe denke en probleemoplossing.

## Onderwerp 2 Stres- en krisisbestuur

Onderwerp 2 handel oor stres, krisis en verandering in die werkplek. Stres, krisis en verandering moet in die algemene bestuurstrukture van 'n onderneming in aanmerking geneem word. Waar nodig, moet spesiale eenhede of afdelings ontplooi word om die bestuur en die werkers te ondersteun.

## Onderwerp 3 Omskepping van 'n besigheidsplan in 'n aksieplan

Onderwerp 3 handel oor die transformasie van 'n besigheidsplan na 'n aksieplan. Hierdie onderwerp is deel van projekbestuur en verskeie hulpmiddele word in die onderwerp verduidelik.

## Onderwerp 4 Begin 'n sakeonderneming

Onderwerp 4 handel oor hoe om 'n besigheid te begin. Jy kort 'n aksieplan wat jou sal help om genoeg kapitaal intesamel om jou eie besigheid te begin. Hierdie onderwerp verduidelik die verskillende opsies wat jy het om genoeg kapitaal generering vit jou eie besigheid een dag.

## Onderwerp 5 Professionalisme en etiek

Onderwerp 5 handel oor die verskille tussen professionalisme en etiek, asook oor die teorieë en beginsels daarvan. Daar word aangedui hoe professionalisme en etiek verband hou met die besigheidsomgewing en hoe dit in doeltreffende besigheidspraktyk toegepas kan word. Die leerders evalueer en onderskei tussen goeie en swak besluite.

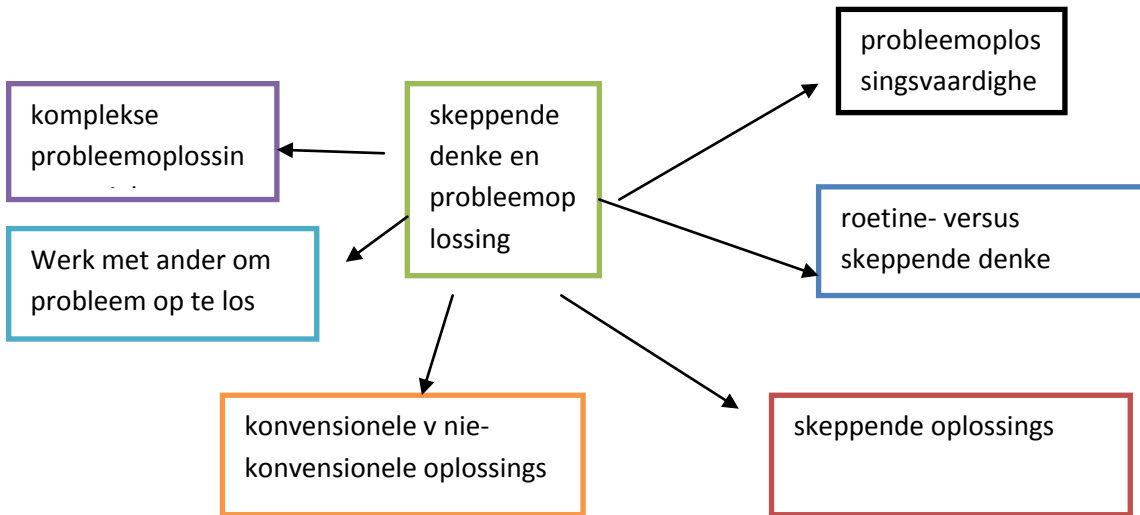
## Onderwerp 6 Aanbieding van besigheidsinligting

Onderwerp 6 behels die hersiening van Graad 10-werk met betrekking tot die aanbieding van besigheidsinligting in gesproke en geskrewe formaat, die gebruik van visuele hulpmiddele om 'n aanbieding te ondersteun, en die ontwerp en uitleg van aanbiedings. Die onderwerp handel ook oor die aanbieding van besigheidsinligting in 'n geskrewe formaat, soos formele verslae. Die onderwerp word afgesluit met 'n afdeling oor die vraag-enantwoord-aspek van 'n aanbieding en hoe om dit op 'n nie-aggressiewe en professionele manier te hanteer.



# Onderwerp 1 Kreatiewe denke en probleemoplossing

Hierdie onderwerp behandel die toepassing van skeppende denke om probleme op te los.



## 1 Oplossing van sakeprobleme en verbetering van sakepraktyk

Alle sakeondernemings het probleme wat opgelos moet word.



Kreatiewe denke kan nuwe idees ontwikkel.

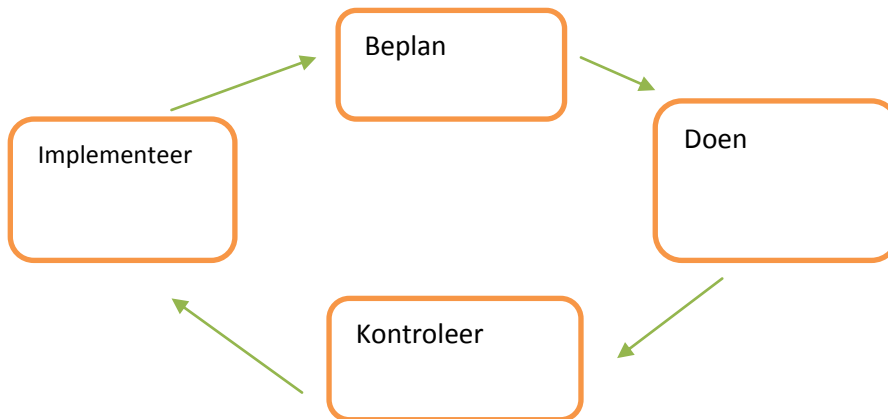
## 2 Gebruik skeppende denke om sakeprobleme te hanteer en sakepraktyk te verbeter

Skeppende denke is die proses wat gebruik word om met nuwe idees vorendag te kom. Skeppende denke en probleemoplossing is albei nodige vaardighede in die werkplek omdat bestuurders en werknemers die steeds veranderende omgewing waarin hulle funksioneer moet verstaan. Bestuurders moet geskikte besluite neem om die sake-uitdagings waarvoor hulle te staan kom die hoof te kan bied ooreenkomstig tegnologiese veranderinge. Ten einde 'n mededingingsvoordeel te geniet moet sakeondernemings skeppende denkers in diens neem.

Skeppende denke word gebruik om:

- nuwe produkte en bemarkingstrategieë te ontwikkel
- die gehalte van goedere en dienste asook klantetevredenheid te verbeter
- veronderstellings aan te vat en persepsies te verander
- alternatiewe oplossings op te lewer
- konflik in die werkplek op te los en spanwerk aan te moedig.

### 2.1 Probleemoplossingsvaardighede in 'n sakekonteks



#### 2.1.1 Die voordele van die gebruik van skeppende denke:

- korter en meer produktiewe vergaderings
- beter en vinniger probleemoplossing en besluitneming
- meer doeltreffende en effektiewe beplanning en bestuur
- skepping van meer innoverende idees wat tot beter prestasie lei

#### 2.1.2 Normstelling

'n Probleem kan slegs opgelos word nadat dit geïdentifiseer is. Prestasie of produktiwiteit kan teen vasgestelde norme en standarde **normeer** word. Indien die norm nie bereik word nie is dit moontlik dat daar 'n probleem in die organisasie is.

### 2.1.3 Probleemoplossingstappe

1. Identifiseer die probleem en lys moontlike oplossing vir die probleem.
2. Versamel data en inligting oor die probleem.
3. Ontleed al die feite en inligting ten einde die probleem te verstaan.
4. Vind soveel oplossings as moontlik vir die probleem.
5. Evalueer en kies alternatiewe oplossings.
6. Ontwikkel en implementeer 'n plan van aksie om die probleem op te los.
7. Moniteer en volg op om die eindresultaat te kontroleer en te verseker dat die probleem opgelos is.

### 2.2 Roetine- versus skeppende denke

- Roetinedenke beteken om dieselfde ding te doen en verskillende resultate te verwag.
- Skeppende denke beteken om laterale denke te gebruik om probleme op te los deur redenering en om nuwe oplossings te vind.

### 2.3 Sielkundige struikelblokke vir kreatiwiteit en generering van idees

Sielkundige struikelblokke tot kreatiwiteit en generering van idees is hindernisse wat die erkenning van 'n probleem voorkom of om 'n oplossing vir daardie probleem te vind.



### Meer ingewikkelde probleemoplossingstegnieke

'n Dinkskrum – 'n groep bespreek en los probleme saam op

'n Kragveldontleding – die voor- en nadele van verandering word bespreek en geëvalueer

Die Delphi-tegniek – idees en opinies word verkry deur geskrewe of Internet-kommunikasie te gebruik (soortgelyk aan 'n dinkskrum maar nie van aangesig tot aangesig nie)

## 2.4 'n Dinkskrum

Om 'n dinkskrum te hou, is 'n manier om idees deur 'n groepproses te genereer. Die stappe in 'n dinkskrum

<b>STAP 1</b>	Beskryf die dinkskrumproses vir die groep.
<b>STAP 2</b>	<p>Noem die basiese reëls wat gevolg moet word:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wees onbevooroordeeld – moenie enigiemand kritiseer nie.</li> <li>* Laat jouself gaan – wag voordat jy 'n idee bespreek.</li> <li>* Genereer soveel idees as moontlik.</li> <li>* Bou voort op die idees van andere.</li> <li>* Skryf al die idees neer soos hulle ontstaan.</li> </ul>
<b>STAP 3</b>	BIED DIE PROBLEEM VIR DIE GROEP AAN
<b>STAP 4</b>	STEL 'N OPTEKENAAR AAN
<b>STAP 5</b>	STEL DIE PROBLEEM IN DUIDELIKE TERME EN BEGIN
<b>STAP 6</b>	SINTETISEER SOORTGELYKE IDEES
<b>STAP 7</b>	GROEPEER DIE GELYSDE IDEES IN DRIE GROEPE (Onmoontlik; Onwaarskynlik; Moontlik)
<b>STAP 8</b>	PRIORITISEER DIE BESTE IDEES

## 2.5 Kragveldontledings

Kragveldontledings kan gebruik word wanneer veranderinge in produksie van goedere en dienste beoog word.

Hierdie metode neem al die negatiewe kragte voor die tyd in aanmerking sodat stappe gedoen kan word om hulle tot 'n minimum te beperk. Jy kan al die positiewe kragte lys en hulle versterk.

Stap 1. Lys en bespreek die verskeie kragte wat ten gunste van die voorgestelde veranderinge is. Dit is die **dryfkragte**.

Stap 2. Lys en bespreek die verskeie kragte wat nie ten gunste van die voorgestelde verandering is nie. Dit is die **remkragte**.

Stap 3. Weeg die voor- en nadele, of die dryfkragte en die remkragte teen mekaar op.

### Kragveldontleding

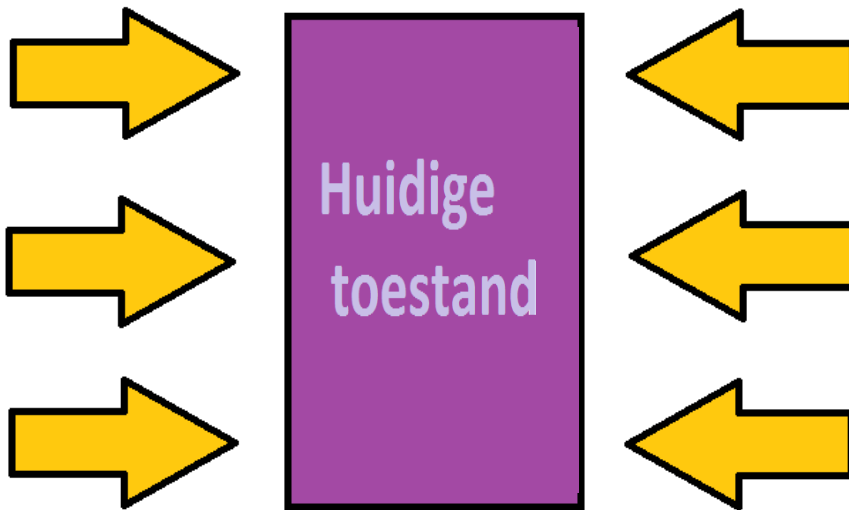
#### Dryfkragte

(hindernisse in die pad van verandering)

#### Remkragte

(hindernisse in die pad

van verandering)



## 2.6 Die Delphi-tegniek

Die Delphi-probleemoplossingstegniek kan gebruik word om die breinkrag van deelnemers op verskillende plekke op dieselfde tyd te gebruik. Inligting kan deur middel van gewone pos, faks of e-pos uitgeruil word.

Hierdie tegniek gebruik anonieme onderhoude of behels 'n reeks vertroulike vraelyste om 'n probleem op te los. Die volgende stappe word gevolg:

**Stap 1:** Identifiseer die probleem

**Stap 2:** Vra die groeplede om moontlike oplossings vir 'n probleem neer te skryf. Doen dit in die vorm van 'n vraelys.

**Stap 3:** Kombineer die resultate en gee vir elke lid 'n afskrif van die resultate

**Stap 4:** Deskundiges kom met nuwe idees vorendag.

**Stap 5:** Kombineer die nuwe inligting en gee dit weer vir die deskundiges.

**Stap 4 & 5** kan herhaal word totdat al die lede in die groep saamstem.



## Die voordele van die Delphi-tegniek

- Argumente en geskille word tot 'n minimum beperk.
- Dit moedig insette van mense aan wat hulle beste werk doen sonder dat hulle interaksie nodig het.
- Dit minimaliseer die invloed van deelnemers as gevolg van rang of status.
- Vrye meningsuiting word bevorder, sonder die vrees om afgekraak te word.
- Die fisiese teenwoordigheid van deelnemers is nie nodig nie.

## Die nadele van die Delphi-tegniek.

1. Dit kan tydrowend wees.
2. Slegte idees kan aanvaar word as gevolg van 'n gebrek aan groepbespreking.
3. Daar is geen geleentheid vir deelnemers om uit te wei of om iets tot iemand anders se idee by te voeg nie.

## 2.7 Werk saam om probleme op te los en idees te genereer

**Sinergie** vind plaas wanneer individue saamwerk om resultate te bereik wat hulle nie afsonderlik kan bereik nie.

### 2.7.1 Skeppende denke-vaardighede en konvensionele versus niekonvensionele oplossings

Probleme kan opgelos word deur konvensionele oplossings of niekonvensionele oplossings te gebruik.

- Konvensionele oplossings is die manier waarop probleme gewoonlik opgelos word.
- Niekonvensionele oplossings vereis van jou om probleme op unieke maniere op te los deur skeppende denke-vaardighede te gebruik.

### 2.7.2 Inheemse benadering en oplossings

- Probleme kan opgelos word deur tradisionele of inheemse kennis te gebruik. Dit is die kennis wat uniek is aan die mense wat in 'n spesifieke land gebore is of aan 'n spesifieke kultuur behoort.
- Hierdie oplossings verskil dikwels van wat as die hoofstroom in die Westerse samelewing beskou word.



Kreatiewe denke genereer nuwe idees.

### 3 Skeppende oplossings vir sakeprobleme

- Alle sakeondernemings kom voor onsekerheid in die mikro- (sake) omgewing en veral in die mark- en makro- (eksterne) omgewing te staan.

Sakeondernemings kan die PESTLE-ontledingsfaktore gebruik om hulle te help om 'n kreatiewe oplossing te vind vir probleme wat in die makro-omgewing bestaan.

PESTLE-ontledingsfaktore is makro-ekonomiese faktore wat 'n sakeonderneming raak.

**P – Politieke faktore** Wat gebeur polities? Byvoorbeeld, belastingbeleide, veranderinge van regering.

**E – Ekonomiese faktore** Wat gebeur in die ekonomie? Byvoorbeeld, ekonomiese groei of ekonomiese verval, werkloosheid, inflasie.

**S – Sosiale faktore** Wat gebeur sosiaal? Byvoorbeeld, kulturele, gesondheids- en bevolkingsgroei.

**T – Tegnologiese faktore** Hoe beïnvloed tegnologie sakeondernemings? Watter nuwe tegnologieë bestaan?

**L – Regsfaktore (legal)** Byvoorbeeld, wette oor invoer en uitvoer, arbeidswette.

**E – Omgewingsfaktore (environment)** Wat gebeur in die omgewing? Byvoorbeeld, aardverwarming en besoedeling.

#### Einde van onderwerp Vrae

1. Wat is die Delphi-tegniek? (4)
2. Gee drie voordele van die gebruik van die Delphi-tegniek en twee nadele van die gebruik van hierdie tegniek. (10)
3. Lys die stappe wat by die Delphi-tegniek betrokke is en verduidelik elkeen kortliks. (14)
4. Omskryf 'n dinkskrum en skryf die agt stappe in hierdie proses neer. (10)
5. Gee twee redes waarom skeppende denke in besigheid belangrik is. (4)
6. Lys die faktore vir PESTLE. (6)
7. Hoe kan jy idees genereer? Verduidelik 'n paar van die metodes om dit te doen. (16)
8. Beskryf die verskil tussen skeppende en roetinedenke. (4)

## Einde van onderwerp Antwoorde

1. Dit is 'n probleemoplossingstegniek wat van anonieme onderhoude gebruik maak of wat 'n reeks vertroulike vraelyste behels om 'n probleem op te los. (2)

2. Voordele van die Delphi-tegniek

- Argumente en geskille word tot 'n minimum beperk.
- Dit moedig insette van mense aan wat hulle beste werk doen sonder dat hulle interaksie nodig het.
- Dit minimaliseer die invloed van deelnemers as gevolg van rang of status.
- Vrye meningsuiting word bevorder, sonder die vrees om afgekraak te word.
- Die fisiese teenwoordigheid van deelnemers is nie nodig nie.

Nadele van die Delphi-tegniek

4. Dit kan tydrowend wees.
5. Slegte idees kan aanvaar word as gevolg van 'n gebrek aan groepbespreking.
6. Daar is geen geleentheid vir deelnemers om uit te wei of om iets tot iemand anders se idee by te voeg nie. (10)

3. Stap 1: Identifiseer die probleem.

Stap 2: Vra groeplede om moontlike oplossings vir 'n probleem te skryf. Doen dit in die vorm van 'n vraelys.

Stap 3: Kombineer die resultate en gee vir elke lid 'n afskrif van die resultate.

Stap 4: Deskundiges kom met nuwe idees vorendag.

Stap 5: Kombineer die nuwe inligting en gee dit wees vir die deskundiges.

Stap 4 & 5 kan herhaal word totdat al die lede in die groep saamstem. (14)

4. 'n Dinkskrum is 'n manier om idees deur 'n groepproses te genereer. (2)

Stappe in 'n dinkskrum (8 x 1) (10)

Beskryf die dinkskrumproses vir die groep.

Noem die basiese reëls wat gevolg moet word:

- \* Wees onbevooroordeeld – moenie enigiemand kritiseer nie.
- \* Laat jousef gaan – wag voordat jy 'n idee bespreek.
- \* Genereer soveel idees as moontlik.
- \* Bou voort op die idees van andere.
- \* Skryf al die idees neer soos hulle ontstaan

BIED DIE PROBLEEM VIR DIE GROEP AAN

STEL 'N OPTEKENAAR AAN

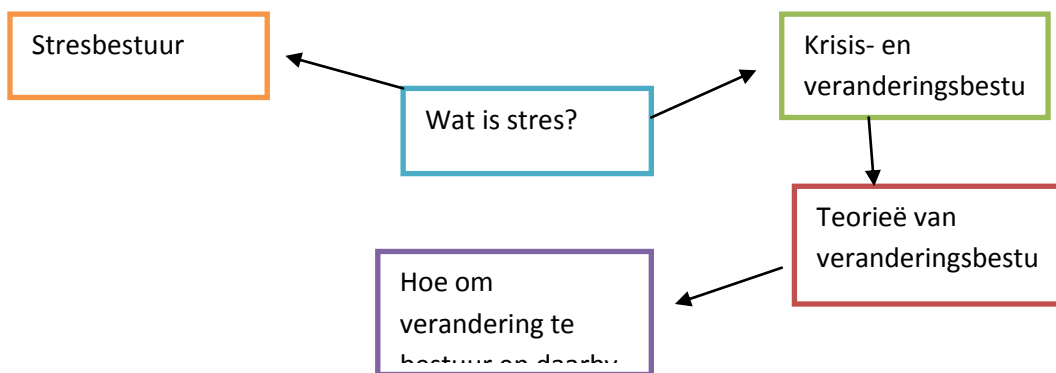
STEL DIE PROBLEEM IN DUIDELIKE TERME EN BEGIN

SINTETISEER SOORTGELYKE IDEES	
GROEPEER DIE GELYSSTE IDEES IN DRIE GROEPE (Onmoontlik; Onwaarskynlik; Moontlik)	
PRIORITISEER DIE BESTE IDEES	
<p>5. Omdat bestuurders en werknemers die steeds veranderende sakeomgewing waarin hulle funksioneer, moet verstaan. √√  Om in ooreenstemming te wees met tegnologiese veranderinge√√ en om 'n mededingende voordeel te geniet√√ (2 x 2 = 4)</p> <p>6. Politieke faktore  Ekonomiese faktore  Sosiale faktore  Tegnologiese faktore  Regsfaktore  Omgewingsfaktore (6)</p> <p>7. Delphi-tegniek, Dinkskrum, Kragveldontleding, Inheemse oplossings plus beskrywings (4 x 4 = 16)</p> <p>8. Roetinedenke beteken om dieselfde ding te doen en verskillende resultate te verwag. √√Skeppende denke beteken om laterale denke te gebruik om probleme deur middel van redenering op te los en nuwe oplossings te vind. √√ (4)</p>	

# Onderwerp 2 Stres- en krisisbestuur

## Oorsig

Hierdie onderwerp behandel stres, die uitwerking daarvan in die werkplek en hoe om stres te hanteer.



## 1 Begrippe wat met stres, krisis- en veranderingsbestuur verband hou

Stres kan fisiologiese veranderinge in die liggaam veroorsaak:

- Versnelde hartklop
- Spiere raak styf, gereed om te werk
- Versnelde asemhaling
- Skerper geheue en sintuie

Stres kan veroorsaak word deur **HOE** werk gedoen word, en **WAAR** werk gedoen word.

Kategorieë van stres:

Hoe die werk gedoen word		Waar die werk gedoen word	
Werkinhoud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebrek aan verskeidenheid</li> <li>• Onaangename take</li> <li>• Gevaarlike take</li> <li>• Vervelige en betekenislose take</li> </ul>	Loopbaanontwikkeling, status en betaling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werksekerheid</li> <li>• Gebrek aan bevorderingsgeleenthede</li> <li>• Onderbevordering en oorbevordering</li> <li>• Werk van lae sosiale waarde</li> <li>• Stukloonstelsels</li> <li>• Onduidelike/onregverdige prestasie-evalueringstelsel</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Om te geskool of nie voldoende geskool vir die werk te wees nie</li> </ul>
Werkklas en -plek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Om te veel of te min om te doen hê</li> <li>• Onder tydsdruk te werk</li> </ul>	Rol in die organisasie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onduidelike rol in die organogram</li> <li>• Teenstrydige rolle in dieselfde werk</li> <li>• Verantwoordelikheid vir mense</li> <li>• Om altyd ander mense se probleem te hanteer</li> </ul>
Werksure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Streng werkskedules</li> <li>• Lang ure om alleen te werk</li> <li>• Onvoorspelbare werksure</li> <li>• Swak ontwerpte skofstelsels</li> </ul>	Interpersoonlike verhoudings	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swak en onverskillige toesighouding</li> <li>• Swak verhoudings met medewerkers</li> <li>• Treitering (om iemand te dwing om iets teen sy/haar wil te doen), teistering en geweld</li> <li>• Geïsoleerde of solitêre (werk alleen) werk</li> <li>• Geen proses om probleme of klagtes te hanteer nie</li> </ul>
Deelname en beheer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebrek aan deelname in besluitneming</li> <li>• Gebrek aan beheer (byvoorbeeld, oor werkmetodes, werktempo en werksure)</li> </ul>	Organisatoriese kultuur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swak kommunikasie</li> <li>• Swak leierskap</li> <li>• Gebrek aan duidelikheid oor sakedoelwitte</li> </ul>
		Huis versus werk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eise van werk en huis wat inmeng</li> <li>• Geen ondersteuning by die werk vir probleme by die huis nie</li> <li>• Geen ondersteuning by die huis vir probleme by die week nie</li> </ul>

## 1.1 Strategieë om stres te bestuur

### 1.2.1 Persoonlike strategieë

- Erken die tekens van stres en sy oorsake.
- Skep 'n gebalanseerde en georganiseerde lewenstyl.
- Oefen gereeld en bly fiks.
- Eet 'n gebalanseerde dieet.
- Kry genoeg slaap en ontspanning.
- Vervang negatiewe selfkritiek met positiewe gedagtes.
- Hou op om bekommerd te wees oor dinge wat buite jou beheer is.

### 1.2.2 Werkgebaseerde strategieë

Deel die werklas.  
Kies en lei werkers behoorlik op.  
Raadpleeg werkers oor werkpraktyke.  
Bied skiktyd aan.  
Verbeter werkersondersteuning.  
Moedig samewerking en spanwerk aan.  
Tref reëlins vir stresbeheeropleiding.  
Verbeter toerusting en werksomstandighede.  
Verbeter die bestuurders se begrip, kennis en vaardighede om werkstres te hanteer.  
Implementeer werk- en bestuurstelsels.  
Ontwikkel 'n vriendelike en meer ondersteunende kultuur.

### 1.2.3 Maniere waarop stres sake beïnvloed

- Afwesigheid
- Swak oordeel
- Griewe en klagtes
- Konflik en interpersoonlike probleme
- Klantediensprobleme
- Weerstand teen verandering

## 1. 2 Krisis- en veranderingsbestuur

Voorbeelde van krisisse wat kan plaasvind:

- Kort spertye
- Diefstal
- Siekte
- Kragonderbrekings
- Vandalisme

### Stadiums in 'n krisis

**Stadium 1** Voor die krisis. Min waarskuwing voor die tyd.

**Stadium 2** Waarskuwing. Duidelike aanduidings dat iets kan gebeur wat die sakeonderneming skade kan berokken.

**Stadium 3** Krisispunt. Die krisis begin om 'n nadelige uitwerking op die sakeonderneming te toon.

**Stadium 4** Herstel. Die sakeonderneming is in staat om op die herstel van normale sakebedrywigheede te fokus.

**Stadium 5** Postkrisis. Assessering van skade wat deur die gebeurtenis veroorsaak is, begin om te herstel wat beskadig is en oorweging van 'n gebeurlikheidsplan om 'n soortgelyk krisis in die toekoms te verhoed of dit te hanteer.

### 1.3 Veranderingsbestuur

Veranderingsbestuur behels die volgende:

- Om 'n krisis te identifiseer.
- Om 'n reaksie te beplan.
- Om op 'n skielike gebeurtenis te reageer wat 'n aansienlike bedreiging vir die sakeonderneming kan wees.
- Om skade te beperk.
- Om 'n individue of span te kies om die krisis te hanteer.
- Om die krisis op te los.

### 1.4. Teorieë van veranderingsbestuur

#### ➤ **Sakeprosesregering (SPR)**

Sakeprosesse moet verbeter word ten einde verandering doeltreffend te hanteer selfs al is individue gemotiveer en bereid om hard te werk en verandering te hanteer.

'n Klein verandering in prosesse kan 'n dramatiese invloed op kontantvloei, dienslewering en kliënttevredenheid hê.

#### ➤ **Totale gehaltebestuur (TGB)**

Die bestuur en werknemers van 'n sakeonderneming werk saam om prosesse, produkte, dienste en die kultuur waarin hulle werk, te verbeter.

As al die sakeprosesse die eerste keer reg gedoen word, sal defekte en verkwisting tot 'n minimum beperk word.

#### ➤ **Die Kaizen-model**

Die Kaizen-model is op die volgende vyf elemente gebaseer:

- Gehaltegroepe vergader om gehaltevlakke in hulle afdelings te bespreek.
- Sterk moreel onder werknemers is baie belangrik. Bestuurders moet voortdurend op die hoogte wees van die moreel van hulle werknemers.
- Spanwerk is noodsaaklik.
- Persoonlike dissipline van elke werknemer verseker dat 'n span sterk bly.
- Voorstelle vir verbetering van alle werknemers.

#### ➤ **John Kotter se Veranderingsmodel**

Agt stappe wat gedoen moet word ten einde veranderingsbestuur suksesvol te bestuur:

- Vestig 'n gevoel van dringendheid onder werknemers om verandering te hanteer.
- Bestuur en werknemers moet saamwerk.
- Skep 'n duidelike visie vir die sakeonderneming.
- Kommunikeer en verduidelik die visie aan al die werknemers.
- Maak dit vir alle werknemers moontlik om op die visie te reageer.
- Beplan en skep korttermyn doelwitte en -suksesse.
- Kombineer alle veranderings en bring selfs meer verandering te weeg.
- Maak nuwe benaderings deel van die sakeonderneming se standaardprosedures.



## 2 Hoe om verandering te hanteer en daarby aan te pas

### 2.1 Redes vir weerstand teen verandering

- Sekuriteitsverlies
- Vrees vir ekonomiese verlies
- Verlies van mag en beheer
- Teësinning om ou gewoontes te verander
- Bewustheid van swakhede in die voorgestelde verandering
- Portuurdruk
- Tydsberekening en omvang van verandering
- Misverstand

### 2.2 Die sewe stadiums om by verandering aan te pas

1. Immobilititeit, nie in staat om iets te doen nie
2. Ontken dat daar 'n probleem is
3. Gebrek aan selfvertroue of depressie
4. Aanvaar die realiteit en die behoefte aan verandering
5. Toets jouself en maak veranderinge
6. Soek sin en redes vir die verandering wat plaasgevind het
7. Internaliseer die veranderinge wat gemaak is

### 2.3 Verandering in die werkplek

Veranderinge in die werkplek vind op 'n voortdurende grondslag plaas en gee aanleiding tot stres en die behoefte aan veranderingsbestuur.

#### 2.3.1 Werkloosheid

- Werkloosheid is 'n groot sosiale probleem wat vererger het sedert die globale finansiële krisis van 2008
- Suid-Afrika het 'n geraamde werkloosheidskoers van 24.9%.
- Suid-Afrika se arbeidswetgewing vereis dat werkgewers en werknemers tot die Werkloosheidsversekeringsfonds (WVF) moet bydra.
- Werkers ontvang finansiële bystand gedurende tye van werkloosheid van die WVF.

#### 2.3.2 Uitdiensstelling

Sakeondernemings word soms genoodsaak om hulle kapasiteit af te skaal of te verminder. Hulle kan gevolglik werknemers vra om vrywillig uit diens gestel te word. Dit sluit 'n vrywillige **skeidingspakket** in.

Die Wet op Arbeidsverhoudinge (Wet 66 van 1995) bepaal dat 'n sakeonderneming 'n minimum uitdiensstellingsbetaling aan 'n werknemer moet maak gebaseer op die aantal jare wat hy/sy vir die onderneming gewerk het. Mense wat uit diens gestel word en wat nie 'n ander werk in die formele sektor kan vind nie, kan aanpas deur hulle eie besigheid te begin.

#### 2.3.3 Afdanking

'n Werknemer kan om die volgende redes afgedank word:

- Onbekwaamheid
- Wangedrag
- Bedryfsredes

Indien werknemers voel dat hulle onregverdig afgedank is, kan hulle by die Kommissie vir Versoening, Bemiddeling en Arbitrasie (KVBA) om 'n billike verhoor aansoek doen.

### **2.3.4 Regstellende aksie en swart ekonomiese bemagtiging (SEB)**

Die regering het wette afgekondig rakende regstellende aksie en swart ekonomiese bemagtigingsbeleide ten einde die lewens van voorheen benadeelde Suid-Afrikaners te verander.

**Die Diensbillikheidswet van 1998** is daarop gemik om weg te doen met onregverdige diskriminasie, diensgelykheid te verseker en om 'n diverse werkplek te bereik wat meer verteenwoordigend van Suid-Afrika se bevolking is.

**Die Wet op SEB (Wet 53 van 2003)** is daarop gemik om 'n meer gelyke verdeling van welvaart in 'n vryemarkomgewing te bevorder deur die ekonomiese bemagtiging van voorheen benadeelde individue aktief te ondersteun en te begunstig. Sakeondernemings wat aan die SEB-vereistes voldoen kry voorkeur wanneer dit kom by die uitreiking van tenders deur die regering, verkrygingskontrakte en lisensies (bv. casinolisensies en selfoonlisensies).

### **Die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV)**

Die WAV verbied onbillike diskriminasie teen 'n werknemer op grond van ras, geslag, etniese of sosiale afkoms, geslagsoriëntering, ouderdom, gestremdheid, godsdiens, gewete, politieke oortuigings, kultuur, taal, huwelikstatus of gesinsverantwoordelikheid, ongeag of dit direk of indirek is.

### **2.3.5 Globalisering**

- Globalisering beteken die beweging tussen lande van mense, goedere, kapitaal en idees.
- Globalisering vind plaas weens toenemende ekonomiese integrasie, verbetering in tegnologie en 'n vermindering van handelsversperrings.
- Groter markte kan groter winste beteken en toenemende ekonomiese groei maar sakeondernemings moet meer bewus wees van wat rondom die wêreld hulle gebeur.
- Baie Suid-Afrikaanse sakeondernemings verkoop hulle produkte oral in die wêreld maar Suid-Afrikaanse besigheid moet ook met invoere uit ander lande meeding.
- Mededinging deur lande soos China is 'n bedreiging vir plaaslike sakeondernemings.

### Einde van onderwerp Vrae

1. Omskryf uitdiansstelling. (2)
2. Watter veranderinge het regstellende aksie te weeg gebring? (4)
3. Noem drie kategorieë van verandering (6)
4. Lys vyf elemente van die Kaizen-model. (10)
5. Verduidelik drie wette wat verandering en regstellende aksie in die werkplek skep. (12)
6. Hoe verskil probleem en krisis? Gee 'n voorbeeld. (6)
7. Omskryf regstellende aksie. (2)
8. Verduidelik drie redes vir afdanking. (6)

### Einde van onderwerp Antwoorde

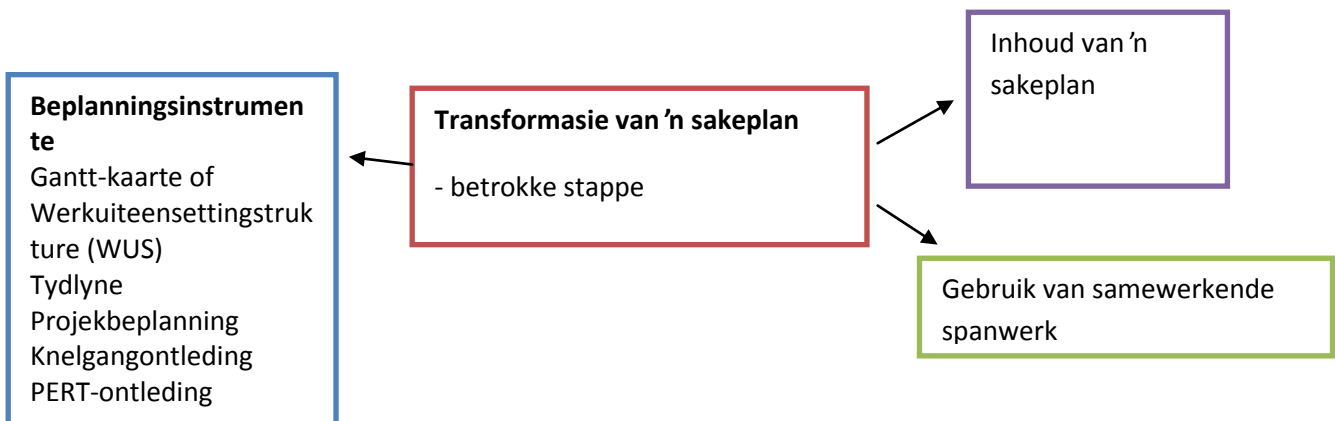
1. Uitdiansstelling vind plaas wanneer sakeondernemings hulle kapasiteit moet afskaal of verminder. ✓✓ (2)
2. Gelykheid in die werkplek, ✓✓ wette om swart ekonomiese bemagtiging aan te moedig ✓✓ (of lys enige van hierdie wette) (4)
3. Sakeprosesregering, ✓✓ Totale Gehaltebestuur, ✓✓ Kaizen-model, John Kotter se model. ✓✓ (3 x 2 = 6)
4. Gehaltegroepe vergader om vlakke van gehalte in hulle afdelings te bespreek. ✓✓  
Sterk moreel onder werknemers is belangrik. ✓✓  
Bestuurders moet voortdurend op die hoogte van hulle werkers se moreel wees. ✓✓  
Spanwerk is noodsaaklik. ✓✓  
Persoonlike dissipline van elke werknemer verseker dat 'n span sterk bly. ✓✓  
Voorstelle vir verbetering van alle werknemers. ✓✓ (5 x 2 = 10)
5. Die Diensbillikheidswet van 1998, ✓✓ Die SEB Wet 53 van 2003, ✓✓ Die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) ✓✓ (3 x 2 = 6)
6. 'n Probleem is 'n moeilikheid wat dalk nie onmiddellike ingryping benodig nie. ✓✓ 'n Krisis vind plaas wanneer die probleem onmiddellik hanteer moet word. ✓✓ Byvoorbeeld 'n verlangsaming in sakeondernemings is 'n probleem maar indien besigheid geheel en al tot stilstand kom dan word dit 'n krisis. ✓✓ (6)
7. Regstellende aksie is 'n proses wat deur wette geïmplementeer word om aan ongelykhede in die werkplek in die verlede aandag te gee. ✓✓ (2)
8. Onbekwaamheid, ✓✓ Wangedrag, ✓✓ Bedryfsredes. ✓✓ (3 x 2 = 6)

# Onderwerp 3 Transformasie van 'n sakeplan in 'n aksieplan

## Oorsig

---

Onderwerp 3 identifiseer metodes om 'n sakeplan in 'n aksieplan te omskep.



---

## 1 Transformasie van 'n sakeplan in 'n aksieplan

### 1.1 Die stappe om 'n sakeplan in 'n aksie plan te omskep

1. Omskryf die omvang van die projek.
  - Wat is die doel daarvan?
  - Wat is die eerste en laaste aktiwiteit?
2. Ontwikkel 'n uiteensettingstruktuur.
3. Sit die projek in kleiner aktiwiteite uiteen.
4. Bepaal tydsraamwerke, en werk uit hoe lank elke aktiwiteit sal neem.
5. Stel mikpunte.
6. Besluit oor aanspreeklikhede, wie gaan verantwoordelik wees vir die besluite wat geneem is.
7. Bereken die finansiële, menslike en tegniese hulpbronne wat jy gaan benodig.
8. Stip die aktiwiteitskedule op 'n Gantt-kaart uit.
9. Implementeer die projekplan.

10. Kommunikeer en gaan vordering na.

### 1.1.1 'n Werkuiteensettingstruktuur word gebruik om:

- 'n projek in beheerbare gedeeltes te verdeel
- 'n skedule vir 'n Gantz- of knelgangontledingskaart te ontwikkel
- verantwoordelikhede aan personeel toe te wys.

## 1.2 Inhoud van 'n sakeplan

'n Sakeplan moet die volgende bevat:

- voorblad – sluit sakebesonderhede en kontaknommers van die eienaar(s) in
- inhoudsopgawe
- 'n uitvoerende opsomming
- beskrywing van die sakeonderneming, insluitend die vorm van eienaarskap en beskrywing van die produk of diens
- 'n produksie- of bedryfsplan
- 'n bestuursplan
- 'n markontleding en bemarkingsplan
- 'n finansiële plan
- regsvereistes
- SWOT-ontleding
- stawende dokumente, byvoorbeeld kopieë van kontrakte, planne en diagramme.

## 1.3 Projekbestuur en beplanning

Projekbestuurvaardighede is nodig om die sakeplan in 'n aksieplan te omskep.

Dit sluit in die gebruik van kennis, vaardighede en instrumente om aktiwiteite te beplan en te implementeer sodat die doelwitte van 'n spesifieke projek bereik kan word. 'n Goeie projekbestuurder sal:

- die hulpbronne identifiseer wat benodig word, soos die mense, begroting en tyd
- tyd toelaat vir beraadslaging, goedkeurings en om finansiële hulp soos banklenings te kry
- 'n werkskedule voorberei wat die hoofaktiwiteite vir elke plan identifiseer
- terugwerk om tydsraamwerke voor te berei
- elke hoofaktiwiteit ontleed deur dit in kleiner aktiwiteite op te breek
- besluit wie elke aktiwiteit moet laat gebeur en teen wanneer
- 'n begroting vir elke deel van die aksieplan toewys
- 'n geprojekteerde inkomstestaat van die sakeplan skep om finansiële inligting te verskaf
- kontrolemetodes ontwikkel om probleme uit te lig
- risiko's identifiseer en vir onvoorsiene gebeure vooruit beplan
- die plan gereeld nagaan.

## 1.4 Aksieplan

'n Aksieplan word benodig om die sakeplan te implementeer en te wys hoe aktiwiteite georganiseer gaan word om die doelwitte van die sakeplan te bereik.

### Vorbereiding van 'n aksieplan:

Die aksieplan is op 'n aantal vrae gebaseer:

- Wat moet gebeur?
- Wie is verantwoordelik?
- Wanneer sal die aktiwiteit begin?
- Wanneer sal die aktiwiteit eindig?
- Het die aktiwiteit plaasgevind of wat het verkeerd geloop? (aanteken en nagaan)

### Voordele van 'n aksieplan

'n Aksieplan maak dit moontlik dat projekte binne 'n spesifieke tydperk voltooi kan word. Dit help die persoon wat vir die bereiking van sekere doelwitte verantwoordelik is om meer georganiseerd te wees.

Dit is 'n beheermaatreël waarteen standaarde en prestasie gemeet kan word.

Dit prioritiseer aktiwiteite volgens hulle belangrikheid.



## 2 Beplanningsinstrumente

### 2.1 Tydlyne

'n Tydlyn is 'n lyn waarop tyd en aktiwiteite aangedui word. Dit is 'n eenvoudige instrument wat al die aktiwiteite lys wat gedoen moet word asook die datumvolgorde waarin hulle voltooi moet word.

### 2.2 Taakontleding

Taakontleding evalueer verskillende take.

**Afhanklike take** is take wat nie kan begin voordat ander take nie voltooi is nie.

**Parallele take** is take wat op dieselfde tyd as ander take gedoen kan word.

### 2.3 Gantt-kaarte en werkuiteensettingstrukture (WUS)

Gantt-kaarte is staafgrafieke of grafieke wat die duur van elke taak toon teenoor die progressie van tyd. Dit is instrumente wat dikwels deur projektebestuurders in hulle beplanning gebruik word om verskillende take in 'n projek te koördineer en na te gaan.

#### Voordele van Gantt-kaarte

- Hulle is maklik om voor te berei.
- Hulle is maklik om te lees en te verstaan.
- Gebeure word in chronologiese volgorde gewys.
- Die tyd wat vir 'n aktiwiteit benodig word, word visueel aangedui.
- Bestuurders en spanlede kan sien watter aktiwiteit op dieselfde tyd plaasvind (gelyktydig).
- Spanlede kan sien wie vir elke aktiwiteit verantwoordelik is.
- Hulle toon die vordering van die aktiwiteit.
- Onderling verbonde take kan met een oogopslag gesien word.
- Meer inligting kan ingesluit word deur kleurkodering en sleutelsimbole te gebruik.
- Indien aanpassings gemaak moet word, is dit maklik om die uitwerking op die ander aktiwiteite te sien.



## 2.4 Knelgangontleding (KGO)

Dit is veral nuttig vir groot projekte aangesien dit die maksimum tyd bereken wat nodig is om elke taak te voltooi en dit identifiseer ook take wat uitgestel kan word.

## 2.5 PERT-ontleding

PERT staan vir "programme evaluation and review technique" wat aan die einde van die vyftigerjare ontwikkel is. 'n PERT-netwerk is 'n diagram wat soos 'n vloeikaart lyk. Dit wys die volgorde van die aktiwiteite wat nodig is om 'n projek te voltooi asook die tyd of koste van elke aktiwiteit. Wanneer 'n PERT-netwerk gebruik word, moet 'n projekbestuurder dink aan wat gedoen moet word, bepaal watter gebeure van mekaar afhanklik is, en dan enige potensiële konfliktpunte identifiseer. Ten einde 'n PERT-netwerk op te stel, moet jy drie terme ken: gebeurtenisse, aktiwiteite en knelgang.

- Gebeurtenisse is eindpunte wat aandui dat belangrike aktiwiteite voltooi is.
- Aktiwiteite is die aksies wat plaasvind.
- Die knelgang is die langste of mees tydrowende volgorde van gebeure en aktiwiteite wat nodig is om die projek te voltooi in die kortste hoeveelheid tyd.



## 4 Samewerkende spanwerk

Wanneer daar met ander as 'n span saamgewerk word om aksieplanne te skep, moet die spanne die volgende vrae vra:

- Wat is die hoofdoelwitte en missieverklaring van ons projek?
- Hoeveel tyd het ons om saam te werk?
- Watter inligting, hulpbronne en mag het ons nodig om ons projek se doelwitte en missie te implementeer?
- Wat is die moontlike hindernisse om ons projek se doelwitte te bereik?
- Is daar alternatiewe handelswyses?

Nadat die belangrikste doelwitte geïdentifiseer is, kan die spanne in klein groepe opbreek.

---

### Einde van onderwerp Vrae

- |  |      |
|--|------|
| 1. Omskryf 'n werkuiteensettingstruktuur (WUS).            | (6)  |
| 2. Omskryf 'n Gantt-kaart                                  | (6)  |
| 3. Omskryf die knelgangmetode (KGM).                       | (6)  |
| 4. Omskryf die progamevaluerings- en oorsigtegniek (PERT). | (6)  |
| 5. Verduidelik die rol van aksieplanne in 'n sakeplan      | (10) |
| 6. Lys vyf take van 'n goeie bestuurder                    | (10) |

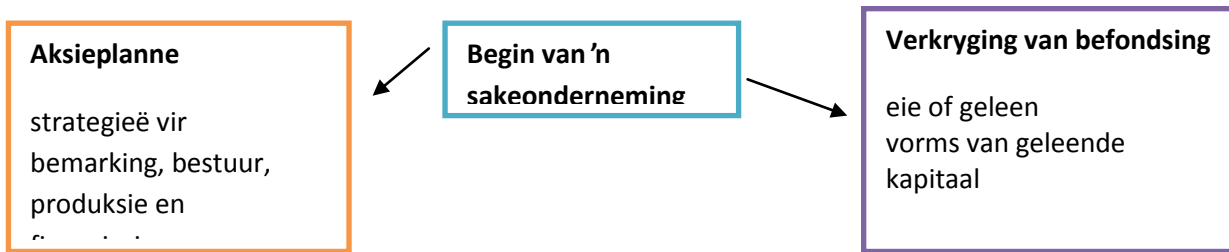
## Einde van onderwerp Antwoorde

1. 'n Werkuitemsettingstruktuur verdeel die werk in beheerbare stukke  $\sqrt{\sqrt{}}$  wys verantwoordelikhede aan personeel toe  $\sqrt{\sqrt{}}$  en laat toe dat 'n aksieplan soos GATT geïmplementeer kan word.  $\sqrt{\sqrt{}}$  (6)
2. Gantt-kaarte is staafgrafieke of grafieke  $\sqrt{\sqrt{}}$  wat die duur van elke taak wees teenoor die progressie van tyd.  $\sqrt{\sqrt{}}$  Dit is instrumente wat dikwels deur projektebestuurders in hulle beplanning gebruik word om die verskillende take in 'n projek te koördineer en na te gaan.  $\sqrt{\sqrt{}}$  (6)
3. KGO bereken die maksimum tyd wat dit nee mom elke taak te voltooi,  $\sqrt{\sqrt{}}$  en identifiseer take wat uitgestel kan word.  $\sqrt{\sqrt{}}$  Dit is nuttig vir groot projekte.  $\sqrt{\sqrt{}}$  (6)
4. 'n PERT-netwerk is 'n diagram wat soos 'n vloediagram lyk.  $\sqrt{\sqrt{}}$  Dit wys die volgorde van die aktiwiteite wat gedoen moet word om 'n projek te voltooi  $\sqrt{\sqrt{}}$  en die tyd of koste van elke aktiwiteit.  $\sqrt{\sqrt{}}$  (6)
5. 'n Aksieplan word benodig om die sakeplan te implementeer  $\sqrt{\sqrt{}}$  en wys hoe aktiwiteite georganiseer gaan word  $\sqrt{\sqrt{}}$  om die doelwitte van die sakeplan te bereik  $\sqrt{\sqrt{}}$  (6)
6. Identifiseer die hulpbronne wat benodig word, soos die mense, begroting en tyd.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Laat tyd toe vir beraadslagings, goedkeurings en om finansiële hulp soos banklenings te kry.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Berei 'n skedule voor wat die hoofaktiwiteite van elke plan identifiseer.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Werk terug om tydraamwerke voor te berei.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Ontleed elke hoofaktiwiteit deur dit in kleiner aktiwiteite op te breek.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Besluit wie elke aktiwiteit laat gebeur en teen wanneer.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Wys 'n begroting vir elke deel van die aksieplan toe.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Skep 'n geprojekteerde inkomstestaats van die sakeplan om finansiële inligting te verskaf.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Ontwikkel kontrolemetodes om probleem uit te lig.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Identifiseer risiko's en beplan vir onvoorsiene gebeurtenisse.  $\sqrt{\sqrt{}}$   
Gaan die plan gereeld na.  $\sqrt{\sqrt{}}$  (5 x 2 = 10)

# Onderwerp 4 Begin 'n sakeonderneming

## Oorsig

Onderwerp 11 bespreek maniere om 'n sakeonderneming te begin en kyk na die kwessie van befondsing.



## 1 Gebruik van 'n aksieplan

Baie sakeondernemings misluk binne die eerste vyf jaar as gevolg van 'n gebrek aan behoorlike beplanning.

Aksieplanne moet geskep word. 'n Aksieplan is 'n plan met identifiseerbare doelwitte en mikt punte om 'n spesifieke uitkomst te bereik.

### 1.1.1 Omgewingsondersoek

Soek inligting oor tendense in die mark en die eksterne omgewing:

- Inligting oor die lewensvatbaarheid van die produk of dien insluitend mededingers, grootte van die mark, verskaffers, werknemers en finansiële instellings.
- Die eksterne omgewing insluitend die politieke, ekonomiese, sosiale en tegnologiese omgewings.

### 1.1.2 Stel sakedoelwitte met die SMARTER-doelwitbenadering

**S** - spesifiek – 'n doelwit moet gedefinieer kan word.

**M** - meetbaar – die doelwit moet kwantifiseerbaar wees.

**A** - bereikbaar (achievable) – die sakeonderneming moet die vermoë hê om die doelwit te bereik.

**R** - realisties - dit moet moontlik wees om dit te doen.

**T** - tydsbeperk – die doelwit moet binne 'n bepaalde tydsraamwerk bereik word.

**E** - eties – die doelwit moet op 'n etiese manier bereik word.

**R** - aantekenbaar (recordable) – die doelwit moet aangeteken word sodat dit nagegaan kan word.



## 2 Verander 'n sakeplan in 'n aksieplan

### 2.1 Bestuurstrategie

- Hoe gaan die sakeonderneming georganiseer word?
- Hoe gaan die sakeonderneming bestuur en bedryf word?
- Watter sake-ondervinding en kwalifikasies het die entrepreneur nodig of het hy reeds?
- Watter voorbedryfsaktiwiteite moet plaasvind voordat die sakeonderneming bedryf kan word?
- Watter voorbedryfskoste kan verwag word?
- Watter vaste bates het die sakeonderneming nodig?
- Watter administratiewe koste sal aangegaan moet word?

### 2.2 Bemakingstrategie

- Wat is die produk?
- Hoe vergelyk dit ten opsigte van gehalte en prys met mededingers se produkte?
- Waar is die sakeonderneming geleë?
- Binne die markgebied, aan wie gaan die sakeonderneming sy produkte verkoop?
- Is dit moontlik om te beraam hoeveel van die produk tans verkoop word?
- Watter aandeel van hierdie mark kan deur die sakeonderneming verkry word?
- Wat is die verkoopsprys van die produk?
- Hoeveel van die produk kan verkoop word?
- Watter promosiematreëls gaan getref word om die produk te verkoop?
- Watter bemakingstrategie is nodig om te verseker dat verkoopsvoorspellings bereik word?
- Hoeveel geld het jy nodig om die produk te bevorder en te versprei?

### 2.3 Finansiële strategie

- Wat is die totale kapitaalvereiste?
- Word 'n lening benodig?
- Watter sekuriteit (aanvullende sekuriteit) kan vir die bank gegee word?
- Wat wys die geprojekteerde inkomstestaat, kontantvloeiestaat en balansstaat?
- Wat is die lening se terugbetalingskedere?
- Wat is die gelykbreekpunt waar die vlak van inkomste van verkope gelyk is aan die totale bedryfskoste van die sakeonderneming?
- Wat is die opbrengs op belegging van die geld wat verdien word deur in die sakeonderneming te belê?

### 2.4 Produksiestrategie

- Wat is die produksieproses?
- Watter geboue en masjinerie word benodig en wat kos hulle?
- Wat is die nuttige lewensduur van die geboue en masjinerie?
- Hoe vind instandhouding plaas en watter onderdele is redelik beskikbaar?
- Wanneer en waar kan masjinerie verkry word?
- Hoeveel kapasiteit sal gebruik word?
- Hoe gaan die fabriek opgestel word?
- Hoe sal grondstowwe verkry word? Hoeveel gaan dit kos?
- Hoeveel arbeid word benodig? Watter vaardighede word vereis?

- Wat gaan die arbeidskoste wees?
- Hoe gaan werkers gemotiveer word?
- Wat is die uitgawes om die fabriek te bedryf?
- Wat is die produksiekoste per eenheid?

### 3 Verkryging van befondsing

#### 3.1 Ekwiteitskapitaal (eie fondse)

- Eienaars van 'n sakeonderneming kan hulle eie fondse verskaf wat van hulle spaargeld kan wees of winste wat hulle sakeonderneming genereer.
- Die tipe eienaarskap wat die sakeonderneming kies sal die bron van befondsing bepaal. Byvoorbeeld, alleenhandelaars, vennote of beslote korporasies verskaf hulle eie kapitaal. Aandeelhouders voorsien fondse aan maatskappye.
- Die voordeel van die gebruik van eie fondse is dat geen rente op daardie geld betaalbaar is nie.

#### 3.2 Geleende kapitaal (fondse)

- Geleende kapitaal is geld wat die besigheid van individue of finansiële instellings soos banke leen. Banke sal slegs geld vir 'n besigheid leen as hulle oortuig is dat dit goed bestuur sal word en waarskynlik 'n wins sal maak.
- Die nadeel van geleende geld is dat die skuld met rente terugbetaal moet word.

#### 3.3 Vergelyking van die kenmerke van eie kapitaal versus geleende kapitaal

Eie kapitaal	Geleende kapitaal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dit is van 'n permanente aard.</li> <li>• Dit word selde onttrek.</li> <li>• Dit ontvang vergoeding in die vorm van dividend en groei in waarde.</li> <li>• Bestuurders (eienaars) het beheer daarvoor.</li> <li>• Wanneer die sakeonderneming gesluit word, word eie kapitaal laaste aan die eienaars(s) betaal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dit kan kort termyn, medium termyn of lang termyn wees.</li> <li>• Dit kan gereeld onttrek word.</li> <li>• Rente word op geleende kapitaal betaal.</li> <li>• Geleende kapitaal het min of geen beheer oor die bestuur van die sakeonderneming nie</li> <li>• Geleende kapitaal beskik oor 'n voorkeureis, met ander woorde dit moet eerste terugbetaal word voor die eienaar se eie kapitaal.</li> </ul>

## 4. Bronne van befondsing

### 4.1 Ekwiteitskapitaal

Ekwiteitsfinansiering is geld wat self deur die eienaar van die klein sakeonderneming verkry is of van ander beleggers (soos familie en vriende).

Voordeel: die eienaar is vry om sy of haar eie besluite te neem.

Nadeel: indien die eienaarskap gedeel word, verminder dit eienaarskapsbelang en -beheer, aangesien die beleggers 'n sê in sakebesluite kry.

### 4.2 Lenings

- Lenings is geld wat by finansiële instellings geleen word.
- Dit moet oor 'n spesifieke tydperk terugbetaal word.
- Korttermynlenings is gewoonlik vir een jaar of minder.
- Langtermynlenings vir meer as 'n jaar uitgeneem.
- Die rentekoers op lenings kan vaste rente of saamgestelde rente wees.
- Verbandlenings wat ook verbande genoem word, is lenings wat gebruik word om die koop van vaste bates soos eiendom te finansier. Hulle het 'n spesifieke betaaltydperk en rentekoers.
- Banke bied ook korttermynlenings in die vorm van 'n bankoortrekking aan.

### 4.3 Skuld

**Afbetalingsverkoopoooreenkoms** – word gebruik wanneer 'n sakeonderneming duur items koop en nie genoeg kontant het om dit te doen nie. Die verskaffer laat die sakeonderneming toe om 'n deposito te betaal. Die uitstaande saldo plus rente word oor 'n ooreengekome tydperk in paaielemente afbetaal. Indien die sakeonderneming nie betaal nie, kan die verskaffer die items terugneem. Die sakeonderneming word die eienaar van die items wanneer die laaste paaielement betaal is.

**Bruikhuur** – 'n ooreenkoms waar die sakeonderneming (die huurder) 'n item soos 'n fotokopieermasjien hulle in plaas om dit te koop. Die sakeonderneming betaal 'n maandelikse paaielement (aan die verhuurder) vir die gebruik van die item. Die item word gewoonlik aan die einde van die tydperk aan die verhuurder teruggegee.

**Skuldbriewe** – 'n maatskappy leen geld van die publiek. Die houers van skuldbriewe ontvang 'n vaste rente op hulle geld vir 'n vaste tydperk. Die maatskappy moet die som geld wat geleen is aan die einde van die ooreengekome tydperk terugbetaal.

**Handelskrediet** – verskaffers kan aan 'n sakeonderneming handelskrediet gee. Die sakeonderneming kan goedere en dienste koop en later daarvoor betaal.

### 4.4 Ander bronne van befondsing/kapitaal

- Vriende en familie kan die eienaar van 'n sakeonderneming met fonds behulpsaam wees. Die terugbetalingsooreenkoms kan buigsam wees met baie lae rentekoerse of geen rente nie.

- Waagkapitaalmaatskappye/ondernemingskapitaliste kan befondsing vir 'n nuwe sakeonderneming aanbied. 'n Risikokapitale het gewoonlik 'n sê in die sakebesluite. Dit is 'n hoërisikobelegging vir die risikokapitalis met potensieel hoë opbrengste. Die hoeveelheid opbrengs wat hulle ver wag hang af van die risiko.
- Regeringstoelaes – Die Departement van Handel en Nywerheid in Suid-Afrika gee kontantaansporings aan nuwe en bestaande sakeondernemings in Suid-Afrika wat daarvoor in aanmerking kom.

### Einde van onderwerp Vrae

1. Omskryf 'n aksieplan. (5)
2. Noem vier strategieë wat by 'n aksieplan ingesluit moet word. (8)
3. Wat word in die bemarkingstrategie van 'n aksieplan ingesluit? (22)
4. Lys vier tipes geleende kapitaal. (8)
5. Noem vier tipes skuld wat gebruik kan word om finansiering te verskaf. (8)
6. Watter regeringsbystand is vir nuwe sakeondernemings beskikbaar? (2)

### Einde van onderwerp Antwoorde

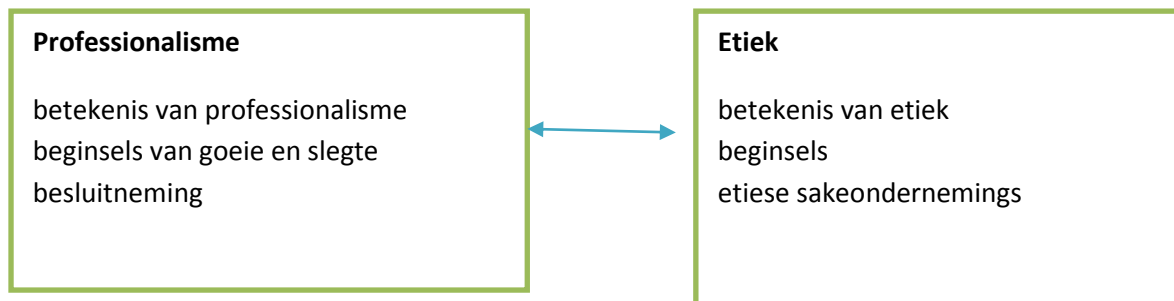
1. 'n Aksieplan is 'n plan met identifiseerbare doelwitte en teikens (mikpunte) om 'n spesifieke uitkomst te bereik. (5)
2. Bemarking, bestuur, produksie en finansiële (8)
3. Wat is die produk? Hoe vergelyk dit ten opsigte van gehalte en prys met mededingers se produkte? Waar is die sakeonderneming geleë? Aan wie gaan die sakeonderneming sy produkte binne die markgebied verkoop? Is dit moontlik om te beraam hoeveel van die produk tans verkoop word? Watter aandeel van hierdie mark kan deur die sakeonderneming verkry word? Wat is die verkoopsprys van die produk? Hoeveel van die produk kan verkoop word? Watter promosiemaatreëls sal getref word om die produk te verkoop? Watter bemarkingstrategie word benodig om te verseker dat verkoopsvoorspellings bereik word? Hoeveel geld het jy nodig om die produk te bevorder en te versprei? (22)
4. banklenings, bankoortrekking, skuldbriewe, verbande (8)
5. Kredietkaart, bankoortrekkingsfasiliteit, bruikhuurooreenkomste, handelskrediet, afbetalingsooreenkomste (4 x 2 = 8)
6. Die Departement van Handel en Nywerheid in Suid-Afrika gee kontantaansporings aan nuwe en bestaande sakeondernemings in Suid-Afrika wat daarvoor in aanmerking kom. (2)

# Onderwerp 5 Professionalisme en etiek

## Oorsig

---

Onderwerp 12 behandel die teorieë en beginsels van professionalisme en etiek en ondersoek hoe hulle met die sakeomgewing verband hou.



---

## 1 Toepassing van beginsels en vaardighede

Die beweging in die rigting van meer verantwoordelike sakepraktyke word sake-etiek, korporatiewe etiek of korporatiewe sosiale en omgewingsverantwoordelikheid genoem. Professionalisme in die werkplek beteken die manier waarop sakebestuurders en werknemers hulle gedra. Dit sluit in etiese gedrag, voorkoms, kommunikasie, houding, verantwoordelikheid, kennis, vaardigheid, integriteit, respek, etiket en lojaliteit.

- **Professionalisme** behels om jou werk ernstig op te neem, om jou kollegas en klante te waardeer en te respekteer en om 'n ambassadeur vir jou maatskappy te wees.
- **Etiek** beteken 'n morele kode gebaseer op 'n stel waardes. 'n Etiese Kode beskryf die gepaste gedrag wat van werknemers in die werkplek verwag word.

### 1.1 Etiese teorieë

Etiese teorieë kan gegroepeer word in dié wat gedrag beheer en dié wat karakter beheer.

#### Etiese teorieë wat gedrag beheer

- Utilitêre teorie – gebaseer op gevolge
- Deontologiese teorie – gebaseer op plig



### **Etiese teorieë wat karakter beheer**

- Teorie gebaseer op deugzaamheid
- Sorgteorie

### **1.2 Beginsels van etiek en hoe hulle met die sakeomgewing verband hou**

- Wees betroubaar
- Kom verpligtinge na
- Gemeenskapsbetrokkenheid
- Rekeningkundige kontrole

### **1.3 Beginsels van professionalisme en hoe hulle met die sakeomgewing verband hou**

- **Fokus** – Die fokus moet op die werk voorhande wees eerder as op die lewens van die mense wat by daardie werk betrokke is.
- **Verhoudings** – Professionalisme stel grense daar vir gepaste verhoudings in die werkplek.
- **Respek** – Mense wat professionalisme beoefen, beoefen ook respek.
- **Bedelorde** – Om professioneel te wees, moet die bedelorde vir die korrekte hantering van probleme gevolg word.
- **Aanbieding** – Aanbieding van 'n professionele beeld vir klante verhoog die klantebasis.
- **Kennis en vaardigheid** – Dit is belangrik om die gepaste kwalifikasies en vaardighede vir die toepaslike werk of beroep te hê.

### **1.4 Onderskeid tussen goeie en swak besluite**

- Hoe sal hierdie besluit die grootste aantal mense affekteer?
- Wat sal die gevolge van die besluit wees?
- Hoe sal die publiek oor die besluit voel?
- Gee die besluit weer wat in die Etiese Kode van die sakeonderneming voorgestaan word?
- Is die besluit wat geneem is binne die grense van die wet?

### **1.5 Beginsels en vaardighede van professionele, verantwoordelike, etiese en doeltreffende sakepraktyk**

#### **1.5.1 Morele absolutisme versus morele relativisme**

**Morel absolutisme** beteken 'n stel morele waarhede wat op alle mense in alle situasies op enige plek in die wêreld van toepassing is.

**Morele relativisme** beteken dat verskillende morele waarhede op verskillende mense van toepassing is.

Volgens morele absolutisme is kinderarbeid altyd verkeerd. Morele relativisme kyk na die individuele situasie waar die kind dalk die enigste broodwinner in die gesin is omdat albei ouers oorlede is. In Derdewêreldlande het hierdie kinders geen ander middel van inkomste nie en daarom moet hierdie weeskinders werk ten einde kos te kan koop. Kinderarbeid is onwettig in Suid-Afrika.



Nie alle etiese besluite is duidelik reg of verkeerd nie.

## 2 Etiese sakeondernemings

Etiese kwessies het betrekking op die interne belanghebbers van die werkplek, die werkgewers en die werknemers.

- Diefstal, korrupsie, bedrog, nepotisme, onbillike ontslag, teistering, rasisme, wanbestuur van fondse, diskriminasie en afdanking van 'n werknemer vir onthulling of kliek.

Etiese kwessies wat met eksterne belanghebbers in die korporatiewe wêreld verband hou

- Reklame, persoonlike verkoop, verskaffers, kontrakte en prysbepaling.

'n Sakeonderneming kan nie as eties beskou word indien hy onetiese praktyke deur sy verskaffers ignoreer. Die volgende sakepraktyke word as oneties beskou:

- Gebruik van kinderarbeid en dwangarbeid.
- Produksie in hongerwerkfabrieke waar mense 12 tot 13 uur per dag werk, 7 dae per week teen 'n loon onder die minimum loonvlak is 'n skending van die basiese regte van werkers.
- Om gesondheids-, veiligheids- en omgewingstandaarde te ignoreer.

### Einde van onderwerp Vrae

1. Skryf 'n paragraaf wat beskryf wat etiek is en gee voorbeelde. (8)
- 2 Gee twee voorbeelde van etiese sakepraktyke. (2)
- 3 Beskryf wat bedoel word met perspektief op etiek. (3)
- 4 Noem vyf beginsels van goeie sake-etiek en professionalisme wat jy dink van toepassing kan wees op 'n sakeonderneming wat behuising ontwikkel. (10)
- 5 Omskryf professionalisme. (2)
- 6 Wat is die hoofdoel van die meeste sakeondernemings, en hoe skep dit probleem vir sake-etiek? (4)
- 7 Waarom word sake-etiek al hoe meer belangrik vir besighede vandag? (4)

## Einde van onderwerp Antwoorde

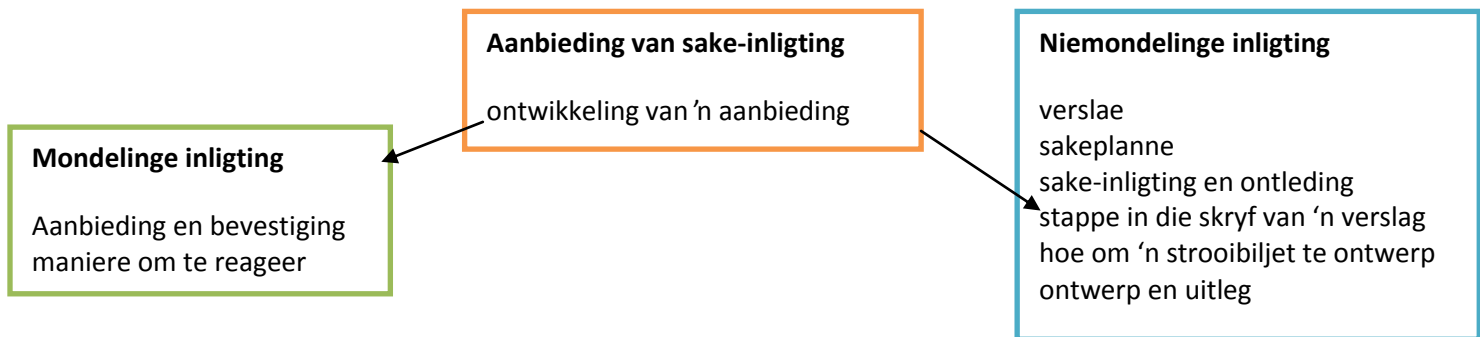
1. Etiek beteken 'n morele kode gebaseer op gestelde waardes. √√ 'n Etiese Kode beskryf die gepaste gedrag wat van werknemers in die werkplek verwag word. √√ 'n Voorbeeld hiervan sou wees om eerlik te wees en nie die maatskappy se skryfbehoeftes te stel nie. √√ Onetiese gedrag sou wees om oneerlik in 'n sake-transaksie te wees. √√ (8)
2. Om 'n billike prys te vra, om 'n gedeelte van winste vir liefdadigheid te gee, om werknemers te help wat persoonlike probleme het – enige soortgelyke antwoord – √√ (2)
3. Verskillende mense het verskillende waardestelsels en dus verskillende opinies oor wat etiese gedrag uitmaak of nie. (3)
4. Etiek: om 'n billike prys te vra, om werkers billike lone te betaal, om seker te maak dat materiale van 'n goeie gehalte gebruik word, om seker te maak dat daar aan al die veiligheidsregulasies voldoen word, om goeie werk te doen. Professionalisme: om die projek op die regte tyd te voltooi, beleefd te wees, die kontrak soos ooreengekom te voltooi. √√ √√ √√ √√ √√ √√ (10)
5. Professionalisme behels om jou werk ernstig op te neem, om jou kollegas en klante te waardeer en te respekteer en om 'n ambassadeur vir jou maatskappy te wees. √√ (2)
6. Om 'n wins te maak. √√ Dit veroorsaak 'n probleem omdat dit maklik is om te bedrieg om meer geld te maak of om 'n kortpad te vat om meer geld te maak. √√ (4)
7. Omdat die publiek daarvan bewus is dat baie besighede enorme winste maak en dat baie van hulle oneties optree. √√ Mense kan kies om 'n maatskappy te boikot as hulle glo dat hierdie maatskappy oneties optree. √√ (4)

# Onderwerp 6 Aanbieding van sake-inligting

## Oorsig

---

Onderwerp 6 behandel die akkurate en presiese mondelinge en niemondelinge aanbieding van 'n verskeidenheid van sakeverwante inligting (insluitend grafieke) en hoe om op 'n professionele manier op vrae en terugvoering te reageer.



---

## 1 Aanbieding en ondersteuning (stawing) van sake-inligting

Aanbieding is hoe jy inligting aanbied en **stawing** is hoe jy die inligting wat jy aanbied, ondersteun.

Aanbiedings word óf **mondelings** voor óf **niemondelings** voor 'n groep mense gedoen.

### 1.1 Mondelinge formaat

Wanneer jy sake-inligting in mondelinge formaat aanbied, gebruik jy woorde.

### 1.2 Niemandelinge formaat

Wanneer jy sake-inligting in niemandelinge formaat aanbied, gebruik jy prentjies, grafieke en tabelle.

### 1.3 Ontwikkeling van 'n sake-aanbieding

Vrae om te vra voordat die aanbieding gemaak word:

- Wat is die doel van die inligting?
- Watter inligting is belangrik en wat moet in die aanbieding gedek word?

- Wie is die gehoor?
- Hoe lank moet die aanbieding duur?
- Watter hulpbronne word vir die aanbieding benodig? Daar is 'n verskil tussen mondelinge en niemondelinge aanbiedings.
- Wat is die moontlike vrae wat die gehoor kan vra?
- Wat is die dinge wat tydens die aanbieding verkeerd kan gaan?

#### 1.4 Stapte in die skepping van 'n aanbieding

**1. Versamel en organiseer inligting** – Gee 'n struktuur vir jou aanbieding met vier basiese dele: 'n inleiding, liggaam, opsomming en slot:

- **Inleiding** – Aanbieders gee soms 'n baie kort opsomming van die punte wat in die res van die aanbieding gedek sal word.
- **Liggaam** – Gebruik onderafdelings in 'n lang aanbieding, waar elke onderafdeling een kwessie of een punt behandel.
- **Opsomming** – Die aanbieder moet na die opsommingsgedeelte tyd toelaat vir vrae en antwoorde.
- **Slot** – Som enige punte wat tydens die vraag- en antwoordsessie geopper is, op. Enige uitdeelmateriaal wat nier gedurende die aanbieding benodig is nie, kan nou uitgedeel word.



'n Verbale aanbieding is 'n mondelinge aanbieding.

## 2 Visuele hulpmiddels

Die belangrikste vorms van visuele ondersteuning wat by 'n aanbieding gebruik word is:

- Verskeie soorte kaarte en grafieke
- Illustrasies (tekeninge) en foto's
- Vloediagramme en ander diagramme
- Kaarte en planne.

### 2.1 Riglyne vir die doeltreffende gebruik van visuele hulpmiddels

- Evalueer die gehoor. Dink aan die luisteraar of leser, die inhoud, ens.
- Wees beheers. Moenie te veel kleur of versierings gebruik nie.
- Wees akkuraat en eties.
- Maak seker dat jy bronne noem wanneer jy iemand anders se feite gebruik.
- Stel 'n visuele hulpmiddel op 'n sinvolle manier bekend.
- Moenie aanvaar dat die luisteraar of leser outomaties tot dieselfde gevolgtrekkings as jy van 'n stel data sal kom nie.

### 2.2 Plakkate en uitdeelstukke

Plakkate en uitdeelstukke word gebruik om sake-inligting oor te dra. Plakkate help om 'n gebeurtenis soos 'n musiekuitvoering of 'n buitelugtentoonstelling te adverteer. Uitdeelstukke bied bondige inligting oor 'n produk, soos 'n tuindiens of spesiale aanbod by die supermark.



“Sê vir hulle wat jy vir hulle gaan sê, sê dit vir hulle, en sê dan vir hulle wat jy vir hulle gesê het .”

## 3 Skriftelike inligting

### 3.1 Sakeverslae

- Sakeverslae kan wissel van informele halfbladsyverslae tot formele finansiële voorspellings van meer as 100 bladsye.
- Geskrewe verslae kan mondelings vir 'n individu of vir 'n groep aangebied word, of elektronies op 'n rekenaarskerm.
- Verslae kan elektronies as drabare digitale formaat (pdf) dokumente gelewer en aangebied word, wat sagtewareprogramme soos PowerPoint gebruik.
- Geskrewe inligting is onpersoonlik omdat mense nie mekaar kan sien of hoor nie en dus nie onmiddellik terugvoering gee nie.
- Die meeste vorms van sakekommunikasie sluit in e-pos, aankondigings, memo's, fakse, briewe, nuusbriewe, verslae, voorstelle, handleidings, aanbiedings, en oorsigte.

#### 3.1.1 Voordele van skriftelike vorms van kommunikasie

- Kan opgestel en gelees word wanneer die skedules van skrywers en lesers dit toelaat.
- Boodskappe, briewe en verslae kan in konsepformaat opgestel word en nagegaan word voordat dit gestuur word.
- Verskaf 'n permanente rekord.
- Om iets uit te skryf maak dit vir die aanbieder moontlik om 'n goed georganiseerde, deurdagte boodskap te ontwikkel.

#### 3.1.2 Nadele van skriftelike vorms van kommunikasie

- Vereis sorgvuldige voorbereiding.
- Woorde wat op paper geskryf is, of in elektroniese vorm, word 'n openbare rekord.
- Dit is moeiliker om voor te berei en vereis goeie skryfvaardighede.

### 3.2 Verskillende soorte verslae

#### 3.2.1 Inligtingsverslae

Verslae wat data aanbied sonder ontleding of aanbevelings en hulle primêre funksie is om inligting te verskaf.

#### 3.2.2 Analitiese verslae

Analitiese verslae is verslae wat data en gevolgtrekkings voorsien, en analities is omdat die aanbieder ook aanbevelings verskaf.

### 3.3 Voorbereiding van 'n verslag

Die hoofbronne van sulke sake-inligting is:

- **Die nuus** – verslae in koerante en sakegeoriënteerde publikasies
- **Marknavorsing** – verslae wat intern gegenereer word of by professionele marknavorsingsondernemings gekoop word
- **Krediet- en finansiële inligting** – byvoorbeeld oor die kredietwaardigheid van klante, verskaffers en mededingers; of die aandeelprys op die JSE
- **Maatskappy- en uitvoerende profiele** – gepubliseer in jaarverslae van openbare maatskappye wat op die JSE genoteer is
- **Industriële, land- en ekonomiese ontledings** – help die sakeonderneming om uitdagings, traktasies en geleenthede te identifiseer.



### 3.4 Die formaat van 'n verslag

- **Briefformaat** – Voorberei of kantoorstryfmateriaal met 'n briefhoof, 'n briefverslag bevat 'n datum, adres binne-in, 'n begroeting en komplimentêre afsluiting.
- **Memoformaat** – Vir kort informele verslae wat binne die organisasies bly, is die memoformaat geskik.
- **Manuskripformaat** – Skrywers sal hierdie formaat vir langer en meer formele verslae gebruik.
- **Gedrukte vorms** – Word vir herhalende dataversameling en -aanbieding gebruik, soos maandelikse verkoopsverslae, personeelprestasiebeoordelings, handelsvoorraad en personeel- en finansiële verslae.
- **Elektroniese formaat** – Rekenaars maak dit vir skrywers moontlik om verslae in elektroniese formaat en nie harde kopie nie te skryf en die versprei.

#### 3.4.1 Komponente van formele verslae

Die volgende komponente is gewoonlik in formele verslae teenwoordig:

- Titelbladsy
- Inhoudsopgawe
- Lys van figure
- Uitvoerende opsomming
- Liggaam
- Slot
- Aanbevelings
- Aanhangsel
- Verwysings



## 4 Sake-inligting en ontleding

### 4.1 Stappe in verslagskrywery

- **Stap 1 Ontleed** die probleem. Berei 'n skriftelike probleemstaat voor om die taak te verduidelik.
- **Stap 2 Antisipeer** die gehoor en kwessies. Hou in gedagte dat aangesien dit 'n skriftelike verslag is, kan dit aan mense in die organisasie versprei word vir wie dit nooit bedoel was nie.
- **Stap 3 Berei** 'n werkplan voor. Begin vroeg en laat genoeg tyd toe vir 'n dinkskrum en voorlopige navorsing.
- **Stap 4 Doen** die navorsing ten einde data te versamel. Moenie net op die Internet stat maak nie.
- **Stap 5 Organiseer**, ontleed, interpreteer, en illustreer die data. Hou die doel van die visuele hulpmiddels in gedagte.
- **Stap 6 Kry** die eerste konsep van die verslag bymekaar. Druk die eerste konsep en lees dit eers 24 uur later weer.
- **Stap 7 Hersien**, proeflees en evalueer. Vra 'n paar kollegas om die verslag te lees.

### 4.2 Hoe om 'n strooibiljet saam te stel

Strooibiljette en brosjures is gewilde maniere om dienste en produkte te adverteer.

#### 4.2.1 Riglyne vir die samestelling van 'n strooibiljet

- Skryf 'n titel wat die gewone leser se aandag sal trek.
- Gebruik grafieke om aandag te trek.
- Fokus op die voordele van die produk of diens.
- Verwys na gelukkige klante.
- Gebruik teksskassies as die spasie dit toelaat.
- Moenie te ingewikkeld raak nie.
- Laat iemand die inhoud proeflees.
- Gebruik helderkleurige papier en swart teks indien die begroting nie vir kleurdruk voorsiening maak nie.
- Bied 'n afslag aan op die diens of produk.

## **5 Reageer op vrae op 'n nie-aggressiewe en professionele manier**

### **1 Luister**

Die aanbieder moet na al die dele van die vraag luister. Om die vrae neer te skryf sal jou help om al die dele te onthou waarop jy moet reageer.

### **2 Verstaan**

Indien die vraag nie duidelik is nie, moet die aanbieder die persoon wat die vraag gevra het vra om die vraag te verduidelik. Dit help dikwels deur die vraag aan die persoon te herhaal.

### **3 Maak aantekeninge en beantwoord al die vrae**

Indien 'n lid van die gehoor twee of drie vrae vra, maak aantekeninge van die vrae terwyl die persoon praat. Maak dan seker dat jy al die vrae beantwoord.

### **4 Kommunikeer en bly betrokke**

Wees positief en geesdriftig wanneer jy reageer. Hou antwoorde kort en gefokus. Die aanbieder moet nie toelaat dat 'n wedersydse bespreking ontwikkel met die persoon wat die vraag vra nie. Om dit te verhoed, herhaal die vraag vir die hele gehoor voordat jy probeer om dit te beantwoord.

### **5 Vra om verskoning vir foute**

Indien 'n lid van die gehoor korrek daarop wys dat jy 'n fout gemaak het, erken jou fout en vra om verskoning.

### **6 Reageer**

Maak oogkontak met die hele gehoor terwyl jy 'n vraag beantwoord. Maak egter agterna seker by die persoon wat die vraag gevra het of die antwoord voldoende was.

### **7 Nooi opvolgvrae**

Indien daar te min tyd is, kan jy die gehoor nooi om die kwessie verder te bespreek via e-pos of selfs oor die telefoon.

### **5.1 Wat om gedurende vraag- en antwoordsessies te vermy**

- Vermy 'n standaardreaksie wat gereed is om die meeste vrae te beantwoord.
- Moenie 'n tweede aanbieding maak wanneer jy 'n vraag beantwoord nie.
- Moenie argumenteer en probeer bewys dat jy reg is of die beste weet nie.
- Moenie aggressief of verdedigend raak nie.
- Neem tyd om te dink voordat jy 'n moeilike vraag beantwoord.
- Wees bereid om te erken dat jy nie die antwoord op 'n vraag het nie.
- Moenie stry met iemand wat nie met jou saamstem nie.

## Einde van onderwerp Vrae

1. Lys drie bronne van sake-inligting. (6)
2. Wat is die verskil tussen mondelinge en niemondelinge formate van aanbieding van sake-inligting? (4)
3. Hoekom is die ontwerp en uitleg van 'n sake-aanbieding so belangrik? (2)
4. 'n Sektordiagram is 'n voorbeeld van watter tipe sake-aanbiedingsformaat? (2)
5. Wat is die verskil tussen inligtings- en analitiese verslae? (4)
6. In 'n sakeverslag, wat is 'n aanbeveling? (2)
7. Wat is die verskil tussen 'n uitdeeltuk en 'n plakkaat? (2)
8. Bespreek kortliks die voordele en nadele van skriftelike vorms van kommunikasie. (14)

## Einde van onderwerp Antwoorde

1. Die nuus  $\sqrt{\sqrt{\text{Marknavorsing}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Krediet- en finansiële in ligting}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Maatskappy- en uitvoerende profiele Nywerheid,}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{land- en ekonomiese ontledings}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Maatskappy- en uitvoerende profiele Nywerheid,}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{land- en ekonomiese ontledings}}}$  (6)
  2. Mondelinge formaat gebruik woorde,  $\sqrt{\sqrt{\text{niemondelinge formaat gebruik skriftelike inligting soos verslae en grafieke.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{niemondelinge formaat gebruik skriftelike inligting soos verslae en grafieke.}}}$  (4)
  3. Omdat die visuele aanbieding affekteer en die indruk wat dit maak.  $\sqrt{\sqrt{\text{Omdat die visuele aanbieding affekteer en die indruk wat dit maak.}}}$  (2)
  4. Niemondelinge skriftelike inligting. (2)
  5. Inligtingsverslae bied data aan sonder ontleding of aanbevelings en hulle primêre funksie is om inligting te verskaf.  $\sqrt{\sqrt{\text{Analitiese verslae is verslae wat data en gevolgtrekkings verskaf en is analities omdat die aanbieder ook aanbevelings maak.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Analitiese verslae is verslae wat data en gevolgtrekkings verskaf en is analities omdat die aanbieder ook aanbevelings maak.}}}$  (4)
  6. 'n Opinie gebaseer op gevolgtrekkings wat van bestaande feite en data gemaak is.  $\sqrt{\sqrt{\text{'n Opinie gebaseer op gevolgtrekkings wat van bestaande feite en data gemaak is.}}}$  (2)
  7. Plakkate help om 'n gebeurtenis te adverteer soos 'n musiekuitvoering of buitelugtentoonstelling. Uitdeeltukke bied bondige inligting aan oor 'n produk of diens, soos 'n tuindiens of spesiale aanbod by 'n supermark.  $\sqrt{\sqrt{\text{Plakkate help om 'n gebeurtenis te adverteer soos 'n musiekuitvoering of buitelugtentoonstelling. Uitdeeltukke bied bondige inligting aan oor 'n produk of diens, soos 'n tuindiens of spesiale aanbod by 'n supermark.}}}$  (2)
  8. **Voordele van skriftelike vorms van kommunikasie:** Kan opgestel en gelees word wanneer die skedules van die skrywers en lesers dit toelaat.  $\sqrt{\sqrt{\text{Boodskappe, briewe en verslae kan in konsepvorm opgestel word en hersien word voordat dit uitgestuur word.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Verskaf 'n permanente rekord.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Om iets uit te skryf maak dit vir die aanbieder moontlik om 'n georganiseerde, goed deurdagte boodskap te ontwikkel.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Boodskappe, briewe en verslae kan in konsepvorm opgestel word en hersien word voordat dit uitgestuur word.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Verskaf 'n permanente rekord.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Om iets uit te skryf maak dit vir die aanbieder moontlik om 'n georganiseerde, goed deurdagte boodskap te ontwikkel.}}}$
- Nadele van skriftelike vorms van kommunikasie:** Vereis sorgvuldige voorbereiding.  $\sqrt{\sqrt{\text{Woorde wat op papier vasgelê is, of in 'n elektroniese vorm, word 'n openbare rekord.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Hulle is moeiliker om voor te berei en vereis goeie skryfvaardighede.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Woorde wat op papier vasgelê is, of in 'n elektroniese vorm, word 'n openbare rekord.}}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{Hulle is moeiliker om voor te berei en vereis goeie skryfvaardighede.}}}$  (14)

**BESIGHEIDSTUDIE GRAAD 11  
HALFJAAREKSAMEN**

**TYD: 3 UUR PUNTE: 300**

## **Instruksies en inligting**

Lees die volgende instruksies sorgvuldig voordat jy die vrae beantwoord:

Hierdie vraestel bestaan u DRIE afdelings, naamlik AFDELING A, AFDELING B en AFDELING C.

AFDELING A: Verpligtend vir alle leerders

AFDELING B: Beantwoord, in paragraafstyl, enige DRIE van die vyf vrae wat handel oor al die werk wat tot dusver vanjaar behandel is.

AFDELING C: Beantwoord, in paragraafstyl, enige TWEE van die vier vrae wat handel oor al die werk wat tot dusver vanjaar behandel is. Neem die tydaanwysing in ag wanneer jy die vrae beantwoord.

Jy kan die tabel hieronder gebruik as riglyn vir die puntetoedeling en tydaanwysing vir elke vraag.

Lees die instruksies vir elke vraag sorgvuldig en beantwoord slegs dit wat vereis word.

Nommer jou antwoorde korrek, ooreenkomstig die numeringstelsel wat in die vraestel gebruik word.

Antwoord in volsinne, behalwe waar ander instruksies gegee word.

Die puntetoedeling en aard van elke vraag is 'n aanduiding van die lengte wat jou antwoord moet wees.

Begin die antwoord op elke nuwe vraag op 'n nuwe bladsy in jou antwoordboek.

Afdeling A 40

Afdeling B 180 (3 x 60)

Afdeling C 80 (2 x 40)

## AFDELING A: BEANTWOORD ALLE ONDERAFDELINGS VAN DIE VRAAG

1.1.1 Dit word geklassifiseer as deel van die primêre sektor

- A Bosbou
- B Finansiering
- C Vervaardiging
- D Vervoer

1.1.2 'n Diagram wat spertye chronologies (in datumvolgorde) aandui

- A Tydlyn
- B Gantt-grafiek
- C Aksieplan
- D Besigheidsplan

1.1.3 Aktiwiteite oor nasionale grense heen is deel van die ... omgewing.

- A Ekonomiese
- B Maatskaplike
- C Institusionele
- D Internasionale

1.1.4 Watter een van die volgende is NIE 'n kenmerk van geleende kapitaal nie?

- A Dit is van tydelike aard.
- B Dit word dikwels onttrek.
- C Dit ontvang vergoeding in die vorm van dividende en 'n styging in waarde.
- D Dit bied 'n voorkeureis in die geval van insolvensie.

1.1.5 Kontantvloei in 'n besigheid word nie gerugsteun deur ... nie.

- A huurooreenkomste
- B handelskrediet
- C eie kapitaal
- D huurkoopkontrakte

1.1.6 'n Werknemer mag nie ontslaan word weens ... nie.

- A MIV/Vigs-status
- B Ongeskiktheid
- C Wangedrag
- D Operasionele redes

1.1.7 Wat is nie van toepassing nie? Gantt-grafieke ...

- A is staftabelle of grafieke wat die tydsduur van elke taak teenoor tydsverloop vertoon
- B word gebruik om makro-ekonomiese veranderlikes te kontroleer
- C is instrumente wat projekbestuurders in hul beplanning gebruik
- D word gebruik om die verskillende take in 'n projek te koördineer en na te speur.

1.1.8 'n Plan wat daarop gemik is om 'n toekomsvisie vir 'n besigheid te vestig

- A Tydlyn
- B Gantt-grafiek
- C Aksieplan
- D Besigheidsplan

1.1.9 Wanneer die eienaar sy of haar eie geld in 'n besigheid belê, staan dit bekend as ...

- A skuldfinansiering
- B batefinansiering
- C ekwiteitsfinansiering
- D faktorisering

1.1.10 Watter een van die volgende is nie 'n vereiste van die King 111-bestuurskode van 2009 nie?

- A Finansiële verantwoordelik
- B Maatskaplik verantwoordelik
- C Omgewingsverantwoordelik
- D Ekonomies verantwoordelik

(10 x 2 = 20)

1.2. Antwoord slegs Waar of Onwaar op elke vraag.

1.2.1 Dinkskrumms word gebruik om idees te genereer deur middel van 'n groepsproses.

1.2.2 'n Besigheid kan interne beheer uitoefen oor sy mikro-omgewing.

1.2.3 Verskaffers vorm deel van die besigheid se markomgewing en kan dus altyd beheer word.

1.2.4 Dit is vir 'n besigheid altyd beter om seker te maak dat hy 'n negatiewe openbare beeld het.

1.2.5 Aanbiedings word altyd woordeliks gedoen.

(5 x 2 = 10)

1.3 Voeg die bypassende frases bymekaar. Skryf slegs die korrekte letter in Kolom B teenoor elke syfer in Kolom A. (5 x 2 = 10)

Kolom A	Kolom B
<p>1. Die Wet wat te make het met maatskaplike geregtigheid, arbeidsvrede en reverdigheid in die werkplek.</p> <p>2. Wanneer 'n besigheid eksterne verskaffers gebruik om sekere funksies of take te bestuur of in stand te hou.</p> <p>3. Hierdie grafiek toon hoe die kritieke werkelemente, genoem take, van 'n projek met mekaar en met die projek as geheel verband hou.</p> <p>4. Wanneer 'n vervaardiger in een land goedere uitvoer na 'n ander land teen 'n prys wat aansienlik laer is as dié wat hy in die binnelandse mark vra.</p> <p>5. Wanneer 'n besigheid betaal vir die gebruik van toerusting, maar nie die eienaar daarvan word nie.</p>	<p>A Uitvoer</p> <p>B Werkonderbrekingstruktuur</p> <p>C Dumping (Storting)</p> <p>D Wet op Basiese Diensvoorwaardes</p> <p>E Wet op Arbeidsverhoudinge</p> <p>F Huur</p> <p>G Gantt-grafiek</p> <p>H Uitkontraktering (Uitbesteding)</p>



## AFDELING B: BEANTWOORD ENIGE DRIE VRAE

### VRAAG 2

2.1 Noem VIER verskille tussen 'n private en 'n openbare maatskappy. (4 x 2 = 8)

2.2 Lees die gevallestudie en beantwoord die daaropvolgende vrae.



#### Billikheid en afdanking

In die vroeë 1990's het Telkom te staan gekom voor die uitdaging om sy werknemerstal te verminder van 70 000 tot sowat 29 000 mense. Hy moes daarteen waak om nie sleutelpersoneel te verloor nie, omdat dit operasionele chaos kon veroorsaak.

Telkom se tweede uitdaging was om 'n strategiese werwingsplan in werking te stel waarin op swartmense gefokus is.

Meer as 30 000 personeellede – die meeste van hulle geskoolde werkers – het Telkom se diens verlaat. Vanaf 1998 tot 2004 was 80% van sy nuwe aanstellings swartmense.

Volgens die maatskappy se billikheidsbeleid moes hy voorrang gee aan vroue, en teen einde 2004 was 26,7% van sy totale arbeidsmag vroue. Telkom moes ook seker maak dat billikheid en swart verteenwoordiging regdeur die maatskappy 'n werklikheid geword het – vanaf die direksie en topbestuur, tot by middelvlakbestuur en operasionele vlak.

2.2.1 Identifiseer TWEE vorms van bemagtiging uit die gevallestudie. (2x2=4)

2.2.2 Noem TWEE uitdagings wat Telkom die hoof moes bied. (2x2=4)

2.2.3 Wat was die gevolge van die strategie wat Telkom in werking gestel het om aan die vereistes van die Wet te voldoen? (1x2=2)

2.3 Bestuurders word deesdae in die gesig gestaar deur kwessies soos maatskaplike verantwoordelikheid, maatskaplike bewustheid van etiek, en menseregte.

2.3.1 Wat verstaan jy onder maatskaplike verantwoordelikheid? (2)

2.3.2 Noem enige TWEE programme waarvolgens besighede maatskaplik verantwoordelik kan wees teenoor die gemeenskap waarin hulle funksioneer. (2x2=4)

2.4 Verduidelik kortliks die interaksie tussen die DRIE handelsektore. (3x3=9)

2.5 Bestudeer die advertensie hieronder en beantwoord die vrae wat volg:

### STARBRIGHT KOFFIE

Koffie met 'n smakie van Italië

Franchise-geleentehede landwyd in stedelike gebiede beskikbaar.

Ons bied:

Ten volle toegeruste restaurante

Bystand met aansoeke om finansiering

Omvattende opleiding

U belegging:

Kapitale bydrae van R500 000



FOONNOMMER:

011

5367523

2.5.1 Bespreek die soort besigheid onder die volgende hoofde:

Definisie van die soort besigheid

(5)

Naam van die twee belanghebbende partye

(2x2=4)

Die ooreenkoms

(4)

2.5.2 Onderskei tussen Verhuring en Uitkontraktering.

(2x2=4)

2.6 Identifiseer die vorm van eienaarskap in elk van die volgende gevalle:

2.6.1 Naam eindig met (Edms) Bpk

2.6.2 Aantal lede is tussen 1–10

2.6.3 Soos in die geval van 'n Alleeneienaar, is die aanspreeklikheid onbeperk.

2.6.4 Die hoofstigingsdokumente is die Memorandum, Akte van Oprigting en Prospektus.

2.6.5 Net soos in die geval van 'n Vennootskap, het dit geen kontinuiteit nie. (5x2=10)

(60)

### VRAAG 3

#### GEVALLESTUDIE – KARINA SE BAKKERY

Lees die gedeelte hieronder en beantwoord die daaropvolgende vrae:

Karina bak brood as 'n stokperdjie. Sy wil dit graag ontwikkel tot 'n klein besigheid. Daar is 'n gepaste, klein perseel te koop vir R350 000. Sy sal sowat R20 000 moet spandeer om die perseel op te knap en in 'n bakkerij te omskep.

Sy kan 'n tweedehandse stoof, industriële menger en ander noodsaaklike toerusting bekom vir 'n verdere R80 000. Meel, olie en ander bestanddele sal maandeliks sowat R3 000 kos. Sy het beraam dat elektrisiteit sowat R750 sal bedra, terwyl die dienstegelde sowat R12 000 per jaar sal wees. Sy het besluit om 'n advertensie in die plaaslike koerant te laat publiseer asook om oor die radio te adverteer teen 'n koste van R600 per week. Sy het R100 000 gespaar, wat sy in haar besigheid kan belê.

- 3.1 Hoeveel geld sal Karina benodig om haar besigheid te begin en in die eerste maand te bedryf? (14)
- 3.2 Hoeveel kapitaal kan sy self tot die besigheid bydra? (2)
- 3.3 Hoe sou sy die res van die nodige kapitaal kon bekom? (10)
- 3.4 Karina wil nie die eienaarskap van haar besigheid deel of baie geld spandeer aan die vestiging daarvan nie. Uit watter twee vorme van eienaarskap kan sy kies? (4)
- 3.5 Gebruik 'n tabel om die vyf verskille tussen hierdie twee vorms van eienaarskap te vergelyk. (10)
- 3.6 Onder watter sektor van die ekonomie sal Karina se besigheid resorteer? (2)
- 3.7 Verduidelik, deur die gebruik van 'n eenvoudige besigheidskolom, hoe die drie sektore van die ekonomie met mekaar verband hou, met inagneming van Karina se produkte. (18)
- (60)

### VRAAG 4

- 4.1 Bespreek enige VYF bronne van stres in die werkplek. (5×3 = 15)
- 4.2 Bespreek enige VYF stappe wat bestuurders kan doen om werknemers se stres te verlig en te bestuur. (5 × 3 = 15)
- 4.3 Verduidelik hoe 'n besigheidsplan in 'n aksieplan omskep kan word. (10)
- 4.4 Bespreek enige VYF beginsels waaraan 'n etiese werkgewer moet voldoen. (5×2 = 10)
- 4.5 Noem vyf dinge wat verhinder moet word in 'n vraag-en-antwoord-sessie. (10)
- (60)

## VRAAG 5

Die markomgewing bied sowel geleenthede as uitdagings aan 'n besigheid

- 5.1 Noem ses gebiede in die markomgewing wat uitdagings stel. (12)
- 5.2 Verduidelik die term “strategiese bondgenote”. (4)
- 5.3 Bespreek vyf maniere waarop mededingers 'n uitdaging kan wees vir 'n besigheid. (10)
- 5.4 Noem drie Wette waarvan 'n besigheid moet kennis dra wanneer hy werknemers aanstel. (6)
- 5.5 Noem drie komponente wat bydra tot die toekomsvisie van 'n besigheid. (6)
- 5.6 Noem agt veranderlikes in die makro-omgewing. (16)
- 5.7 Verduidelik drie uitdagings wat deur tussengangers teweeggebring kan word. (6)
- (60)

## VRAAG 6

Lees die scenario hieronder en voer die daaropvolgende instruksies uit.

Suid-Afrika is die gasheer vir talle internasionale sportkompetisies. Jy het 'n besigheidsgelentheid geïdentifiseer om 'n leemte in die mark te vul deur die verskaffing van die landsvlae van die deelnemende lande. Jy wil graag 'n klein vervaardigingsbesigheid begin om sulke vlae en ander aandenkings te produseer. Jy moet besluit wat is die beste vorm van eienaarskap vir die beoogde besigheid. Jy oorweeg drie opsies: 'n alleeneienaarskap, 'n vennootskap en 'n private maaskappy.

- 6.1 Bespreek die TWEE hoofkenmerke van elk van hierdie drie vorms van eienaarskap. (6 × 2 = 12)
- 6.2 Bespreek DRIE voordele van elk van hierdie drie vorms van eienaarskap. (9 × 2 = 18)
- 6.3 Bespreek DRIE nadele van elk van hierdie drie vorms van eienaarskap. (9 × 2 = 18)
- 6.4 Bespreek die keuse wat jy tussen hierdie drie opsies sal maak, en verskaf die vyf hoofredes vir hierdie keuse teenoor die ander twee. (6 × 2 = 12)
- (60)

AFDELING C (OPSTELTIPE VRAE) BEANTWOORD ENIGE TWEE VRAE.

VRAAG 7

Lees die onderstaande scenario en voer die daaropvolgende opdragte uit.

Al die besighede word geraak deur die sosio-ekonomiese probleme in die gemeenskap. Nuusberigte in die plaaslike koerante maak ons bewus van die haglike situasie van mense in die gemeenskap wat in armoede leef, die groot aantal wat geraak word deur MIV en Vigs, asook die hoë voorkoms van misdaad.

7.1 Bespreek besighede se oplossings om te help om die volgende sosio-ekonomiese vraagstukke in die gemeenskap te verlig:

- (a) Armoede (3 × 2 = 6)
- (b) MIV en Vigs (3 × 2 = 6)
- (c) Misdaad (2 × 2 = 4)

7.2 Wat word bedoel met die term “sosiale verantwoordelike projekte”? (4 × 2 = 8)

7.3 Bespreek kortliks vier maniere waarop ’n onderneming sy mikro-omgewing kan monitor. (16)

(40)

VRAAG 8

Die uitoefening van beheer oor die sakeomgewing is vir alle besighede ’n uitdaging.

Verduidelik wat bedoel word met die mikro-omgewing en bespreek in watter mate dit beheer en beïnvloed kan word. (40)

## VRAAG 9

Sipho Mbwane is 'n opgeleide elektrisiën wat 'n elektriese kontrakteursbesigheid besit. Hy wil sy besigheid uitbrei, maar besef dat hy nie alleen voldoende kapitaal beskikbaar kan kry om dit te doen nie. Hy nooi drie van sy vriende om hulle by die besigheid aan te sluit.

Hy nader jou om raad met die oog op die vestiging van die besigheid genaamd "Mbwane en Vriende, Elektriesiens". Hulle verlang 'n soort eienaarskap wat maklik en sonder enige regsformaliteite gevestig kan word, en wat nie geskei is van die onderskeie eienaars se persoon nie.

Adviseer Sipho oor die vorm van eienaarskap wat hul besigheid die beste pas en berei 'n gedetailleerde aanbieding voor waarin alle aspekte van hierdie soort eienaarskap behandel word. (40)

## VRAAG 10

Lees die onderstaande scenario en voer die daaropvolgende opdragte uit.

Jy het onlangs 'n seminar bygewoon oor die rol van besighede in die skepping van 'n bewustheid van die noodsaak vir omgewingsvolhoubaarheid. Die aanbieding van die spreker was goed, maar jy was teleurgesteld omdat die gehalte van die visuele hulpmiddels swak was en die hulpmiddels nie doeltreffend gebruik is nie. Jy het besluit om 'n kort opleidingsessie vir jou departement aan te bied oor die manier waarop visuele hulpmiddels voorberei en gebruik moet word, asook oor die vaardighede wat nodig is vir die suksesvolle skryf van besigheidsverslae.

- 10.1.1 Bespreek DRIE aspekte wat oorweeg moet word tydens die voorbereiding van visuele hulpmiddels vir 'n besigheidsvoorlegging. (3 × 2 = 6)
  - 10.1.2 Verduidelik hoe om visuele hulpmiddels te gebruik vir 'n geslaagde besigheidsvoorlegging. (13 × 2 = 26)
  - 10.1.3 Bespreek enige VIER voordele van geskrewe kommunikasievorms. (4 × 2 = 8)
- (40)

**Total: 300**

BESIGHEIDSTUDIES GRAAD 11

HALFJAAREKSAMEN

NASIENMEMORANDUM

VRAAG 1

1.1.1 A

1.1.2 A

1.1.3 D

1.1.4 C

1.1.5 C

1.1.6 A

1.1.7 B

1.1.8 D

1.1.9 C

1.1.10 D

1.2.1 W

1.2.2 W

1.2.3 O

1.2.4 O

1.2.5 O

1.3.1 E

1.3.2 H

1.3.3 G

1.3.4 C

## VRAAG 2

## 2.1

Private maatskappy	Openbare maatskappy
Naam eindig met (Edms) Bpk√√	Naam eindig met Bpk√√
1-50 aandeelhouders√√	7 of meer aandeelhouders√√
Aandele nie vryelik oordraagbaar nie√√	Aandele vryelik oordraagbaar√√
Benodig slegs 'n sertifikaat van inlywing√√	Benodig 'n sertifikaat om te kan begin sake doen√√
Geskik vir 'n kleiner of familiebesigheid√√	Geskik vir 'n groot onderneming√√

(4 x 2 = 8)

2.2.1 Swart bemagtiging√√ en vroue wat voorheen benadeel is√√ (2 x 2 = 4)

2.2.2 Uitdiensstelling√√ en die voorkoming van operasionele chaos√√ en die ontwerp van 'n strategiese werwingsplan√√ (2 x 2 = 4)

2.2.3 80% van die jaarlikse nuwe aanstellings was swart.√√ (2)

2.3.1 Betrokkenheid in gemeenskapsopheffingsprogramme√√ (2)

2.3.2 Enige toepaslike antwoord, soos die skenking van geld, beskikbaarmaking van vaardighede, en aktiewe deelname aan geldinsameling√√√√ (2x2=4)

2.4 Die primêre, sekondêre en tersiêre sektore hou met mekaar verband deurdat die sekondêre sektor primêre produkte verder prosesseer of gebruik in die vervaardiging van produkte. Die tersiêre sektor behels die skepping van die verbinding met eindgebruikers by wyse van onder meer verkope en verspreiding, asook die verskaffing van dienste wat benodig word deur die ander twee sektore. (9)

2.5.1 Franchise, ingevolge waarvan die reg gekoop word om 'n bepaalde besigheid in 'n bepaalde gebied te bedryf, (5) die partye is die franchise-houer en franchise-gewer (4) en die ooreenkoms wat deur hulle onderteken word, is die franchise-ooreenkoms. (4)

2.5.2 Huur vind plaas wanneer goedere soos masjinerie vir 'n sekere tydperk gehuur word vir gebruik in die besigheid, maar in elke geval die eiendom van 'n derde party bly√√ en uitkontraktering geskied wanneer spesifieke take in 'n besigheid deur buitelanders verrig word, en nie deur werknemers nie.√√ (2x2=4)

2.6.1 Private maatskappy√√

2.6.2 Beslote korporasie√√



2.6.3 Vennootskap√√

2.6.4 Openbare maatskappy√√

2.6.5 Alleenhandelaar√√ (5 x 2 = 10)  
(60)

VRAAG 3

3.1 Insluitend die koste van die koop van die perseel en masjinerie = R457 150

R350 000 + R20 000 + R80 000 + R3 000 + R750 + R1 000 (12 000/12) + R2 400 (R600 x 4) = R457 150 (14)

3.2 R100 000 (2)

3.3 Aandele,√√ lenings van vriende en familie, √√ banklening, √√ skuldbrief, √√ 'n verband oor die eiendom√√ (5 x 2 = 10)

3.4 Alleenhandel√√ of Beslote Korporasie√√ (2 x 2 = 4)

3.5

Alleenhandelaar	Beslote Korporasie
Slegs een eenaar√√	1-10 lede√√
Nie 'n regsentiteit nie√√	Regsentiteit√√
Geen kontinuïteit indien eenaar sterf nie√√	Kontinuïteit√√
Eenaar persoonlik aanspreeklik vir skulde√√	Eenaars nie aanspreeklik vir besigheidskuld nie, behalwe in sekere gevalle√√
Geen formaliteite vir vestiging van besigheid√√	Moet registreer√√

(5 x 2 = 10)

3.6 Sekondêre sektor√√ (2)

3.7 Boer - meulenaar - meelprodusent – Karina se bakkery - verspreider - groothandelaar - kleinhandelaar - verbruiker

plus verduideliking (9 x 2 = 18)

VRAAG 4

4.1 Werkinhoud, werkure, werktoestande, werklading, deelname en beheer (plus verduideliking) (5 x 3 = 15)

4.2 Verdeel die werk. Selekteer werknemers versigtig en lei hulle behoorlik op. Raadpleeg werknemers oor werkpraktyke. Bied fleksiewerktyd aan as opsie. Verhoog ondersteuning aan werknemers. Moedig samewerking en spanwerk aan. Reël opleiding in stresbestuur. Verbeter

toerusting en werktoestande. Verbeter bestuurders se begrip en kennis van, asook vaardighede in, die hantering van werkstres. Stel werk- en bestuurstelsels in werking. Ontwikkel 'n kultuur van vriendelikheid en groter ondersteuning. (5 x 3 = 15)

#### 4.3

1. Definieer die reikwydte (omvang) van die projek.
  - Wat is die doel daarvan?
  - Wat is die eerste en die laaste aktiwiteite?
2. Ontwikkel 'n struktuur vir die verdeling van die werk.
3. Verdeel die projek in kleiner aktiwiteite.
4. Stel tydraamwerke, en bereken die tydsduur van elke aktiwiteit.
5. Stel mylpaalteikens.
6. Besluit oor verantwoordelikhede en wie die verantwoordelikheid sal dra vir die besluite wat geneem word.
7. Bereken die finansiële, menslike en tegniese hulpbronne wat jy sal nodig hê.
8. Stip die aktiwiteitskediule op 'n Gantt-grafiek.
9. Stel die projekplan in werking.
10. Kommunikeer en oorweeg die vordering. (5 x 2 = 10)

4.4 Moet niks doen wat kliënte of die omgewing sal benadeel nie. √√ Doen sake op 'n respekvolle manier. √√ Maak jou besigheid deursigtig. √√ Hou jou finansies op 'n gesonde grondslag. √√ Hou jou sake wettig. √√ Moenie mense mislei nie. √√ Wees regverdig. √√ Moenie besluite neem wat strydig is met jou persoonlike waardes nie. √√ (5 x 2 = 10)

4.5 Vermy dit om 'n standaardantwoord gereed te hê vir die beantwoording van die meeste vrae. √√ Moenie 'n tweede aanbieding doen met die beantwoording van 'n vraag nie. √√ Moenie argumenteer en probeer bewys dat jy reg het of die beste weet nie. √√ Moenie aggressief of defensie raak nie. √√ Neem tyd voordat jy 'n moeilike vraag beantwoord. √√ Wees bereid om te erken indien jy nie die antwoord op 'n vraag weet nie. √√ Moenie argumenteer met iemand wat nie met jou saamstem nie. √√ (10)  
(60)

#### VRAAG 5

5.1 Kliënte√√ verskaffers√√ tussengangers√√ mededingers√√ verbruikersdruk√√ reguleerders√√ en vakbonde√√ (6 x 2=12)

5.2 Wanneer twee of meer besighede in 'n gesamentlike projek saamwerk, is hulle strategiese bondgenote. √√ Dit help 'n besigheid om van 'n ander besigheid die kundigheid te verkry waarvoor hy nie beskik nie. √√ (2 x 2= 4)

5.3 Bedryfswederyering√√ Nuwe toetreders tot die mark√√ Goedkoper of beter plaasvervangers√√ Die bedingingsmag van verskaffers√√ Die bedingingsmag van klante en kliënte√√ Die beskikbaarheid van vervangingsprodukte√√ Die moontlikheid om 'n produk te kopieer of te dupliseer√√ (5 x 2=10)

5.4 Die Wet op Arbeidsverhoudinge√√ Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes√√ Die Wet op Gelyke Indiensneming√√ Die Wet op Beroepsgesondheid en -veiligheid√√ Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling√√ (3 x 2 = 6)

5.5 Kerndoel,√√ kernvisie√√ en missie√√ (6)

5.6 Internasionaal, √√ wetlik, √√ fisies, √√ ekonomies, √√ regering,√√ tegnologie,√√ politiek,√√ maatskaplik√√ (8 x 2 = 16)

5.7 E-handel, wat verbruikers in staat stel om regstreeks deur internet te koop√√ Groot kleinhandelgroepe kan kleiner handelaars se pryse klop√√ Groot kleinhandelaars bied produkte met hul eie handelsname aan teen laer pryse√√ Wetgewing aangaande verbruikersbeskerming help verbruikers om hul skuld te bestuur√√ Dienste wat deur tussengangers verskaf word, kan die koste van 'n produk verhoog√√ (3 x 2 =6)  
(60)

## VRAAG 6

### 6.1

Alleenhandelaar	Vennootskap	Private Maatskappy
Nie 'n regsentiteit nie√√ 1 eienaar√√ Geen kontinuïteit indien eienaar sterf nie√√	Nie 'n regsentiteit nie√√ 2-20 vennote√√ Ontbind indien 'n vennoot uitree of sterf√√	Regsentiteit√√ 1-50 aandeelhouers√√ Kontinuïteit√√

(6 x 2 = 12)

### 6.2

Alleenhandelaar	Vennootskap	Private Maatskappy
Geen stigtingsformaliteite nie√√ Eienaar neem al die besluite√√ Geen winsdeling nie√√	Geen stigtingsformaliteite nie√√ Deling van vaardighede en kennis√√ Kan maklik ontbind word√√	Aandeelhouers nie aanspreeklik vir besigheidskuld nie√√ Meer kapitaal beskikbaar√√ Kan waardevolle werknemers behou deur aandele aan hulle te gee√√

(9 x 2 = 18)

### 6.3

Alleenhandelaar	Vennootskap	Private Maatskappy
Eienaar regs aanspreeklik vir skuld√√ Geen kontinuït nie√√ Moeilik om kapitaal te genereer√√	Vennote gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik vir skuld√√ Geen kontinuïteit nie√√ Kan moeilik wees om kapitaal te genereer√√	Kan nie aandele in die openbaar verhandel nie√√ Bestuursdeling√√ Winste moet gedeel word√√

(9 x 2 = 18)

6.4 Keuse = 2, redes = 5 x 2 = 12

### VRAAG 7

(a) Gebrek aan toegang tot gesondheidsorg, skulding en onderwys is grootliks sinoniem met armoede. Die volgende, basiese behoeftes moet bevredig word om aan die knelling van armoede te ontkom: genoeg kos, skoon water, sanitasie, basiese gesondheidsorg en toereikende huisvesting. (3 x 2 = 6)

(b) MIV/Vigs het 'n reuse-impak op die samelewing, onder meer weens lae produktiwiteit, verhoogde kostes, en die heropleiding van nuwe werknemers. Dit het 'n negatiewe uitwerking op die ekonomie in die geheel. Daar bestaan wette en regulasies ter beskerming van werknemers wat in die werkplek MIV/Vigs opdoen. Werknemers wat MIV-positief is, het dieselfde regte as ander werknemers en is geregtig op dieselfde opleiding, ontwikkeling en bevorderingsgeleenthede as enigiemand anders. (3 x 2 = 6)

(c) Misdaad is dikwels die regstreekse gevolg van sosio-ekonomiese vraagstukke soos werkloosheid, armoede, MIV/Vigs, en drank- en dwelmmisbruik. Die onvermoë van die regering en die regstelsel om misdaad aan bande te lê, het 'n negatiewe uitwerking op die mense van Suid-Afrika gehad. Buitelanders is huiwerig om te belê in 'n land met sulke hoë misdadervlakke. Misdaad is 'n afskrikmiddel vir toeriste en bring mee dat geskoolde burgers die land verlaat op soek na 'n veiliger heenkome. (2 x 2 = 4)

7.2 Maatskaplike verantwoordelikheid is baie belangrik vir die ontwikkeling van ons gemeenskap omdat armoede en ongelykheid ernstige vraagstukke is. 'n Besigheid kan deur maatskaplike verantwoordelikheid sy sakeomgewing beïnvloed en uitdagings van sosiaal-ekonomiese aard in sy maatskaplike omgewing aanpak. Deur die voorkoming van werkloosheid help die sakesektor om armoede en misdaad te bestry. Onsuksesvolle maatskaplike verantwoordelikhedsprojekte is erg ontmoedigend vir die benadeelde gemeenskap, en kan ook die korporatiewe beeld van 'n besigheid groot skade berokken. (4 x 2 = 8)

7.3 Omgewingskandering, grensskandering, bestuursinligtingstelsels, interne oudits  
(plus verduideliking 4 x 4 = 16)

## VRAAG 8

Die mikro-omgewing het te make met die interne bedryf van die besigheid. (2)

Beheer van die mikro-omgewing is bewerkstellig deur die gebruik van interne beheerstelsels. Hulle is daarop gemik om:

- bestuur in staat te stel om te verseker dat die doelwitte van die besigheid bereik word
- te verseker dat betroubare, finansiële state voorberei word
- te verseker dat die besigheid alle toepaslike wette en regulasies nakom. (8)

Beheerbare veranderlikes is:

- die missie en doelwitte van die besigheid
- die besigheid se bedryfstruktuur
- die organisering en gebruik van produksiefaktore
- die organisering van die agt besigheidsfunksies
- die bestuurstyl
- bestuur van werknemers
- keuse van sake-etiek
- soort eienaarskap
- inwerkingstelling van besigheidsbeleidmaatreëls. (10)

Aspekte van interne beheer:

- Beheer oor die filosofie en waardes van die besigheid
- Skepping van doeltreffende inligting- en kommunikasiestelsels
- Monitering van werkprestasie
- Risiko-analise
- Beheer oor die aktiwiteite van die besigheid (10)[40]

## VRAAG 9

Sipho en sy vriende moet 'n vennootskap stig (4)  
Kenmerke (6 x 2)(12)  
Voordele en nadele (12 x 6) (24)  
(40)

## VRAAG 10

10.1.1 Wat is die doel van die inligting?

Watter inligting is belangrik en wat moet gedek word in die aanbieding?

Wie is die gehoor?

Hoe lank moet die aanbieding wees?

Watter hulpbronne is nodig vir die aanbieding? Daar is 'n verskil tussen verbale en nie-verbale aanbiedings.

Wat is die moontlike vrae wat die gehoor kan stel?

Wat kan moontlik verkeerd loop tydens die aanbieding? (3 x 2 = 6)

#### 10.1.2 Evalueer die gehoor.

Dink aan die toehoorder of leser, en die inhoud.

Wees beheerst. Moenie te veel kleur of versiersels gebruik nie.

Wees akkuraat en eties.

Maak seker dat jy jou bronne bekend maak wanneer jy andere se feite gebruik.

Lei 'n visuele hulpmiddel betekenisvol in.

Moenie aanvaar dat die luisteraar of leser noodwendig dieselfde gevolgtrekkings uit 'n stel gegewens gaan maak as jy nie. (13 x 2 = 26)

#### 10.1.3 Bevorder rustigheid en skep ruimte vir lees wanneer die skedules van skrywers en lesers dit toelaat.

Boodskappe, briewe en verslae kan in konsepformaat gestel en hersien word voordat dit uitgestuur word.

Verskaf 'n blywende rekord.

Die uitskryf daarvan maak dit vir die aanbieder moontlik om 'n georganiseerde, weloorwoë boodskap te ontwikkel. (4 x 2 = 8)

(40)

TOTAAL 300 punte

# Term 3 Introduction

## Onderwerp 1 Entrepreneurs-eienskappe en suksesfaktore

Onderwerp 1 behandel oor die verskillende eienskappe van 'n entrepreneur en die nodige suksesfaktore om 'n besigheid te bestuur. Hierdie onderwerp behandel hoe verskillende entrepreneurseienskappe 'n sakeondernemings kan bevorder en hoe om 'n sukses van jou eie sakeonderneming te maak.

## Onderwerp 2 Burgerskaprolle en verantwoordelikhede

Onderwerp 2 behandel die rol van burgers en hoe hulle, deur middel van sakebedrywigheid, 'n bydrae tot die maatskaplike en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskap kan lewer. Hierdie onderwerp behels voorbeelde van hoe individue iets aan hul gemeenskap teruggee, asook die rol wat die burgerlike samelewing, nie-regeringsorganisasies, gemeenskapsgebaseerde organisasies en individuele besigheidspraktisyns in die maatskaplike en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe kan speel.

## Onderwerp 3 Bemerkingsfunksie

Onderwerp 3 behandel die verskillende aspekte van die bemerkingsfunksie. Bemerkingsaktiwiteite asook die vier bemerkingsbeleide word in besonderhede bespreek. Die onderwerp dek ook bemerking in die formele en informele sektore, asook die gebruik van tegnologie vir bemerking, veral elektroniese bemerking. Daar word na invoer en uitvoer gekyk, en verduidelik hoe buitelandse bemerking en die produksiefunksie verband hou.

## Onderwerp 4 Produksiefunksie

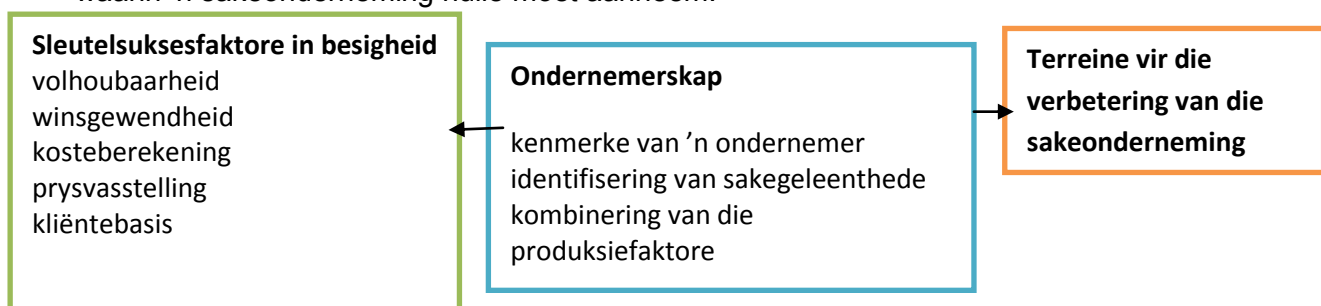
Onderwerp 4 behandel die verskillende aspekte van die produksiefunksie asook die berekening van verskillende produksiekostes. Die leerders maak kennis met die verskillende produksiestelsels, massa, lot en stukwerk. Die onderwerp dek verskillende aspekte van produksiebeplanning en produksiebeheer. Veiligheidsbestuur en –wetgewing, asook gehaltebeheer, kry ook aandag in hierdie onderwerp.



# Onderwerp 1 Ondernemerskenmerke en suksesfaktore

## Oorsig

In onderwerp 1 word ondernemerskenmerke bespreek en ondersoek gedoen na die mate waarin 'n sakeonderneming hulle moet aanneem.



## 1 Identifisering en beoordeling van 'n besigheid

Hoe weet jy of 'n besigheid ondernemend is? Ondernemende besighede is nie altyd klein of aanvangsondernemings nie, hoewel dit dikwels die geval is. Die Virgin-groep, byvoorbeeld, is 'n ondernemende besigheid. Sir Richard Branson, wat die Virgin-groep gestig het en bestuur, is die Verenigde Koninkryk se vyfde rykste burger. Mark Shuttleworth het sy onderneming in sy moeder se motorhuis begin.

### 1.1 Ondernemerskenmerke

Ondernemers is mense wat hul eie besigheid begin en bestuur of organiseer, en wat sakegeleenthede vir die vervaardiging van nuwe produkte of die lewering van nuwe dienste kan identifiseer, of sakegeleenthede vir die verandering van bestaande produkte of dienste kan identifiseer.

Ondernemers openbaar dikwels die volgende kenmerke:

**Kreatiwiteit** – identifisering van geleenthede en uitdaging van gewone denke.

**Neem van risiko's** – neem berekende risiko's.

**Deursettingsvermoë** – dit neem minstens vyf jaar alvorens 'n sakeonderneming gevestig is en genoeg inkomste genereer om homself en die ondernemer te onderhou.

**Behoeftes aan prestasie** – 'n ondernemer streef na uitnemendheid en sukses in mededingende situasies.

**Verantwoordelikheid** – ondernemers genereer idees vir die oplossing van probleme en aanvaar persoonlik verantwoordelikheid vir die bereiking van doelwitte.

**Organisatoriese en bestuursvaardighede** – ondernemers gebruik leierskapsvaardighede om andere te oortuig om hulle te help om hul visie te verwesenlik.



**Selfversekerd en ambisieus** – sukses bou 'n mens se selfvertroue en selfbeeld.

**Hardwerkend en energiek** – ondernemers wy hul tyd, vaardighede, kundigheid en hulpbronne aan die stigting van hul onderneming en die voortsetting daarvan, ondanks moeilike omstandighede.

**Visionêr** – ondernemers is bedag op veranderinge in die mark en sakeomgewing, beskou bedreigings as geleenthede, en gebruik hul kennis om munt te slaan uit sulke uitdagings.

**Behoeftes aan onafhanklikheid** – ondernemers het 'n behoefte om onafhanklik van andere te wees.

**Goeie menseverhoudings of interpersoonlike vaardighede** – ondernemers beskik oor die vaardighede van goeie kommunikasie, motivering en leierskap.

## 1.2 Ondernemerskenmerke wat in besighede aangetref word

Besighede moet ondernemerskenmerke aanneem indien hulle mededingend en suksesvol wil wees.

Die volgende faktore moet in gedagte gehou word:

- Ondernemers is die risikonemers wat gemotiveer is om hul doelwitte te bereik en wins te maak.
- Bestuurders van besighede is hoëvlakwerknemers wat betaal word om besighede te organiseer en te bestuur. Hulle is nie noodwendig diegene wat nuwe idees skep nie.
- 'n Intrapreneur word gedefinieer as die 'binne-ondernemer' wat binne 'n klein of groot onderneming werk en ondernemersvaardighede aanwend tot voordeel van die besigheid.



## 2 Sleutelfaktore in besigheid

- Sukses kan gedefinieer word as die bereiking van 'n doelwit of 'n stel doelwitte.
- Suksesfaktore is die onmisbare maatstawwe waaraan 'n besigheid die bereiking van sy doelwitte meet.
- Dit is belangrik om oorweging te gee aan die soort besigheid of produk, die strategieë van die besigheid, die ekonomiese klimaat en die besigheidsomgewing.
- Suksesfaktore behoort van tyd tot tyd gemeet en aangepas te word om veranderinge in ag te neem.
- Besighede kan volhoubaarheid, winsgewendheid en hul kliëntebasis gebruik vir die meting van hul prestasie.

### 2.1 Volhoubaarheid

Volhoubaarheid in besigheid behels die bestuur van wins, mense en die planeet.

Ondernemings wat volhoubaar is, is meer suksesvol as andere, lok en behou werknemers, en is minder blootgestel aan finansiële en reputasie-risiko's.

Vir die bestuur van 'n volhoubare besigheid, moet 'n ondernemer:

- die vaardighede hê om te verseker dat die besigheid suksesvol sal wees en in die toekoms sal bly sake doen
- in staat wees om strategieë in werking te stel om die besigheid se uitdagings en bedreigings die hoof te bied sodat dit lank sal voortbestaan
- verseker dat daar genoeg geld beskikbaar is vir die toekoms.

Praktyke wat die volhoubaarheid van besighede bevorder, sluit in:

- die betrekking van belanghebbendes by gesamentlike besluitneming, asook die bereidwilligheid om te leer van kliënte, werknemers en die gemeenskap
- die beskikbaarheid van omgewingsbestuurstelsels ter minimalisering van die uitwerking van die onderneming se handelsbedrywighede en ter voorkoming van skade aan die omgewing
- die ontleding van die omgewings- en maatskaplike impak van die produkte en dienste wat die besigheid gebruik en lewer, asook die beperking en herwinning van afval sover moontlik
- deursigtigheid, wat die rapportering en openbaarmaking insluit van inligting wat vir interne en eksterne belanghebbendes tersake is, soos die besigheid se werklike finansiële posisie.

### 2.2 Winsgewendheid

Die ondernemer moet verseker dat die besigheid in staat is om die maksimum wins te maak, en dat die wins jaarlikse toeneem. Wanneer die winsgewendheid gemeet word, is dit belangrik om sowel kosteberekening as prysvasstelling in ag te neem.

#### 2.2.1 Kosteberekening

Kosteberekening behels die akkurate berekening van presies hoeveel dit kos om die produk te produseer.

Dit sluit **oorhoofse kostes** in.

Oorhoofse kostes behels die koste van arbeid, die instandhouding en vervanging van toerusting, skoonmaakdienste en administrasie, vervoer en aflewering, huur, water en elektrisiteit, asook die koste van foutiewe of beskadigde produkte. Dit sluit ook die berekening in van die **winsdrempel**, wat die punt is waar die totale produkkoste gelyk is aan die opbrengs uit produkverkope. Verkope ná hierdie punt lewer winste.

### 2.2.2 Prysvasstelling

Prysvasstelling beteken om te weet teen watter prys 'n produk of diens verkoop moet word sodat dit 'n wins sal lewer. Dit is belangrik dat die prys in ooreenstemming sal wees met dié van mededingers en dit wat verbruikers bereid is om te betaal.

## 2.3 Kliëntebasis

'n Ondernemer moet die besigheid se **teikenmark** identifiseer en verseker dat die produk of diens wat verskaf word, kliënte of klante se behoeftes of begeertes vervul.

Die ondernemer moet voortdurend nuwe produkte en dienste ontwikkel om by kliënte nuwe behoeftes en begeertes te skep, of om te voldoen aan kliënte se veranderde behoeftes en begeertes.

Die ondernemer behoort rekord te hou van diegene wat die besigheid se produkte en dienste koop. Dit staan bekend as die **kliëntebasis**.

Die besigheidseienaar behoort kliënte se kontakbesonderhede op rekord te hou of te weet hoe om kliënte op te spoor sodat kontak met hulle bewerkstellig kan word deur media soos e-posse, SMS'e, gewone pos, en sosiale netwerke. Vir teenswoordige en toekomstige sukses moet die ondernemer in staat wees om die kliëntebasis se handhaaf en te vergroot deur die verskaffing van hoëgehalte goedere en dienste teen die regte prys.



Mededingers kan dalk beter pryse, gehalte of selfs beter diens aanbied

### 3 Gebiede vir die verbetering van 'n besigheid

Gebiede wat oorweeg kan word vir die verbetering van 'n besigheid sluit die volgende in:

- Die monitering van tendensies, aangesien daar voortdurend veranderinge in die makro-omgewing plaasvind, soos veranderinge in rentekoerse wat 'n uitwerking kan hê op die besigheid as geheel. Die voortdurende stel van VINDINGRYKER doelwitte sal die besigheid rig en help om sy prestasies en sukses te meet.
- Die rekordhouding van die finansiële tendensies binne die besigheid, byvoorbeeld die kontantvloei.
- Die handhawing van mededingendheid en doeltreffende bemarking. Dit besigheid moet in pas bly met nuwe tendensies en die gebruik van tegnologie in sy bemarking, soos die gebruikmaking van sosiale netwerke.
- Die inagneming van veranderende produksie- of operasionele metodes. Voorraadbeheer, aflewering en gehaltebeheer behoort gemoniteer te word ter versekering van die lewering van goedere en dienste van hoë gehalte.
- Ondernemers behoort te kommunikeer met werknemers, saam met hulle teikens te stel, en hulle vir hul prestasies te beloon.
- Implementeer **Totale Gehaltebestuur (TGB)**.
- Motiveer werknemers om deel te wees van 'n bestuurstelsel wat toegewy is aan 'n hoë werkstandaard. Bestuur hulpbronne versigtig, skakel vermorsing uit, en oorkom tekortkominge.
- Leer uit beste praktyke. Elke bedryf het beproefde en bewese werkwyses.
- Besighede behoort hulle te meet aan soortgelyke besighede in hul bedryf.

## Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Definieer winsgewendheid. (2)
- 2 Hoekom is volhoubaarheid 'n sleutelsuksesfaktor vir 'n besigheid? (2)
- 3 Wat is 'n kliëntebasis? (2)
- 4 Verduidelik hoekom 'n kliëntebasis vir 'n besigheid van belang is. (4)
- 5 Wat is 'n sleutelsuksesfaktor? (2)
- 6 Hoekom is dit belangrik om gebiede te identifiseer vir die verbetering van 'n besigheid?(2)
- 7 Noem vyf ondernemerseienskappe. (10)

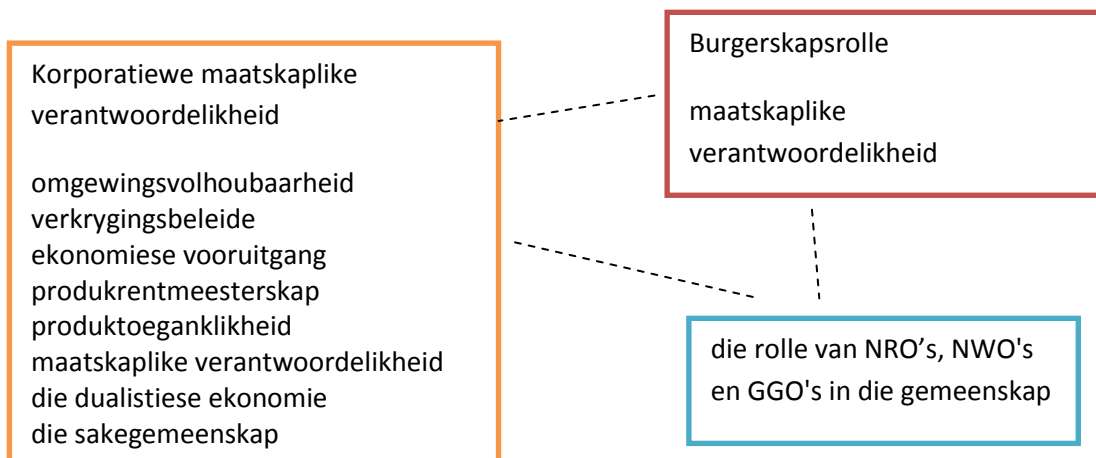
## Antwoorde op vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Die vermoë van die besigheid om wins te maak wat jaarliks toeneem.√√ (2)
2. Volhoubaarheid behels die bestuur van winste, mense en die planeet. √√ (2)
3. 'n Kliëntebasis is die groep mense wat spesifieke produkte of dienste van 'n besigheid koop.√√ (2)
4. Hierdie kliënte is lojaal aan die onderneming,√√ sal meer produkte van hom koop,√√ en sal die besigheid ook aanbeveel by hul familielede en vriende. √√ Hul name kan vir bemarkingsdoeleindes in 'n databasis opgeneem word.√√ (2 x 2 = 4)
5. Die bereiking van 'n doelwit of stel doelwitte. √√ (2)
6. Omdat daar voordurend veranderinge in die makro-omgewing voorkom wat 'n uitwerking op die besigheid sal hê. √√ (2)
7. Kreatiwiteit√√ die neem van risiko's√√ volharding √√ behoefte aan prestasie√√ verantwoordelikheid√√ organisatoriese en bestuursvaardighede√√ selfversekerd en ambisieus√√ hardwerkend en energiek√√ visionêr√√ behoefte aan onafhanklikheid, en goeie menseverhoudings of interpersoonlike vaardighede√√ (5 x 2 = 10)

# Onderwerp 2 Burgerskapsrol en verantwoordelikhede

## Oorsig

Onderwerp 2 behels 'n bespreking van die burgerskapsrolle en verantwoordelikhede wat verantwoordelike sakepraktisyns binne 'n sakeomgewing moet vervul en nakom.



## 1 Burgerskapsrolle

Burgerskapsrolle en verantwoordelikheid teenoor belanghebbendes sluit faktore in soos:

- Maatskaplike verantwoordelikheid
- Omgewingsvolhoubaarheid
- Ekonomiese vooruitgang
- Produkrentmeesterskap
- Verkryging
- Produktoeganklikheid
- Dualistiese ekonomie, apartheidserfenis, armoede en MIV/Vigs.

Hierdie faktore het 'n uitwerking op hoe besighede optree en hoe hulle in wisselwerking tree met die gemeenskap wat hulle bedien.

### 1.1 Maatskaplike verantwoordelikheid

**Korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid (KMV)** het te make met 'n besigheid se sin vir maatskaplike en ekologiese verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap en die omgewing waarin hy funksioneer. Verskeie faktore in Suid-Afrika dra by tot die noodsaak vir maatskaplike

verantwoordelikheid. Sommige van hierdie faktore spruit uit die eertydse apartheidsera waarin die meerderheid van die bevolking verdruk is, die vinnige bevolkingsaanwas, gebrek aan onderwys en vaardighede, verstedeliking, armoede, werkloosheid, en ekonomiese resessie. Besighede behoort betrokke te wees by maatskaplike projekte vir die opheffing van die gemeenskappe waarin hulle funksioneer. Voorbeelde hiervan is programme vir die vermindering van die uitwerking van sosio-ekonomiese kwessies soos MIV/Vigs, armoede, werkloosheid, en gebrekkige onderwys en opleiding. Ander moontlikhede sluit in betrokkenheid by weeshuise, wêreldvoedingsprogramme, en die borg van sportgeleenthede.

## **1.2 Omgewingsvolhoubaarheid**

Industriële ondernemings kan 'n skadelike uitwerking op die omgewing hê. Die regering het wetgewing deurgevoer oor die hoeveelheid besoedelende stowwe wat as toelaatbaar beskou word, asook wette wat die storting van chemikalieë in waterbronne verbied. Besighede moet hulle aan hierdie wette onderwerp en beleide in werking stel om die omgewing vir toekomstige generasies te bewaar. Talle besighede ondersteun groen kwessies ter instandhouding van die omgewing.

## **1.3 Ekonomiese vooruitgang**

Besigheidseienaars het 'n verantwoordelikheid om te verseker dat hul ondernemings 'n wins maak. Indien 'n onderneming bankrot speel, sal die werknemers werkloos wees, verskaffers 'n tussenganger verloor, en verbruikers toegang tot 'n produk of diens verbeur.

## **1.4 Produkrentmeesterskap**

- Besighede moet rentmeesterskap aan die dag lê deur die bestanddele van 'n produk op produketikette aan te dui. Dit waarsku verbruikers oor die moontlike newegevolge van die produk. 'n Voorbeeld is voedselprodukte wat neut bevat, aangesien sommige mense hoogs allergies is vir neut.
- Die uitwerking van nuwe farmaseutiese produkte moet ondersoek word alvorens die produkte in die handel beskikbaar gemaak word. Dit is om te verseker dat hulle veilig is om te gebruik en geen gevaarlike of langtermyngevolge inhou nie.

## **1.5 Verkryging**

Verkryging hou verband met aankoopbesluite. Besighede word aangemoedig om klein en medium sakeondernemings te ondersteun, en veral diesulkes wat Swart Ekonomiese Bemagtiging (SEB) steun en hulle aan SEB-beleidsmaatreëls onderwerp.

## **1.6 Produktoeganklikheid**

Besighede moet hul produkte toegankliker en goedkoper maak vir laerinkomte-groepe. Voorbeelde sluit in voedselprodusente wat goedkoper produkreeks aanbied wat gemik is op die laerinkomstegroepe. Selfoondiensverskaffers verskaf mobiele afsetpunte in laerinkomstegroepe se woongebiede met voorafbetaalde koepons as 'n goedkoper opsie.

## **1.7 Dualistiese ekonomie, apartheidserfenis, armoede en MIV/Vigs**

- Suid-Afrika het 'n dualistiese ekonomie deurdat sommige dele van die land as Eerste Wêreld met ontwikkelde ekonomieë funksioneer (stede), terwyl ander dele steeds as Derde Wêreld met ontwikkelende ekonomieë funksioneer (dorpsgebiede).
- Talle mense leef in armoede en is vasgevang in 'n siklus waaraan hulle nie maklik kan ontkom nie. MIV/Vigs het 'n negatiewe uitwerking op die mense en die ekonomie van die land.

- Dit is vir die regering moeilik om alleen die impak van hierdie sosio-ekonomiese vraagstukke te hanteer.
- Van besighede word verwag om met die regering saam te werk om hierdie vraagstukke die hoof te bied.



## 2 Die rol van burgers in hul gemeenskappe

Burgers kan bydra tot die maatskaplike en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe.

- Besighede moet hul werknemers aanmoedig om betrokke te raak by inisiatiewe ter opheffing van plaaslike gemeenskappe. Programme wat gemik is op die verligting van sosio-ekonomiese kwessies, soos MIV/Vigs, armoede, misdaad, werkloosheid, asook gebrekkige onderwys en opleiding, moet van stapel gestuur word.
- Besighede behoort ook hul kliënte aan te moedig om hul projekte ter nakoming van hul maatskaplike verantwoordelikheid te ondersteun, of minstens hul kliënte daarvan bewus maak. Voorbeelde van sulke projekte is die skenking van kos, komberse of geld, of die aanbieding van kompetisies waarin die opbrengs ten bate van 'n gemeenskapsprojek aangewend word of vir 'n voedingsprojek by plaaslike skole.

### 2.1 Die maatskaplike en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe

Burgers kan bydra tot die maatskaplike en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe deur betrokke te wees by inisiatiewe ter opheffing van gemeenskappe deur nie-regeringsorganisasies (NRO's), nie-winsgewende organisasies (NWO's) of gemeenskapsgebaseerde organisasies (GGO's).

### 2.2 Hoe individue aan hul gemeenskappe teruggegee het

Individue en besighede kan deur hul ondernemersaktiwiteite 'n positiewe invloed op hul gemeenskappe uitoefen.

### **3 Die konsep van 'n sakegemeenskap en manier waarop die individu 'n rol in so 'n gemeenskap kan speel**

- Die sakegemeenskap behels almal in die gebied waarin die besigheid sake doen.
- Indien die besigheid help om die gemeenskap op te hef, verkry meer mense in die gemeenskap die middele om produkte of dienste van die besigheid te koop.
- Die besigheid en lede van die gemeenskap sal meer suksesvol wees indien hulle saamwerk om maatskaplike en ekonomiese probleme te verlig.
- Individue wat oor die middele (finansieel, kundigheid of tyd) beskik, kan betrokke raak by opheffingsprogramme in die gemeenskap.
- Raadgewers is nodig om MIV/Vigs-lyers en hul naasbestaendes van raad te dien om hulle te help om emosioneel die mas op te kom.
- Opvoedkundiges kan by besighede betrokke raak deur werknemers of onletterdes in die gemeenskap te leer lees en skryf.
- Kerke kan betrokke raak by programme vir die verspreiding van voedsel wat deur sakeondernemings geskenk is.

## 4 Die rol van NRO's, GGO's en NWO's

Besighede en die burgerlike gemeenskap, met inbegrip van NRO's, GGO's en NWO's en individuele sakepraktisyne, kan saamwerk om sommige van die sosio-ekonomiese vraagstukke in Suid-Afrika aan te durf.

**NRO's** is nie-regeringsorganisasies sonder winsbejag. Hulle word geskep as regspersone en voorbeelde sluit in Kinderwelsyn, die Dierebeskermingsvereniging, en plaaslike sportklubs.

**NWO's** is organisasies sonder winsbejag. Winste word nie onder die lede verdeel nie, maar gebruik vir die bevordering van die organisasies se oogmerke. Voorbeelde sluit in vakbonde, organisasies vir die openbare kunste en vir liefdadigheid.

NWO's is:

- Organisasies wat as Artikel 21-maatskappye geregistreer is ingevolge die Maatskappywet, 61 van 1973
- Trusts wat by die Meester van die Hooggeregshof geregistreer is ingevolge die Wet op die Beheer van Trustgoed, 57 van 1988
- Enige ander vrywillige vereniging sonder winsbejag.

Geld, tyd, eiendom, samewerking en vaardigheid kan aan hierdie organisasies beskikbaar gemaak word om hulle met gemeenskapsprojekte te help.

## Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Lys vier faktore wat ter sake is in die burgerskaprol. (8)
2. Verduidelik hoedat besighede ook burgers van 'n land is. (6)
3. Definieer maatskaplike ontwikkeling. (2)
4. Hoekom is NRO's en GGO's nodig? (4)
5. Op watter maniere hou korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid en sake-etiek met mekaar verband? (4)
6. Wat word bedoel met die term verkryging en kan besighede dit gebruik in die uitoefening van hul burgerskapsrol? (4)
7. Hoe kan die burgerlike gemeenskap 'n rol speel in ekonomiese en maatskaplike ontwikkeling? (4)

## Antwoorde op vrae ter afsluiting van die onderwerp

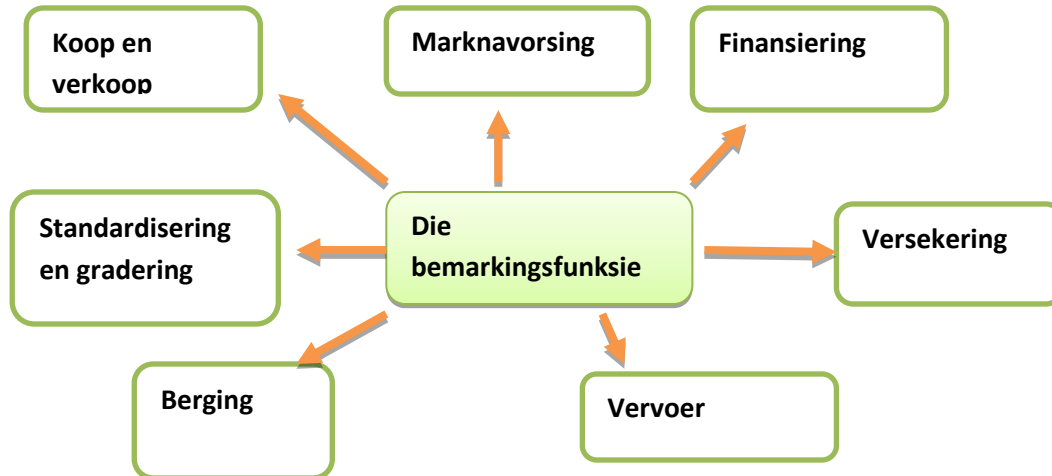
1. Maatskaplike verantwoordelikheid√√ omgewingsvolhoubaarheid√√ ekonomiese vooruitgang√√ produkrentmeesterskap√√ verkryging√√ produktoeganklikheid√√ dualistiese ekonomie√√ apartheidserfenis√√ armoede√√ en MIV/Vigs√√ (4 x 2 = 8)
2. Deur die uitoefening van korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid√√ en deur betrokke te raak by projekte vir maatskaplike opheffing,√√ asook die skepping van volhoubare besighede.√√ (6)
3. Ontwikkeling van, byvoorbeeld, groter gelykheid in die samelewing en die vermindering van armoede.√√ (2)
4. Omdat hulle maatskaplike welsynsprojekte aanpak√√ wat nodig is, maar nie op winsbejag ingestel is nie.√√ (4)
5. Omdat etiese besighede omgee vir die gemeenskap en seker maak dat hulle 'n rol speel in projekte vir maatskaplike opheffing.√√√√ (4)
6. Verkryging of aanskaffing behels die aankoop van items wat besighede nodig het in die produksieproses√√ terwyl die besigheid seker maak dat hy beleidmaatreëls aangaande Swart Ekonomiese Bemagtiging nakom.√√ (4)
7. Deur te kies om produkte te koop van ondernemings wat hul besigheid eties bedryf√√ en deur betrokke te raak by programme vir maatskaplike opheffing.√√ (4)

# Onderwerp 3 Die bemarkingsfunksie

## Oorsig

---

Onderwerp 3 handel oor die aktiwiteite van die bemarkingsfunksie



---

## 1 Aspekte van bemarking

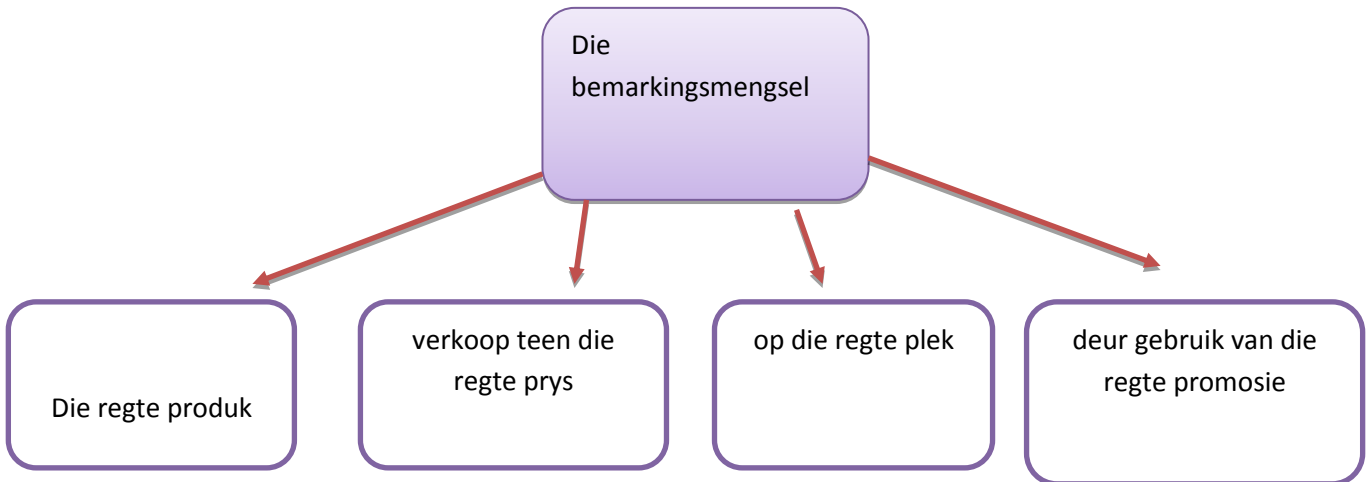
Die bemarkingsfunksie oorbrug die gapings tussen die produsent of vervaardiger en die verbruiker.

Take wat deel is van die bemarkingsfunksie sluit in:

- Take wat te make het met die produk
- Take wat te make het met die prys
- Take wat te make het met die plek van verspreiding
- Take wat te make het met promosie.

Die onderneming moet al die bogenoemde take koördineer en saamvoeg om hul impak en doeltreffendheid tot die maksimum te verhoog.

## Die bemarkingsmengsel – die 4 P's van bemarking



### Voorvereistes vir die skepping van die regte bemarkingsmengsel:

- Die produk moet voldoen aan verbruikers se behoeftes en begeertes.
- Die prys moet reg wees.
- Die goedere en dienste moet op die regte plek op die regte tyd beskikbaar wees.
- Die teikengroep moet deur promosie bewus gemaak word van die beskikbaarheid van die produk.

## 1.2 Marknavorsing

Die onderneming kan verbruikers deur marknavorsing identifiseer en inligting inwin oor:

- Die grootte van die mark
- Verbruikers se inkomste
- Verbruikers se bereidwilligheid om geld te bestee
- Verbruikers se ouderdom en kultuur
- Die plekke waar potensiële en bestaande verbruikers hulle bevind.

## 1.3 Standaardisering en gradering

- Standaardisering behels die produksie van **identiese** goedere wat voldoen aan spesifieke standaarde.
- Die Suid-Afrikaanse Buro vir Standaarde (SABS) se stempel van goedkeuring verseker dat produkte voldoen aan 'n spesifieke standaard of gehalte.
- Gradering behels die **klassifisering** van produkte ooreenkomstig kenmerke soos grootte of gewig. Dit verwys gewoonlik na landbouprodukte, soos eiers en aartappels. Diamante word gegradeer ooreenkomstig grootte, suiwerheid en kleur.

## 1.4 Berging

- Berging behels die veilige bewaring van goedere totdat verbruikers hulle benodig.
- Goedere word geberg om te verhinder dat hulle bederf, en om 'n ewewig tussen vraag en aanbod te verseker. Vrugte wat in die winter gekweek word, soos appels en pere, kan heeljaar beskikbaar wees danksy koelbewaring.

## 1.5 Vervoer

Vervoer is 'n belangrike bemarkingsfunksie aangesien verspreiding nie moontlik sou wees daarsonder nie. Daar is vyf verskillende maniere van vervoer, naamlik spoor, water, pad, pypleiding en lug.

Faktore wat die wyse van vervoer beïnvloed, sluit die volgende in:

- Koste – Die metode van vervoer moet bekostigbaar wees.
- Soort produk – Swaar of liewe produkte sal waarskynlik per spoor, pad of water vervoer word, terwyl duur, ligte of breekbare produkte bes moontlik per lug vervoer sal word.
- Vervoertyd – Lugvervoer geskied baie vinnig en watervervoer aansienlik stadiger. Produkte wat dringend benodig word, vereis 'n vinnige vervoermetode.



## 1.6 Finansiering

Finansiering kan verskaf word deur die vervaardiger, die groothandelaar, die kleinhandelaar of 'n finansiële instelling. Verskillende vorms van kredietfinansiering sluit in:

- Krediet ingevolge 'n ope rekening – Die koper ontvang die goedere en word 'n sekere tydperk gegun om die skuldbedrag te vereffen, byvoorbeeld 30, 60, 90 of 120 dae.
- Huurkoop – Die koper betaal 'n deposito en daarna die balans oor 'n vasgestelde tydperk. Rente word gehef op die uitstaande balans, byvoorbeeld wanneer meubels gekoop word.
- Huur – Die verbruiker word toegelaat om die goedere te gebruik, maar word nie die eienaar daarvan nie. .
- Bankkrediet – Die koper kan die transaksie betaal deur gebruik van 'n kredietkaart of by wyse van 'n lening van 'n kommersiële bank. Hierdie soort krediet kan in enige stadium gebruik word vir die koop van goedere tot 'n sekere perk. Rente word gehef op die leningsbedrag.

## 1.7 Versekering

Versekering behels 'n **kontrak** tussen twee partye, die **versekeraar** en die **versekerde**. In ruil vir die betaling van 'n **premie** deur die versekerde, onderneem die versekeraar om die **verliese** te dek wat die versekerde weens 'n bepaalde gebeurtenis mag ly.

Boere, vervaardigers, groothandelaars, kleinhandelaars en verbruikers kan deur een of meer van die volgende risiko's in die gesig gestaar word:

- Menslike risiko's, soos diefstal, slegte skuld, inbrake en skade weens nalatigheid en stakings
- Fisiese skade, wat die gevolg kan wees van natuurlike oorsake soos stormskade, aardbewings, brande, weerlig, oorstromings, droogtes en insekplae
- Ekonomiese risiko's, soos veranderinge in die vraag na of aanbod van sekere produkte, prysskommelings, veranderinge in modeneigings, tegnologiese ontwikkelings en sterker mededinging.

'n Sakeonderneming kan homself verseker teen menslike en fisiese risiko's, maar nie teen ekonomiese risiko's nie.

### **1.8 Koop en verkoop**

Die hoofdoelwit van bemarking is die verkoop van goedere en dienste aan daardie individue en huishoudings wat hulle sal gebruik. Bemarking is die beïnvloeding van kopers om te koop op sterkte van doeltreffende verkopingspromosies. Besighede soos groot- en kleinhandelaars koop hul goedere van produsente of vervaardigers om dit weer te verkoop. Sulke besighede staan bekend as tussengangers en is die skakel tussen vervaardigers en die eindverbruiker. Die koper neem besit van die goedere danksy die bemarkingsaktiwiteit van verkoping. Vorms van verkoping sluit in:

- Persoonlike verkoping – regstreekse verkoping tussen die vervaardiger en die koper
- Agentskapsverkoping – iemand wat goedere teen kommissie vir andere verkoop
- Makelary – 'n verkoopsagent wat 'n bepaalde produk as 'n makelaar verkoop.
- Ander vorms van verkoping – verkoopoutomate, posbestellings, deur-tot-deur-verkope, selfsdiensverkope, en aanlyn-verkope.



## 2 Produkbeleid

Produkbeleid sluit in die keuse, ontwerp en verpakking van produkte, en die gebruik van handelsmerke en –name. Die produk moet sowel die klant of kliënt se praktiese behoeftes vervul, soos om 'n sambreel vir die reën te koop, as sy of haar emosionele behoeftes, soos om die handelsnaam te verskaf wat getuig van status.

### 2.1 Soorte goedere en dienste

#### Goedere

**Geriefsgoedere** 'n Relatief goedkoop item wat min inkopie-inspanning verg. Die koop van hierdie goedere vereis baie min oorweging.

Voorbeelde: brood, melk en suiker

**Spesialiteitsgoedere** Die koop van hierdie goedere verg meer oorweging en vergelyking as in die geval van geriefsgoedere. Die produk is gewoonlik duurder en die verbruiker sal die prys, gehalte en handelsnaam van die produk oorweeg.

Voorbeelde: juweliersware, klerasie of meubels

**Nywerheidsgoedere** Dit behels enige produkte of goedere wat gebruik word in die vervaardiging van ander goedere. Dit kan 'n wye reeks grondstowwe of half-verwerkte goedere insluit, asook kapitaalgoedere, soos die toerusting en masjinerie wat gebruik word vir die vervaardiging van 'n eindproduk.

Voorbeelde: masjinerie, vragmotors

#### Dienste

**Persoonlike dienste** Dit behels persoonlike hulp aan 'n kliënt. Die dienste is ontasbaar en verganklik, gemik op die eindverbruiker, en word dikwels deur professionele mense verskaf.

Voorbeelde: dokter, loodgieter, haarkapper

#### Aanvullende of kommersiële dienste

Dit sluit al die dienste in ingevolge waarvan goedere of dienste van die produsente geneem en aan verbruikers gelewer word, en word dikwels deur tussengangers gelewer.

Voorbeelde: vervoer, bankdienste, telekommunikasie

### 2.2 Produkontwikkeling

Vinnige tegnologiese ontwikkeling bring mee dat produkte gou verouderd word.

Produkontwikkeling behels pogings om nuwe produkte te ontwerp, te skep en te bemark, asook om bestaande produkte te verander.

### 2.3 Lewensloop van produkte

Ná die bekendstelling of vrystelling van 'n nuwe produk in die handel, trek dit al meer verbruikers namate die vraag daarna toeneem. Uiteindelik stabiliseer die mark en word die produk volgroeid. Met verloop van tyd kan die produk oorskadu word deur die ontwikkeling en bekendstelling van beter produkte deur mededingers. Die vraag na die produk kan dan daal, wat kan meebring dat dit uiteindelik aan die mark onttrek word. Die tydsduur van elke stadium verskil van produk tot produk. 'n Produk se lewensduur kan in vier fases verdeel word:

#### 2.3.1 Vestigings- of bekendstellingsfase

Die besigheid wil 'n bewusheid van en mark vir die produk skep. Verkope sal laag wees, omdat die besigheid 'n vraag na die produk moet skep aangesien verbruikers onbewus daarvan is of dit nie goed genoeg ken nie.

### 2.3.2 Groeifase

Die besigheid wil 'n handelsmerkvoorkeur bewerkstellig en sy markaandeel verhoog. Verkope neem toe namate meer verbruikers bewus word van die produk, en die besigheid word meer winsgewend.

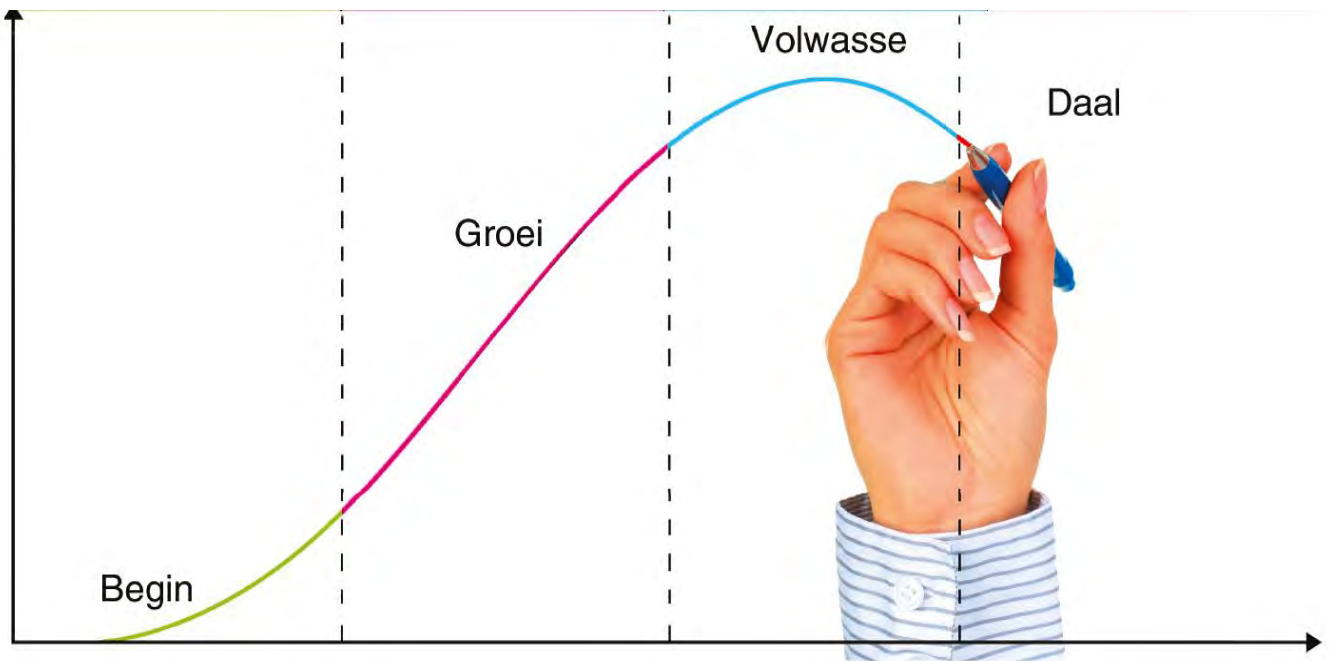
### 2.3.3 Volgroeide fase

Die fase van volgroeidheid is die winsgewendste. In hierdie stadium is die besigheid se hoofdoelwit om sy markaandeel te beskerm en sy winste sover moontlik te verhoog.

### 2.3.4 Dalingsfase

Verkope daal namate die mark 'n versadigingspunt bereik. In hierdie stadium kan die besigheid die volgende doen:

- nuwe produktenmerke byvoeg en nuwe gebruiksmoontlikhede vir die produk ontgin
- die produksiekoste verlaag sodat die produk teen 'n laer verkoopprijs aangebied kan word
- die vervaardiging van die produk staak.



## 2.4 Produkontwerp

Die voortdurende ontwikkeling van nuwe produkte is belangrik om te verseker dat die produkte van nuwe idees beskikbaar is ter vervanging van goedere wat minder gewild of verouderd raak.

### Stap 1

Die eerste stap in produkontwerp behels die **identifisering van verbruikersbehoefes** en die vasstelling van die mate waarin bestaande goedere en dienste in die mark daardie behoeftes vervul.

### Stap 2

**Seleksie en keuring van produkidees.** Sodra verskillende idees gegenereer is, moet elke idee beoordeel en die beste idee gekies word. Die beste idee is nie noodwendig die goedkoopste nie.

### Stap 3

**Ontwerp en toets van die produkidee.** Sodra die beste idee vir die nuwe produk gekies is, moet die ontwerp geskets en in meer besonderhede uitgewerk word. Die ontwerper sal 'n basiese, driedimensionele rekenaarontwerp voorlê met genoeg besonderhede vir die beoordeling van die lewensvatbaarheid van die produk. Dit is die stadium waarin besluit word oor die voortsetting of beëindiging van die proses.

### Stap 4

**Ontleding van die winsgewendheid van die produkonsep.** Hierdie stap sal bepaal of die geld wat in die produkontwikkeling belê word, winste sal oplewer, al dan nie.

### Stap 5

**Ontwerp en toetsing van die fisiese produk.** Indien navorsing bevestig dat die produk winste sal oplewer, word die produkonsep omskep in 'n werklike produk en word die produk vir die eerste keer vervaardig.

### Stap 6

**Die toetsbemarking vir die reaksie van verbruikers** sodat bepaal kan word hoe hulle oor die produk voel. Indien verbruikers ingenome is daarmee, sal dit lei tot 'n besigheidsbesluit om met die produksie daarvan voort te gaan.

## 3.5 Verpakking

Verpakking verwys na die houer of verpakkingsmateriaal waarin 'n produk of aantal produkte aangebied word. Verpakking het meesal die volgende funksies:

- Beskerm die produk fisies
- Bevorder die bemarking van die produk
- Verhinder dat die produk bederf raak
- Voorkom 'n gepeutery of diefstal
- Vergemaklik gebruik of berging
- Vergemaklik produkidentifikasie.

### 3.5.1 Vereistes vir goeie verpakking

- Dit moet opvallend wees en onmiddellik verbruikers se aandag trek
- Dit moet pas by die produk.
- Die ontwerp moet pas by die teikenmark, soos die aanbieding van geriefsgoedere in goedkoop verpakking, byvoorbeeld melk in 'n plastiekbottel.
- Dit moet van mededingende produkte onderskeibaar wees.



'n Sakkie sement met die SABS-goedkeuringstempel

- Dit moet die beeld bevorder wat die besigheid probeer skep.
- Dit moet gepas wees vir uitstaldoeleindes en voldoen aan die vereistes van kleinhandelaars.
- Dit moet omgewingsverantwoordbaar wees.
- Dit moet die inhoud beskerm.
- Dit moet maklik wees om te versprei, te hanteer, te vervoer en te gebruik.

### 3.5.2 Vorms van verpakking

#### Spesialiteitsverpakking

Die soort verpakking is ontwerp vir 'n spesifieke produk en aangepas by die kenmerke daarvan, byvoorbeeld die doelontwerpte houers vir sonbrille of farmaseutiese produkte.

#### Dubbeldoelverpakking

Die verpakking is ontwerp vir hergebruik nadat die inhoud daarvan verbruik is, byvoorbeeld margarienbakkies waarin oorskietkos in 'n koelkas of vrieskas gebêre kan word.

#### Kombinasieverpakking

Twee of meer soortgelyke produkte, of verwante produkte, word saam verpak. Dit is nuttig in die geval van spesiale aanbiedinge of met die bekendstelling van nuwe produkte. Voorbeelde is die gesamentlike verpakking van 'n skeermes en naskeermiddel, asook 'n haarborsel, haarknippe en haarreкке.

#### Kaleidoskopiese verpakking

Dit staan ook bekend as voordurend veranderende verpakking. Die hoofmerk met hierdie verpakking is om 'n verbruikersvraag na die verpakking te bewerstellig, sodat die produk hom daarna as 't ware vanself verkoop. Voorbeelde hiervan is die aanbring op koeldrankblikkies van die landsvlae van deelnemers aan 'n internasionale sporttoernooi, of van die jongste Disney-strokiesprentkarakters op ontbytgraankoshouers.

#### Verpakking vir onmiddellike gebruik, oftewel eenheidsverpakking

Die verpakking word weggegooi nadat die produk verbruik is, byvoorbeeld 'n lekkerpakkie of 'n koeldrankblik.

#### Verpakking vir herverkoping / veeldoelige verpakking

Grootmaatverpakking maak dit vir kleinhandelaars makliker om produkte te hanteer, te berg en te vervoer. Die kleinhandelaar verkoop dit dan in kleiner hoeveelhede, byvoorbeeld 'n houer met 48 sjokoladestafies.

#### Omgewingsvriendelike verpakking

Hierdie verpakking is bioafbreekbaar, maklik herwinbaar en kan maklik hergebruik word. Plastieksakke en -houers is nie omgewingsvriendelik nie, maar papierverpakking is wel. Verpakking moet 'n produk van mededingende produkte onderskei.

### 3.5.3 Handelsmerk

'n Handelsmerk is 'n naam, term, simbool of ontwerp wat gebruik word ter identifisering van 'n produk. 'n

**Handelsnaam** is daardie deel van die handelsmerk wat uitgespreek kan word – woorde, letters of syfers. 'n

**Handelsmerkteken** is die element wat nie uit woorde bestaan nie, en behels gewoonlik 'n simbool of ontwerp. Wanneer 'n nuwe produk in die handel bekend gestel word, sal verbruikers dit nie gebruik alvorens hulle meer oor die produkte te wete gekom het nie. Bemerkers kan gratis produkmonsters uitdeel om kliënte aan te moedig om die nuwe produk te gebruik. Daar is drie fases in handelsmerkaanvaarding.



### **Fase 1 Handelsmerkerkenning**

Wanneer verbruikers in staat is om die produk te identifiseer, het die bemark die eerste tree na handelsmerkaanvaarding gevorder.

### **Fase 2 Handelsmerkaanvaarding**

Wanneer 'n verbruiker vra na 'n spesifieke handelsmerk, word dit beskou as handelsmerkaanvaarding. Indien die handelsmerk egter nie beskikbaar is nie, sal die verbruiker 'n ander handelsmerk koop.

### **Fase 3 Handelsmerkaandrag**

Wanneer verbruikers nie bereid is om 'n ander handelsmerk te koop as dié wat hulle verlang nie, word dit beskou as handelsmerkaandrag. Alle besighede se einddoel is dat daar onder die verbruikers van hul produkte 'n handelsmerkaandrag moet ontstaan, aangesien verbruikers in daardie stadium geen alternatiewe handelsmerke sal aanvaar nie. Dit besorg aan die besigheid 'n mededingsvoordeel bo ander besighede.

### **3.5.4 Handelsmerke**

'n Handelsmerk kan bestaan uit woorde, syfers, sketse, tekens, simbole, kleure, of kombinasies daarvan. Dit identifiseer die goedere of dienste van die handelsmerkeienaar. Dit verleen ook beskerming aan die handelsmerkeienaar deurdat dit aan hom of haar die eksklusiewe gebruiksreg verleen vir die identifisering van die produkte of dienste, of vir die magtiging aan andere om dit teen betaling te gebruik. 'n Handelsmerk kan 'n handelsnaam, slagspreuk, logo of spesifieke ontwerp, of 'n kombinasie daarvan insluit, byvoorbeeld:

- Handelsnaam: Coca Cola, Spur of Nike
- Slagspreuk: 'Let your fingers do the walking.'
- Logo: MacDonald's of Nike
- Spesifieke ontwerp: Coca Cola-bottel
- Kleur: Edgar se rooi vierkant, Coca Cola se rooi blikkies

### **Vervaardiger se handelsmerk**

Die vervaardiger bemark al sy produkte onder een handelsnaam, byvoorbeeld Nestlé se Nestlé-sjokolades, Nestlé-warmsjokolade, Nestlé-koffie

### **Individuele handelsnaam**

Die vervaardiger gee elk van sy produkte 'n individule handelsnaam, byvoorbeeld Volkswagen Golf, Jetta, Polo en Passat.

### **Generiese handelsmerk**

Dit behels produkte wat nie die maatskappynaam of ander identifiserende terme as handelsnaam het nie, byvoorbeeld Vaseline. Hierteenoor is Elastoplast 'n handelsnaam vir Johnson & Johnson's se reeks kleefverbande en -pleisters, asook verwante produkte.

### **Kleinhandelaar se handelsmerk**

Die kleinhandelaar bemark, onder sy eie naam, die vervaardiger se produk, byvoorbeeld Woolworths, Pick n Pay.

### **3.5.5 Belangrikheid van handelsmerke**

Die handelsmerk verteenwoordig die vertrekpunt vir die advertering van die besigheid en sy produkte. Dit is 'n belangrike bate vir die besigheid.

Die besigheid kan sy produkreeks uitbrei omdat dit maklik is om produkte onder die vaandel van 'n bekende en gewilde handelsmerk te bemark.

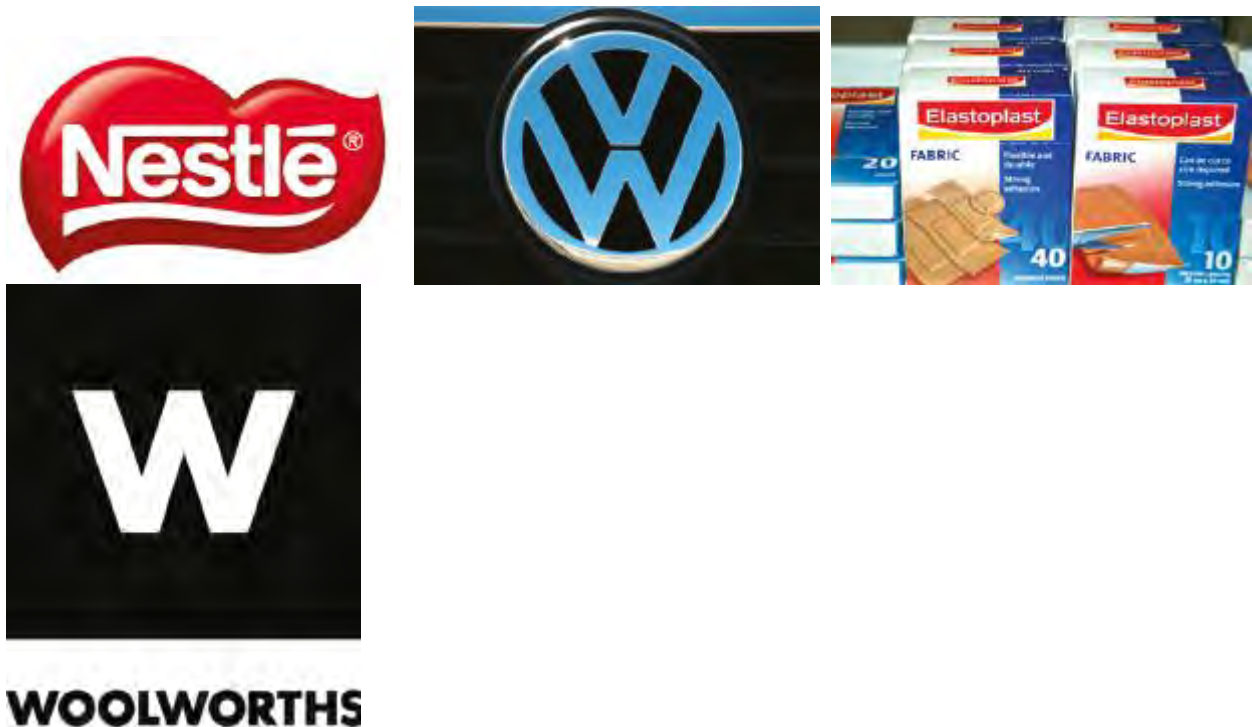
'n Handelsmerk kan 'n kooptransaksie bespoedig en verkope verhoog.

'n Handelsmerk skep lojaliteit onder verbruikers en maak dit vir die verbruiker moeilik om plaasvervangers te kies.

'n Handelsmerk skep 'n beeld van 'n produk wat verbruikers se vertroue inboesem.

### 3.5.6 Registrasie van handelsmerke

Handelsmerke kan slegs beskerm word indien hulle geregistreer is ingevolge die vereistes van die Wet op Handelsmerke. Dit word gedoen om seker te maak dat slegs 'n bepaalde besigheid die handelsmerk gebruik. Die regte van die eienaars van handelsmerke word vir 'n sekere tydperk beskerm. Daarna kan die registrasie van die handelsmerk hernieu word. Die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (CIPC) administreer die Register van Handelsmerke, wat die rekord is van al die handelsmerke ten aansien waarvan aansoek gedoen is om registrasie en wat inderdaad in Suid-Afrika geregistreer is.



## 4 Distribusiebeleid

Distribusie of verspreiding behels die roete wat 'n produk volg vanaf die produksietydstip tot dat dit aan die eindverbruiker verkoop word. Die roete staan bekend as die **distribusiekanaal**.

### 4.1 Distribusiekanaale

'n Produsent of vervaardiger kan besluit om die produk regstreeks aan die eindverbruiker te versprei, of om tussengangers te gebruik om met die distribusiefunksie te help.

#### 4.1.1 Tussengangers

Tussengangers kan sommige van of al die volgende insluit:

**Groothandelaars** koop produkte in grootmaat (groot hoeveelhede) van die vervaardiger en berg hulle in pakhuis. Vervolgens verkoop hulle hierdie produkte in kleiner hoeveelhede, gewoonlik aan kleinhandelaars. Voorbeelde is Makro en Cash & Carry.

**Agente** tree op as verteenwoordigers van vervaardigers en groothandelaars en neem die eienaarskap van die produkte nie. Hulle verdien kommissie op verkope. Voorbeelde is Tupperware, Honey-juweliersware en Justine-skoonheidsprodukte.

**Makelaars** is verkooptussengangers wat ook nie eienaarskap van die produkte neem nie. Hulle hoofdoel is om te onderhandel in markte waarin daar slegs enkele kopers of verkopers is. Hulle spesialiseer gewoonlik in 'n bepaalde produk, gebied, provinsie of land. Voorbeelde is versekeringsmakelaars, wolmakelaars en aandelemakelaars.

**Kleinhandelaars** vorm die laaste skakel in die distribusieproses aangesien hulle goedere in taamlike groot hoeveelhede van vervaardigers of groothandelaars koop, en hulle dan in kleiner hoeveelhede aan verbruikers verkoop. Voorbeelde is Pick n Pay, Edgars en CNA.

#### 4.1.2 Direkte verkoping

Direkte verkoping vind plaas wanneer die produsent produkte direk aan verbruikers bemark en verkoop, en geen tussengangers betrek word nie. Hierdie produsente verkies om volle beheer

oor die verspreiding van hul produkte te behou. Redes waarom 'n produsent kan verkies om 'n direkte verkooproete sonder tussengangers te volg, sluit in:

- Die vervaardiger verkies om self met die verbruiker te onderhandel omdat dit vir die vervaardiger nodig is om die produk te demonstree, of naverkoopdienste te verskaf.
- Tussengangers mag ongeneë wees om die vervaardiger se goedere te versprei.
- Geen aanvullende dienste, soos vervoer, versekering, berging, hersortering van produkte of finansiering, word deur tussengangers aangebied nie.
- Tussengangers kan nie die produk vinnig genoeg aan die verbruiker lewer nie, aangesien die produk bederfbaar mag wees.
- Kleinhandelaars en verbruikers verkies dat die vervaardiger direk aan hulle lewer omdat die produkte dan goedkoper sal wees.
- Die vervaardiger wil nie hê tussengangers moet in die winste deel nie.

#### 4.1.3 Indirekte verkoping

Indirekte verkoping vind plaas wanneer die vervaardiger tussengangers gebruik, soos groothandelaars, agente, makelaars en kleinhandelaars. Onder die redes waarom 'n vervaardiger mag verkies om tussengangers te gebruik vir die verkoping van produkte, is die volgende:

- Die vervaardiger het moontlik nie genoeg geld om te betaal vir die distribusie van die produkte nie.
- Die vervaardiger het geen kennis van produkverspreiding nie.

- Die vervaardiger kan die kapitaal gebruik wat gespaar word deur nie as verspreider op te tree nie.
- Talle vervaardigers het nie genoeg verwante produkte om die inspanning en koste verbonde aan die verspreiding van hul produkte deur hulleself te regverdig nie.
- 'n Geografies-verspreide teikenmark maak van verspreiding 'n duur proses. Om die verspreidingskoste laag te hou, kan dit beter wees om tussengangers te gebruik wat ook ander produkte versprei.
- Talle vervaardigers kan nie die nodige aanvullende dienste verskaf nie.





## 5 Promosie- of kommunikasiebeleid

Die bemarkingsbestuurder se werk is om die teikenmark in te lig dat die produk beskikbaar is. Die **regte produk** moet beskikbaar gemaak word op die **regte plek** en teen die **regte prys**. Wanneer verbruikers ingelig word oor die produk, staan dit bekend as **bemarkingskommunikasie** of **afsetbevordering**. Bemarkingskommunikasie het vier komponente:

### 5.1 Afsetbevordering

Afsetbevordering is enige inisiatief wat deur 'n instelling onderneem word om verhoogde verkope te bewerkstellig. Dit behels bemarkingsaktiwiteite soos:

**Koop-Een-Kry-Een-Gratis** – Clicks, byvoorbeeld, bied aan verbruikers die geleentheid om een produk te koop en terselfdertyd een gratis te ontvang.

**Nuwe tegnologiese media** – Dit sluit in webtuistes en selfone ter ondersteuning van afsetbevordering. Nestlé, byvoorbeeld, druk individuele kodes op die verpakking van KIT-KAT en verbruikers stuur die kodes deur na 'n dinamiese webwerf om te sien of hulle 'n prys gewen het. Verbruikers kan ook die kodes met hul selfone deurstuur.

**Gratis geskenke** – Sommige vervaardigers van skoonheidsmiddele verskaf gratis geskenke aan verbruikers wat hul produkte koop.

**Afslagpryse** – Mango-lugdiens stuur die jongste laekoste-aanbiedings per e-pos aan verbruikers sodra nuwe vlugte of aanvullende bestemmings bekend gemaak word.

**Gesamentlike promosies** – Kitskosrestaurante bied dikwels verkopingspromosies aan waar speelgoed wat met 'n bepaalde flik verband hou, saam met die promosie-etes aan verbruikers verskaf word.

**Gratis monsters** – Dis sluit die geleentheid in om monsters van eet- en drinkgoed in supermarkte te proe.

**Afslagbewyse en koepons** – Dit word dikwels in koerante gepubliseer.

**Kompetisies en prystrekkings** – Dit word in koerante en tydskrifte, oor die radio, op televisie en die internet aangebied.

**Saakverwante produkte** en produkte ter bevordering van billike handel, wat bestem is om geld te in vir liefdadigheidsinstellings en mindergegoede boere en produsente, word al hoe meer gewild. 'n Voorbeeld is Woolworths se MySchool-kaart, ingevolge waarvan 'n persentasie van die opbrengs uit verkope vir opvoedkundige doeleindes geskenk word.

**Finansieringstransaksies** – Sommige motorhandelaars bied finansiering op geselekteerde motors aan teen 0% rente aan oor 'n termyn van drie jaar.

Baie van die voorbeelde hierbo is toegespits op die verbruiker, maar hulle kan tegelyk gerig wees op groothandelaars en verspreiders.

### 5.2 Advertering

Verbruikers kom daagliks advertensies teë wanneer hulle televisie kyk, koerante of tydskrifte lees, radio luister, of webtuistes besoek. Advertering oorreed mense om sekere produkte te koop en bring ook die geadverteerde produkte onder verbruikers se aandag.

#### 5.2.1 Metodes van advertering

- Gedrukte media – Koerante, tydskrifte, strooibiljette, brosjures, telefoongidse.
- Buitemuurse advertering – Baniere, plakkate, reklameborde, vullisblikke, driedimensionele advertensies
- Mobiele advertering – Advertensies op taxi's, busse, afleweringvoertuie, en handelsvoertuie

- Advertering in die uitsaaiwese – Televisie en radio
- Advertering by tentoonstellings – Aanbiedings by skoue en uitstillings
- Advertering deur borgskappe – Die ondersteuning van maatskaplike en omgewingsprojekte, die uitdeel van gratis T-hemde en pette met besigheidslogo's
- Aanlynadvertering – Gebruik van internet-webtuistes, e-pos.

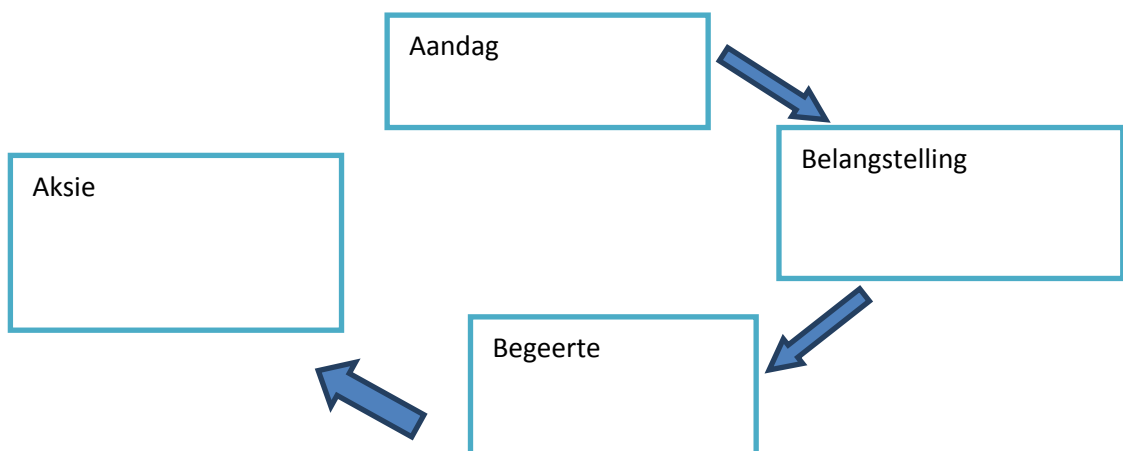
### 5.2.2 Beginsels van advertering

Daar is verskeie beginsels wat besighede moet oorweeg wanneer hulle adverteer:

- Die bemarker moet beskik oor al die feite aangaande die produk en sy unieke eienskappe, alvorens 'n advertensieveldtog beplan word. Die verseker dat die kenmerke van die produk waarheidsgetrou geadverteer word.
- Waar 'n produk deel is van 'n bestaande handelsmerk, moet die verbintenis gebruik word om kliënte te help om die besigheid of die handelsmerk te herken. Virgin, byvoorbeeld, moet die groepsverwantskap van Virgin Lugdiens, Virgin Gimnasiums, Virgin Krediet en Virgin Selfoonnetwerk adverteer.
- Die besigheid behoort die **AIDA**-beginsel te volg wanneer 'n advertensie geskep word.
- Die advertensie moet 'n ontwerp of logo bevat wat die aandag sal trek, of 'n aansteeklike deuntjie, sodat verbruikers dit sal onthou.
- Besighede moet die korrekte medium kies vir hul advertering. Velprodukte vir tieners, byvoorbeeld, behoort geadverteer te word in tydskrifte wat op die tienermark gerig is.
- Die mees kostedoeltreffende advertensiemetode moet gebruik word. Adverteringskoste moet binne die begroting gehou word. Besighede moet verseker dat geadverteerde goedere van goeie gehalte is, en dat die korrekte inligting in die advertensie verskaf word. Dit sal die reputasie van die besigheid skaad indien goedere van 'n swak gehalte geadverteer word, of indien onjuiste inligting in advertensies verskaf word.
- Mededingers moet nooit in 'n advertensie gekritiseer word nie. Dit is oneties en onwettig.

### 5.2.3 Vereistes vir 'n goeie advertensie ooreenkomstig die AIDA-beginsel

Die oogmerk van advertering is om die teikengroep in te lig, oor te haal, en te herinner om 'n spesifieke handeling uit te voer. Alle advertensies moet die aandag trek en dit lank genoeg hou om 'n begeerte aan die produk te stimuleer, en moet uiteindelik die potensiële verbruiker sover bring om 'n seker aksie uit te voer. **AIDA staan vir Aandag, Belangstelling, Begeerte, Aksie (oftewel Attention, Interest, Desire, Action).**



Die stappe in die skepping van 'n goeie advertensie is die volgende:

### **STAP 1 MARKNAVORSING**

Identifiseer die teikenmark waarop die advertensie toegespits moet wees, met ander woorde die potensiële kopers van die produk. Doen navorsing oor mededingers en hul produkte.

### **STAP 2 DOELWITTE**

Definieer doelwitte wat duidelik, eksak en meetbaar is, byvoorbeeld, verkope en/of die verhoging van produk- en handelsmerkbewustheid.

### **STAP 3 BEGROTING**

Bepaal hoeveel geld vir die advertensieveldtog beskikbaar is.

### **STAP 4 KEUSE VAN MEDIA**

Spesifiseer die medium (tydskrifte, radio, televisie, koerante, internet). Oorweeg die volgende:

- Wat is die tariewe wat gehef word?
- Hoeveel plek, en luister- of kyktyd is beskikbaar?
- Sal die gekose advertensiemedium die teikenmark bereik?
- Sal die aard en inhoud van die boodskap gepas wees?

### **STAP 5 DIE ADVERTENSIE OOREENKOMSTIG DIE AIDA-BEGINSEL**

Die inhoud van die advertensie moet die volgende insluit:

- 'n opskrif wat die aandag trek
- verduidelikende inligting.

Die ontwerp van die advertensie moet die volgende insluit:

- 'n uitleg wat die aandag trek
- 'n kunswerk wat gepas is vir die gekose medium.

### **STAP 6 BEGIN VAN DIE MEDIAVELDTOG**

Die verbruiker sien die veldtog.

### **STAP 7 VERSKAFFING VAN DIE GOEDERE AAN AFSETPUNTE**

Die verbruiker koop die produk.

### **STAP 8 BEOORDELING VAN DIE VELDTOG**

Ondersoek die sukses van die veldtog. Die volgende metodes kan gebruik word om die uitslag daarvan te bepaal:

- Vra die verbruikers – Dit kan gedoen word deur besigheidspersoneel by afsetpunte te plaas om navrae te doen.
- Ingeboude terugvoerinstrumente – Dit sluit koepons in wat deur verbruikers voltooi en aan die adverteerder teruggestuur kan word.
- Aantal kliënte – Stel vas hoeveel kliënte die afsetpunt besoek het nadat die advertensieveldtog 'n aanvang geneem het.
- Verkoopsyfers – Verkoopsyfers kan vergelyk word met die syfers voordat die advertensieveldtog begin is.

#### **5.2.4 Etiek van advertering**

Die volgende advertensiepraktyke word as oneties beskou:

- Misleidende advertering, soos wanneer 'n besigheid onwaar stellings maak of tersake inligting weerhou in 'n poging om mense sover te kry om die produk of diens te koop. Wanneer 'n aanbod van 'koop-een-kry-een-gratis' aan verbruikers gedoen word, is dit oneties om die koste van die gratis item te verhaal deur die produkprys te verdubbel.
- Negatiewe advertering kom voor wanneer 'n besigheid die tekortkominge van 'n mededinger se produkte uitwys of leuens versprei oor 'n mededinger se produk.
- Die toepassing van druk op verbruikers om luukse-goedere te koop kan skynbehoefte wek en verbruikers se finansiële posisie benadeel.
- Advertering mag nie enige vorm van diskriminasie of die aantasting van menswaardigheid behels nie.

## 6 Publisiteit

Publisiteit is 'n vorm van kommunikasie wat 'n besigheid gratis ontvang, maar die besigheid het geen beheer oor die inhoud van die boodskap nie.

Die waarde van die publisiteit sluit die volgende in:

- Dit het groter geloofwaardigheid deurdat dit deur 'n derde party gerapporteer word.
- Dit is gratis, en daar is geen verwante kostes vir media, spasie of tyd nie.
- 'n Onderneming kan, indien nodig, vinnig daarop reageer deur die uitreiking van 'n verklaring aan die nuusmedia.
- Dit feit dat dit aangebied word as nuus, verhoog die waarskynlikheid dat verbruikers daaraan aandag sal gee.

## 7 Persoonlike verkope

Persoonlike verkope is betaalde persoonlike kommunikasie wat daarop gemik is om kliënte in te lig en te oorreed om bepaalde produkte of dienste te koop.

Suksesvolle verkope hang af van die volgende beginsels:

- Wees opreg en luister na die kliënte om kennis te neem van hul behoeftes en begeertes.
- Wees passievol oor die produk en openbaar vertrouwe daarin.
- Werk voortdurend aan die verbetering van jou verkoops- en kommunikasievaardighede.
- Stel vrae en luister aandagtig voordat jy weer praat.
- Alle mense verskil en daarom moet kliënte almal verskillend benader word.



'n Informele handelaar het net 'n spasie nodig om sy produkte uit te stal.

## 8 Prysbeleid

### 8.1 Belangrikheid van prysvasstelling

Pryvasstelling is een van die belangrikste aspekte van die bemarkingsmengsel. Die prys van die produk kan die sukses of mislukking daarvan meebring en moet daarom korrek bepaal word sodat dit 'n wins sal genereer.

Die prys van 'n item word bepaal deur die hoeveelheid verkope aan kliënte en die hoeveelheid wins wat op elke verkoopte produk gemaak word.

#### 8.1.2 Pryvasstellingstegnieke

'n Besigheid kan, om verskeie redes, verskillende prysvasstellingstegnieke gebruik, byvoorbeeld:

- Toetrede tot 'n nuwe mark
- Verhoging van 'n markaandeel
- Poging om winste te verhoog
- Versekering dat koste verhaal en 'n vasgestelde wins behaal word.

#### 8.1.3 Pryvasstelling

Die volgende stappe word gedoen wanneer bemarkers pryse vasstel:

##### Vasstelling van die kosprys

- Produksiekoste bepaal die laagste prys wat 'n besigheid vir 'n produk kan vra. Die verkoopprijs moet hoër wees as die kosprys sodat 'n wins gemaak kan word.

##### Vasstelling van die markprys

- Die markprys is die prys wat verbruikers bereid is om vir die produk te betaal.

##### Vasstelling van die teikenprys

- Bepaal die verkoopprijs met inagneming van die pryse van mededingers.

##### Vasstelling van die finale prys (verkoopprijs)

- Die finale prys is die prys waarteen die produk aan kopers beskikbaar gemaak word.

#### 8.1.4 Faktore wat prysvasstelling beïnvloed

Daar is talle faktore wat die prys van 'n produk of diens kan beïnvloed.

##### Monopolie

Dit is 'n mark waarin 'n enkele onderneming of groep ondernemings die hele mark, of byna die hele mark, vir 'n bepaalde produk of diens besit. 'n Monopolie word gekenmerk deur die afwesigheid van mededinging, wat dikwels lei tot hoër pryse en swakker produkte of dienste. Eskom is 'n voorbeeld van 'n monopolie.

##### Oligopolie

Dit is 'n mark wat beheer word deur 'n klein groepie besighede. In 'n oligopolie is daar minstens twee besighede wat die mark beheer en elkeen kan besluit oor sy eie pryse. Voorbeelde is Telkom en Neotel, en die SABC en M-Net.

##### Monopolistiese mededinging

Dit is 'n mark waarin een verkoper die mark oorheers of lei, selfs al is daar ander verkopers wat dieselfde of soortgelyke produkte of dienste verkoop. Verbruikers is dikwels lojaal teenoor een vervaardiger se handelsmerk. Dit is kenmerkend van die kitskosbedryf, waarin alle dienste basies dieselfde is, maar verskillend bemark word. Die persepsie bestaan dus dat sommige kitskoseetplekke beter moet wees as andere. Nog 'n voorbeeld is jeans soos Levi.

### **Volmaakte mededinging**

In 'n mark van volmaakte mededinging is daar talle kopers, en verkopers se pryse word bepaal deur vraag en aanbod. Voorbeelde is die tweehandse motorhandel, en die verkoop van groente, brood en melk.

### **Aard van aanvraag en verbruikersgedrag**

Voordat 'n prys vir die produk bepaal word, moet die bemarker die verhouding tussen die prys en die vraag na die produk vasstel. Die bemarker moet die pryselastisiteit van vraag bepaal. Dit dui aan hoe sensitief die vraag is vir veranderinge in die prys. Die vraag na lewensnoodsaaklikhede, soos brood en melk, is onelasties. 'n Prysverandering sal nie verkoopvolumes beïnvloed nie, omdat die koper geen ander keuse het nie as om die goedere vir oorlewing te koop nie. Die vraag na luukse-goedere, soos juweliersware, is elasties, wat beteken dat kopers nie die produk sal koop indien die prys te hoog is nie.

### **Beskikbaarheid van vervangingsprodukte**

Die beskikbaarheid van goedkoper vervangingsprodukte kan meebring dat verbruikers eerder daardie vervangingsprodukte koop. Indien die prys van botter, byvoorbeeld, drasties verhoog word, kan verbruikers besluit om eerder margarien te koop omdat dit goedkoper is.

### **Rigprys van produkte**

Wanneer die regering besluit om produkpryse vas te stel, kan besighede nie die prys verander en meer of minder vra as die geregleerde prys nie. Die kleinhandelwinstmarge op petrol in Suid-Afrika, byvoorbeeld, word deur die regering vasgestel.

### **Normale handelspraktyke, soos die toestaan van kortings**

Dit is in sommige nywerhede normale handelspraktyk vir besighede om kortings toe te staan.

### **Kontantkortings**

Die besigheid verleen byvoorbeeld 'n korting van 10% in die geval van kontantverkope.

### **Seisoenale kortings**

Verbruikers wat goedere of dienste buitenstyd koop ontvang 'n korting. 'n Klerehandelaar, byvoorbeeld, kan wintervoorraad aan die begin van die somerseisoen teen afslagpryse verkoop.

### **Grootmaatkortings**

Verbruikers wat produkte in groot hoeveelhede koop, ontvang dikwels kortings, wat beteken dat hulle die produkte teen 'n laer prys per eenheid bekom.

### **Handelskorting**

Dit is 'n korting wat gewoonlik aan tussengangers in dieselfde bedryf toegestaan word. 'n Vervaardiger kan byvoorbeeld 'n handelskorting toestaan aan 'n spesifieke groothandelaar wanneer laasgenoemde by die vervaardiger koop.

### **Houding van verspreiders**

Vervaardigers wat die dienste van verspreiders, soos groothandelaars of kleinhandelaars, gebruik om hul produkte te bemark, moet bedag wees op die verspreider se reaksie wanneer die prys vasgestel word. Die verspreider kan afgeskrik word indien die prys te hoog is of te laag daal.

### **Produksie- en verspreidingskoste**

Die verkoopprijs moet sodanig wees dat dit die produksie- en die verspreidingskoste van die produk, soos vervoer, berging en versekering, dek.

## **8.1.5 Prysaanpassings**

Redes vir prysaanpassings sluit in:

- Die koste van produksie of verspreiding kon verhoog het weens 'n verhoging in die prys van brandstof, elektrisiteit of werkerslone.
- 'n Nuwe produk of diens van 'n mededinger kom op die mark, of 'n vervangingsproduk of -diens word beskikbaar gestel.



## 9 Bemarking in die formele en informele sektor

Die informele sektor skep moontlikhede vir die vestiging van klein ondernemings en werkskepping. Talle besighede begin in die informele sektor en ontwikkel tot groot besighede wat in die formele sektor sake doen.

### 9.1 Beskrywing van die formele sektor

Hierdie besighede word geregistreer by die Suid-Afrikaanse Inkomstediens (SAID). Hulle moet inkomstebelasting betaal op hul winste en, ingevolge die lopende betaalstelsel (LBS), die belasting oorbetal wat hulle van werknemers verhaal het.

### 9.2 Bemarking in die formele sektor

- Doeltreffende bemarking is deurslaggewend vir die sukses van besighede in die formele sektor.
- Dit moet in ooreenstemming wees met die tersake reëls en wetgewing wat deur die regering uitgevaardig is. Die Wet op Verbruikersbeskerming, 68 van 2008, byvoorbeeld, beskerm verbruikers teen onbillike of misleidende advertering en bemarkingspraktyke, en die Wet op Mededinging, 89 van 1998, reguleer mededinging tussen besighede.
- Besighede in die formele sektor moet kennis neem van regulasies aangaande bemarking en advertering, soos neergelê deur onafhanklike instellings soos die Suid-Afrikaanse Gesagsowerheid vir Advertensiestandaarde.

### 9.3 Beskrywing van die informele sektor

- Die informele sektor sluit alle besighede in wat nie aan inkomstebelasting onderworpe is nie, nie deur die regering gemoniteer word nie, en ook nie in enige berekening van die bruto binnelandse produk (BBP) ingesluit word nie.
- Voorbeelde sluit in straatventers, smouse, sjebeens, taxibestuurders, tuisnywerhede en spazawinkels.
- Die informele sektor behels klein besighede wat lae kapitaalinvestering vereis.
- Dit is maklik en goedkoop om sulke besighede te begin omdat geen rekordhouding nodig is en geen belasting aan die regering betaal word nie.
- Eienaars het gewoonlik nie formele opleiding nodig in die bestuur van 'n besigheid nie, hoewel 'n mate van opleiding voordelig kan wees.

#### Voordele

- Die eienaars van informele besighede doen waardevolle sakekennis op deur hul bestuurservaring.
- Dit bied 'n mense wat voorheen werkloos was die geleentheid om 'n inkomste te verdien en selfversorgend te word. Namate die besigheid groei, kan ander mense ook in diens geneem word. Dit kan misdadigheid verminder.
- Die vestigingskoste is laag en goedkoop strukture word gewoonlik gebruik omdat diesulkes dikwels net 'n klein tafeltjie en 'n sambreel benodig. Dit beteken dat die kapitale behoeftes min is.
- Dit bring die vryemarkstelsel na plekke waar besigheid vry van staatsinmenging geskied.

## Nadele

- Soms is die fisiese markte wat vir die informele handelaar vir die verkoop van goedere of dienste beskikbaar is, swak ontwikkel.
- Die gebrek aan sakepersele en toereikende infrastruktuur, soos bergingsgeriewe, vervoer, water en elektrisiteit.
- Beperkte toeganklikheid tot finansiering deur finansiële instellings.
- Persoonlike inkomstebelasting word nie betaal nie, met die gevolg dat die staat belastinginkomste verbeur.
- Die informele sektor kan onwettige bedrywighede insluit, wat die gemeenskap skaad.
- Die gehalte van produkte en dienste is nie altyd goed nie.
- Dit is vir verbruikers moeilik om hul geld terug te eis indien die produk foutief is of indien hulle ontevrede is met die gehalte daarvan.
- Daar is heelwat mededinging tussen informele handelaars wat dieselfde of soortgelyke goedere in dieselfde omgewing verkoop.

## 10 Gebruik van tegnologie vir bemarking

### 10.1 Elektroniese bemarking

Elektroniese bemarking of e-bemarking behels die gebruik van die elektroniese media vir die bemarking van produkte of dienste deur gebruikmaking van die internet. Die beskikbaarheid van die Wêreldwye Web (WWW) en kredietkaarte maak van verbruikers potensieële internet-kopers (e-kopers).

#### 10.1.1 Aanlyn- elektroniese bemarking

- Internet. Besighede gebruik die internet, Wêreldwye Web, en 'n reeks elektroniese produkte soos rekenaars en mobiele fone (sel-, smart- en i-fone) om aanlyn te adverteer. Talle besighede het hul eie webtuistes om met die publiek te kommunikeer, terwyl andere by wyse van e-pos adverteer.
- Sosiale mediabemarking of sosiale media optimalisering (SMO), deur gebruikmaking van sosiale netwerke soos Facebook en Twitter, is 'n goedkoop metode vir bemarkingsveldtogte.
- Videobemarking deur die gebruik van video-insetsels op, byvoorbeeld, YouTube.
- Blog-bemarking deur die gebruik van web-blogs. Besighede plaas daagliks of weekliks blogs waartoe die publiek toegang kan kry.

#### 10.1.2 Nie-gekoppelde elektroniese bemarking

- Digitale reklameborde vertoon boodskappe wat buitemuurs op openbare plekke vertoon word, soos langs snelweë of teen geboumure. Dit kan digitaal wees, wat beteken dat die beelde deur rekenaars gegeneer word op groot LCD/LED-vertoonskerms. Dit is aanpasbaar en die boodskap kan maklik verander word.
- Advertering binne afsetpunte staan ook bekend as winkelbesoeker-bemarking. Digitale media soos videoskerms, digitale kennisgewings, en rakpraters word in winkels gebruik om produkte en dienste te adverteer.

### 10.2 Buitelandse bemarking

Buitelandse bemarking is bemarking aan mense of besighede buite die binnelandse mark. Geen land is selfonderhoudend en het al die grondstowwe en produkte wat hy benodig nie. Lande wat meer goedere produseer as wat hulle gebruik, sal daardie goedere na ander lande uitvoer.

#### 10.2.1 Invoer

Invoer beteken dat Suid-Afrikaanse individue of besighede goedere en dienste van individue of besighede in ander lande aankoop.

#### 10.2.2 Uitvoer

Uitvoer geskied wanneer Suid-Afrikaanse individue of besighede goedere en dienste aan individue of besighede in ander lande verkoop. Die staat verskaf geldelike bystand aan besighede wat wil uitvoer en doen dit in die vorm van uitvoersubsidies soos belastingkortings, of terugbetalings op die invoerheffings op grondstowwe of halfverwerkte goedere wat vir die vervaardiging van eindprodukte benodig word. Uitvoersubsidies verlaag besighede se kostes, wat meebring dat produkte uiteindelik in die buiteland teen laer pryse bemark kan word.

#### 10.2.3 Stroomlyning van buitelandse bemarking en die produksiefunksie

Die bemarkings- en produksiefunksie moet in ooreenstemming gebring word om te verseker dat die regte hoeveelhede van die produk, van die regte gehalte, op die regte tyd geproduseer word en op die regte tyd vir die oorsese mark beskikbaar is.

### Stelsels

Bemarking skep 'n vraag na produkte en sodra die mark gevestig is, besluit die besigheid oor die hoeveelheid en gehalte van die produkte wat vervaardig word, asook oor die produksieproses wat gebruik moet word. 'n Produksiestelsel soos massaproduksie kan slegs gebruik word indien daar 'n stabiele of volgehoue vraag na 'n produk is.

### Beplanning

Die besigheid moet bepaal of die uitvoer na buitelandse markte winsgewend sal wees, voordat hy besluit om produksie te verhoog en sy produksiebeplanning aan te pas.

### Veiligheid

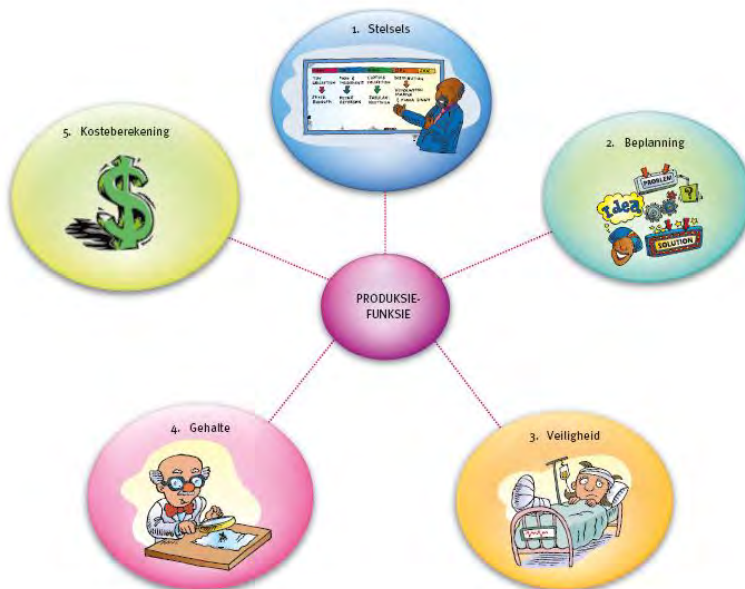
Sommige lande het baie streng gesondheids- en veiligheidsregulasies en sal nie by fabriekkoop waar werknemers in onveilige of swak werkomstandighede verkeer nie. Fabriek moet ook bewys lewer dat hul bedrywighede nie die omgewing besoedel of skaad nie.

### Gehalte

Besighede wat uitvoer, sal moontlik hul produkte moet aanpas om te voldoen aan buitelandse veiligheids- en sekuriteitstandaarde, asook ander invoerbepelings. Produk aanpassings mag nodig wees om te voldoen aan die invoerland se etiketterings- of verpakkingsvereistes.

### Kosteberekening

Die toetreding tot buitelandse markte kan lei tot die vervaardiging van meer produkte, en die besigheid kan voordeel trek uit skaalbesparing, wat die kostevoordeel is wat 'n besigheid deur uitbreiding verkry. Die eenheidskoste neem gewoonlik af, wat beteken dat produkte verkoop kan word teen 'n laer prys, of dat groter winste gemaak kan word.



## Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Wat word bedoel met die term 'bemarking'. (8)
2. Beskryf die vyf kenmerke van bemarkingsbeleid. Gee voorbeelde in jou antwoord. (5)
3. Definieer 'n handelsmerk. (6)
4. Definieer verspreidingskanale. (6)
5. Bespreek vyf voorbeelde van afsetbevorderingstegnieke wat op verbruikers gemik is. (25)
6. Beoordeel vyf advertensie-oogmerke. Gee gepaste voorbeelde. (25)
7. Hoekom is prysvasstelling belangrik? (10)
8. Glen Tee het onlangs vingerpoppe by hul teepakkies ingesluit. Hierdie soort verpakking is 'n voorbeeld van:  
A spesialiteitsverpakking  
B dubbelgebruikverpakking  
C kombinasieverpakking  
D kaleidoskopiese verpakking (2)
9. Noem TWEE onetiese adverteringspraktyke wat 'n besigheid in die adverterings van sy produkte moet vermy. (8)
10. Beskryf kortlike DRIE vereistes vir goeie verpakking. (6)

## Antwoorde op vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Die bemarkingsfunksie oorbrug die gaping tussen die produsent of vervaardiger en die verbruiker. √√ Bemarking behels die regte produk√√ teen die regte prys√√ gepaard met die regte promosie daarvan. √√ (8)
2. Bemarkingsbeleid moet omvattende navorsing insluit√√ om te verseker dat die vier p's van prys,√√ plek,√√ produk,√√ en promosie√√ korrek benader word. (6)
3. 'n Handelsmerk bestaan uit woorde, syfers, sketse, tekens, simbole, kleure, of kombinasies daarvan.√√ Dit identifiseer die goedere of dienste van die eienaar van die handelsmerk√√ en verleen beskerming aan sodanige eienaar deur die verlening van die eksklusiewe reg om die handelsmerk te gebruik ter identifisering van die goedere of dienste,√√ of die magtiging van andere om dit, in ruil vir betaling, ook te gebruik.√√ 'n Handelsmerk kan 'n handelsnaam, 'n slagspreuk, 'n logo, of 'n spesifieke vorm insluit, of 'n kombinasie daarvan wees.√√ ( 3 x 2 = 6)
4. 'n Distribusie- of verspreidingskanaal is die roete wat 'n produk volg vanaf die produksie daarvan totdat dit aan die eindverbruiker verkoop word.√√√√√√ (6)
5. Koop-Een-Kry-Een-Gratis-aanbiedinge, soos van Clicks,√√√√ nuwe tegnologiese media, soos kodes op KIT-KAT verpakking,√√√√ gratis produkte, soos verskaf deur vervaardigers van skoonheidsprodukte,√√√√ afslagpryse, soos van Mango,√√√√ gesamentlike promosies, soos met etes in kitskosrestaurant, √√√√ gratis monsters, soos eet- en drinkgoed,√√√√ afslagbewyse en koepos, soos gepubliseer in koerante, √√√√ kompetisies en

prystrekkings, geldskenkings, soos met Woolworths se MySchool-kaart, finansieringsaanbiedings, soos 0% rente oor 'n sekere afbetalingstermyn (40)

6. Die oogmerke van advertering is om inligting oor te dra, die teikengroep oor te haal tot 'n spesifieke optrede en hulle daaraan te herinner. Alle advertensies moet die aandag trek, die aandag behou vir so lank dit nodig mag wees om 'n behoefte aan die produk te stimuleer, en uiteindelik die potensiële kliënt sover te kry om 'n sekere handeling uit te voer. (tesame met voorbeelde) (25)

7. Prysvasstelling is belangrik omdat die prys die sukses of mislukking van 'n produk kan bewerkstellig en derhalwe akkuraat bepaal moet word sodat die produk 'n wins kan oplewer. Die prys van 'n artikel word vasgestel op grond van die hoeveelheid wat aan verbruikers verkoop word en die hoeveelheid wins wat op elke verkoopte artikel gemaak word. (10)

8. D (2)

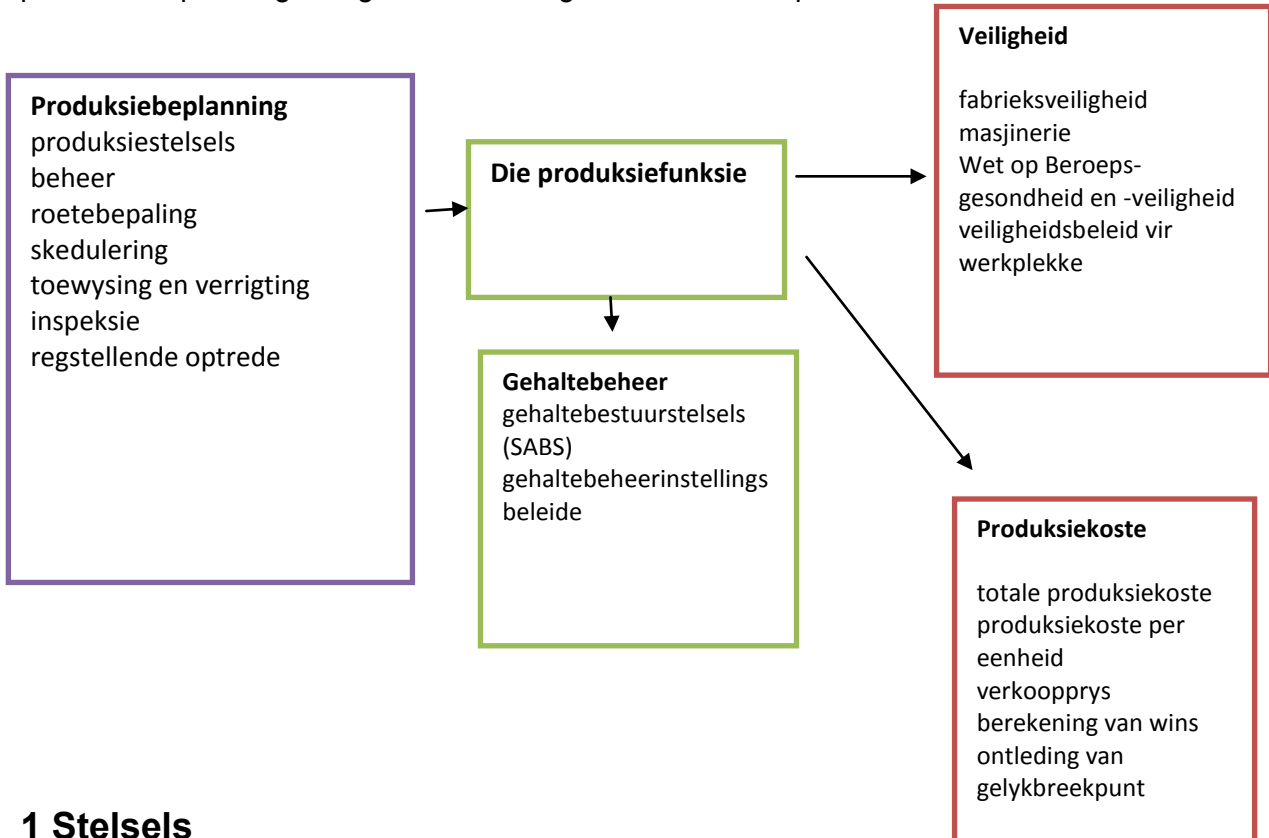
9. Advertering moenie verbruikers met valse aansprake onder 'n wanindruk bring of elemente bevat wat skade kan berokken nie. Advertering moenie daarop gemik wees om die produkte van mededingers af te kraak of afbrekende uitsprake oor 'n mededinger bevat nie. (2 x 4 = 8)

10. Dit moet opvallend wees en die onmiddellike aandag trek van die verbruiker. Dit moet pas by die produk. Dit moet toepaslik wees vir die teikenmark, byvoorbeeld die verskaffing van geriefsgoedere in goedkoop verpakking, soos melk in 'n plastiekbottel. Dit moet onderskei kan word van die produkte van mededingers. Dit moet die beeld bevorder wat die besigheid probeer skep. Dit moet geskik wees vir uitstillingsdoeleindes en voldoen aan die vereistes van kleinhandelaars. Dit moet omgewingsvriendelik wees. Dit moet die inhoud bewaar. Dit moet maklik wees om te versprei, te hanteer, te vervoer en te gebruik. (3 x 2 = 6)

# Onderwerp 4 Die produksiefunksie

## Oorsig

Hierdie onderwerp handel oor die volgende aspekte van die produksiefunksie: stelsels soos produksiebeplanning, veiligheidsbestuur, gehaltebeheer en produksiekoste.



## 1 Stelsels

'n **Produksiestelsel** is die metode waarvolgens goedere geproduseer word. Daar is drie hoofproduksiestelsels: massa-, opdrag- en bondelproduksie

### 1.1 Massaproduksiestelsel

Die stelsel van massaproduksie lewer hoë volumes van dieselfde produk in 'n voortdurende vloei, soos in die geval van motorvoertuie.

### 1.2. Opdragproduksiestelsel

Die **opdragproduksiestelsel** is 'n stelsel wat besighede gebruik wanneer hulle 'n eenmalige opdrag vir 'n spesifieke kliënt uitvoer, soos 'n kunstenaarswerk.

### 1.3 Bondelproduksiestelsel

Die bondelproduksiestelsel behels die produksie van 'n bondel van een soort produk, voordat oorgegaan word na die produksie van 'n bondel van 'n ander soort produk. Voorbeelde is die produksie van verskillende soorte brood in 'n bakkerij.





## 2. Produksiebeplanning en -beheer

Produksie kan verdeel word in twee aspekte, naamlik beplanning en beheer.

- **Produksiebeplanning**

- Beplanning
- Roetebepaling
- Skedulering
- Toewysing

- **Produksiebeheer**

- Verrigting
- Opvolging
- Inspeksie
- Regstellende optrede

**Beplanning** behels die bepaling van die produksiestelsel – opdrag-, bondel- of massaproduksie – wat die besigheid ten beste sal pas. Ná oorweging van al die stappe in die produksiestelsel wat gekies is, moet die besigheid seker maak dat hy oor die hulpbronne beskik wat nodig is. Dit behels ook die berekening van die koste verbonde aan die produksie van die aantal goedere wat nodig is om binne 'n toepaslike tyd 'n wins te maak, met inbegrip van die berekening van die hoeveelheid materiaal, die toerusting en die arbeid wat benodig sal word om die produksieproses suksesvol te bedryf.

**Roetebepaling** behels die beplanning van die roete wat die goedere deur die produksieproses sal volg.

**Skedulering** is van deurslaggewende belang vir doeltreffende produksie en behels die toesiening dat elke taak in die produksieproses betyds afgehandel word.

**Toewysing** geskied wannier dit tyd is om die werk aan die operateurs by elke werkstasie in die produksiestelsel toe te wys.

**Produksiebeheer** behels die kontrolering van alle aspekte van die produksieproses, vandat die grondstowwe of insette in die produksiestelsel kom totdat hulle die proses verlaat as produkte of uitsette.

Die produksiebeheerproses begin met **verrigting**. Dit is die gee van produksieopdragte aan elke werkstasie sodat die produksie kan begin.

**Opvolging** behels toesighouding oor die produksieproses om te verseker dat alle aspekte daarvan glad verloop.

Toesighouding oor die produksieproses stel produksiekontroleurs in staat om:

- produksieprosesse te verbeter
- die prosesse op dreef te hou
- probleme met toewysing te identifiseer
- werkvloei te verbeter om doeltreffendheid te verhoog.

**Gehalteinspekteurs** inspekteer die produkte wat die fabriek geproduseer het om te verseker dat hulle aan die besigheid se gehaltestandaarde voldoen.

Voorbeelde van **regstellende optrede** sluit in:

- die aanpassing van die roetining in die produksiestelsel om die doeltreffendheid daarvan te verhoog
- die opleiding van operateurs ter verhoging van hul vaardighede
- die opsporing en uitskakeling van probleme met masjinerie
- die opsporing van grondstowwe of insette van beter gehalte
- die hersiening van die produksieskedule om te pas by die omgewing.



Hierdie koekies word, volgens verskillende geure en vorms, in baksels geproduseer. Die masjiene word afgeskakel en verander vir 'n nuwe baksel.

### 3. Veiligheidsbestuur

Algemene riglyne vir fabrieksveiligheid sluit in:

1. Fabriekswerkers behoort nie dele van die fabriek te betree waar hulle nie werk nie, aangesien hulle slegs bewus mag wees van die gevare by hul eie werkstasies en nie by andere nie.
2. Fabriekswerkers moet onderrig word oor die land se veiligheidswetgewing en die besigheid se veiligheidsmaatreëls.
3. Fabriekswerkers behoort nooit met masjinerie te werk waarvoor hulle nie opgelei is nie.
4. Fabriekswerkers moet weet watter masjinerie gevaarlik is (byvoorbeeld, wat bewegende dele bevat soos vervoerbande, lemme, sae en drukperse, of wat teen hoë temperature werk of oop vlamme veroorsaak).
5. Fabriekswerkers moet, waar nodig, beskermende klere dra, soos staalpuntstewels, sweishandskoene, brille, helms, opsigtelike baadjies of oorpluisies.
6. Besighede moet hierdie toerusting verskaf indien dit in die veiligheidsmaatreëls vir die werkplek gespesifiseer word.

#### 3.1 Masjinerie en die Wet op Beroepsgesondheid en-veiligheid

Suid-Afrika se regsreëls aangaande gesondheid en veiligheid in die werkplek is vervat in die Wet op Beroepsgesondheid en –veiligheid, 85 van 1993. Volgens die Departement van Arbeid beoog die Wet ‘om voorsiening te maak vir die gesondheid en veiligheid van persone by die werk, en vir die gesondheid en veiligheid van persone wat gemoeid is met die aktiwiteite van persone by die werk, en om ’n adviesraad te skep vir beroepsgesondheid en –veiligheid’.

##### Algemene pligte van werkgewers teenoor hul werknemers

- Elke werkgewer moet ’n werkomgewing beskikbaar maak en in stand hou wat veilig is en nie die gesondheid van werknemers in die gedrang bring nie.
- Dit sluit in die voorsiening en instandhouding van arbeidstelsels, bedryfstoeusting en masjinerie wat veilig is en nie die gesondheid van werknemers in die gedrang bring nie, asook die neem van stappe ter uitskakeling of vermindering van enige gevaar of potensiële gevaar vir die veiligheid of gesondheid van werknemers.
- Die versekering dat daar geen gesondheids- of veiligheidsrisiko’s bestaan met betrekking tot die produksie, prosessering, gebruik, hantering, berging of vervoer van artikels of stowwe nie.
- Die werkgewer moet die voorsorgsmaatreëls identifiseer wat getref moet word ter versekering van die gesondheid en veiligheid van werknemers.
- Die verskaffing van inligting, instruksies, opleiding en toesighouding ter versekering van die gesondheid en veiligheid van werknemers by die werkplek.

- Werkgewers mag nie enige werknemer toelaat om enige werk te verrig tensy die toepaslike voorsorgmaatreëls getref is nie.
- Die versekering dat voldoen word aan al die vereistes van die Wet deur elke werknemer en elke persoon wat die werkperseel onder toesig van die werkgewer betree waar bedryftoerusting en masjinerie in gebruik is.
- Die versekering dat werk verrig word en bedryftoerusting gebruik word onder toesig van 'n persoon wat opgelei is om die gevaar gevare in te sien, en wat die gesag het om die toepassing te verseker van die voorsorgmaatreëls wat deur die werkgewer getref is.
- Die voorligting aan werknemers oor die omvang van hul gesag.



'n Fabrikwerker wat beskermende veiligheidsuitrusting dra

## 4. Gehaltebeheer

Die SABS is verantwoordelik vir die handhawing van Suid-Afrika se nasionale standaarde vir produksie. Hierdie standaarde is genommer ooreenkomstig die nywerheid waarop hulle van toepassing is. Byvoorbeeld, die Suid-Afrikaanse Nasionale Standaard vir houtprodukte is SANS 10005. Daar is 6 500 van hierdie standaarde.

'n Besigheid kan aansoek doen vir 'n sertifisering bekend as ISO 9000. Die sertifiseringstandaard ISO 9001 verskaf die besonderhede oor die sertifiseringsvereistes vir die volgende:

- die besigheid se oorhoofse gehaltebestuurstelsel
- bestuursverantwoordelikheid in die gehaltebeheerproses
- die bestuur van hulpbronne, soos personeel
- produksieprosesse en produkte
- die meting en ontleding van gehalte
- volgehoue verbetering binne die onderneming

**Gehaltebeheerstelsels** is stelsels wat deur besighede gebruik word om voldoening aan gehaltestandaarde te verseker.

Filosofieë soos **totale gehaltebestuur** het die fokus op gehalte in die sakewêreld verskuif. Totale gehaltebestuur is 'n gehalteteorie ingevolge waarvan gehalte die oogmerk is van alle werknemers en besigheidsfunksies in 'n onderneming, en dat gehaltebeleidsmaatreëls nie onveranderlik is nie, maar voortdurend saam met die onderneming verander.



'n Inspekteur gaan 'n nuwe rol papier by 'n papiermeul na.

## 5. Produksiekostes

Daar is twee soorte produksiekoste:

- die totale produksiekoste
- die eenheidskoste van produksie

### 5.1. Totale produksiekoste

*Totale produksiekoste = Vaste koste (VK) + Veranderlike kostes (VeK)*

**Vaste kostes** is die kostes van die besigheid wat nie verander na gelang van die hoeveelheid items of eenhede wat geproduseer word nie. Hierdie kostes sluit in:

- huur van die besigheidspersoneel
- personeelsalarisse
- telefoon-, water- en elektrisiteitsrekeninge
- versekering

**Veranderlike kostes** is kostes wat verander ooreenkomstig die hoeveelheid items of eenhede wat die besigheid produseer.

Byvoorbeeld, die koste van materiaal sal styg namate produksie toeneem.

### 5.2 Eenheidskoste van produksie

Die **eenheidskoste van produksie** is die bedrag wat dit 'n besigheid kos om een eenheid van sy produk te vervaardig.

*Eenheidskoste van produksie = Vaste kostes (VK) + Veranderlike kostes (VeK) ÷ Aantal eenhede geproduseer*

Veronderstel jou totale kostes (vas plus veranderlik) is R2 000 in 'n maand, en jy kan 200 paar skoene in daardie maand produseer. Jou eenheidskoste van produksie sal dan die volgende wees:

R2 000 / 200

= R10

Dit kos jou dus R10 om een paar skoene te produseer.

### 5.3 Verkoopprijs en berekening van wins

$$\text{Wins} = \text{Totale opbrengs} - \text{Totale uitgawes}$$

Indien die verkoopopbrengs uit die verkoop van 200 paar skoene teen R300 per paar R60 000 bedra en jy weet jou uitgawes (VK + VeK) is R2 000, dan is:

$$\text{Wins} = \text{Totale opbrengs} - \text{Totale uitgawes}$$

$$= R60\ 000 - R2\ 000$$

$$= R58\ 000$$

### 5.4 Ontleding van winsdrempel

**Winsdrempelontleding** is die ontleding van hoeveel eenhede verkoop moet word, en teen watter prys, om die punt te bereik waar jou wins gelyk is aan jou produksiekoste, of jou totale opbrengs gelyk is aan jou totale kostes.

Dit staan bekend as die **winsdrempel**, en dui aan hoeveel eenhede verkoop moet word, en teen watter prys, om gelykop uit te kom.

Die bereiking van die winsdrempel beteken dat jy jou produksiekoste dek, maar nie 'n wins maak nie. Met ander woorde, die besigheid kos jou nie geld nie, maar lewer ook nie winste nie. Indien jy jou produkte teen 'n prys onder die winsdrempel verkoop, sal jy die besigheid teen 'n verlies bedryf, en as jy dit teen 'n prys hoër as die winsdrempel verkoop, sal die besigheid wins maak.

#### Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Wat is die drie hoofproduksiestelsels? (3)
2. Definieer die winsdrempel. (6)
3. Teken 'n grafiek ter illustrasie van die winsdrempel, en skryf kort aantekeninge ter toeligting van die belangrike punte op jou grafiek. (15)
4. Hoekom is dit belangrik om 'n beleid vir veiligheid in die werkplek te hê? (2)
5. Wat bepaal die Wet op Beroepsgesondheid en -veiligheid oor werkgewers se verantwoordelikheid ten opsigte van veiligheid in die werkplek? (2)
6. Wat is die formule vir die berekening van die eenheidskoste van produksie? (4)
7. Hoekom is 'n gehaltebeleid belangrik vir 'n besigheid se produksiefunksie? (5)
8. Beskryf die funksie van die SABS. (6)
9. Noem vier stappe in produksiebeplanning. (8)
10. Verduidelik drie voorbeelde van regstellende optrede. (6)

## Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Massa,  $\sqrt{\text{bondel}}$  en opdrag  $\sqrt{\text{}}$  (3)
2. Die punt waar jou wins gelyk is aan jou produksiekoste of jou totale opbrengs gelyk is aan jou totale koste. (6)
3. Om die gesondheid en veiligheid van werknemers te verseker.  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  (2)
4. 'n Winsdrempelontledingsdiagram toon die totale opbrengs van 'n besigheid asook die totale kostes, namate aanvullende eenhede geproduseer word. Die winsdrempeluitset kan waargeneem word, waar winste gelyk is aan kostes. Onderkant daardie punt word 'n verlies gely, en bokant daardie punt word wins gemaak. (15 punte vir 'n behoorlike verduideliking en 10 vir 'n diagram met duidelike byskrifte = 25)
5. Werkgewers is verantwoordelik om toe te sien dat die korrekte gesondheids- en veiligheidsprosedures toegepas word.  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  (2)
6. Eenheidskoste van produksie =  $\frac{\text{Vaste kostes (VK)} + \text{Veranderlike kostes (VeK)}}{\text{die aantal eenhede geproduseer}}$   $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  (2)
7. Om te verseker dat die regte gehalte van produksiemateriale gebruik word asook om te verseker dat produkte van die regte gehalte vervaardig word.  $\sqrt{\sqrt{\sqrt{\sqrt{\text{}}}}}$  (5)
8. Die SABS is verantwoordelik vir die handhawing van nasionale produksiestandaarde in Suid-Afrika.  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  Hierdie nasionale standaard word genommer ooreenkomstig die nywerheidsgebiede waarop hulle van toepassing is.  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  Byvoorbeeld, die Suid-Afrikaanse Nasionale Standaard vir houtprodukte is SANS 10005. Daar is 6 500 van hierdie standaard.  $\sqrt{\text{}}$  (5)
9. Beplanning  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  Roetinerings  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  Skedulering  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  Toewysing  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  (8)
10. Verandering van die roetinerings van die produksiestelsel om die doeltreffendheid daarvan te verhoog  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  die opleiding van operateurs om hul vaardighede te verbeter  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  die naspeuring en regstelling van masjinerieprobleme  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  die opsporing van grondstowwe of insette van beter gehalte  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  die hersiening van die produksieskedule sodat dit pas by die produksieomgewing  $\sqrt{\sqrt{\text{}}}$  (6)



# Kwartaal 4 Inleiding

## Onderwerp 1 Spandinamika en konflikbestuur

Onderwerp 1 behandel spandinamika en konflikbestuur. Die verskillende stadiums van spanontwikkeling word bespreek, naamlik vorming, bestorming, normering en prestering. Verskillende teorieë met betrekking tot spandinamika word ondersoek, soos die Belbin-rolteorie, insigte gebaseer op die Jungiaanse teorie, die MTR-I-benadering, die Margerison-McCann-profi ele en groepkonsensus. Die onderwerp dek ook konflikbestuur. Konflikbestuursteorieë en die toepassing daarvan op individue, werkplekforums, stakings en vakbonde word bespreek, asook vaardighede om konflik op te los.

## Onderwerp 2 Kennismaking met menslike hulpbronne

Onderwerp 2 gaan jy kennis maak met menslike hulpbronne. Dit verduidelik die prosesse wat gevolg moet word om menslike hulpbronne te werf, seleksie en om nuwe werknemers aan te stel. Die prosedures gaan gepaard met verskillende gedeeltes van die wetgewing, wat ook in hierdie onderwerp behandel word. Hierdie onderwerp sal ook vir jou verduidelik hoe en hoekom persoonlike belasting van werknemers se vergoeding afgetrek moet word volgens die wetgewing.



# Onderwerp 1 Spandinamiek en Konfliktbestuur

## Oorsig

Onderwerp 1 beskryf verskeie teorieë oor spandinamika en bespreek die gebruik daarvan om spesifieke besigheidsgebaseerde gevallestudies te ontleed.

### Spandinamiekteorieë

- Stadiums van spanontwikkeling
- Belbin se rolteorie (aksiegegerigte rol, mensgerigte rol, serebrale rol)
- Insigte gebaseer op Jungiaanse teorie
- BSR-A-benadering
- Margerison-McCann-profiele
- Groepkonsensus

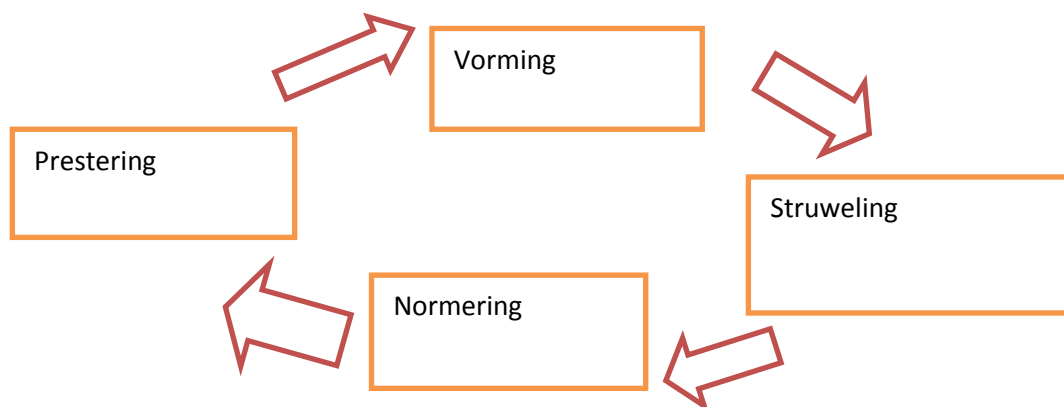
### Konfliktbestuur

Konfliktbestuursteorieë  
Konfliktbestuursvaardighede  
Die funksie van werkplekforums

## 1. Stadiums van spanontwikkeling – teorie

Wanneer 'n span gebou word, is dit noodsaaklik dat besigheidsbestuurders alle aspekte in ag neem wat betrekking het op die span se ontwikkeling.

Dr Bruce Tuckman het sy Vorming-Struweling-Normering-Prestering-model in 1965 ontwikkel (Forming, Storming, Norming, Performing).



### **Vorming (vertroudraking met mekaar)**

- In die vormingstadium het die spanlede nie duidelikheid oor die doel, oogmerke en mikpunt van die span en die rol wat hulle moet vervul nie.
- Spanlede beproef die leier se verdraagsaamheid.
- Die spanlede baklei vir die rolle wat hulle wil vervul.
- Duidelikheid word verskaf oor die doel, maar daar bly nog baie onsekerhede.
- Daar mag magstryde voorkom vir die posisie van spanleier.

### **Struweling**

- Spanlede ken mekaar en hul ware karakters begin nou na vore kom.
- Hulle begin nou hul gedagtes, idees en menings uitspreek.
- Konflikte en meningsverskille sal ontstaan.
- Die spanning sal hoog loop en spanlede sal hul mag en gesag prober afdwing.
- Sommige spanne is in staat om die struwelingsfase baie gou te oorkom, maar andere sal dit dalk nooit regkry en dus nooit suksesvol wees nie.
- Die geslaagde hantering van die struwelingstadium sal afhang van die spanleierskap en van die spanlede se volwassenheid en ondervinding.

### **Normering**

- Verhoudings stabiliseer in hierdie stadium.
- Spanlede verstaan hul rolle en verantwoordelikhede.
- Beweging na groepskonsensus.
- Verbind tot dieselfde doelstelling en val in by sekere besluite, selfs wanneer hulle persoonlik daarmee verskil.
- Individue se motivering het verskuif van persoonlike prestasie na spanprestasie.

### **Prestering**

- Spanlede bereik ooreenstemming en konsensus.
- Rolle en verantwoordelikhede is duidelik en word aanvaar.
- Die span neem groot besluite.
- Prosesse, werkwyse en wedersydse agting ontwikkel.
- Konflik mag voorkom, maar daar is sterk toegewydheid en eendragtigheid.
- Spanlede dra kennis van die span se strategieë en doelwitte, en vind hul rigting sonder inmenging deur die leier.
- Prosesse en strukture is vasgestel.
- Die leier delegeer en hou toesig.
- Konflik mag voorkom, maar dit word vining besleg.

## 2 Spandinamiekteorieë

Daar is baie verskillende teorieë om spandinamiek te verklaar. Hierdie verskillende benaderings dra almal iets by wanneer ons die interaksies tussen die lede van 'n span probeer verstaan.

### 2.1 Belbin se rolle teorie

Belbin se rolle teorie is in die 1970s deur dr Meredith Belbin ontwerp. 'n Stel spanspeletjies is ontleed om bydraende faktore tot geslaagde spanwerk te identifiseer. Belbin het besef dat geslaagde spanne saamgestel word uit individue wat nege noodsaaklike rolle vervul.

- **Die aanleg (fabriek).** Hierdie spanlede kom met nuwe en verskillende idees vorendag. Hulle is die vernuwers en vrye denkers. Aanlegte sien die groot samehang raak, maar mag die detail vermy.
- **Die hulpbron-ondersoeker.** Hulpbron-onderzoekers het talle kontakte en het uitstekende netwerkvaardighede. Hulle is die organiseerders en pak altyd 'n spanprojek met baie energie en entoesiasme aan. Hulpbron-onderzoekers bekom ook idees van ander mense en besighede.
- **Die koördineerder.** Koördineerders is gewoonlik die spanleiers of voorsitters van 'n span. Hulle is goed georganiseer en doelgerig. Hulle kan ander mense se bekwaamhede identifiseer en daaraan erkenning gee, en hulle kan werk en verantwoordelikhede suksesvol deleger.
- **Die vormer.** Vormers is hoogs gemotiveerd en gedrewe om te wen. Hulle kan goed op spesifieke take fokus en sal dikwels andere help om te presteer. Vormers sal gesag uitdaag en moeilike vrae stel. Hulle kan aggressief raak en dit kan tot konflik lei.
- **Die monitor-evalueerder.** Monitor-evalueerders is billik en onbevooroordeeld. Hulle neem waar wat in die spandinamiek gebeur. Hulle sien dikwels probleme duidelik en hulle neem goeie besluite wat op ontleding en 'n breë benadering berus. Monitor-evalueerders is nie goeie motiveerders nie, en kan krities en onentoesiasies wees.
- **Die spanwerker.** Spanwerkers is goeie onderhandelaars en hulle hou 'n span bymekaar. Hulle luister goed en help spanlede om mekaar beter te verstaan. Spanwerkers kry belangrike take gedaan, maar hulle is dikwels ongemaklik om besluite op hul eentjie te neem.
- **Die implementeerder.** Implementeerders voer idees tot optrede. Hulle is gedissiplineerd en doen wat nodig is binne die spertyd. Implementeerders is toegewy aan die span en aan hul mikpunte, en sal werk doen wat ander spanlede vermy. Implementeerders sal hulle teen verandering verset en verkies die gemak van vasgestelde stelsels en prosedures.
- **Die voltooiër/afhandelaar.** Hierdie spanlede is perfeksioniste en is besonder trots op hul werk. Hulle is akkuraat en professioneel, maar kan op onnodige detail fokus en só konflik veroorsaak. Hulle vind dit moeilik om take te deleger, want hulle glo dat niemand wat dit so goed soos hulle kan doen nie.
- **Die spesialis.** Spesialiste ontwikkel hul vaardighede en kennis in 'n bepaalde vakgebied. Hulle sal entoesiasies raak oor hul kennis en gretig wees om inligting deur te gee. Hulle is baie betroubaar en toegespits op hul kundighedsgebied. Hulle werk ook hard en doen navorsing om probleme op te los. Spesialiste mag dalk min belangstelling toon in sake buite hul eng vakgebied.

## 2.2 Jungiaanse Teorie

Volgens Jung is daar vier pare teenoorstaande waardes en funksies. Elke individu verkies een van die waardes of funksies in elke paar:

- **Ekstrovert/Introvert**

Ekstroverte neig om 'n uitwaarts gerigte energie te hê en kom goed met ander mense oor die weg. Introverte het 'n inwaarts gerigte energie en neig om minder met ander mense te kommunikeer.

- **Sensories/Intuïtief**

Sensoriese mense sal waarde heg aan inligting wat hulle vanuit die eksterne omgewing ontvang, en hulle reageer goed op persoonlike ondervinding. Intuïtiewe mense voel dinge aan en maak staat op hul interne interpretasie van die inligting.

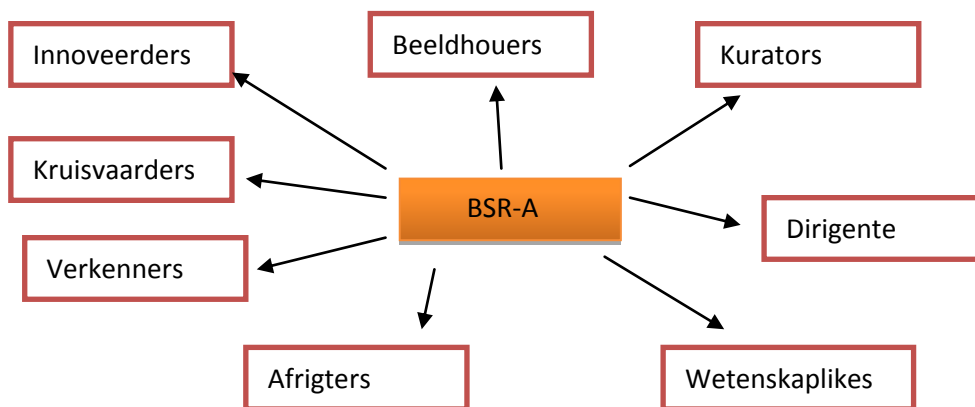
- **Denke/gevoel**

Denkende mense neem besluite op sterkte van logika en rede. Hulle weeg die feite op en neem dan besluite. Gevoelsmense maak op hul intuïsie staat en grond hul besluite op emosies.

- **Oordeel/Waarneming**

Oordeelsmense neig om vasgestelde idees en planne te hê en hulle tree volgens hul planne en doelwitte op. Daarteenoor is waarnemers meer aanpasbaar en buigsaam. Hulle sal meer gereedlik alternatiewe oorweeg en aanpassings maak, waar nodig.

## 2.3 BSR-A-benadering (Bestuurspanrolle-aanwyser)



Volgens hierdie teorie doen mense nie altyd wat die beste in 'n bepaalde situasie is nie. Hulle is dikwels onbewus van die uitwerking van hul optrede en onbewus van hoe hul persoonlike voorkeure hul beskouing van wat belangrik is, beïnvloed. Die BSR-A identifiseer die volgende unieke spanrolle:

- **Kampvegter** – die kampvegter sal fokus op die hoofdoelwit wat betekenis en waarde het. Hierdie persoon kyk verder as die onmiddellike omstandighede en is ywerig en toegewyd.
- **Afrigter** – die afrigter skep 'n positiewe atmosfeer, vermy konflik en inspireer ander om by te dra.
- **Dirigent** – die dirigent bring struktuur tot stand. Organisasie en beplanning is sleutelaspekte wat die dirigent tot die span toevoeg. Die dirigent verskaf duidelikheid oor take en spanrolle.
- **Kruisvaarder** – die kruisvaarder het sterk waardes en oortuigings. Kan prioritiseer en leiding oor etiese kwessies aan die span bied.
- **Kurator** – kurators fokus op die onmiddellike prioriteit en dink na oor take. Hulle bevraagteken en versamel idees om hul oplossings te vind of duidelikheid te verkry.
- **Verkenner** – verkenners eksperimenteer graag met vernuwende en skeppende idees om verskeidenheid te bewerkstellig. Bevraagteken die status quo en is positief teenoor verandering.
- **Innoveerder** – innoveerders sorg vir ongewone, oorspronklike en kreatiewe vernuwing. Hulle kan óf as vae dromers óf as gefokusde visioenêrs bestempel word.
- **Wetenskaplike** – wetenskaplikes vorm intellektuele begrip met behulp van logiese teorieë of denkdiagramme. Hulle vind dit soms moeilik om hul intellektuele begrip aan ander oor te dra.
- **Beeldhouer** – die beeldhouer is iemand wat tot aksie oorgaan en gretig is om take afgehandel te kry. Hulle verskaf praktiese oplossings en spits hulle toe op die taak wat voorhande is.

## 2.4 Margerison-McCann-profiele

Die Margerison-McCann-spanbestuursprofiel bied 'n opsomming van agt sleutelvermoëns wat vir geslaagde groepprestasie vereis word.

### Die agt spanrolle volgens die Margerison-McCann-teorie

- **Verkenner-Promotor:** Die Verkenner-Promotor is die oorreders in die span en verkoop idees aan die res. Hou van verskeidenheid en opwindende en stimulerende werk. Raak gou verveeld, kan ander beïnvloed en het 'n innemende persoonlikheid.
- **Assessor-Ontwikkelaar:** Assessor-Ontwikkelaars breek idees af tot hanteerbare brokke. Hulle is objektief, ontwikkel idees, geniet projekwerk en eksperimenteer graag.
- **Aandrywer-Organiseerder:** Die Aandrywer-Organiseerder hou daarvan om idees te organiseer en te implementeer. Hulle neem vinnig besluite, is op resultate ingestel en vestig stelsels.
- **Afsluiter-Produsent:** Hulle is prakties, produksie-geïntereerd, en hou van tydroosters en planne. Hulle produseer goedere en dienste met trots en slaan effektiwiteit en doeltreffendheid hoog aan.
- **Kontroleur-Inspekteur:** Kontroleur-Inspekteurs is goed met kontrole, detail-geïntereerd en het nie 'n groot behoefte aan kontak met mense nie. Hulle inspekteer standaarde en prosedures.

- **Handhaver-Volhouer:** Handhaver-Volhouers is konserwatief, lojaal en ondersteunend. Hulle slaan persoonlike waardes hoog aan. Hulle het 'n sterk sin vir reg en verkeerd. Hulle werk gemotiveerd om 'n doel te bereik.
- **Verlaggewer-Raadgewer:** Hulle help en ondersteun ander en is verdraagsaam. Hulle samel inligting in en hou nie daarvan om aangejaag te word nie. Hulle is kundig en buigsaam.
- **Skepper-Vernuwer:** Skepper-Vernuwers gebruik hul verbeelding, is toekomsgerig en geniet moeilike probleme. Hulle is kreatief en doen graag navorsing.



## 2.5 Groepkonsensus

Groepkonsensus behels dat niemand voel dat hulle tydens groepbesluitneming misverstaan word nie. Spanlede voel dat hul menings billik aangehoor word. Insette en idees van groeplede word saamgevoeg in 'n finale besluit wat deur die groep aanvaar word. Spanlede moet soms deur hul verskille werk om 'n bevredigende ooreenkoms te bereik.

Om groepkonsensus te laat werk, moet daar aan sekere vereistes voldoen word:

- Die groep moet 'n gemeenskaplike doelwit hê.
- Daar moet 'n verbintenis wees om ooreenstemming te bereik.
- Genoeg tyd moet toegelaat word om konsensus te bereik.
- Daar moet 'n duidelike proses wees wat die hele groep verstaan.
- Daar moet goeie fasilitering wees, en aktiewe deelname deur die groep.

### 3 Konflikbestuur

Konflik is 'n ernstige meningsverskil tussen mense omdat hul geloofortuigings, waardes, sedes of menings verskil. Konflik is deel van die werkomgewing. Konflik moet nie geïgnoreer word nie, maar besleg word. As 'n meningsverskil of dispuut ontstaan, is daar altyd twee of meer partye daarby betrokke.

#### 3.1 Oorsake van konflik in die besigheid

Konflik kan deur interne of eksterne faktore veroorsaak word. Interne konflik hou verband met die persoonlikhede en emosies van individue.

Interne faktore binne die besigheid kan insluit:

- persoonlikheidsbotsings
- ego-probleme en lae selfbeeld
- onderliggende stres en spanning
- verskille in waardes en oortuigings
- misverstande tydens kommunikasie
- 'n werklike of gewaande vertrouensbreuk
- onopgeloste kwessies.

Eksterne faktore wat nie met die persoonlikhede van die betrokke individue verband hou nie:

- swak bestuur
- onbillike behandeling by die werk
- onduidelike werkkrolle
- toename in die werklading
- onvoldoende opleiding
- swak kommunikasie
- swak werkomgewing
- gebrek aan gelyke geleenthede
- afknouery en teistering
- verandering.

#### 3.2 Omskrywing van konflikbestuur

Konflikbestuur beteken nie dat alle konflikte besleg word nie, maar dat hulle bestuur word. Konflik in organisasies kan positief wees. Werknemers kry die geleentheid om gehoor te word; kwessies wat geïgnoreer is, word geopper; en swakhede in bestaande stelsels en prosedures word geïdentifiseer. As konflik behoorlik bestuur en konstruktief besleg word, kan dit lei tot 'n meer gemotiveerde arbeidsmag, verbeterde kommunikasie en verbeterde produktiwiteit.

#### 3.3 Konflikbestuursteorieë

**Tradisionele teorie** – beskou konflik as iets destruktiefs, en die partye wat by die konflik betrokke is as moeilikheidmakers. Die tradisionele teorie sien konflik as 'n magstryd met 'n duidelike 'wenner' en 'verloorder'. In Suid-Afrika word die magsbasis van konflik deur kollektiewe bedinging bestuur, en individuele werkers word deur 'n vakbond verteenwoordig.



**Moderne teorie** – beskou konflik as iets onvermydeliks wat nodig is in menseverhoudings. Konflik is nodig om nuwe idees te genereer en om groepe, spanne en organisasies te bou. Hierdie teorie sien konflik as behoeftegedrewe en glo dat, indien die behoeftes van alle partye in ag geneem word, hulle 'n wen-wen oplossing kan bereik. In die Suid-Afrikaanse besigheidsumgewing volg ons die moderne teorie en bestuur ons konflik deur onderhandeling, bemiddeling en versoening. Dit geld sowel individue as groepe.

### 3.4 Konflikbestuursvaardighede

Dit is belangrik dat bestuurders konflikbestuursvaardighede ontwikkel om dispute by die werkplek te hanteer. Dispute kan tussen die werkgewer en 'n werknemer ontstaan, of tussen die werkgewer en werkplekforums. Die volgende vaardighede is nodig om konflik te bestuur:

- Wees 'n luisteraar, sodat al die betrokke partye hul standpunte kan stel.
- Wees objektief, om 'n billike oordeel oor die situasie te kan vorm.
- Beoefen die vermoë om kalm te bly, sodat emosies beheer kan word.

#### 3.4.1 Onderhandeling

Onderhandeling is daarop gemik om 'n kompromie te bereik om die dispuut te besleg op 'n wyse wat alle partye sover moontlik bevoordeel. Kommunikasievaardighede is nodig om gepas te onderhandel.

#### 3.4.2 Versoening (konsiliasie)

Versoening is 'n informele metode om 'n dispuut te besleg. Die konsiliator gee aan albei partye die geleentheid om hul menings en bekommernisse uit te spreek. Die konsiliator bly objektief en spreek nie 'n oordeel uit nie. Die doel is om die teenoorstaande partye te help om 'n ooreenkoms te bereik.

#### 3.4.3 Bemiddeling (mediasie)

Soos met versoening, vind die beslegting van dispute deur bemiddeling in 'n informele omgewing plaas. Die bemiddelaar luister na al twee die betrokke partye. Die partye kan deur die bemiddelaar ondervra word ter verkryging van groter duidelikheid oor die redes vir die dispuut. Die bemiddelaar kan ook afsonderlik met elke party in gesprek tree en voorstelle maak vir die beslegting van die dispuut.

#### 3.4.4 Arbitrasie

Arbitrasie vind in 'n meer formele omgewing plaas, soos 'n dissiplinêre verhoor by die werkplek of in 'n geregshof. Die getuies van die betrokke partye kan opgeteken word. Getuies kan geroep word en die partye kan onder kruisverhoor geneem word. Arbitrasie is gewoonlik onderhewig aan die reëls vir siviele gedinge. Arbitrasie kan óf bindend óf nie-bindend wees, na gelang van die ooreenkoms tussen die betrokke partye. Indien arbitrasie nie-bindend is, mag die partye in 'n geregshof teen die bevinding appelleer.



'n Bemiddelaar kan aan elke party voorstelle maak oor hoe om die geskil te besleg.

### 3.5 Die funksies van werkplekforums

Die Wet op Arbeidsverhoudinge het werkplekforums as 'n kragtige instrument vir kollektiewe bedinging geskep, veral in klein besighede. 'n Werkplekforum verseker dat werkers seggenskap verkry in besluitneming wat hul werkomstandighede raak. Dit skep ruimte vir regstreekse kommunikasie met die bestuur.

Om 'n werkplekforum te stig, moet daar meer as 100 werknemers in die werkgewer se diens wees. 'n Vakbond kan by die Kommissie vir Versoening, Bemiddeling en Arbitrasie (KVBA) aansoek doen om 'n werkplekforum te stig. Die funksies van 'n werkplekforum is:

- om die belange van al die werknemers by die werkplek te bevorder
- om deur samewerking doeltreffendheid by die werkplek te bevorder
- om deur 'n werkgewer geraadpleeg te word en konsensus oor werkomstandighede te bereik
- om deel te neem aan besluitneming wat met werkomstandighede verband hou.

Die verskille tussen 'n vakbond en 'n werkplekforum is:

- 'n Vakbond is 'n regsentiteit, terwyl 'n werkplekforum dit nie is nie.
- Net 'n verteenwoordigende vakbond mag 'n werkplekforum stig.
- 'n Vakbond onderhandel oor lone en loonverwante kwessies, terwyl 'n werkplekforum nie met lone gemoeid is nie.
- 'n Werkplekforum kan nie oorgaan tot arbeidsoptrede soos stakings nie, terwyl 'n vakbond dit wel kan doen.
- Werkers wat nie lede van vakbonde is nie, mag aan 'n werkplekforum behoort.

## Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Verduidelik kortliks die stadiums vir die vorming van spanne. (16)
2. a) Identifiseer twee teorieë wat op spanrolle gegrond is. (2)  
b) Verduidelik wat spanrolle is en waarom hulle belangrik is. (3)
3. Onderskei tussen werkplekforums en vakbonde. (10)
4. Lys die nege spanrolle in Belbin se teorie. (18)
5. Beskryf vier interne kwessies wat konflik veroorsaak. (8)
6. Beskryf vier eksterne kwessies wat konflik veroorsaak. (8)
7. Wat is die hoof funksie van die Wet op Arbeidsverhoudings? (2)
8. Onderskei tussen bemiddeling en arbitrasie. (8)

## Antwoorde op vrae ter afsluiting van onderwerp

1. Hierdie teorie het vier stadiums.

1.1. Die *vormingstadium* behels dat spanlede mekaar leer ken. Tydens die vormingstadium het die spanlede nie duidelikheid oor die doel, oogmerke en mikpunt van die span, en oor die rolle wat hulle moet vervul nie. Spanlede beproef die verdraagsaamheid van die spanleier. Spanlede baklei vir die rolle wat hulle wil vervul. Duidelikheid word oor die doel verskaf, maar daar is nog baie onsekerhede. Magstryde kan ontstaan vir die posisie van die spanleier.  
(enige twee feite = 4)

1.2. *Struwelingstadium*. Spanlede ken mekaar en hul ware karakters begin na vore kom. Hulle begin nou hul gedagtes, idees en menings uitspreek. Konflikte en meningsverskille sal ontstaan. Die spanning sal hoog loop en spanlede kan dalk hul mag of gesag probeer afdwing. Party spanne is in staat om die struwelingstadium baie gou op te los, maar ander sal dit dalk nooit regkry nie en sal dus nooit suksesvol wees nie. Die geslaagde hantering van die struwelingstadium sal afhang van die spanleierskap en van die spanlede se volwassenheid en ondervinding.  
(enige twee feite = 4)

1.3. Die *normeringstadium*. Verhoudings stabiliseer in hierdie stadium. Spanlede verstaan hul rolle en verantwoordelikhede. Beweging na groepskonsensus. Verbind tot dieselfde doelstelling en val in by sekere besluite, selfs al verskil hulle persoonlik daarmee. Individue se motivering het verskuif van persoonlike prestasie na spanprestasie. (enige twee feite = 4)

1.4. Die *presteringstadium*. Spanlede bereik ooreenstemming en konsensus. Rolle en verantwoordelikhede is duidelik en word aanvaar. Die span neem groot besluite. Prosesse, werkwyse en wedersydse agting ontwikkel. Konflik mag voorkom, maar daar is sterk toegewydheid en eendragtigheid. Spanlede dra kennis van die span se strategieë en doelwitte en vind hul rigting sonder inmenging deur die leier. Prosesse en strukture is vasgestel. Die leier delegeer en hou toesig. Konflik mag voorkom, maar dit word vining besleg.  
(enige twee feite = 4)

2. Belbin se rolle teorie; insigte gebaseer op Jungiaanse teorie; die BSR-A-benadering; Margerison-McCann-profiel; groepskonsensus ✓✓ (2)  
Dis belangrik om spanrolle te verstaan, want dit help ons om die interaksies tussen die lede

van 'n span te verstaan, wat dit meer waarskynlik maak dat 'n spanprojek geslaagde resultate sal oplewer. √√ (2) (4)

3. 'n Vakbond is 'n regsenteit, terwyl 'n werkplekforum dit nie is nie. √√ Net 'n verteenwoordigende vakbond mag 'n werkplekforum stig. √√ 'n Vakbond onderhandel oor lone en loonverwante kwessies, terwyl 'n werkplekforum nie met lone gemoeid is nie. √√ 'n Werkplekforum kan nie oorgaan tot arbeidsoptrede (soos stakings) nie, terwyl 'n vakbond dit wel kan doen. √√ Werkers wat nie lede van vakbonde is nie, mag ook aan 'n werkplekforum behoort. √√ (5 x 2 = 10)

4. Die aanleg (fabriek) √√; die hulpbron-ondersoeker √√; die koördineerder √√; die vormer √√; die monitor-evalueerder √√; die spanwerker √√; die implementeerder √√; die voltooiër/afhandelaar √√; die spesialis √√. (9 x 2 = 18)

5. Persoonlikheidsbotsings √√; ego-probleme en lae selfbeeld √√; onderliggende stres en spanning √√; verskille in waardes en oortuigings √√; misverstande tydens kommunikasie √√; 'n werklike of gewaande vertrouensbreuk √√; onopgeloste kwessies √√ (4 x 2 = 8)

6. Swak bestuur √√; onbillike behandeling by die werk √√; onduidelike werkrolle √√; toename in die werklading √√; onvoldoende opleiding √√; swak kommunikasie √√; swak werkomgewing √√; gebrek aan gelyke geleenthede √√; afknouery en teistering √√; verandering √√. (4 x 2 = 8)

7. Om 'n kragtige instrument vir kollektiewe bedinging te skep. √√ (2)

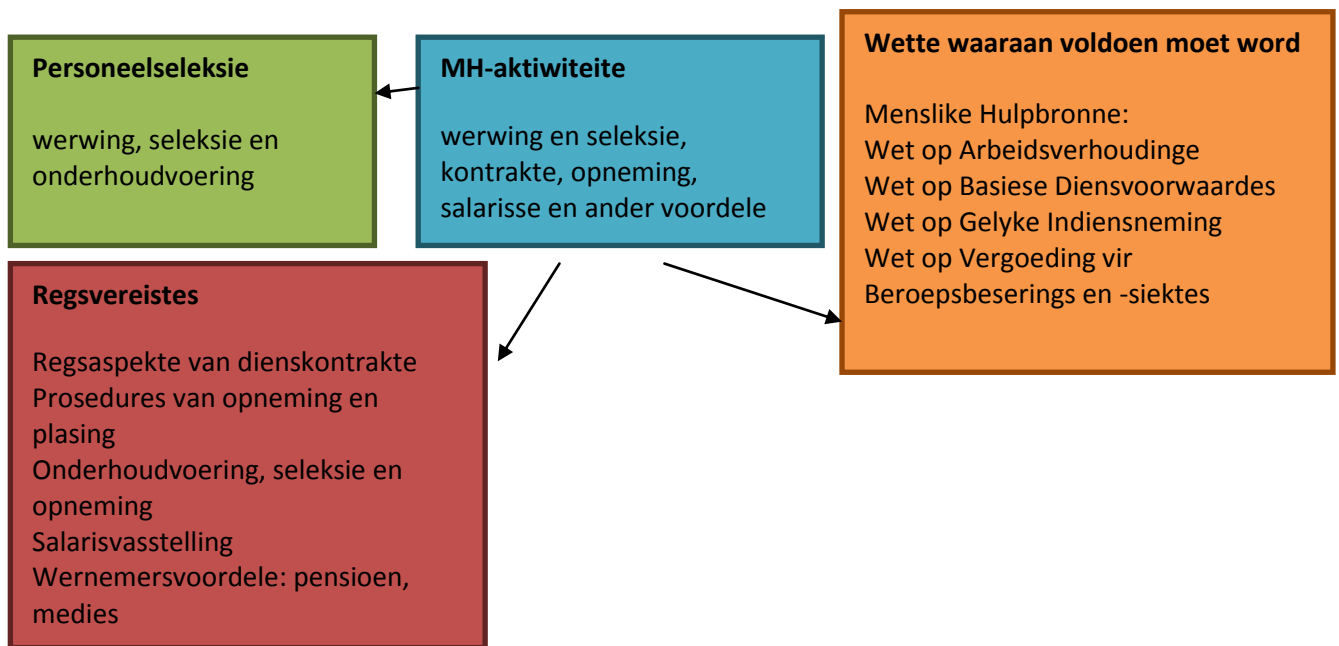
8. Die beslegting van dispute deur bemiddeling vind in 'n informele omgewing plaas. Die bemiddelaar luister na altwee die betrokke partye. Die partye kan deur die bemiddelaar ondervra word om groter duidelikheid oor die redes vir die dispuut te bekom. Die bemiddelaar kan ook afsonderlik met elke party in gesprek tree en voorstelle maak om die dispuut te probeer besleg. Die proses is nie bindend nie. (4)(2 x 2)  
Arbitrasie vind in 'n meer formele omgewing plaas, soos 'n dissiplinêre verhoor by die werkplek of in 'n geregshof. Die getuienis van die betrokke partye kan opgeteken word. Getuies kan geroep word en die partye kan onder kruisverhoor geneem word.  
Arbitrasie is gewoonlik onderhewig aan die reëls vir siviele gedinge. Arbitrasie kan óf bindend óf nie-bindend wees, na gelang van die ooreenkoms tussen die betrokke partye. Indien arbitrasie nie-bindend is, mag die partye na 'n geregshof appelleer om oor die uitslag te beslis. (4)(2x 2)(8)

# Onderwerp 2 Inleiding tot menslike hulpbronne

## Oorsig

---

In Onderwerp 2 word die rol van die departement menslike hulpbronne in 'n besigheid ondersoek, tesame met die stappe en regsvereistes wat tersake is by die werwing van personeel.



---

## 1 Menslike hulpbronaktiwiteite

Die menslike hulpbronnefunksie is verantwoordelik vir aktiwiteite soos werwing en seleksie, werknemers se dienskontrakte, die opneming (induksie) van werknemers, en die besoldiging van werknemers.

Menslike hulpbronne is ook bekend as **menslike kapitaal**.

## 1.1 Werwing en seleksie

Werwing en seleksie is twee belangrike aktiwiteite wat uitgevoer word as deel van die menslike hulpbronsfunksie. Voordat hierdie twee aktiwiteite uitgevoer kan word, is dit belangrik dat menslikehulpbronsbeplanning gedoen word ter identifisering van arbeidstekortkomings in die besigheid en ter bepaling of daar 'n behoefte bestaan vir die aanstelling van nuwe werknemers.

### 1.1.1 Menslikehulpbronsbeplanning

Die doel van menslikehulpbronsbeplanning is om vas te stel hoeveel werknemers die besigheid nodig het om in die toekoms doeltreffend te funksioneer.

'n **Taakontleding** verskaf inligting oor die vaardighede wat werknemers nodig het.

'n **Posbeskrywing** behels die postitel, 'n opsomming van wat die pos behels (verskillende take), asook 'n beskrywing van die vereistes van die pos.

**Posvereistes** is die pligte en verantwoordelikhede wat aan die posisie gekoppel is, asook die gesagsvlak van die posisie in die onderneming se hiërargie.

'n **Posspesifikasie** is 'n beskrywing van die vereistes waaraan 'n werknemer moet voldoen om geskik te wees vir die pos. Dit sluit in die nodige kwalifikasies, vaardighede, vermoëns en ervaring wat die werknemer moet hê om die pos suksesvol te kan beklee.

## 1.2 Seleksie

Die aktiwiteit van seleksie behels die oorweging van al die aansoekers vir die spesifieke betrekking en die kies van die beste kandidaat vir die aanstelling daarin. Dit sal die aansoeker wees wat die beste aan die posspesifikasie voldoen. Die oogmerk van die seleksie-aktiwiteit is om die regte persoon vir die pos aan te stel. Die prosedures wat met seleksie gevolg moet word, sal later in hierdie onderwerp bespreek word.



Fisiese en verstandelike mensevaardighede word gebruik om goedere en dienste te skep.

## 2 Prosedures wat verband hou met menslike hulpbronaktiwiteite

Die opsporing van die regte werknemer vir die pos staan bekend as werwing.

Die menslikehulpbronfunksie moet die regte werknemers, met die regte kwalifikasies, vaardighede, vermoëns en ervaring (indien nodig) opspoor om die geïdentifiseerde betrekking in die onderneming te vul.

### 2.1 Prosedures wat verband hou met werwing

#### 2.1.1 Werwingsbeleid

Dit beskryf die werwingsprosedures wat die onderneming sal volg, met inbegrip van die toepaslike reëls en riglyne. Hierdie prosedures moet ooreenstem met die toepaslike wetsvoorskrifte ter versekering van billike arbeidspraktyke, vry van diskriminasie, asook die toepassing van regstellende aksie, gelyke indiensneming, Swart Ekonomiese Bemagtiging (SEB) en Breëbasis- Swart Ekonomiese Bemagtiging (BBSEB), waar nodig.

#### 2.1.2 Werwingsplek

Die werwing van nuwe posbekleërs van binne die onderneming self staan bekend as **interne werwing**, en vind plaas wanneer poste gevul kan word deur bevordering of verplasing. Die werwing van nuwe werknemers van buite die onderneming staan bekend as **eksterne werwing**.

#### 2.1.3 Werwingsmetodes

Die departement van menslike hulpbronne kan een, of 'n kombinasie, van die volgende metodes gebruik:

- advertering in die media (koerante, radio, internet-webtuistes, of sosiale netwerktuistes)
- sakenuusbriewe, kennisgewingsborde, bulletins, mondelinge aankondigings
- personeelagentskappe of konsultante
- aanbevelings of verwysings van dienende personeel
- opvoedkundige instellings, die bekendmaking van werkgeleenthede onder studente
- die nadering van toepaslik gekwalifiseerde, vaardige en bekwame mense om vir 'n pos aansoek te doen
- instap-aansoekers, wat die onderneming besoek om vir 'n betrekking aansoek te doen, ongeag of daar 'n pos geadverteer is, al dan nie.

### 2.2 Prosedures wat verband hou met seleksie en onderhoudvoering

Die volgende prosedures word gewoonlik gevolg wanneer die mees geskikte kandidaat vir 'n pos geselekteer word.

#### 2.2.1 Ontvangs van dokumentasie

Aansoekers word versoek om 'n aansoekvorm of aansoekbrief in te dien, tesame met 'n curriculum vitae (CV), gesertifiseerde persoonlike dokumentasie, en bewys van kwalifikasies. Daar is gewoonlik 'n sperdatum vir die indiening van aansoeke.

'n Lys van al die aansoekers word saamgestel ná verstryking van die sperdatum.

### 2.2.2 Keuring

Die menslike hulpbronbestuurder sal die aansoeke en CV's toets aan die vereistes vir die betrekking. Die aansoekers wat nie voldoen aan die minimum vereistes soos uiteengesit in die advertensie nie, word uitgeskakel. Hulle word (gewoonlik) ingelig dat hul aansoek onsuksesvol was. Die oorblywende kandidate, wat voldoen aan die minimum vereistes, vorder tot by die tweede stap.

### 2.2.3 Beoordeling van CV en samestelling van kortlys

Die CV's van die aansoekers wat voldoen aan die minimum vereistes vir die vakante pos, word nou beoordeel. Ná die beoordeling sal die bestuurder menslike hulpbronne die aansoekers in rangorde van die mees geskikte tot die mins geskikte plaas. Die name van die kandidate wat die hoogste posisie in die rangorde beklee, word op 'n **kortlys** geplaas en die ander word uitgeskakel.

### 2.2.4 Kontrolering van inligting verskaf in CV

Die inligting in elke CV behoort gekontroleer te word om seker te maak dat dit waar is. Dit sluit die kontrolering van kwalifikasies en werkervaring in. Die bestuurder menslike hulpbronne sal ook die **referente** kontak wat in die CV aangedui word ter bevestiging van die CV en om meer oor die aansoeker te wete te kom.

### 2.2.5 Voer van die onderhoud

'n **Onderhoud** is 'n formele ontmoeting tussen die aansoeker (die persoon met wie die onderhoud gevoer word) en die werkgever (die onderhoudvoerder). Die doel van die onderhoud is om meer inligting oor die aansoeker in te win deur die stel van vrae, en om die aansoeker verder te evalueer.

### 2.2.6 Assesserings

Hierdie toetse kan onderverdeel word tussen persoonlikheidstoetse en aanleg- of bekwaamheidstoetse. Die doel van persoonlikheidstoetse is om die kandidaat se persoonlike karaktertrekke te bepaal.

Die doel van aanlegtoetse is om die kandidaat se intellektuele vermoë en vaardighede te bepaal.

Mediese ondersoeke kan ook deel vorm van die assesserings.

### 2.2.7 Aanstellingsbrief

Sodra die mees geskikte kandidaat gekies is, word 'n skriftelike aanbod vir 'n betrekking aan die suksesvolle kandidaat gedoen. Sodra die gekose kandidaat die aanbod skriftelik aanvaar het, moet die dienskontak onderteken word.

### 2.2.8 Besoldiging (salaris en ander diensvoordele)

Besoldiging (of vergoeding) is die geld wat aan 'n werknemer betaal word vir dienste gelewer. 'n Vergoedingspakket behels 'n salaris tesame met bykomende diensvoordele. Salarisse word gewoonlik betaal aan gekwalifiseerde of geskoolde werkers, terwyl ongeskoolde werkers dikwels lone as betaling ontvang.



**Salaris** is 'n vaste betaling, een keer per maand, aan 'n werknemer vir dienste gelewer.

**Loon** is gewoonlik 'n weeklikse betaling aan 'n werknemer vir dienste gelewer. Dit kan egter ook daaglik of maandeliks betaal word. 'n Werknemer se loon kan 'n vaste betaling wees, of dit kan bereken word ooreenkomstig die aantal ure wat die werknemer gewerk het, of ooreenkomstig die hoeveelheid werk wat gedoen is.

Werknemersvoordele, wat ook soms byvoordele genoem word, word aan werknemers toegestaan aanvullend tot hul basiese salaris of loon. Dit kan die volgende insluit:

- gesondheids- en lewensversekering
- mediese fonds
- pensioenfonds
- motortoelaag
- bonus
- winsdeling
- betaling van hervestigingsuitgawes aan werknemer
- finansiële en regsdiens
- kindersorgprogramme
- huissubsidie.

Die volgende, verpligte byvoordele word wetlik voorgeskryf:

- werkloosheidsversekering
- vaardigheidsontwikkeling
- vergoeding vir werkverwante beserings en siektes.



Die aansoeker word ondervra deur 'n paneel wat bestuurders of toesighouers en vakbondvertegenwoordigers kan insluit.

### 3 Wetgewing

Die departement menslike hulpbronne moet seker maak dat die onderneming al die wette aangaande die werkplek nakom.

#### 3.1 Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV), 66 van 1995

Die Wet op Arbeidsverhoudinge reguleer arbeidsverhoudinge in Suid-Afrika. Dit is gegrond op die Suid-Afrikaanse Grondwet en:

- maak voorsiening vir 'n regsraamwerk wat kollektiewe bedinging bevorder en vergemaklik
- verskaf riglyne vir die hantering van arbeidsdispute en moedig die skepping van werkplekforums aan
- verskaf die prosedures wat gevolg moet word in nywerheidsaksies, soos stakings, uitsluitings, wagopstelling en sloerstakings.

Die Kommissie vir Versoening, Bemiddeling en Arbitrasie (KVBA), die Arbeidshof en die Arbeidsappèlhof is tot stand gebring om aangeleenthede wat uit die Wet ontstaan, te hanteer.

#### 3.2 Wet op Basiese Diensvoorwaardes, 75 van 1997

Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes is van toepassing op alle werknemers en werkgewers, uitgesonderd lede van die Suid-Afrikaanse Nasionale Weermag, die Nasionale Intelligensie-agenskap, en die Suid-Afrikaanse Geheimeidiens.

Die Wet is daarop gemik om die werktoestande van werknemers te verbeter. Aangeleenthede soos minimum vergoeding, maksimum werkure, minimum verlof, aftrekkings van salarisse of lone, en die minimum kennisgewingstyd vir die beëindiging van dienskontrakte is van die belangrike kwessies wat deur die Wet gedek word. Volgens wet moet 'n afskrif van die Wet in die werkplek beskikbaar wees op 'n plek waar die vir almal sigbaar sal wees. Sommige van die belangrike aspekte van die Wet is die volgende:

- **Werkure** – maksimum van 45 uur per week. Dit kan 'n maksimum van 9 uur per dag behels in die geval van 'n werkweek van 5 dae, of 8 uur per dag in die geval van 'n werkweek van 6 dae. Kinderarbeid en dwangarbeid is onwettig.
- **Oortyd** – 'n maksimum van 3 uur per dag of 10 uur per week. Oortydbetaling moet 1½ keer die normale salaris of loon wees, of 'n ooreenstemmende tyd betaalde verlof. Indien 'n werknemer diens verrig op 'n openbare vakansiedag wat op 'n werkdag val, is die oortydbetaling dubbeld die normale salaris.
- **Verlof** – 21 dae betaalde verlof per jaar, en die werkgewer moet instem tot die tydperk waarop die verlof geneem word. Siekteverlof is 30 dae betaalde verlof oor 'n siklus van 3 jaar. Kraamverlof is 4 opeenvolgende maande en familieverantwoordelikheidsverlof vir siekte en dood in die familie is 3 dae per jaar.
- **Diensbeëindiging of kennisgewingstydperk** – werknemers moet 'n maand kennis gee van diensbeëindiging waar die diens tyd 'n jaar of langer was. Indien die werknemer korter as 'n jaar in diens was, is die kennisgewingstyd 2 weke, en slegs 1 week indien die werknemer korter as 'n maand gewerk het.

### 3.3 Wet op Gelyke Indiensneming, 55 van 1998

Die Wet op Gelyke Indiensneming verseker gelykheid aan almal in die werkplek. Die Wet verhinder onbillike diskriminasie in die werkplek. Dit sluit in onbillike diskriminasie teen werknemers of werkaansoekers op grond van ras, gender, swangerskap, huwelikstatus, gesinsverantwoordelikheid, etniese of maatskaplike herkoms, velkleur, seksuele oriëntasie, ouderdom, gestremdheid, godsdienstige oortuigings, geloof, kultuur, taal, politieke oortuiging, of MIV-status.

Die Wet verplig ook aangewese werkgewers om stappe vir regstellende aksie te doen ter bevoordeling van individue uit spesifieke aangewese groepe wat histories benadeel is (naamlik swartmense, Indiërs, bruinmense, en gestremdes).

### 3.4 Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes, 61 van 1997

Die Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes verskaf die wetsvoorskrifte vir die vergoeding van werknemers wat ongeskik raak of van die gesinne van werknemers wat sterf weens beserings of siektes wat opgedoen is in die werkplek.

Werkgewers word verplig om vergoeding aan hul werknemers te betaal.

Werkgewers word egter beskerm teen eise indien werknemers by die werk beseer word.

Werknemers wat by die werk beseer word, kan vergoeding vir tydelike of permanente ongeskiktheid eis, en afhanklikes kan vergoeding eis indien 'n werknemer sterf weens 'n besering wat by die werk opgedoen is.

### 3.5 Inwerkingstelling van wetgewing

#### 3.5.1 Regsaspekte van dienskontrakte

'n Dienskontrak is 'n regsgeldige dokument wat deur sowel die werkgewer as die werknemer onderteken moet word. Die werkgewer en die werknemer moet hulle neerlê by die voorskrifte van die Wet op Basiese Diensvoorwaardes. Die werkgewer mag nie die werknemer minder vergoeding aanbied as wat die genoemde Wet voorskryf nie.

Ooreenkomstig die Wet moet die werknemer 'n dienskontrak ontvang binne twee maande nadat hy of sy die tersake betrekking aanvaar het. Hierdie kontrak kan in 'n latere stadium herbeding word, indien die partye dit so verlang. 'n Dienskontrak moet die volgende insluit:

- die naam en adres van die werkgewer
- die naam, identiteits- en kontakbesonderhede van die werknemer
- die pligte verbonde aan die pos
- die diensvoorwaardes
- die salaris wat aangebied word
- die gedragskode
- enige ander tersake inligting, soos verlofbesonderhede.

'n Dienskontak kan beëindig word op grond van die volgende redes:

- **bedanking:** Indien werknemers besluit om uit hul pos te bedank, moet hulle 'n geskrewe kennisgewing van hul voorgenome bedanking indien. Hulle moet voor hul bedanking seker maak dat hulle aan die kennisgewingstyd voldoen.
- **aftrede:** Vroue kan op 60-jarige ouderdom en mans op 65-jarige ouderdom in Suid-Afrika aftree. Soms verkies mense om langer te werk. Die Wet op Arbeidsverhoudinge bepaal dat daar nie teen iemand op grond van ouderdom gediskrimineer mag word nie.

- **botalligheid:** Indien 'n besigheid nie langer genoeg werk het vir sy werknemers nie, of herstruktureer, kan hy besluit om sekere werknemers botallig te verklaar. Indien 'n besigheid werknemers uit diens stel, moet hy aan hulle 'n skeidingspakket betaal, gegrand op die aantal jare wat hulle in diens van die werkgewer was. Die posisie mag nie onmiddellik weer gevul word nie. Werkers wat botallig verklaar is, is geregtig op werkloosheidstoelaes uit die Werkloosheidsversekeringsfonds.
- **afdanking:** Daar is wetsvoorskrifte oor die prosedures vir die afdanking van werknemers. Werkers moet mondeling en skriftelik gewaarsku en 'n kans gegun word om hul prestasie te verbeter voordat hulle ontslaan word. Werknemers kan ontslaan word op grond van diefstal, wangedrag, en 'n onvermoë (onbekwaamheid) om die werk te doen waarvoor hulle aangestel is.



Induksie sluit in dat jy aan jou nuwe kollegas bekendgestel word.

## 4 Prosedures vir opneming (induksie) en plasing

Nadat die gekose kandidaat die aanstellingsbrief en dienskontrak onderteken het, word hy of sy geplaas in die posisie waarin hy of sy aangestel is.

Die gekose kandidaat moet kennis ontvang van die plek, datum en tyd waarop die aanstelling in werking tree. Die werkgewer moet die werknemer voorsien van al die nodige hulpbronne, byvoorbeeld 'n kantoor, toerusting, meubels en skryfmateriaal. Dit is belangrik dat die nuwe werknemer ook in hierdie tyd die proses van opneming sal deurgaang. Die opnemingsprogram kan die volgende prosedures insluit:

- verwelkoming van die nuwe werknemer en bekendstelling aan mede-werknemers, toesighouers en bestuurders
- verduideliking van die organisatoriese struktuur in die besigheid, en hoe die pos daarby inskakel
- beskrywing van die organisatoriese kultuur en gedragkode in die werkplek, asook ander besigheidsbeleide
- bekendstelling van die nuwe werknemer aan die besigheid, asook die nuwe werkplek
- aanstelling van 'n ervare kollega om saam met die nuwe werknemer te werk en te help deur die beantwoording van vrae oor die werk. Dit is belangrik dat die bestuurder menslike hulpbronne die sukses van die opneming sal kontroleer en terugvoering sal verkry oor die nuwe werknemer se vordering.

### 4.1 Onderhoudvoering, seleksie en opneming

Die departement van menslike hulpbronne moet verseker dat daar geen diskriminasie plaasvind nie tydens die prosesse van onderhoudvoering, seleksie en opneming, soos voorgeskryf deur die Wet op Gelyke Indiensneming en die Wet op Arbeidsverhoudinge.

Vakbonde en werkplekforums kan deel vorm van hierdie prosesse om deursigtigheid en billikheid te verseker. Dit is ook belangrik dat 'n gestandaardiseerde stel kriteria gebruik word om alle kandidate te assesser en te evalueer.

Werkgewers moet tydens die seleksieproses seker maak dat hulle regstellende aksie in gedagte hou, asook die teikens vir gelyke indiensneming soos uiteengesit in die Wet op Gelyke Indiensneming. Dit beteken dat die mees geskikte kandidaat nie noodwendig die een sal wees wat bo-aan die rangorde in die seleksieproses geplaas word nie.

### 4.2 Salarisvasstelling, stukloon- en tydverwante stelsels

Vergoeding (of besoldiging) kan bepaal word ooreenkomstig die stukloonstelsel (ook bekend as die stukwerkstelsel) of die tydverwante stelsel.

Ingevolge 'n **stukloonstelsel** word werknemers betaal vir die aantal items (stukke) gelewer en nie vir die aantal ure wat gewerk is nie, ongeag hoe lank dit geneem het om die item te lewer.

Dit word in talle fabriekke gebruik en is veral gewild in die tekstiel- en tegnologiese bedrywe.

Die meeste besighede gebruik die **tydverwante stelsel**. Besoldiging word bepaal op grondslag van die aantal ure wat gewerk is. Die maksimum aantal werkure word voorgeskryf deur die Wet op Basiese Diensvoorwaardes. Werknemers moet ook die minimum tarief wat deur die Wet voorgeskryf word, in gedagte hou.

In die private sektor word vergoedingspakkette dikwels beding. Die besigheid bied 'n vergoedingspakket aan en, indien die voornemende werknemer nie tevrede is nie, onderhandel hulle daarvoor totdat hulle 'n ooreenkoms bereik.

#### 4.2.1 Persoonlike belasting

Inkomstebelasting is geld wat aan die staat betaal word uit 'n salaris of loon. Inkomstebelasting word betaal op die volle vergoedingspakket. Indien 'n werknemer meer as 'n bepaalde bedrag verdien, moet die werknemer volgens wet belasting van die werknemer se vergoeding verhaal. Die hoeveelheid belasting wat 'n werknemer betaal, hang af van die bedrag wat verdien is, die ouderdom van die werknemer (naamlik of die werknemer jonger of ouer as 65 jaar is) en of die werknemer 'n lid is van 'n pensioenfonds of spaar ingevolge 'n annuïteitsfonds. Die belasting wat afgetrek word, moet aan die SAID betaal word binne sewe dae ná die einde van die week of maand waarin dit verhaal is.

Daar is twee hoofipes belasting wat van werknemers se vergoeding afgetrek word:

- **Standaard Inkomstebelasting op Werknemers (SIBW)** is 'n vorm van werknemersbelasting wat in die boekjaar 2011/2012 gehef is slegs op 'n netto vergoeding van tussen R27 000 en R60 000 vir die belastingperiode van 12 maande. Hierdie bedrae kan jaarliks verander.
- Wanneer 'n werknemer meer as R60 000 per jaar verdien, word werknemersbelasting ingevolge die **Lopende Betaalstelsel (LBS)** afgetrek. LBS is 'n progressiewe belastingstelsel, wat daarop neerkom dat hoe meer 'n werknemer verdien, des te meer belasting is betaalbaar.

#### 4.2.2 Basiese diensvoorwaardes

Wanneer salarisse en lone vasgestel word, moet die Wet op Basiese Diensvoorwaardes in ag geneem word in terme van die bepalings oor minimum salarisse, loon- en oortydkoerse. Werkgewers moet rekord hou van elke werknemer, met inbegrip van die ure gewerk en die vergoeding betaal. Die werkgever moet aan elke werknemer 'n salarisadvies of betaalstrokie gee wat die basiese salaris of loon (voor aftrekkings) vertoon, asook die aftrekkings en die netto salaris of loon (ná aftrekkings).

#### 4.2.3 Pensioenfonds en mediese fonds

'n Pensioenfonds is 'n skema wat aan lede 'n inkomste voorsien wanneer hulle aftree. Lidmaatskap van 'n besigheid se pensioenfonds is gewoonlik net beskikbaar vir heeltydse werkers. Maandelikse bydraes word bereken as 'n vaste persentasie van die werknemers se bruto salaris. 'n Mediese fonds of skema is 'n fondspoel waaruit lede kan put vir hul mediese uitgawes.

Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes bepaal dat werkgewers nie enige geld van die werknemer se salaris mag aftrek sonder laasgenoemde se instemming nie.

#### 4.2.4 Werkloosheidsversekering

Die regering het die Werkloosheidsversekeringsfonds (WVF) geskep om versekering te bied aan mense wat werkloos is. Dit behels 'n verpligte bydrae tot die fonds deur sowel werknemers as werkgewers. Werknemers wat werkloos raak, kan dan geld uit hierdie fonds onttrek terwyl hulle 'n nuwe betrekking probeer kry.

Die bydrae wat werkgewers mag aftrek van 'n werknemer se salaris is 1% van die werknemer se totale verdienste, terwyl die werkgever 'n ooreenstemmende 1% bydra vir elke werknemer wat in sy diens is.

#### 4.2.5 Vaardigheidsontwikkeling

Besighede is verplig om die ekwivalent van 1% van 'n werknemer se bruto salaris aan die Vaardigheidsontwikkelingsfonds oor te betaal. Besighede moet by die SAID registreer vir die vaardigheidsontwikkelingsheffing. Die oogmerk van die Wet op Vaardigheidsontwikkeling, 97 van 1998, is om die werkplek te benut as 'n plek waar geleer word, om opvoedingsvlakke deur

goeie opleidingsprogramme te verhoog, en om werkgeleenthede te verbeter. Indien die besigheid werknemers geregistreerde opleidingskursusse laat ondergaan, kan hy gedeeltes van die kostes van die Vaardigheidsontwikkelingsfonds terugeis.

#### 4.2.6 Salarisstrokie-inligting:

- werkgewer se naam en adres
- werknemer se naam en pos
- betalingsperiode
- werknemer se salaris
- SIBW-, LBS- en WVF-aftrekkings, asook die bedrag en doel van enige ander aftrekkings
- werklike bedrag wat aan die werknemer betaal is.

### Vrae ter afsluiting van die onderwerp

1. Sou jy verwag om 'n opsomming van die werkgeskiedenis van 'n voornemende werknemer aan te tref in 'n:

- a) CV
- b) advertensie vir 'n betrekking
- c) posbeskrywing.

2 Watter van die volgende is NIE ingesluit in die seleksieproses nie?

- a) maak van 'n kortlys
- b) onderhoudvoering
- c) opneming.

3. Wat is die naam van die sessies wat nuwe werknemers ondergaan by diensaanvaarding?

- a) opneming (induksie)
- b) personeelbeoordeling
- c) uitdiensstelling. (6)

4. Watter inligting moet verskaf word op 'n salarisstrokie? (6)

5. Die bestuurder van menslike hulpbronne het jou raad gevra oor die aanstelling van 'n nuwe vroue-werknemer, wat swanger is. Skryf kort aantekeninge ter verduideliking van die regsvereistes waarvan sy bewus moet wees. (8)

6. Wat is die hoofmerk van die Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes? (8)

7. Verduidelik kortliks watter inligting ingesluit moet word in 'n skriftelike dienskontrak, wat deur 'n werkgewer en werknemer onderteken moet word. (12)

8. Verduidelik vier verantwoordelikhede van die departement menslike hulpbronne. (8)

9. Bespreek kortliks die voorskrifte in die Wet op Basiese Diensvoorwaardes. (30)

## Antwoorde op vrae ter afsluiting van die onderwerp

1 a✓✓

2 c✓✓

3 a✓✓

(2 x 2 = 6)

4. basiese salaris of loon (voor aftrekkings), ✓✓aftrekkings✓✓ en netto salaris of loon (ná aftrekkings). ✓✓ (6)

5. Sy kan nie gedwing word om haar werk te bedank indien sy aangestel sou word nie✓✓  
Kraamverlof is 4 opeenvolgende maande✓✓ ingevolge die Wet op Basiese  
Diensvoorwaardes✓✓ Sy moet ook werk in omstandighede wat nie nadelig is vir haar  
gesondheid nie✓✓ ingevolge die Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes✓✓ (8)

6. vergoeding van werknemers wat ongeskik raak of van hul gesinne indien 'n werknemer sterf  
aan beserings of siekte wat by die werk opgedoen is✓✓✓✓ voorskrifte aangaande veiligheid en  
werktoestande✓✓✓✓ (8)

7. 'n Dienskontrak is 'n bindende regsoreenkoms✓✓ tussen die werkgewer en werknemer✓✓  
en moet die volgende insluit: die diensvoorwaardes✓✓ die salaris wat aangebied word✓✓ die  
gedragskode✓✓ enige ander relevante inligting✓✓ (8)

8. Werwing,✓✓ seleksie,✓✓ voldoening aan regsvoorskrifte,✓✓ opleiding✓✓ (8)

9. Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes is van toepassing op alle werknemers en  
werkgewers, uitgesonderd lede van die Suid-Afrikaanse Nasionale Weermag, die Nasionale  
Intelligensie-agenskap, en die Suid-Afrikaanse Geheime Diens. ✓✓✓✓  
Die Wet is daarop gemik om die werktoestande van werknemers te verbeter. Aangeleenthede  
soos minimum vergoeding, maksimum werkure, minimum verlof, aftrekkings van salarisse of  
lone, en die minimum kennisgewingstyd vir die beëindiging van dienskontrakte is van die  
belangrike kwessies wat deur die Wet gedek word. ✓✓ ✓✓ Volgens wet moet 'n afskrif van die  
Wet in die werkplek beskikbaar wees op 'n plek waar die vir almal sigbaar sal wees. Sommige  
van die belangrike aspekte van die Wet is die volgende: ✓✓✓✓

**Werkure** – maksimum van 45 uur per week. Dit kan 'n maksimum van 9 uur per dag behels in  
die geval van 'n werkweek van 5 dae, of 8 uur per dag in die geval van 'n werkweek van 6 dae.  
Kinderarbeid en dwangarbeid is onwettig. ✓✓✓✓

**Oortyd** – 'n maksimum van 3 uur per dag of 10 uur per week. Oortydbetaling moet 1½ die  
normale salaris of loon wees, of 'n ooreenstemmende tyd betaalde verlof. Indien 'n werknemer  
diens verrig op 'n openbare vakansiedag wat op 'n werkdag val, is die oortydbetaling dubbeld  
die normale salaris. ✓✓✓✓

**Verlof** – 21 dae betaalde verlof per jaar, en die werkgewer moet instem tot die tydperk waarop  
die verlof geneem word. Siekteverlof is 30 dae betaalde verlof oor 'n siklus van 3 jaar.  
Kraamverlof is 4 opeenvolgende maande en familieverantwoordelikheidsverlof vir siekte en  
dood in die familie is 3 dae per jaar. ✓✓✓✓

**Diensbeëindiging of kennisgewingstydperk** – werknemers moet 'n maak kennis gee van  
diensbeëindiging waar die diens tyd 'n jaar of langer was. Indien die werknemer korter as 'n  
jaar in diens was, is die kennisgewingstyd 2 weke, en slegs 1 week indien die werknemer  
korter as 'n maand gewerk het. ✓✓✓✓ (30)



# BESIGHEIDSTUDIE GRAAD 11

## JAAREINDEKSAMEN

TYD: 3 UUR    PUNTE: 300

### Instruksies en Inligting

Lees die volgende instruksies versigtig voordat jy die vrae beantwoord.

Hierdie eksamenvraestel bestaan u DRIE afdelings, naamlik AFDELING A, AFDELING B en AFDELING C.

AFDELING A: Verpligtend vir alle leerders

AFDELING B: Beantwoord in paragraafstyl enige DRIE van die vyf vrae wat handel oor al die werk wat vanjaar behandel is.

AFDELING C: Beantwoord in paragraafstyl enige TWEE van die vier vrae wat handel oor al die werk wat vanjaar behandel is.

Neem die tydaanwysing in ag wanneer jy die vrae beantwoord. Jy kan die tabel hieronder gebruik as riglyn vir die puntetoedeling en tydaanwysing vir elke vraag.

Lees die instruksies vir elke vraag sorgvuldig en beantwoord slegs dit wat vereis word.

Nommer jou antwoorde korrek ooreenkomstig die numeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik word.

Antwoord in volsinne, behalwe waar ander instruksies gegee word.

Die puntetoedeling en aard van elke vraag is 'n aanduiding van die lengte wat jou antwoord moet wees.

Begin die antwoord op elke nuwe vraag op 'n nuwe bladsy in jou antwoordboek.

Afdeling A 40

Afdeling B 180 (3 x 60)

Afdeling C 80 (2 x 40)

## AFDELING A: VERPLIGTEND

Vraag 1 Beantwoord alle onderafdelings

1.1 Meerkeuse. Verskaf slegs die korrekte antwoord, A, B, C of D, op jou antwoordstel.

1.1.1 Die bemarkingsfunksie van Greens Cars (Edms) Bpk is deel van die ... omgewing.

A. mikro

B mark

C besigheid

D makro

1.1.2 Verskaffers vorm deel van die ... omgewing.

A mikro

B mark

C besigheid

D makro

1.1.3. Watter een van die volgende is nie 'n kenmerk van 'n ondernemer (entrepreneur) nie?

A leierskapstyl

B drang na prestasie

C fokus van beheer

D probleemoplossingsvermoë

1.1.4. Wat een van die volgende sou jy beskou as 'n onetiese besigheidspraktyk?

A Prysvasstelling tussen selfoonverskaffers

B Mededingers wat 'n ooreenkoms sluit oor staatstenders

C Banke wat vaste diensfooie hef

D Die vasstelling van dieselfde pryse vir goedere in stedelike en landelike gebiede

1.1.5. Watter een van die volgende moet aangedui word op 'n salarisadvies?

A LBS-aftrekkings

B Bankdiensfooie

C Selfoonbesonderhede

D Naam van naasbestaande

1.1.6 Watter een van die volgende verbied onbillike diskriminasie teen werknemers in die werkplek?

A Die Wet op Gelyke Indiensneming

B BBSEB (Breëbasis- Swart Ekonomiese Bemagtiging)

C Wet op Basiese Diensvoorwaardes

D Wet op Vaardigheidsontwikkeling

1.1.7. 'n SWOT-diagram sluit in:

A Sterk punte, swak punte, geleenthede en bedreigings vir 'n besigheid

B Steun, swak punte, geleenthede en bedreigings vir 'n besigheid

C Sterk punte, swak punte, opposisie en bedreigings vir 'n besigheid

D Sterk punte, swak punte, geleenthede en beproewings vir 'n besigheid

1.1.8. Groothandelaars wat die internet gebruik om goedere van 'n produsent van organiese voedsel te koop, sal deel wees van die voedselprodusent se ... omgewing.

A tegnologiese

B mark

C makro

D mikro

1.1.9. Watter een van die volgende is nie 'n faktor wat oorweeg moet word wanneer besluit word oor die beste vorm van eienaarskap van 'n besigheid nie?

A Regspersoonlikheid

B Belastingpligtigheid

C Mate van beheer

D Geografiese ligging

1.1.10 Watter een van die volgende is 'n voordeel in die geval van persoonlike verkope?

A demonstrasies is moontlik

B minder kennis van die produk is nodig

C verkoopsboodskap kan altyd dieselfde wees

D Druk kan op die kliënt uitgeoefen word

(10 x 2 = 20)

1.2 Verskaf 'n woord/term wat elk van die volgende beskryf:

1.2.1 Die naam van organisasies wat die belange van individuele of 'n groep werknemers beskerm en bevorder.

1.2.2 Die besigheidsomgewing wat handel met probleme rakende produksiemetodes.

1.2.3 'n Groep individue of organisasies wat vrywillig inligting uitruil.

1.2.4 'n Vorm van eienaarskap waarin 2-20 mense ooreenkom om saam te werk, sonder om 'n regsenteit te vorm.

1.2.5 Aksies in die werkplek wat verband hou met dit wat aanvaarbaar is vir die mense wat met die organisasie saamwerk. (5x2=10)

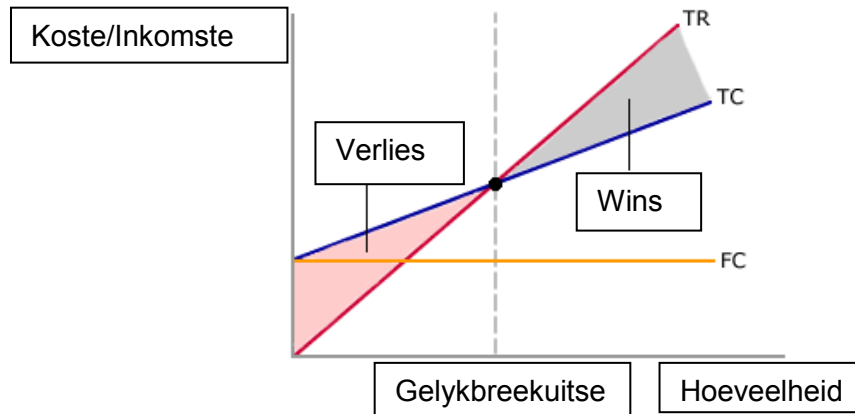
1.3 Kies 'n term uit KOLOM B wat pas by die beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A-E) langs die vraagnommer op jou antwoordstel neer.

KOLOM A	KOLOM B
1.3.1 Die beskikbaarmaking van goedere in ander lande teen lae pryse	A. Valutabeheermaatreëls
1.3.2 Belasting of doaneregte gehef op ingevoerde goedere	B. Storting (dumping)
1.3.3 Finansiële bystand tot die koste van plaaslik geproduseerde goedere sodat hulle teen laer pryse in die buiteland verkoop kan word	C. Multinasionaal
1.3.4 Beperkings deur 'n land op die beskikbaarheid van buitelandse valuta aan invoerders	D. Subsidies
1.3.5 'n Maatskappy wat wêreldwyd sake doen	E. Tariewe

(5x2=10)(40)

## AFDELING B: BEANTWOORD ENIGE DRIE VAN DIE VYF VRAE

VRAAG 2. Bestudeer die grafiek hieronder en beantwoord die daaropvolgende vrae.



2.1 Definieer die volgende:

- 2.1.1 gelykbreekdrempel (2)
- 2.1.2 totale kostes (2)
- 2.1.3 inkomste (2)

2.2. Waarvoor word gelykbreekgrafieke gebruik? (6)

2.3 Gee 2 voorbeelde van elke van die volgende:

- 2.3.1 vaste kostes (4)
- 2.3.2 veranderlike kostes (4)

2.4 Noem en beskryf vyf strategieë wat die vennote in 'n advertensieagentskap intern kan toepas wanneer bedreigings of geleenthede in die eksterne omgewing voorkom. Gebruik voorbeelde uit die advertensiebedryf in jou verduideliking. (20)

2.5 Bespreek die drie komponente wat bydra tot die toekomsvisie van 'n besigheid. (12)

2.6 Wat word bedoel met die term "dumping (storting)" en hoekom skep dit 'n probleem vir besighede in Suid-Afrika? (4)

2.7 Hoekom is dit belangrik vir besighede om bewus te wees van hededaagse tegnologie? (4)(60)

### VRAAG 3

Nestlé is 'n internasionale maatskappy met 'n wye verskeidenheid van produkte wat deur die publiek gekoop kan word. Hy toets deurentyd nuwe produkte om by sy bestaande reeks te voeg en staak die produksie van produkte wat nie goed verkoop nie.

3.1 Definieer die produkbeleid. (4)

- 3.2 Bespreek die produkmengsel in besonderhede en gee voorbeelde. (12)
- 3.3 Wat is die hoofeienskappe wat oorweeg moet word in die besluitneming oor 'n produk? (6)
- 3.4 Teken 'n grafiek en verduidelik die betekenis van die term "lewensiklus van 'n produk". (20)
- 3.5 Gee 'n basiese beskrywing van wat markaktiwiteite behels. (10)
- 3.6 Bespreek die verskil tussen besigheidsetiek en persoonlike etiek, en gee voorbeelde van elk. (8)  
(60)

#### VRAAG 4

Fashion House (Edms) Bpk maak al vir meer as 30 jaar klere en roem hom daarop dat hy klere vervaardig wat nuwe modeneigings inlei, eerder as om hulle na te volg. Die maatskappy het 'n groot fabriek in die sakekern van Kaapstad. Tog het hy in die jongste verlede voor 'n toenemende aantal probleme te staan gekom.

Die maatskappy verkoop klere aan winkels regoor Suid-Afrika, maar is in die laaste jare in die gesig gestaar deur toenemende mededinging, veral van Chinese besighede wat in staat is om klere goedkoper te vervaardig aangesien hulle hul werkers laer lone betaal.

Afdelingsbestuurders het ook hul kommer uitgespreek:

Die rekeningebestuurder het, nadat hy die maatskappyrekeninge ondersoek het, verslag gedoen dat die maatskappy die moontlikheid van likwidasië in die gesig staar.

Die bemarkingsbestuurder meen dat sy begroting verhoog moet word sodat hy Fashion House se bemarkingsmengsel kan verbeter.

Die operasionele bestuurder oordeel dat te veel spasie in die fabriek vermors word weens die groot hoeveelhede grondstowwe wat in voorraad word. Sy wys ook daarop dat die moraal van die personeel laag is aangesien hulle gerugte van werknemers uit verskillende departemente gehoor het en beangs is oor die toekoms van die besigheid.

Fashion House het die moontlikheid ondersoek om 'n eksklusiewe handelsmerkreeks van hoëgehalte klere te vervaardig om sy winste te verhoog, maar sommige bestuurders het hul besorgdheid uitgespreek dat hul werknemers nie die vaardighede het om sulke klere te maak nie.

Die bestuurders van Fashion House is byeengeroep om die situasie te beoordeel, die toekoms van die besigheid te bespreek en voorstelle te doen vir die oplossing van die maatskappy se probleme.

- 4.1 Verduidelik kortliks die probleem van dumping (storting) as 'n makro-ekonomiese uitdaging. (4)
- 4.2 Definieer wat bedoel word met likwiditeit en dui aan in watter sektor van die ekonomie dit val. (2)

- 4.3 Wat sal die uitwerking van die lidwuiteitsprobleem wees op die bemarkingsbestuurder se versoek om die verhoging van sy begroting? (4)
- 4.4 Skryf 'n kort verslag waarin die bestuurder menslike hulpbronne aanbevelings doen vir die verhoging van die vaardigheidsvlakke van werknemers, asook van hul moraal. (30)
- 4.5 Wat is 'n marksegment en waarop is dit gegrond? (10)
- 4.6 Noem drie verskillende klasse goedere. (6)
- 4.7 Wat is die betekenis van die term "bemarkingsmengsel"? (4)  
(60)

#### VRAAG 5

Vir oorlewing in die 21ste eeu moet besighede moderne beplanningstegnieke soos Delphi gebruik, asook hul werknemers betrek by die vind van doeltreffende oplossings vir probleme en die vestiging van 'n etiese en verantwoordelike sakepraktyk.

- 5.1 Wat is die Delphi-tegniek? (4)
- 5.2 Noem 3 voordele verbonde aan die gebruik van die Delphi-tegniek, asook 2 nadele daarvan. (10)
- 5.3 Noem die stappe wat gebruik word in die Delphi-tegniek en verduidelik elkeen kortliks. (14)
- 5.4 Wat beteken integriteit vir jou? (6)
- 5.5 Definieer "dinkskrum" en noem die 8 stappe in die proses. (10)
- 5.6 Verduidelik die term "eties". (6)
- 5.7 Hoe kan jy etiese gedrag in jou besigheid verseker? (10)  
(60)

Vraag 6

**VAKATURE VIR 'N DINAMIESE VERKOOPSBESTUURDER**

**Vereistes:**

- 'n Driejaardiploma in Bemerkingsbestuur
  - Minimum van 4 jaar ondervinding
- Rekenaargeletterdheid in MS Office en MS Excel

**Persoonlike vaardighede/kenmerke:**

- Spanwerker
- Goeie kommunikasievaardighede
- Goeie motiverings- en dispuutoplossingsvaardighede
- Doelwitgeoriënteer en betroubaar

**Vergoeding:**

- Basiese salaris plus byvoordele

Aansoeke, insluitend 'n omvattende CV, moet per e-pos gestuur word aan:

Die Bestuurder Menslike Hulpbronne by goodsales@mzt.co.za

Kontakbesonderhede: 081 497 2345 of 021 371 3457

Jy is die Bestuurder Menslike Hulpbronne van die maatskappy wat die vakature hierbo geadverteer het. Dit is jou taak om die mees geskikte kandidaat vir die betrekking aan te stel. Skryf 'n opstel waarin jy die indiensnemingsproses wat jy sou volg om die mees geskikte kandidaat te vind, verduidelik.

Gebruik die volgende hoofde en subhoofde in jou opstel:

(a) Die seleksieproses:

- Onderhoud met die oog op voorlopige seleksie (4 × 2 = 8)
- Seleksietoetse (3 × 2 = 6)
- Mediese ondersoek (2 × 2 = 4)
- Verifikasie van referente (2 × 2 = 4)
- Finale onderhoud en finale keuse (7 × 2 = 14)
- Finale aanbod en aanstelling (4 × 2 = 8)

(b) Plasing en inlywing:

- Plasing (2 × 2 = 4)
  - Oriëntasie (3 × 2 = 6)
  - Opneming (3 × 2 = 6)
- (60)



AFDELING C (OPSTELTIPE VRAE) BEANTWOORD ENIGE TWEE VRAE.

VRAAG 7

Die afdeling vir kinderklere van 'n klerefabriek vaar sleg. Tyd word vermors deur argumente oor wat die beste strategieë is om te volg, en almal wil die leiersposisie beklee. Die werknemers van die afdeling is onproduktief en uiters negatief. Die bestuurder sukkel om die span as 'n eenheid te laat saamwerk en funksioneer.

Adviseer die bestuur oor hoe om die span dinamiek konstruktief te bestuur en brei uit oor die fases van spanontwikkeling.

(40)

VRAAG 8



Gina White van Bloemfontein is die trotse eienaar van Gina se Skoenwinkel. Sy het die besigheid drie jaar gelede alleen begin met een klein skoenwinkel en bestuur nou 'n groep van tien winkels. Sy is vandag 'n suksesvolle sakevrou.

Bespreek die belangrikste eienskappe van 'n hoogs suksesvolle ondernemer (entrepreneur).

(40)

## VRAAG 9

Lees die volgende scenario en voer die daaropvolgende instruksies uit.

### 'n Smaak van Suid-Afrika

Dit is 'n reuse-uitdaging om 'n gastehuis te begin wat oorsese besoekers sal lok. Dit is wat Nombeka Khumalo wou doen toe sy 'n gastehuis naby Tswane begin het. Sy het deur navorsing bevind dat toeriste graag die ware kookkuns van ons land wil ervaar. Sy het haar ervaring as kok en ondernemer gebruik en die Nombeka Skool vir Tradisionele Kookkuns deel van haar gastehuis gemaak. Hier bied sy 'n verskeidenheid van kookkursusse aan, wat die tradisionele resepte van die Tswana-, Ndebele-, Zoeloe- en Vendastamme insluit. Sy het tans 15 heeltydse werknemers in dien om die gastehuis te bestuur en bystand te verleen in die kookkunsskool, en twee vennote het hulle by haar aangesluit.

- 9.1 Definieer die makro-besigheidsomgewing. (4)
- 9.2 Teken 'n diagram om die terreine van die makro-omgewing te illustreer. (8)
- 9.3 Noem 2 instellings wat vir kleinsake-eienaars beskikbaar is vir die verlening van finansiële ondersteuning aan ondernemers. Noem ook 2 hoof funksies van hierdie instellings. (8)
- 9.4 Noem en verduidelik 2 belangrike rolle van kleinsake in die ekonomie. (8)
- 9.5 Definieer nie-herwinbare hulpbronne. (6)
- 9.6 Verduidelik kortliks die primêre, sekondêre en tersiêre nywerheidsektore. (6)
- (40)

## VRAAG 10

Starbucks Corporation is 'n baie winsgewende organisasie wat in 2004 meer as \$600 miljoen verdien het. Dit is 'n wêreldwye koffie-handelsmerk, wat gegrondves is op 'n reputasie vir puik produkte en dienste en wat byna 9 000 kafees in byna 40 lande het. Starbucks besit ook die Seattle Coffee Company, wat in Suid-Afrika gesetel is en franchise-geleenthede bied.

Joe Modise oorweeg dit om 'n franchise vir Seattle-koffie te bekom omdat hy meen dit sal goed vaar in die omgewing waar hy woon. Indien hy dit sou doen, sal hy sommige van die toerusting wat nodig is om die besigheid te begin, moet huur aangesien hy nie genoeg kapitaal het om dit te koop nie. Hy sal dit ook oorweeg om sekere take, soos skoonmaakdienste, uit te kontrakteer.

Adviseer Joe oor die verskillende aspekte verbonde aan die koop van 'n franchise. Jou verslag moet die volgende insluit:

- 10.1.1 'n Definisie van die term "franchise". (4)
- 10.1.2 Waartoe moet in 'n franchise-kontrak ooreengekom word? (8)
- 10.1.4 Die voordele en die nadele verbonde aan die koop van 'n franchise (14)

10.1.5 Die betekenis van FASA (4)

10.2 Verduidelik wat bedoel word met “uitkontraktering (uitbesteding)” en hoe die huur van sekere toerusting hom kan help. (10)

(40)

**Total: 300**

## BESIGHEIDSTUDIES GRAAD 11

### JAAREINDEKSAMEN

### NASIENMEMORANDUM

#### VRAAG 1

1.1.1 B

1.1.2 B

1.1.3 C

1.1.4 D

1.1.5 A

1.1.6 A

1.1.7 A

1.1.8 B

1.1.9 D

1.1.10 A

1.2.1 vakbond

1.2.2 mikro

1.2.3 sakegemeenskap

1.2.4 vennootskap

1.2.5 nywerheidsaksie

1.3.1 B

1.3.2 E

1.3.3 D

1.3.4 A

1.3.5 E

[30]

## VRAAG 2

2.1.1 Wanneer die totale inkomste gelyk is aan die totale kostes. (2)

2.1.2 Totale kostes = veranderlike kostes + vaste kostes. (2)

2.1.3 Totale inkomste uit verkope ontvang deur 'n besigheid, plus enige rente of ander inkomste. (2)

2.2 Om in staat te wees om die minimum verkoopprijs van 'n produk te bepaal, √√ om die minimum hoeveelheid te bepaal wat geproduseer moet word om 'n wins te maak, √√ om te bepaal of die besigheid teen 'n wins of verlies bedryf word. √√ (6)

2.3.1 Huur, kantoorpersoneelsalarisse, verbandpaaieimente of paaieimente op ander lenings √√√√ (4)

2.3.2 Elektrisiteit, werkers wat uurliks betaal word, produksiemateriale √√√√ (4)

2.4 Verkry en bestuur inligting. Strategiese beplanning en aksie. Samesmeltings, Verkrygings en Alliansies. Organisatoriese ontwerp. Regstreekse invloed. Maatskaplike verantwoordelikheid. Stemmingmakery. Netwerkgebruik. Magsverhoudings.

(5 x 4 plus voorbeeld = 20)

2.5 Kernwaardes, kerndoel, missie

(4 x 3 = 12)

2.6 Die oorstroming van die plaaslike mark met goedere van 'n oorsese maatskappy teen 'n laer prys as dié van plaaslik vervaardigde goedere, √√ wat dreig om plaaslike ondernemings se ondergang te bewerkstellig. √√ (4)

2.7 Omdat tegnologiese ontwikkelings aan mededingers 'n voordeel kan besorg en omdat tegnologiese verbetering 'n verandering in produksieprosesse meebring. √√√√ (4) (60)

## VRAAG 3

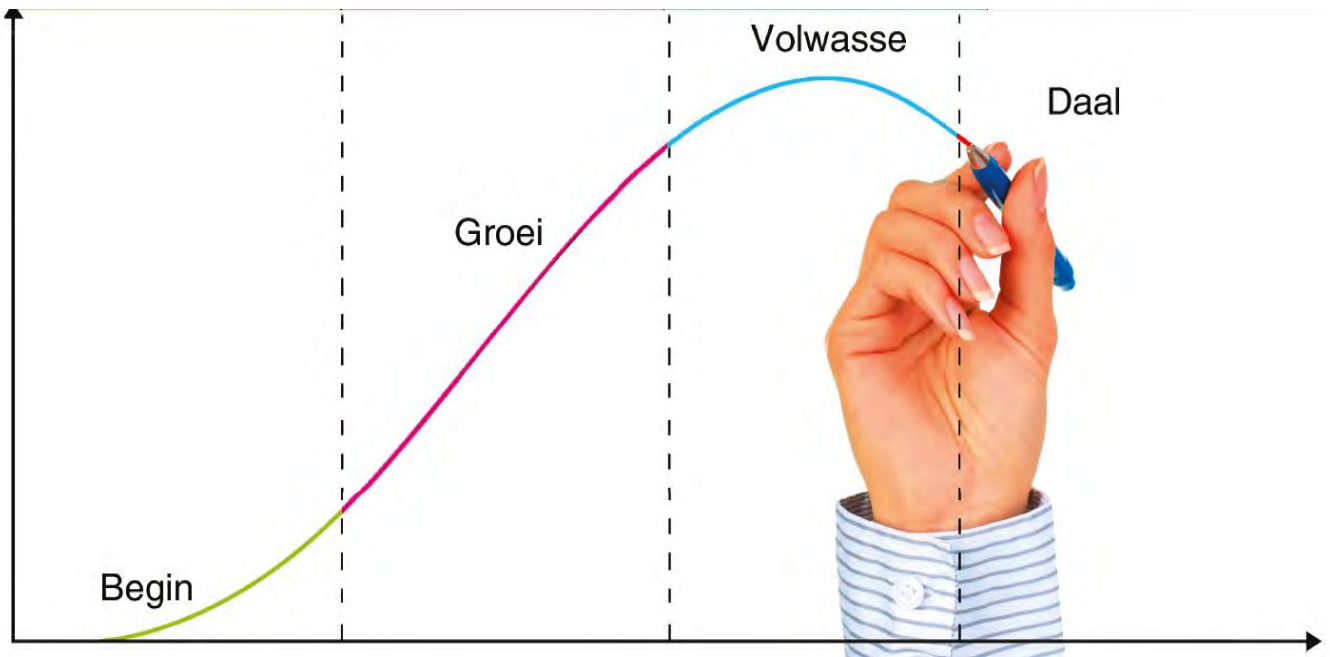
3.1 Produksiebeleid behels onder meer die keuse van produkte, asook die ontwerp en verpakking daarvan, en die gebruik van handelsmerke en handelsname. √√√√ (4)

227

3.2 Die produkmgensel is die kombinasie van en tipes produkte wat deur 'n onderneming vervaardig word. Die besigheid kan byvoorbeeld 'n kombinasie van aanvullende produkte vervaardig, soos sout en peper, of 'n verskeidenheid in 'n produkreeks, soos Nestlé wat nie net sjokolade produseer nie, maar ook graankosse en babakos. Ander besighede maak 'n reeks soortgelyke produkte, soos 'n verskeidenheid motors. (12)

3.3 Winsgewendheid,  $\sqrt{\sqrt{\text{produksiemoontlikhede}}}$ ,  $\sqrt{\sqrt{\text{reaksies van verbruikers}}}$ .  $\sqrt{\sqrt{\quad}}$  (3 x 2 = 6)

3.4



(4)

### **Vestigingsfase (Inleidingsfase)**

Die besigheid wil 'n bewustheid van en mark vir die produk skep. Verkope sal laag wees omdat die besigheid 'n vraag na die produk moet skep aangesien verbruikers nog nie daarvan bewus is of dit nie goed genoeg ken nie.

### **Groefase**

Die besigheid wil 'n handelsmerkvoorkeur bewerkstellig en die markaandeel verhoog. Verkope neem toe namate verbruikers bewus word van die produk en die besigheid meer winsgewend raak.

### **Fase van rypheid**

Die fase van rypheid is die winsgewendste. In hierdie stadium is die hoofmerk om die markaandeel te beskerm en grootste moontlike wins te maak.

### **Dalingsfase**

Verkope neem af namate die mark versadig word. In hierdie stadium kan die besigheid die volgende doen:

- nuwe kenmerke toevoeg en nuwe gebruik vir die produk vind
- koste verminder sodat die produk teen 'n laer prys aangebied kan word
- die vervaardiging van die produk beëindig.

(4 x 4)

(20)

3.5 Besigheidsetiek raak 'n besigheid ten nouste en sluit in finansiële deursigtigheid, etiese advertering en persoonlike etiek, soos eerlikheid en integriteit. (4 x 2 = 8)  
(60)

#### VRAAG 4

4.1 Dumping (storting) bedreig plaaslike besighede wat verkope afstaan en kan ondergaan. (4)

4.2 Liwiditeit is die vermoë van die besigheid om sy skulde te delg. Dit is deel van die besigheid se mikro-ekonomie. (2)

4.3 Dit sal moeilik wees om voorsiening te maak vir die addisionele geld wat benodig word; sy versoek sal geweier word. (4)

4.4 Interne opleiding, werkwinkels, eksterne kursusse, salarisverhogings ooreenkomstig vaardighede, of ander aansporingsmaatreëls, verhoogde moraal deur erkenning vir goeie werk, onbelemmerde kommunikasie, spanbou, aansporings vir goeie werk en bevorderings, winsdelingskemas. (15 x 20)  
(30)

4.5 'n Marksegment is die sektor van verbruikers wat moontlik 'n produk of diens kan koop. Dit kan gegrond wees op ouderdom, geslag, inkomste of smaak. Dit is gegrond op marknavorsing. (5 x 2 = 10)

4.6 Geriefs-, spesialiteits- en nywerheidsgoedere. (3 x 2 = 6)

4.7 Die keuse van die wyse waarop die gebruik van 'n produk aangemoedig word. (2 x 2 = 4)  
(60)

#### VRAAG 5

5.1 Die Delphi-tegniek vir probleemoplossing kan gebruik word om die breinkrag te ontsluit van verskillende deelnemers wat hulle op dieselfde tyd op verskillende plekke bevind. Inligting kan oorgedra en ontvang word deur die pos, per faks of e-pos. Dit behels voorts anonieme onderhoude of 'n reeks vertroulike vraelyste vir die oplossing van 'n probleem. (2 x 2 = 4)

##### 5.2 Die voordele van die Delphi-tegniek

- Argumente en dispute word beperk.
- Dit ontlok die inset van mense wat hul beste werk lewer sonder dat dit vir hulle nodig is om met andere in wisselwerking te verkeer.
- Dit beperk die invloed van deelnemers op grond van hul rang of status tot die minimum.
- Die bevorder vrye meningsuiting, sonder vrees vir kleinering.
- Die fisieke teenwoordigheid van deelnemers word nie vereis nie. (3 x 2 = 6)

## Die nadele van die Delphi-tegniek

7. Dit kan tydrowend wees.
8. Swak voorstelle kan aanvaar word omdat dit nie aan 'n groeplede bespreking onderwerp is nie.
9. Deelnemers het geen geleentheid om uit te brei op of by te voeg tot iemand anders se idee nie.  $\sqrt{\sqrt{\sqrt{\sqrt{2 \times 2 = 4}}}}$  (10)

5.3

**Stap 1:** Identifiseer die probleem.

**Stap 2:** Vra groeplede om moontlike oplossings vir 'n probleem neer te skryf. Doen dit in die vorm van 'n vraelys.

**Stap 3:** Kombineer die resultate en gee aan elke lid 'n afskrif van die resultate.

**Stap 4:** Kundiges opper nuwe idees.

**Stap 5:** Kombineer die nuwe inligting en gee dit weer terug aan die kundiges.

**Stappe 4 & 5** kan herhaal word totdat al die lede in die groep saamstem. (7 x 2 = 14)

5.4 Deur eerlik te wees, jou bes te doen, regverdig te wees: enige geldige 3 antwoorde (3 x 2 = 6)

5.5 'n Dinkskrum is 'n manier om idees te genereer by wys van 'n groepsproses.  $\sqrt{\sqrt{2}}$  (2)

<b>STAP 1</b>	Verduidelik die dinkskrum-proses aan die groep.
<b>STAP 2</b>	Skets die basiese reëls wat gevolg sal word: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wees ontvanklik – moenie enigiemand kritiseer nie.</li> <li>* Laat jou gedagtes gaan – moet nog nie 'n idee bespreek nie.</li> <li>* Bedink soveel idees as moontlik.</li> <li>* Bou voort op die idees van andere.</li> <li>* Skryf die idees neer namate hulle geopper word.</li> </ul>
<b>STAP 3</b>	Lê DIE PROBLEEM AAN DIE GROEP VOOR
<b>STAP 4</b>	WYS IEMAND AAN OM AANTEKENINGE TE MAAK
<b>STAP 5</b>	STEL DIE PROBLEEM IN DUIDELIKE TERME EN BEGIN
<b>STAP 6</b>	SINTETISEER SOORTGELYKE IDEES (VAT DIT SAAM)

<b>STAP 7</b>	ORDEN DIE GELYSDE IDEES IN DRIE GROEPE (Onmoontlik; Onwaarskynlik; Moontlik)
<b>STAP 8</b>	PRIORITISEER DIE BESTE IDEES

(8 x 1) (10)

5.6 Etiek behels 'n morele kode√√ gegrond op 'n waardestelsel.√√A Etiese kode beskryf die toepaslike gedrag√√ wat van werknemers in die werkplek verwag word.√√ (2 x 2 = 4)

5.7 Wees geloofwaardig√√ Kom verpligtinge na√√ Gemeenskapsbetrokkenheid√√ Rekenkundige beheer√√ Deursigtigheid√√ Rekenkundige kontrolering√√  
(5 x 2 = 10) [60]

## VRAAG 6

6.1

### **Ontvangs van dokumentasie**

Aansoekers word gevra om 'n aansoekvorm of aansoekbrief in te dien, tesame met 'n curriculum vitae (CV), gesertifiseerde persoonlike dokumentasie en bewys van kwalifikasies. Daar is gewoonlik 'n sluitingsdatum vir aansoeke.

Ná die sluitingsdatum word 'n lys van al die aansoekers saamgestel.

### **Keuring**

Die bestuurder menslike hulpbronne sal die aansoeke en CV's beoordeel in die lig van die posvereistes.

Die aansoekers wat nie voldoen nie aan die minimum vereistes, soos in die advertensie uiteengesit, word uitgeskakel. Hulle word ingelig dat hul aansoeke onsuksesvol was. Die oorblywende kandidate, wat voldoen aan die minimum vereistes, vorder tot by die volgende stap.

### **Beoordeling van CV en samestelling van kortlys**

Die CV's van die aansoekers wat voldoen aan die minimum vereistes vir die vakante pos, word nou beoordeel. Ná die beoordeling sal die bestuurder menslike hulpbronne die aansoekers in rangorde van die mees geskikte tot die mins geskikte plaas. Die name van die kandidate wat die hoogste posisie in die rangorde beklee, word op 'n **kortlys** geplaas en die ander word uitgeskakel.

### **Kontrolering van inligting verskaf in CV**

Die inligting in elke CV behoort gekontroleer te word om seker te maak dat dit waar is. Dit sluit die kontrolering van kwalifikasies en werkervaring in. Die bestuurder menslike hulpbronne sal ook die **referente** kontak wat in die CV aangedui word ter bevestiging van die CV en om meer oor die aansoeker te wete te kom.

### **Voer van die onderhoud**

'n **Onderhoud** is 'n formele ontmoeting tussen die aansoeker (die persoon met wie die onderhoud gevoer word) en die werkgewer (die onderhoudvoerder). Die doel van die onderhoud is om meer inligting oor die aansoeker in te win deur die stel van vrae, en om die aansoeker verder te evalueer.

### **Assesserings**

Hierdie toetse kan onderverdeel word tussen persoonlikheidstoetse en aanleg- of bekwaamheidstoetse. Die doel van persoonlikheidstoetse is om die kandidaat se persoonlike karaktertrekke te bepaal.



Die doel van aanlegtoetse is om die kandidaat se intellektuele vermoë en vaardighede te bepaal.

Mediese ondersoeke kan ook deel vorm van die assesserings.

### **Aanstellingsbrief**

Sodra die mees geskikte kandidaat gekies is, word 'n skriftelike aanbod vir 'n betrekking aan die suksesvolle kandidaat gedoen. Sodra die gekose kandidaat die aanbod skriftelik aanvaar het, moet die dienskontak onderteken word.

### **Besoldiging (salaris en ander diensvoordele)**

Besoldiging (of vergoeding) is die geld wat aan 'n werknemer betaal word vir dienste gelewer. 'n Vergoedingspakket behels 'n salaris tesame met bykomende diensvoordele. Salarisse word gewoonlik betaal aan gekwalifiseerde of geskoolde werkers, terwyl ongeskoolde werkers dikwels lone as betaling ontvang.

**Salaris** is 'n vaste betaling, een keer per maand, aan 'n werknemer vir dienste gelewer.

**Loon** is gewoonlik 'n wekelikse betaling aan 'n werknemer vir dienste gelewer. Dit kan egter ook daaglik of maandeliks betaal word. 'n Werknemer se loon kan 'n vaste betaling wees, of dit kan bereken word ooreenkomstig die aantal ure wat die werknemer gewerk het, of ooreenkomstig die hoeveelheid werk wat gedoen is.

Werknemersvoordele, wat ook soms byvoordele genoem word, word aan werknemers toegestaan aanvullend tot hul basiese salaris of loon.

[60]

## VRAAG 7

Daar bestaan talle verskillende teorieë ter verduideliking van spandinamika. Hierdie verskillende benaderings kan almal 'n bydrae lewer wanneer jy probeer om die interaksie tussen lede van 'n span te verstaan. √√ (2)

### **Belbin se rolle teorie**

Belbin se rolle teorie is in die 1970s deur dr Meredith Belbin ontwerp. 'n Stel spanspeletjies is ontleed om bydraende faktore tot geslaagde spanwerk te identifiseer. Belbin het besef dat geslaagde spanne saamgestel word uit individue wat nege noodsaaklike rolle vervul.

- **Die aanleg (fabriek).**
- **Die hulpbron-ondersoeker.**
- **Die koördineerder.**
- **Die vormer.**
- **Die monitor-evalueerder.**
- **Die spanwerker.**
- **Die implementeerder.**
- **Die voltooiër/afhandelaar.**
- **Die spesialis.**

(8)

### **Jungiaanse Teorie**

Volgens Jung is daar vier pare teenoorstaande waardes en funksies. Elke individu verkies een van die waardes of funksies in elke paar:

- Ekstrovert/Introvert
- Sensories/Intuitief
- Denke/gevoel
- Oordeel/Waarneming (8)

### **BSR-A-benadering (Bestuurspanrolle-aanwyser)**

Volgens hierdie teorie doen mense nie altyd wat die beste in 'n bepaalde situasie is nie. Hulle is dikwels onbewus van die uitwerking van hul optrede en onbewus van hoe hul persoonlike voorkeure hul beskouing van wat belangrik is, beïnvloed. Die BSR-A identifiseer die volgende unieke spanrolle:

- **Kampvegter**
- **Afrigter**
- **Dirigent**
- **Kruisvaarder**
- **Kurator**
- **Verkenner**
- **Innoveerder**
- **Wetenskaplike**
- **Beeldhouer**

(8)

### **Margerison-McCann-profiele**

Die Margerison-McCann-spanbestuursprofiel bied 'n opsomming van agt sleutelvermoëns wat vir geslaagde groepprestasie vereis word.

#### **Die agt spanrolle volgens die Margerison-McCann-teorie**

- **Verkenner-Promotor**
- **Assessor-Ontwikkelaar**
- **Aandrywer-Organiseerder**
- **Afsluiter-Produsent**
- **Kontroleur-Inspekteur**
- **Handhawer-Volhouer**
- **Verslaggewer-Raadgewer**
- **Skepper-Vernuwer**

(8)

### **Groepkonsensus**

Groepkonsensus behels dat niemand voel dat hulle tydens groepbesluitneming misverstaan word nie. Spanlede voel dat hul menings billik aangehoor word. Insette en idees van groeplede word saamgevoeg in 'n finale besluit wat deur die groep aanvaar word. Spanlede moet soms deur hul verskillende werk om 'n bevredigende ooreenkoms te bereik.

(6)

(40)

## VRAAG 8

### Ondernemerskenmerke

Ondernemers is mense wat hul eie besigheid begin en bestuur of organiseer, en wat sakegeleenthede vir die vervaardiging van nuwe produkte of die lewering van nuwe dienste kan identifiseer, of sakegeleenthede vir die verandering van bestaande produkte of dienste kan identifiseer.

Ondernemers openbaar dikwels die volgende kenmerke:

**Kreatiwiteit** – identifisering van geleenthede en uitdaging van gewone denke.

**Neem van risiko's** – neem berekende risiko's.

**Deursettingsvermoë** – dit neem minstens vyf jaar alvorens 'n sakeonderneming gevestig is en genoeg inkomste genereer om homself en die ondernemer te onderhou.

**Behoeft aan prestasie** – 'n ondernemer streef na uitnemendheid en sukses in mededingende situasies.

**Verantwoordelikheid** – ondernemers genereer idees vir die oplossing van probleme en aanvaar persoonlik verantwoordelikheid vir die bereiking van doelwitte.

**Organisatoriese en bestuursvaardighede** – ondernemers gebruik leierskapsvaardighede om andere te oorreed om hulle te help om hul visie te verwesenlik.

**Selfversekerd en ambisieus** – sukses bou 'n mens se selfvertroue en selfbeeld.

**Hardwerkend en energiek** – ondernemers wy hul tyd, vaardighede, kundigheid en hulpbronne aan die stigting van hul onderneming en die voortsetting daarvan, ondanks moeilike omstandighede.

**Visionêr** – ondernemers is bedag op veranderinge in die mark en sakeomgewing, beskou bedreigings as geleenthede, en gebruik hul kennis om munt te slaan uit sulke uitdagings.

**Behoeft aan onafhanklikheid** – ondernemers het 'n behoefte om onafhanklik van andere te wees.

**Goeie menseverhoudings of interpersoonlike vaardighede** – ondernemers beskik oor die vaardighede van goeie kommunikasie, motivering en leierskap.

### Ondernemerskenmerke wat in besighede aangetref word

Besighede moet ondernemerskenmerke aanneem indien hulle mededingend en suksesvol wil wees.

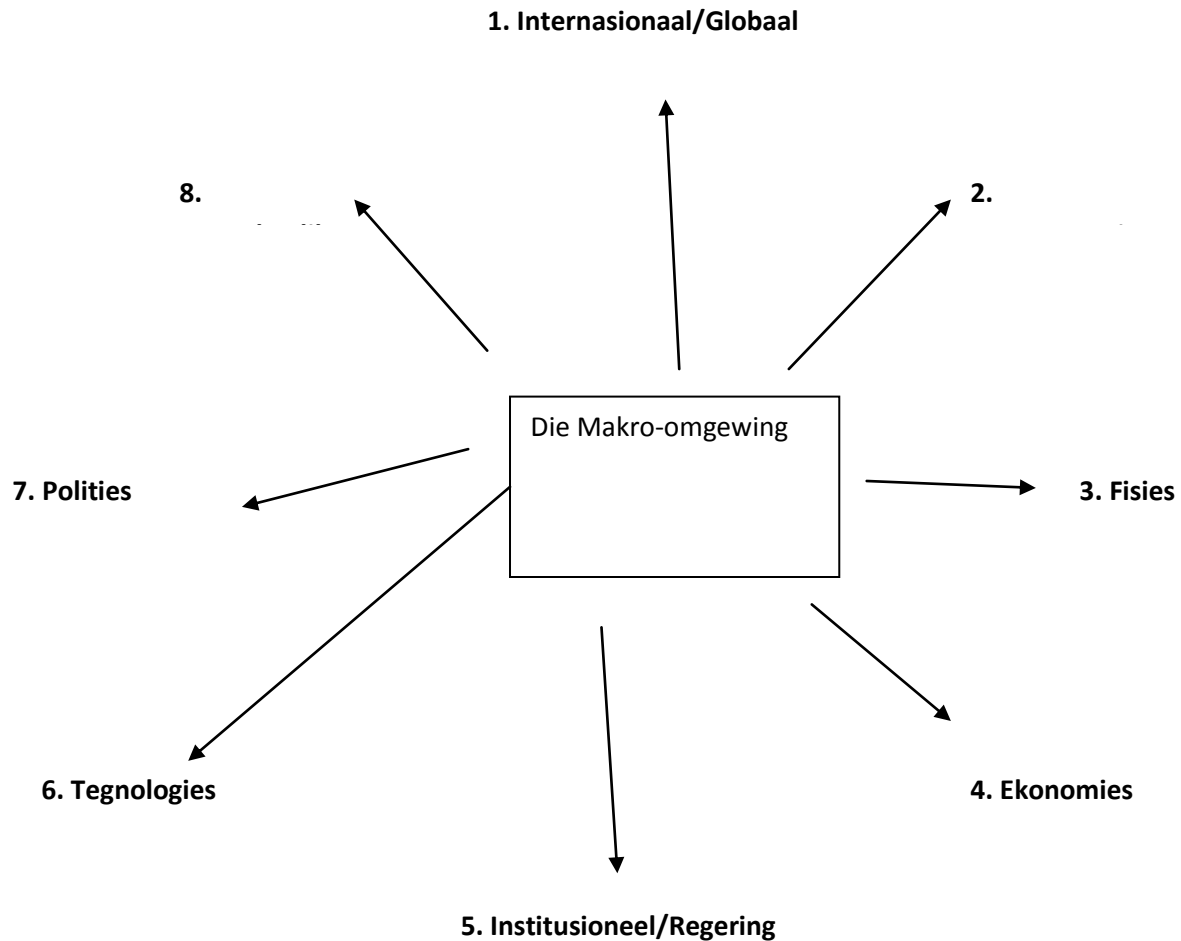
Die volgende faktore moet in gedagte gehou word:

- Ondernemers is die risikonemers wat gemotiveer is om hul doelwitte te bereik en wins te maak.
- Bestuurders van besighede is hoëvlakwerknemers wat betaal word om besighede te organiseer en te bestuur. Hulle is nie noodwendig diegene wat nuwe idees skep nie.
- 'n Intrapreneur word gedefinieer as die 'binne-ondernemer' wat binne 'n klein of groot onderneming werk en ondernemersvaardighede aanwend tot voordeel van die besigheid.

(40)

## VRAAG 9

9.1 Die makro-besighedsomgewing is die eksterne omgewing√√ waarbinne die besigheid hom bevind, en waaroor hy geen beheer het nie. √√ (4)



(8)

9.3 Banke, ✓✓ Verbandgewende instellings, ✓✓ mikro-uitleners ✓✓ wat finansiering aanbied ✓✓ asook besigheidsbystand. ✓✓ (8)

9.4 Skep werkgeleentheid, ✓✓ skep ekonomiese groei ✓✓ plus verduideliking (4 x 2 = 8)

9.5 Olie, steenkool, minerale ✓✓✓✓✓✓ (6)

9.6 Primêre nywerhede behels die ontginning van natuurlike hulpbronne, bosbou en landbou. ✓✓ Sekondêre nywerhede produseer of vervaardig goedere uit materiale wat afkomstig is van die primêre nywerhede. ✓✓ Tersiêre nywerhede verskaf dienste aan verbruikers en help die ander twee sektore met die lewering van goedere aan eindverbruikers. ✓✓ (6) (40)

## VRAAG 10

10.1.1 'n **Franchise** behels die reg van 'n besigheid om die naam, handelsmerk, idees, prosesse en klandisiewaarde van 'n bestaande besigheid te gebruik $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  om goedere en dienste in 'n spesifieke geografiese gebied te verkoop. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  (4)

10.1.2 Die franchise-gewer en die franchise-houer $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  sluit 'n formele ooreenkoms wat die rolle, regte en verpligtinge van albei partye uiteensit. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Die ooreenkoms spesifiseer ook die volgende betalings: die aanvanklike fooi, maandelikse bestuursfooie, winsaandeel in omset; gebruiksfooie vir masjinerie en toerusting, en advertensiefooie. $\sqrt{\sqrt{\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}}}$  (8)

10.1.4 Voordele: Makliker om finansiering te verkry indien die besigheid 'n goeie rekord het. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Onmiddellike kontantvloei aangesien daar reeds bestaande klandisie is. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Distribusie- en verskaffingsnetwerke is reeds gevestig. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Die mark word nie verder verdeel deur 'n bykomende besigheid nie. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Bestaande bates word deel van die onderneming en hoef nie aangekoop te word nie. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$

Nadele: Risiko van oorskotting van omset of wins deur verkoper. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Sukses van 'n besigheid hang dikwels af van die reputasie van die vorige eienaar of 'n sleutelwerknemer (soos 'n sjef). $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Verkoper kan probeer om die nuwe eienaar se verwagte wins op die belegging te oordryf. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$   
(7 x 2 = 14)

10.1.5 Franchise-assosiasie van Suid-Afrika  $\sqrt{\sqrt{\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}}}$  (4)

10.2 Uitkontraktering (uitbesteding) behels die uitkontraktering, aan 'n derde party, van 'n taak, funksie, werk of proses $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  wat deur die werknemers van 'n onderneming verrig sou kon word. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Die huur van toerusting kan 'n besigheid help deurdat dit hom in staat stel om die toerusting te gebruik wat hy nodig het, $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  sonder dat hy kapitaal hoef te gebruik om dit te koop. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$  Hy sal maandelik huur betaal vir die gehuurde toerusting. $\sqrt{\sqrt{\phantom{x}}}$   
5 x 2 = (10)  
(40)

**Totaal 300**