

Leerderboek

**BESIGHEID-
STUDIES**

11



basic education

Department:
Basic Education
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

Absa Voorwoord

Absa speel 'n vormende rol in Afrika se groei en volhoubaarheid deur gefokusde aksies wat kommersiële en sosiale aksies saamsnoer, en sodoende gedeelde waardes skep. Absa het 'n reeks programme geïmplementeer wat toegang tot gehalte onderwys ten doel het om sodoende by te dra tot 'n inklusiewe samelewing. Absa, in samewerking met die Departement van Onderwys, is 'n trotse finansier en ondersteuner van die Digitale Leerderboeke en Onderwysersgidse vir Besigheidstudies Graad 10 tot 12.

Dr Reaan Immelman

Hoof: Onderwys Voorsiening

Gehalteversekeringspan vir die Digitale Besigheidstudies Graad 10 tot 12 Leerderboek en Onderwysersgids

Annacletta Fisane Ngubane, Busisiwe Zwane, Cherylleen Gordon, Enoch Rasmeni, Florence Baloyi-Jele, Fouzia Peters, Frank Ofori, Haniel Adams, Handri van Rooi, Hester Steenkamp, Joyce Strydom, Leicester Momberg, Madeline Trollope, Maselo Ditshego, Medupe Shadrack Mmui, Melanie Momberg, Mzikaise Masango, Nonhlanhla Gumbi, Petra Burger, Sybil Mdunge.

Projekbestuurspan vir die Digitale Besigheidstudies Graad 10 tot 12 Leerderboek en Onderwysersgids

Henry Kavuma – DBE Digitisation, Mimi Mini – DBE LTSM, Ntebo Mkhondo – DBE Administration
Jeanine Briggs – Absa Management, Julia Lhuillery-Moulder Project Coordination – Absa, Zainab Karriem Publishing – Absa

Vertaalspan vir die Digitale Besigheidstudies Graad 10 tot 12 Leerderboek en Onderwysersgids

Alfred Trollope, Christo Prins, Fouzia Peters, Haniel Adams, Julia Lhuillery-Moulder, Petra Burger, Warren Brink, Zainab Karriem

Graad 11 Leerderboek/Onderwysersgids

Boek ISBN: 978-0-6398336-2-0

Eerste uitgawe in 2022

Uitgee deur: The Training Room Online en Imprint Publishing

Kopiereg van die inhoud behoort aan die bydraers.

Beperkings

U mag nie gedeeltes van hierdie boek of die boek in geheel kopieër nie – nie in gedrukte vorm, elektronies, audio, video of enige ander wyse – om wins daaruit te verkry nie.

Regte van ander kopiereg houers

Alle redelike pogings is aangewend om te verseker dat materiaal wat gebruik is, nie reeds deur kopiereg aan ander entiteite behoort nie, of in enkele gevalle, dat toestemming verkry en erkenning houers van kopiereg verleen is. In enkele gevalle was dit nie moontlik nie. Die uitgewers verwelkom die geleentheid om 'n regstelling te doen aan nie-erkende kopiereghouers.

Inhoud

Kwartaal 1

Onderwerp 1 Invloede op besigheidsomgewings 1

Eenheid 1.1 Hersiening van die komponente van die mikro-, mark- en makro-omgewings 2

Eenheid 1.2 Besighede se beheer oor die mikro-, mark- en makro-omgewings 4

Eenheid 1.3 Uitdagings van die besigheidsomgewings 8

Konsolidasie 10

Onderwerp 2 Uitdagings van die besigheidsomgewings 12

Eenheid 2.1 Uitdagings van die mikro-omgewing 14

Eenheid 2.2 Uitdagings van die markomgewing 16

Eenheid 2.3 Uitdagings van die makro-omgewing 19

Konsolidasie 22

Onderwerp 3 Aanpassing by uitdagings van die besigheidsomgewings 24

Eenheid 3.1 Maniere waarop die besigheid kan aanpas by uitdagings van die besigheidsomgewings 26

Eenheid 3.2 Maniere waarop besighede 'n direkte invloed op die omgewings kan uitoefen 29

Eenheid 3.3 Invloedwerwing, netwerking en magsverhoudinge 31

Konsolidasie 35

Onderwerp 4 Kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies 36

Eenheid 4.1 Impak van kontemporêre kwessies op besigheidsbedrywighe en hul uitdagings 38

Eenheid 4.2 Die impak van rowery op die besigheid 45

Eenheid 4.3 Nywerheidsverhoudinge 47

Konsolidasie 51

Onderwerp 5 Besigheidsektore 54

Eenheid 5.1 Hersiening van die betekenis van primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore 55

Eenheid 5.2 Skakel/verwantskap tussen primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore 56

Konsolidasie 62

Onderwerp 6 Voordele van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme 63

Eenheid 6.1 Ondernemingsvorme 65

Eenheid 6.2 Die verskille tussen ondernemingsvorme (maatskappye) 76

Eenheid 6.3 Die voordele van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme 78

Eenheid 6.4	Die uitdagings om 'n maatskappy te stig bo ander ondernemingsvorme	79
Eenheid 6.5	Verduideliking van Memorandum van Inkorporering (MOI), Kennisgewing van Inkorporasie en Prospektus	81
Konsolidasie		85
Onderwerp 7	Verkryging van besighede	86
Eenheid 7.1	Waarom entrepreneurs kan besluit om eerder 'n bestaande besigheid te koop	87
Eenheid 7.2	Die betekenis, voordele, nadele en kontraktuele implikasies van konsessies, uitkontraktering en verhuring	89
Konsolidasie		95
Formele assesseringstaak 1		96
Kwartaal 2		
Onderwerp 8	Kreatiewe denke en probleemoplossing	102
Eenheid 8.1	Kreatiewe denke om besigheidsprobleme op te los	103
Eenheid 8.2	Probleemoplossingstegnieke	106
Eenheid 8.3	Oplossings vir besigheidsprobleme	110
Konsolidasie		112
Onderwerp 9	Stres, krisis en bestuur van verandering	114
Eenheid 9.1	Stres	115
Eenheid 9.2	Krisis in die werkplek	118
Eenheid 9.3	Bestuur van verandering	120
Konsolidasie		125
Onderwerp 10	Die Bemerkingsfunksie	126
Eenheid 10.1	Bemaking	128
Eenheid 10.2	Die produkontwikkelingsbeleid	131
Eenheid 10.3	Die prysbeleid	138
Eenheid 10.4	Die distribusiebeleid	142
Eenheid 10.5	Die kommunikasiebeleid	148
Eenheid 10.6	Bemaking in die informele sektor	161
Eenheid 10.7	Elektroniese bemaking	163
Eenheid 10.8	Buitelandse bemaking	166
Konsolidasie		170
Onderwerp 11	Buitelandse bemaking	178
Eenheid 11.1	Begrip van produksiestelsels	180
Eenheid 11.2	Definiering van produksiebeplanning	184
Eenheid 11.3	Verduideliking van veiligheidbestuur	188
Eenheid 11.4	Definieering van gehaltebeheer	192
Eenheid 11.5	Evaluering van produksiekoste	194
Konsolidasie		200
Onderwerp 12	Professionalisme en etiek	201
Eenheid 12.1	Professionalisme en etiek	202
Eenheid 12.2	Teorieë van etiek	205
Eenheid 12.3	Professionele, verantwoordelike, etiese besigheidspraktyke	207

Konsolidasie	211
Formele assesseringstaak 2	213

Kwartaal 3

Onderwerp 13 Assessering van entrepreneuriese eienskappe in die besigheid 226

Eenheid 13.1	Eienskappe van 'n entrepreneur	227
Eenheid 13.2	Assessering van 'n besigheid teen die eienskappe van 'n entrepreneur	230
Konsolidasie		234

Onderwerp 14 Burgerskap en verantwoordelikhede 236

Eenheid 14.1	Die rolle van burgers	237
Eenheid 14.2	Konsepte van besigheidsgemeenskappe	240
Eenheid 14.3	Rolle wat individuele instellings kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe	241
Konsolidasie		244

Onderwerp 15 Omskakeling van 'n besigheidsplan in 'n aksieplan 246

Eenheid 15.1	Inligting oor die doel van 'n besigheidsplan	247
Eenheid 15.2	Beplanningswerktuie	251
Konsolidasie		255

Onderwerp 16 Begin 'n besigheid gebaseer op 'n aksieplan 256

Eenheid 16.1	Oorwegings voor die begin van 'n besigheid	257
Eenheid 16.2	Inligting oor befondsing van besighede	260
Konsolidasie		265

Onderwerp 17 Aanbieding van besigheidsinligting 266

Eenheid 17.1	Aanbieding van besigheidsinligting	267
Eenheid 17.2	Faktore om te oorweeg met die voorbereiding van 'n aanbieding	271
Eenheid 17.3	Stappe in verslagskrywing	274
Konsolidasie		278
Formele assesseringstaak 3		280

Kwartaal 4

Onderwerp 18 Inleiding tot die menslike hulpbronsfunksie 288

Eenheid 18.1	Werwing en seleksie	291
Eenheid 18.2	Induksie en plasing	296
Eenheid 18.3	Salarisbepalingsmetodes	297
Eenheid 18.4	Implikasies van wetging op die menslike hulpbronsfunksie	300
Konsolidasie		304

Onderwerp 19 Spandinamika en konflikbestuur 305

Eenheid 19.1	Inligting oor spanwerk	307
Eenheid 19.2	Definieer konflikbestuur	314
Konsolidasie		319
Formele assesseringstaak 4		320
Woordelys		330

Hoe om die boek te gebruik

Welkom by die Besigheidstudies Graad 11 Leerderboek. Lees asseblief die onderstaande inligting oor die boek voordat jy dit gebruik. Hierdie boek voorsien jou van al die inligting wat nodig is om die Graad 11 kurrikulum te bemeester. Dit gaan jou ook help om vaardighede, gesindhede en waardes te ontwikkel, wat jy nodig het om te presteer in Besigheidstudies.

Elke hoofstuk in die boek beskik die volgende kenmerke om jou by te staan met jou studies:

Onderwerp oorsig

Hierdie is 'n oorsig van die inhoud en eenhede van elke hoofstuk



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 10.1 Bemarking
- Eenheid 10.2 Die produkontwikkelingsbeleid

Leerdoelwitte

Hierdie is leerdoelwitte wat in die onderwerp behandel word. Dit meld wat jy veronderstel is om te kan doen aan die einde van die onderwerp. Dit gee ook vir jou 'n idee wat van jou as leerder verwag word. Na voltooiing van elke onderwerp, moet jy jouself afvra "Is ek in staat om alles te beantwoord wat in die leerdoelwitte staan?". Indien nie, moet jy weer die inhoud hersien wat in die onderwerp behandel is.



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet die leerder die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik/Bespreek die redes waarom besighede betrokke raak by sosiale programme, byvoorbeeld, nakoming van BBSEB, die gebrek aan gekwalifiseerde werkers, die effek van MIV/Vigs, ens.
- ❖ Definieer die term burgerskap
- ❖ Beskryf kortliks die regte en verantwoordelikhede van burgers, byvoorbeeld, die reg tot onderwys, veiligheid, besit van eie eiendom



SPEELLYS

Klik op die QR-kode om toegang tot die speellys van die video's te kry wat jou verskillende vaardighede sal aanleer wat vir die kursus nodig is



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpg-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Inleiding

Die inleiding is 'n kort opsomming wat verduidelik hoekom jy die inhoud moet leer wat in die onderwerp gedek word. Soms word 'n kort agtergrond gegee van die werk wat in Graad 10 behandel is. In ander gevalle word 'n kort vooruitskouing van die werk wat behandel gaan word, gegee.

Inleiding

In Graad 10 het ons geleer oor verhoudings en spanprestasie in die werkplek. Ons het ook geleer dat sommige spanne goed saamwerk, terwyl ander minder effektief is. Ons het kennis gemaak met faktore wat spanne se verhoudings kan beïnvloed, asook die kriteria vir suksesvolle spanne. In hierdie onderwerp gaan ons kyk na die fases van spanontwikkeling en die spandinamika-teorieë. Ons sal ook kyk na konflikbestuur en konflikoplossingstegnieke.

A Nuwe woorde

Grondgebied 'n area of land onder die jurisdiksie van 'n regeerder of staat

Waarneem bewus word van iets, kom tot die wete of verstaan

Nuwe woorde

Hierdie is nuwe/moeilike woorde wat jy moontlik nog nie teëgekomp het nie. 'n Kort verduideliking van die woorde word hier gegee.

Aktiwiteite

Beantwoord hierdie vrae wat gebaseer is op die inhoud wat die aktiwiteit voorafgaan. Aktiwiteite sal jou help om te toets of jy die inhoud wat in die boek aangebied is, verstaan.

Aktiwiteit 2.3

VRAAG 1

1.1. Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

MAUREEN B&B LODGE (MBL)

Maureen B&B Lodge het vyf werknemers op hulle betaalstaat. Een van die werknemers het MBL aangegee by die KVBA omdat hulle nie voldoen aan die Wet op Basiese Diensvoorwaardes nie. Molly, 'n werknemer neem gereeld verlof om haar ARM (anti-retrovirale medikasie) by die plaaslike kliniek te kry.

1.1.1 Identifiseer TWEE uitdagings van die makro-omgewing uit die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om die vraag te beantwoord.

UITDAGINGS	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	

1.1.2 Verduidelik VIER ander uitdagings van die makro-omgewing. (12)

Het jy geweet raampie

Hierdie raampie voorsien jou van ekstra, interessante feite of gee jou addisionele inligting oor 'n spesifieke onderwerp. Let daarop dat die 'Het Jy Geweet' raampies nie vir eksamendoeleindes is nie.

Neem kennis raampies

Die raampies vestig jou aandag op spesifieke aspekte van die kurrikulum/inhoud/aktiwiteite/assessering. Hulle voeg waarde by tot die inhoud van die boek.

? Het jy geweet

In 2020 het die wetgewer in Suid-Afrika voorgestel dat myne genasionaliseer word en dat die grondhervormingsproses bespoedig moet word.

Neem kennis

Die breinkaart som die inhoud van die onderwerp op. Dit sal jou help om al die feite te onthou wat volledig geleer moet word. Maak seker dat jy al die relevante inligting vir elke afdeling bestudeer.

QR-kodes, video's en skermgrepe

Hierdie QR-kode sal jou na aanlyn-inhoud neem. As jy in die eBoek is kan jy hierdie skakel gebruik.

Die prosesse om QR-kodes te skandeer hang af van die model van jou selfoon. Nuwer selfoonmodelle kan QR-kodes met die kamera skandeer, en ouer modelle benodig dalk 'n QR-kode-toepassing. Vind die korrekte QR-skandeerder vir jou selfoon en laai dit dienooreenkomstig af. Let daarop dat jy dalk 'n paar skandeerders moet probeer voordat jy die geskikste skandeerder vir jou selfoon kry.

QR-KODE

Lees die volgende artikel oor "Effektiewe Probleemoplossing Stappe in die Werkplek".



<https://m.youtube.com/watch?v=7pekU6Knu24>

Wenk

Hierdie is 'n voorbeeld van 'n opsteltipe vraag wat die verskillende maniere wys hoe die inhoud geassesseer kan word



Wenk raampie

Hierdie raampies gee vir jou wenke wat gebruik kan word wanneer jy eksamen skryf of formele assesseringstake voltooi.

Gevallestudie

'n Gevallestudie is 'n goeie manier om die onderwerp relevant te hou deur 'n probleem of 'n insident in die werklike lewe te gebruik wat verwant is aan die onderwerp. Jy kan put uit eie ervarings, ervarings van klasmaats of vooraf leer, om die gevallestudie te interpreteer en te analiseer om die probleem op te los.

1.1 Lees die onderstaande gevallestudie en beantwoord die vrae wat volg:

Trendy Handels Vervaardigers (THV) produseer gehalte produkte. THV het onlangs Volstruis Leer Verskaffers oorgeneem om die produksie van hoë-gehalte produkte te verhoog en hul naam verander na Trendy Volstruis Vervaardigers (TVV). Sederd THV vir VLV oorgeneem het, het die fabriek se bestuurders nie geweet hoe om hul werkers op te lei vir die nuwe bedrywighede nie. Die werknemers van THV het besluit om hierdie saak onder die aandag van hul vakbond te bring. Sommige werknemers het besluit om nie te werk sonder die nodige toesigging nie.

Die bestuur van Trendy Volstruis Vervaardigers het strategiese reaksie ontwerp vir hul uitdagings deur alle inligting te analiseer en die belanghebbendes wat betrokke is, te identifiseer. Hulle het ook die inligting aangeteken sodat toegang en effektiewe gebruik daarvan maklik is. Trendy Volstruis Vervaardigers het invloedwerwing gedoen met die beheerliggame sodat pryse en beleide beïnvloed kan word.

Tom, die fabrieksbestuurder van THV het Jane, een van die werknemers versoek om 'n intieme verhouding met hom te hê in ruil vir 'n bevordering. Sommige van THV se werknemers kan nie besigtig om hul families te onderhou nie, omdat hulle klein salarisse verdien. Daar is ook ander wat nie kan lees en skryf nie. Trendy Volstruis Vervaardigers wil hulle besigheid omskep in 'n publieke maatskappy.

MM Momberg 10 Julie 2021

Konsolidasie aktiwiteite

Die doel van die konsolidasie aktiwiteite is om die inhoud wat in die onderwerp behandel is, te assesser. Onderwysers kan ook die konsolidasie aktiwiteite gebruik om jou vordering in die klas te assesser.

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Lys TWEE voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besigheidsbedrywighede kan affekteer. (2)
1.2 Stel maniere voor waarop besigheidsmededinging in die mark kan oorkom. (6)

VRAAG 2

- 2.1 Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

STEYN VERVAARDIGERS (SV)

Die werknemers van Steyn Vervaardigers is dikwels laat en wil nie met mekaar saamwerk nie. SV ervaar verliese omdat daar by hulle stoorkamer ingebreek is. Die bestuur sukkel ook om 'n betroubare verskaffer van hul grondstowwe te kry.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 2.1.1 en 2.1.2 te antwoord.

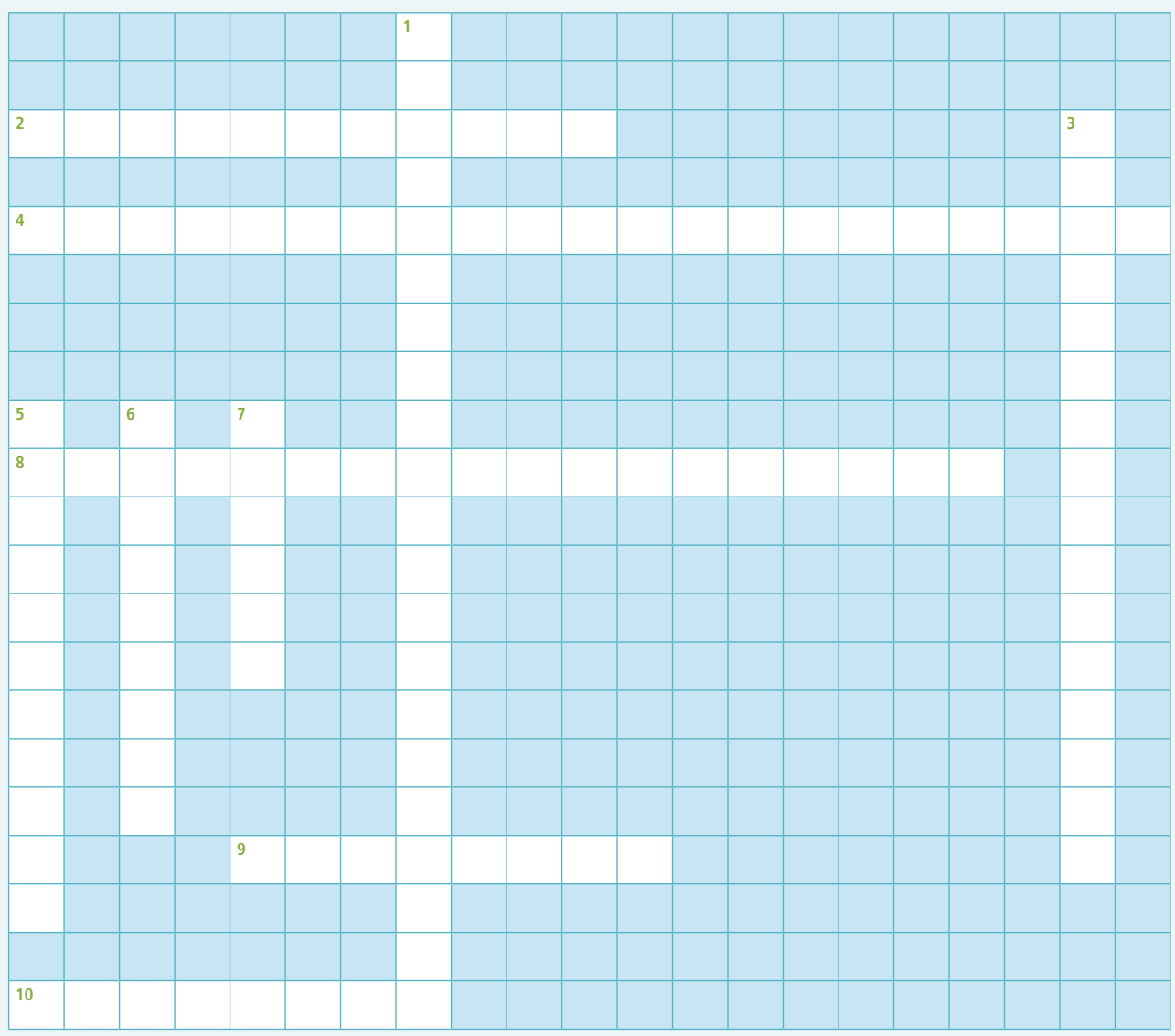
UITDAGINGS (2.1.1)	BESIGHEIDSOMGEWING (2.1.2)
1.	
2.	
3.	

- 2.1.1 Haal DRIE uitdagings aan uit die bostaande scenario wat SV moet hanteer. (3)
2.1.2 Klassifiseer ELKE uitdaging aangehaal in VRAAG 2.1.1, volgens die besigheidsomgewing. (6)

Hoe om 'n blokkiesraaisel te voltooi

Wenke word gegee om woorde af of dwars te voltooi. Die donker skakering dui op 'n spasie tussen woorde waar die antwoord uit meer as een woord bestaan.

Aktiwiteit 4.1 Blokkiesraaisel



A crossword grid with 20 rows and 20 columns. The grid is partially filled with light blue squares, indicating where letters should be placed. The starting points for the clues are numbered as follows:

- 1: Row 2, Column 7
- 2: Row 3, Column 1
- 3: Row 3, Column 19
- 4: Row 4, Column 1
- 5: Row 6, Column 2
- 6: Row 6, Column 4
- 7: Row 6, Column 5
- 8: Row 7, Column 1
- 9: Row 14, Column 5
- 10: Row 18, Column 1

- Dwars**
- 2 Mense wat nie kan lees en skryf nie.
 - 4 Voorbeeld van etiese wangedrag.
 - 8 Geld gesteel van besigheid deur oneerlike gebruik van finansiële kennis.
 - 9 Geld wat mense verdien in ruil vir werk verrig.
 - 10 Algemene verhoging in die pryse van goedere.

- Af**
- 1 Water, goud, steenkool, olie.
 - 3 Die manier waarop mense leef, werk en produkte verbruik.
 - 5 Verhouding van ouderdom, geslag, ras samestelling van mense.
 - 6 'n Daad van oneerlikheid soos omkoperij en diefstal.
 - 7 Onwettige kopieering van iemand ander se werk sonder toestemming.

(10 × 2)(20)

Oorsig van die onderwerpe per kwartaal

GRAAD 11	
Kwartaal	Onderwerp
1	Invloede op besigheidsomgewings Uitdagings van die besigheidsomgewings Aanpassing by uitdagings van die besigheidsomgewings Kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies Besigheidsektore Voordele van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme
2	Verkryging van besighede Kreatiewe denke en probleemoplossing Stres, krisis en bestuur van verandering Die Bemarkingsfunksie Die Produksiefunksie Professionalisme en etiek
3	Assessering van entrepreneuriese eienskappe in die besigheid Burgerskap en verantwoordelikhede Omskakeling van 'n besigheidsplan na 'n aksieplan Begin 'n besigheid gebaseer op 'n aksieplan Aanbieding van besigheidsinligting
4	Inleiding tot die menslike hulpbronsfunksie Spandinamika en konflikbestuur

1

Invloede op besigheidsomgewings



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 1.1 Hersiening van die komponente van die mikro-, mark-, en makro-omgewings
- Eenheid 1.2 Beheer van besighede oor die mikro-, mark-, en makro-omgewings
- Eenheid 1.3 Uitdagings van die besigheidsomgewings



Leerdoelwitte

Aan die einde van die onderwerp moet leerders in staat wees om:

- ❖ Die komponente van die mikro-, mark-, en makro-omgewing te noem
- ❖ Die redes te verduidelik waarom besighede meer beheer het oor die mikro-omgewing/ minder beheer het oor die markomgewing/ geen beheer het oor die makro omgewing nie
- ❖ Die uitdagings van die besigheidsomgewings uit scenarios/stellings kan identifiseer, asook die mate van beheer wat 'n besigheid het oor hierdie omgewings
- ❖ Aanbevelings/voorstelle te maak oor maniere waarop besighede betrokke kan raak in die makro omgewing
- ❖ Die nut/voordele wat besighede kry as hulle betrokke is in die makro-omgewing te bespreek/verduidelik.



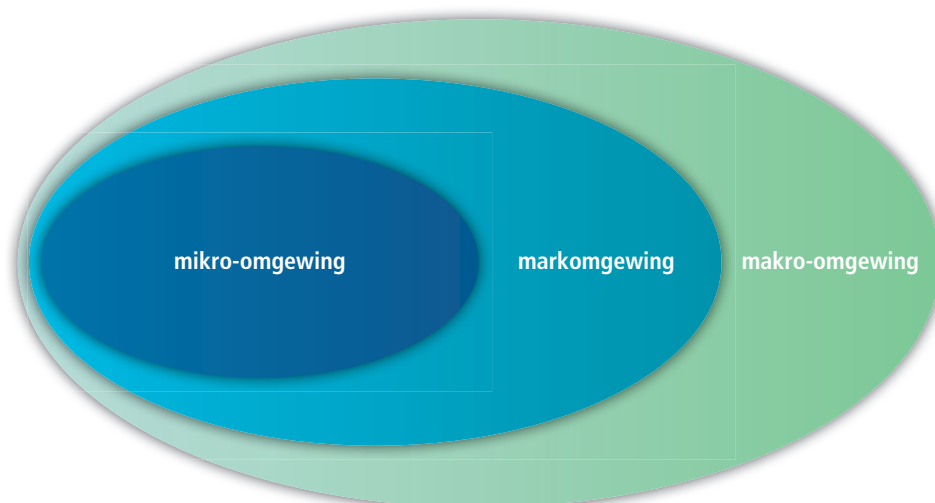
Kernbegrippe

- **Regstelling:** om 'n ongewenste of onregverdige situasie reg te stel.
- **Nepotisme:** Die praktyk waar mense met mag of invloed dit misbruik om voorkeur te gee aan familie en vriende veral om hulle in sekere poste aan te stel /of laat aanstel.
- **Afleggings:** wanneer 'n besigheid sy aantal werknemers verminder om kostes te besnoei.
- **Sloerstaking:** 'n situasie waar werkers werk toe kom, maar doelbewus teen 'n stadiger tempo werk.
- **Vakbond:** 'n vereniging wat die belange van die werkers verteenwoordig en hulle belange beskerm.
- **Staking:** 'n situasie waar die werkers weier om te werk totdat die werkgevers aan hulle klagtes/eise voldoen het.

Inleiding

In graad 10 het jy geleer dat die besigheid beskryf word in drie verskillende, maar interverwante omgewings. Hierdie omgewings is die mikro-, mark-, en makro-omgewings. Vir besighede om suksesvol te wees, moet entrepreneurs konstant bewus wees van die uitdagings in die drie besighedsomgewings en navore kom met strategië om dit te omskep in geleenthede.

Die volgende illustrasie toon die drie besighedsomgewings.



- Die drie besighedsomgewings

Eenheid 1.1 Hersiening van die komponente van die mikro-, mark-, en makro-omgewings

Die mikro-omgewing

Die mikro-omgewing is die interne besighedsomgewing – dit sluit alles binne die besigheid in. Alle interne sake van die besigheid word bestuur deur die direkteure of die eenaars van die besigheid.

Die mikro-omgewing staan ook bekend as die interne bedryfsstelsel.

'n Besigheid het volle beheer oor die mikro-omgewing van die onderneming. Die komponente van die mikro-omgewing sluit die volgende in:

- Visie, missiestelling, doelwitte en mikpunte
- Organisasiestruktuur
- Organisatoriese hulpbronne
- Organisasiekultuur
- Bestuur en leierskap
- Agt besighedsfunksies.



Die markomgewing

Die markomgewing is die direkte eksterne omgewing van die onderneming. 'n Besigheid het beperkte/min beheer oor die markomgewing.



Vir die besigheid om suksesvol te wees, moet dit in staat wees om 'n invloed uit te oefen oor die komponente van hierdie omgewing. Die komponente van die markomgewing sluit die volgende in:

- Verbruikers/kliënte
- Verskaffers
- Tussengangers
- Mededingers
- Ander organisasies/burgerlike samelewing soos GBOs, NROs, reguleerders, strategiese alliansies, en vakbonde.

Die makro-omgewing

Die makro-omgewing is die breë eksterne omgewing van die besigheid. 'n Besigheid het geen beheer oor die makro-omgewing nie, en moet daarom aanpas by die uitdagings van hierdie omgewing om suksesvol te kan wees.

Die komponente van die makro-omgewing sluit in:

- Sosiale
- Politiese
- Wetlike
- Ekonomiese
- Tegnologiese
- Fisiese
- Globale/internasionale omgewings.

Die interne omgewing bestaan uit die mikro-omgewing van die besigheid, dit is die besigheid self. Die eksterne omgewing bestaan uit die mark- en makro-omgewings van die besigheid.

•• | **Aktiwiteit 1.1**

VRAAG 1

- 1.1 Brei uit oor die betekenis van die mikro-omgewing. (4)
- 1.2 Lees die onderstaande scenario en beantwoord die vrae wat volg.

JOE SE SUPERMARK (JS)

Joe se Supermark het 'n bestuurder in diens geneem wat nie die nodige bestuursvaardighede het nie. Die styging in die minimum loontarief wat volgens wetgewing afgedwing is, maak dit moeilik om winsgewend te wees. Daar het onlangs 'n nuwe 24-uur supermark oorkant Joe se Supermark geopen.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAE 1.2.1 en 1.2.2 te beantwoord.

UITDAGING (1.2.1)	BESIGHEIDSOMGEWING	MATE VAN BEHEER (1.2.2)
	Mikro	
	Mark	
	Makro	

- 1.2.1 Haal EEN uitdaging in elke besigheidsomgewing uit die scenario aan wat JS moet aanspreek. (3)
- 1.2.2 Stel die mate van beheer wat JS het oor ELKEEN van die besigheidsomgewings. (3)

Eenheid 1.2 Besigheid se beheer oor die mikro-, mark-, en makro-omgewings

Die sukses en winsgewendheid van 'n besigheid is afhanklik van faktore binne die drie besigheidsomgewings. Entrepreneurs probeer sommige van hierdie faktore te beïnvloed of beheer om gunstige omstandighede vir die besigheid te skep. Besighede kan byvoorbeeld die regering beïnvloed om te verseker dat wette wat hulle gaan verhinder om hul doelwitte te bereik, nie aanvaar word nie.

Nie alle faktore in die drie omgewings kan beïnvloed of beheer word deur besighede nie. Sommige kan maklik beheer word, terwyl ander nie so maklik is om te beheer nie. Byvoorbeeld, 'n besigheid het volle beheer oor die pryse van sy goedere of dienste, maar min beheer oor komponente in die markomgewing soos die aksies van verskaffers en mededingers. Bykomend het besighede gewoonlik ook baie min beheer of geen invloed oor faktore in die makro-omgewing nie.

Beheer oor mikro-omgewing

Die besigheid het volle beheer oor al die komponente van sy mikro-omgewing. Die onderneming kan die interne funksionering van die besigheid beïnvloed en beheer uitoefen deur:

- hul visie, missiestelling, doelwitte en mikpunte te vestig en te hersien sodat dit in lyn is met huidige tendense.
- betrokke te raak en strategiese bestuursisteme te vestig, en te verseker dat planne geïmplementeer en hersien word wanneer nodig.
- beleide, prosedures en bestuurstrukture te vestig wat die besigheid in die regte rigting sal stuur.
- te verseker dat die besigheid se hulpbronne effektief en doeltreffend gebruik word tot voordeel van die besigheid
- seker te maak dat alle werknemers die kultuur van die besigheid verstaan en dat alle belanghebbendes saamwerk om die doel en waardes van die besigheid te bereik en uit te leef.
- werknemers te lei, te organiseer, en om hul aktiwiteite te rig en te beheer ten einde die doelwitte en oogmerke van die onderneming te bereik.

A Nuwe woorde

Belanghebbende party wat 'n belang het in 'n maatskappy en hulle kan die besigheid affekteer, of deur die besigheid geaffekteer word



In groot organisasies, oefen die hoof uitvoerende beampte (HUB), saam met die ander besigheidsfunksies, beheer uit oor die mikro omgewing. Elke departementshoof neem verantwoordelikheid vir die verskillende aspekte van die mikro-omgewing in hul onderskeie departemente.



Invloed oor die markomgewing

'n Besigheid het beperkte beheer oor die markomgewing, maar in sommige gevalle, is dit moontlik om 'n invloed uit te oefen en sommige komponente in hierdie omgewing te vorm.

Verbruikers

Entrepreneurs kan besluite van verbruikers/kliënte beïnvloed deur gebruik te maak van bemarking strategieë wat weldeurdag, en deeglik uitgevoer is. 'n Bemarkingstrategie is 'n plan van aksie wat die besigheid se bemarkingsdoelwitte, asook die strategieë en aktiwiteite wat gebruik gaan word om dit te bereik, beskryf.

Die entrepreneur kan marknavorsing doen om die behoeftes en begeertes van die doelmark te identifiseer, en daarna strategieë beraam om goedere en dienste te voorsien wat dié behoeftes en begeertes sal bevredig.

'n Besigheid kan verbruikers se besluite beïnvloed deur goeie bemarkingsveldtogte soos promosieverkope, afslagpryse, verlengde ure, oorendende advertensies, ens.

A Nuwe woorde

strategiese alliansie 'n Reëling tussen twee of meer maatskappye om 'n wedersydse voordelige projek aan te pak.

Verskaffers

Entrepreneurs kan ook die besluite en aksies van verskaffers beïnvloed deur die ondertekening van langtermyn kontrakte vir die verskaffing van insette (grondstowwe) teen vaste pryse, of deur die vorming van **strategiese alliansies** met hulle.

Besighede kan ook in grootmaat aankoop om afslag van hul verskaffers te kry, en op hierdie manier te verseker dat hulle ten alle tye voldoende grondstowwe het.

Mededingers

Alhoewel besighede min of geen beheer oor hul mededingers het nie kan hulle wel strategiese alliansies vorm, aansluit by gemeenskapsgebaseerde forums, of 'n konsortium met ander besighede vorm om idees en hulpbronne uit te ruil en projekte te onderneem wat tot voordeel van al die lede is.

A Nuwe woorde

reguleerder 'n persoon of organisasie wat iets reguleer

Reguleerders

'n Enkele besigheid kan nie besluite van sy **reguleerders** beïnvloed nie. Reguleerders is organisasies wat deur die regering ingestel is om reëls en regulasies maak, en die aktiwiteite van besighede te kontroleer.

Aan die ander kant, kan besighede wat saamspan, reguleerders tot 'n mate beïnvloed. 'n Verteenwoordiger van die besighede kan byvoorbeeld, deur middel van invloedswerwing, dit regkry dat die reguleerders sekere wette verwyder of nie instel nie, sodat die besighede hul doelwitte kan bereik.



Vakbonde

Besighede kan ook die besluite van vakbonde beïnvloed as hulle poog om 'n goeie verhouding met hulle op te bou. Besighede kan dit regkry deur betrokke te raak in kollektiewe bedingingsessies met die vakbonde, waarin hulle sekere kwessies wat hulle raak, verduidelik aan hul leiers, en probeer om hulle sover te kry om hul kant van die saak in te sien.

Invloed oor die makro-omgewing

Besighede het geen beheer oor die makro-omgewing nie. Die volgende faktore kan nie deur die besighede beheer word nie:

- Politiese faktore soos regeringsbeleid en politieke stabiliteit
- Ekonomiese faktore soos inflasiekoers en wisselkoerskommeling.
- Sosiale faktore soos lae inkomstevlakke van verbruikers en werkloosheid.
- Tegnologiese faktore soos nuwe tegnologie en internet infrastruktuur.
- Wetlike faktore soos nuwe wetgewing en arbeidswette.
- Omgewingsfaktore soos klimaatsverandering en omgewingsvolhoubaarheid.



- Besighede kan invloedwerwing doen vir gesamentlike vertroue. Dit wil sê 'n groep besighede kan hul invloed gebruik en hul kragte saamsnoer om die regering te oorrede om sekere regulasies te verander of sekere beleide te vestig, wat hulle dan in staat sal stel om hul doelwitte te bereik.
- Besighede kan verskansing teen inflasie doen deur surplus fondse (geld) te belê in goud, olie, eiendom, ens.
- Besighede kan met mekaar netwerk om sekere tegnologiese uitdagings te oorkom.

•• | Aktiwiteit 1.2

- 1.1 Noem VIER komponente van die markomgewing. (4)
- 1.2 Verduidelik die redes waarom besighede meer beheer het oor die mikro-omgewing. (6)

QR-KODE

Ekonomiese invloede op besighede (Eksterne invloede op besighede)



<https://www.youtube.com/watch?v=pC8UZcKKAeQ>

Eenheid 1.3 Uitdagings van die besigheidsomgewings

Die drie besigheidsomgewings funksioneer nie in isolasie nie, maar is interverwant en beïnvloed ook mekaar. Die mark- en makro-omgewings vorm saam die eksterne omgewing van die besigheid, en kan sekere uitdagings vir die besigheid skep. Aktiwiteite in enige van hierdie drie besigheidsomgewings mag 'n (impak) invloed hê op die ander twee omgewings.

A Nuwe woorde

Aflegging vermindering van die aantal werknemers om sodoende bedryfskoste te verminder in reaksie op ekonomiese probleme

Die winsgewendheid van die besigheid is afhanklik van faktore in al drie besigheidsomgewings. Byvoorbeeld, as die werknemers van 'n spesifieke besigheid (mikro-omgewing) nie baie vaardig is nie, sal hulle nie in staat wees om gehalte goedere of dienste te lewer nie, wat weer 'n afname in die vraag na die besigheid se goedere of dienste teweeg sal bring. Hul verbruikers en kliënte (markomgewing) sal ophou om goedere en dienste by die besigheid te koop, en eerder by die mededingers koop. Dit mag weer daartoe lei dat sommige werknemers **afgelê** word, en gevolglik sal dit lei tot 'n toename in werkloosheid (makro-omgewing).

Soortgelyk kan 'n verandering in die makro-omgewing (soos 'n verhoging van rentekoerse) daartoe lei dat besighede (mikro-omgewing) minder geld by banke leen en minder goedere/dienste produseer. Besighede kan dan besluit om die pryse van hul goedere/dienste te verhoog, wat weer sal veroorsaak dat die verbruikers (markomgewing) minder goedere/dienste koop om hul behoeftes en begeertes te bevredig. Dit kan weer lei tot 'n sosio-ekonomiese kwessie.

Die langtermyn oorlewing van die besigheid hang af van die monitering, reaksie op en beïnvloeding van die omgewing waarin dit funksioneer. As 'n besigheid byvoorbeeld nie daarin slaag om betroubare verskaffers te identifiseer nie, sal hulle nie in staat wees om die nodige hulpbronne te kry wat nodig is om goedere en dienste te produseer nie. Dit sal uiteindelik veroorsaak dat die besigheid kliënte verloor, en kan dit selfs hul voortbestaan bedreig.

Maniere hoe besighede betrokke kan raak in die makro-omgewing

Besighede kan die ekonomiese en sosiale welsyn van mense en hul gemeenskappe verbeter as hulle aktief betrokke raak in die makro-omgewing. Hier is 'n paar maniere waarop besighede betrokke kan raak in die makro-omgewing:

- Skep werkseleenthede vir mense van die gemeenskap
- Onderneem sosiale verantwoordelikheds programme om die welstand van die gemeenskap te verbeter.
- Verbeter uitvoermarkte deur nuwe markte in Afrika te ontgin.
- Onderneem wetenskaplike navorsingsprojekte om tradisionele medisyne te verbeter.
- Raak betrokke in kollektiewe bedinging of **invloedwerwing** om werksomstandighede of wetgewing van die regering te verbeter.
- Raak betrokke by Privaat-Publieke vennootskappe en voosien **infrastruktuur** vir die land.
- Voorsien onderwys en opleidingsprogramme vir werknemers om dienslewering te verbeter.

A Nuwe woorde

Invloedwerwing poog om te beïnvloed

Infrastruktuur die fisiese strukture en fasiliteite van die besigheid, byvoorbeeld, die gebou

Voordele as besigheid betrokke is in die makro-omgewing

- Hulle kry goeie publisiteit, trek en behou lojale klante.
- Trek en behou goeie vaardige werknemers uit die gemeenskap.
- Bekom **regeringstenders** en kontrakte wat net gegee word aan besighede wat betrokke is in die makro-omgewing.
- Kan belastingafslag kry vir betrokkenheid in die gemeenskap.
- Besighede kan vinniger uitdagings in die makro-omgewing antisipeer en strategieë uitwerk om dit te oorkom.
- Trek goeie beleggers wat wil belê in besighede wat betrokke is in die makro-omgewing.
- Voorkom skade aan die omgewing en verminder die koolstofvoetspoor op die omgewing.
- Hulle is beter bekend met die ouderdom, geslag, gewoontes, tradisies en voorkeure van mense wat dit makliker sal maak om kliënte te trek of te werf.

A Nuwe woorde

Regeringstenders

'n persoon of maatskappy verskaf goedere en dienste en die regering moet die ooreengekome prys betaal op die tyd soos bepaal.



Wenk

Jou antwoorde moet fokus op "hoe" die besigheid betrokke kan raak in die makro-omgewing.



•• | Aktiwiteit 1.3

1.1 Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

MAJEED TEËLS (MT)

Majeed teëls spesialiseer in die vervaardiging van teëls. MT hou tred met nuwe tegnologie om hulle produksiesproses te verbeter. Onlangs het hulle ook begin om teëls uit te voer na Botswana.

- 1.1.1 Haal TWEE wyses uit die bostaande scenario aan hoe MT betrokke is by die makro-omgewing. (2)
- 1.1.2 Beveel ander wyses aan hoe MT betrokke kan raak in die makro-omgewing. (4)
- 1.1.3 Bespreek die voordele indien besighede betrokke is in die makro-omgewing. (6)

Konsolidasie

1.1 Noem enige DRIE ander komponente van die mikro-, mark-, en makro-omgewings: Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1 te antwoord.

	MIKRO	MARK	MAKRO
1.			
2.			
3.			

(9)

1.2 1.2 Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

VINCENT SPORTDRAG (VS)

Vincent Sportdrag spesialiseer in die ontwerp van sportdrag vir mans. VS het tien stilliste in diens geneem wat altyd laat is vir werk. VS is geleë in 'n area met 'n hoë werkloosheid- en misdadaadsyfer. Die bestuur van VS koop hulle materiaal by Zam Sport Verskaffers wat duur pryse vir hul materiaal vra.

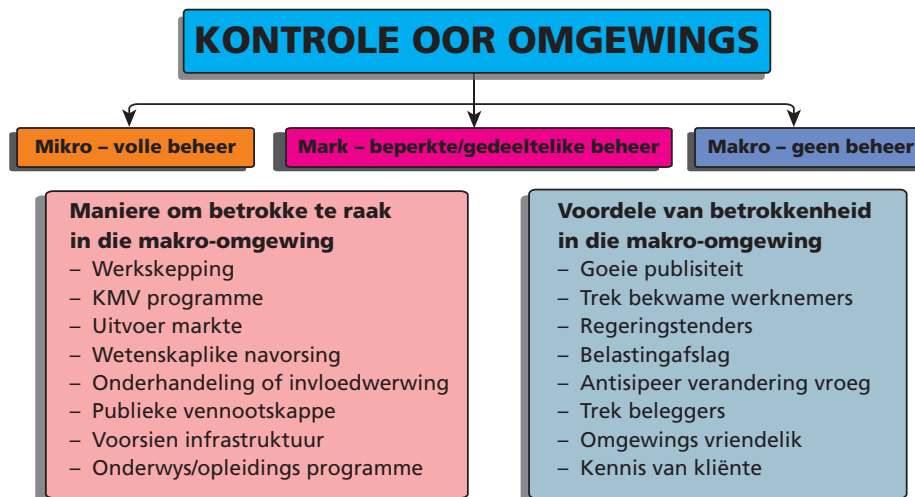
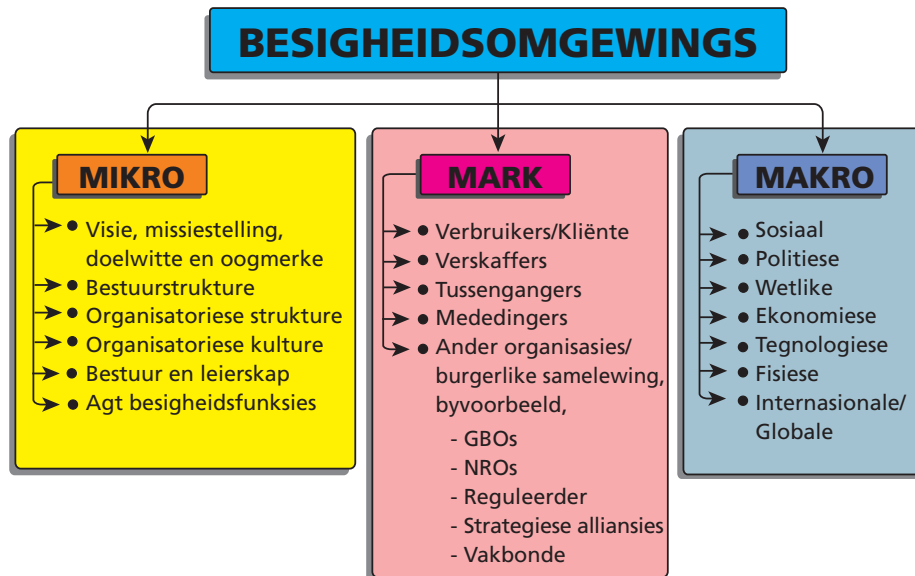
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAE 1.2.1 en 1.2.3 te antwoord.

	UITDAGINGS 1.2.1	BESIGHEIDSOMGEWINGS 1.2.2	MATE VAN BEHEER 1.2.3
1.			
2.			
3.			

- 1.2.1 Haal DRIE uitdagings van VS uit die bostaande scenario aan. (3)
- 1.2.2 Klassifiseer VS se uitdagings volgens die DRIE besigheidsomgewings. (3)
- 1.2.3 Stel die mate van beheer wat VS oor ELKE besigheidsomgewing het soos genoem in VRAAG 1.2.2. (3)

Breinkaart: Onderwerp 1 – Invloede op, en beheerfaktore rakende die besigheidsumgewings

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van die onderwerp saam te vat. Maak seker om die inhoud van elke relevante opskrif te bestudeer.



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte.



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

2

Uitdagings van die besigheidsomgewings



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 2.1 Uitdagings van die mikro-omgewing
- Eenheid 2.2 Uitdagings van die markomgewing
- Eenheid 2.3 Uitdagings van die makro-omgewing



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders in staat wees om die volgende te doen:

- ❖ brei uit/noem/bespreek/verduidelik die uitdagings van die mikro-omgewing
- ❖ brei uit/noem/bespreek/verduidelik die uitdagings van die markomgewing
- ❖ aanbevelings maak oor maniere hoe die besigheid mededinging in die markomgewing kan oorkom
- ❖ brei uit/noem/bespreek/verduidelik die uitdagings vir die besigheid in die makro-omgewing
- ❖ voorbeelde te gee van kontemporêre wetgewing wat die besigheid se bedrywighede kan affekteer
- ❖ die uitdagings van die DRIE besigheidsomgewings uit gegewe scenarios/stellings te identifiseer en die antwoord te motiveer deur aan te haal uit die scenario/stelling.



Kernbegrippe

- **Mededinging:** besighede wat dieselfde of soortgelyke goedere of dienste lewer.
- **Stakings:** werkers weier om te werk totdat daar aan hul eise gehoor gegee is.
- **Sloerstakings:** werknemers gaan werk toe soos normaalweg, maar werk doelbewus teen 'n stadiger tempo.
- **Sosio-kulturele faktore:** die oortuigings, norme, waardes en belangstellings wat deur 'n bepaalde gemeenskap gedeel word.
- **Kontemporêre wetgewing:** huidige wette wat deur die regering ingestel is om bedrywighede van besighede in die land te reguleer.
- **Demografie:** die kenmerke van die bevolking soos ouderdom, geslag, ras, opvoedkundige agtergrond, inkomstevlakke, ens.
- **Psigografie:** verbruikers se houding, belangstellings, menings en leefstyle.



Kernbegrippe

- **Hoë werknemersomset:** die koers waarteen werknemers by die onderneming aansluit en dit verlaat.
- **Arbeidsbeperkings:** arbeidswette wat ingestel word deur die regering om die uitbuiting van werknemers in die werkplek te verhoed.
- **Globalisering:** wanneer besighede hul bedrywighede uitbrei na ander lande.

Inleiding

In Onderwerp 1 is jy bekendgestel aan die eksaminering van beheerfaktore van die drie besigheidsomgewings wat besighede beide intern en ekstern kan beïnvloed. Sommige van hierdie faktore kan beheer word, en andere nie, en is daarom uitdagings is vir die besigheid.

Hierdie onderwerp gaan fokus op die uitdagings van die besigheidsomgewings waar elkeen geklassifiseer gaan word volgens die spesifieke omgewing, d.w.s. mikro-, mark-, en makro-omgewings. Die tabel hier onder illustreer sommige van hierdie uitdagings.

UITDAGINGS VAN DIE BESIGHEIDSOMGEWINGS

Uitdagings van die mikro-omgewing	Uitdagings van die markomgewing	Uitdagings van die makro-omgewing
• Moeilike werknemers	• Mededinging	• Veranderinge in inkomstevlakke
• Gebrek aan visie en missie	• Tekorte vanaf verskaffers	• Politieke veranderinge
• Gebrek aan voldoende bestuursvaardighede	• Veranderinge in verbruikersgedrag	• Kontemporêre wetgewing
• Vakbonde	• Demografie en psigografie	• Arbeidsbeperkings
• Stakings en sloerstakings	• Sosio-kulturele faktore	• Mikrolenings
• Afwesigheid van werknemers		• Globalisering/ Internasionale veranderinge
• Hoë werknemersomset		• Sosiale waardes en demografie
• Tekort aan vaardighede by werknemers		• Sosio-ekonomiese kwessies

QR-KODE

Hoe om "negatiewe atmosfeer" tussen werknemers te oorkom: 10 wenke



<https://www.youtube.com/watch?v=uctPla6ugro>

Eenheid 2.1 Uitdagings in die mikro-omgewing

Baie faktore in die mikro-omgewing kan die winsgewendheid en volhoubaarheid van besighede bedreig. Hierdie interne bedreigings bied 'n uitdaging aan entrepreneurs, wat strategieë moet ontwikkel om dit aan te spreek. Byvoorbeeld, die konflik tussen werknemers moet behoorlik aangespreek word, anders kan dit die werksetiek verwoes, die organisatoriese kultuur ontwig en die besluitnemingstrukture in die besigheid beïnvloed.

Die konflik tussen werknemers is nie die enigste uitdaging in die mikro-omgewing van die besigheid nie. Hier onder volg sommige van die ander uitdagings wat besighede in die gesig staar in hul mikro-omgewing.

Moeilike werknemers

- Moeilike werknemers is diegene wat die visie, missie en doelwitte van die onderneming nie ondersteun nie – hul aksies kan lei tot konflik wat die spangees afbreek.



- Werknemers wat altyd kla oor stelsels en prosesse.
- Werknemers wat lui is en nie toegewyd aan hul werk is nie. Dit mag lei tot vertraginge en spertye wat nie gehaal word nie.

Swak/onopgeleide werknemers

- Indien werknemers nie goed opgelei is nie, sal hul prestasie nie voldoen aan die besigheid se standaard nie. Dit kan daartoe lei dat hulle swak diens lewer aan verbruikers, wat 'n negatiewe impak sal hê op die beeld van die besigheid. Besighede kan dan kliënte afstaan aan mededingers wat beter diens lewer.

Gebrek aan visie en missie

- Gebrek aan visie en missie beteken dat die bestuur en werknemers verskillende idees het oor doelwitte van die besigheid.
- Dit kan lei tot konflik, negatieweiteit en swak produktiwiteit.
- Besighede sal nie in staat wees om hulpbronne effektief aan te wend nie, en sal dan sukkel om suksesvol te wees.

Gebrek aan voldoende bestuursvaardighede

- Bestuurder sonder die nodige bestuursvaardighede sal nie kan lei, rigting gee en beheer uitoefen oor personeel en hulpbronne nie.
- Dit sal daartoe lei dat die besigheid nie hul doelwitte en mikpunte bereik nie.
- As die departemente swak bestuur word, sal hulpbronne vermors word en die besigheid se produktiwiteit en winsgewendheid sal afneem.
- 'n Bestuur met swak bestuursvaardighede sal sukkel om werknemers te lei, wat kan lei tot 'n ongelukkige en gefrustreerde werkerskorps.

Vakbonde

- Vakbonde is organisasies wat gestig word om die belange en regte van hul lede in die werkplek te beskerm.
- Sommige vakbonde stel soms onbillike en onbereikbare eise aan besighede wat spanning tussen bestuur en werknemers veroorsaak.

Stakings en sloerstakings

- Stakings en sloerstakings, is voorbeelde van nywerheidsaksies wat deur vakbonde geïnisieer word en wat 'n negatiewe impak het op die besigheid se bedrywigheide.
- Indien verskille tussen bestuur en vakbonde nie bygelê word nie, kan dit lei tot stakings of sloerstakings.
- 'n Staking beteken dat werknemers weier om te gaan werk totdat die besigheid gehoor gee aan hul eise. Die besigheid verloor baie ure van produksietyd tydens die tydperk van die staking.
- 'n Sloerstaking beteken dat die werknemers soos gewoonweg aanmeld vir werk, maar doelbewus teen 'n stadiger tempo werk. Die besigheid sal nie sy doelwitte nie bereik nie en winsgewendheid kan daal.



•• | Aktiwiteit 2.1

VRAAG 1

1.1. Identifiseer die uitdagings van die mikro-omgewing van Temba Winkels in ELKEEN van die volgende stellings:

- 1.1.1 Pieter, die skoonmaker by Temba Winkels kla altyd oor die werksure en lewer werk wat onder standaard is.
- 1.1.2 Die bestuur van Temba Winkels het nie 'n duidelike plan van waarheen die besigheid op pad is nie.
- 1.1.3 Die verkoopspan van Temba Winkels bereik as gevolg van 'n gebrek aan leierskap, nie hul gestelde doelwitte nie.
- 1.1.4 Werknemers eis dat hul werksomstandighede moet verbeter en weier om te werk totdat Temba Winkels gehoor gee aan hulle eise. (8)

Eenheid 2.2 Uitdagings van die markomgewing

Verskeie faktore in die markomgewing kan die voortbestaan en sukses van die besigheid bedreig. In Onderwerp 1 het ons geleer dat die besigheid beperkte of min beheer het oor die markomgewing. Aan die anderkant is dit moontlik om die uitdagings wat in die markomgewing voorkom, te beïnvloed en op so 'n wyse daarop te reageer, dat dit die sukses van die besigheid sal verseker.

Sommige uitdagings in die markomgewing word makliker beïnvloed as ander. Dit is byvoorbeeld vir 'n besigheid makliker om die verskaffers en verbruikers te beïnvloed as om die mededingers te beïnvloed. Kom ons bespreek die uitdagings in die markomgewing.

Mededinging

- Mededinging verwys na besighede wat dieselfde of soortgelyke produkte of dienste lewer.
- Indien 'n besigheid nie die mededingers se gehalte of pryse van goedere of dienste kan ewenaar nie, kan die besigheid kliënte verloor.



- Verhoogde mededinging dwing besighede om pryse te verlaag wat meebring dat winsgrense verlaag. Dit kan veroorsaak dat besighede moet sluit, omdat hulle nie die koste van produksie kan dek nie.

Vorraadtekorte by verskaffers

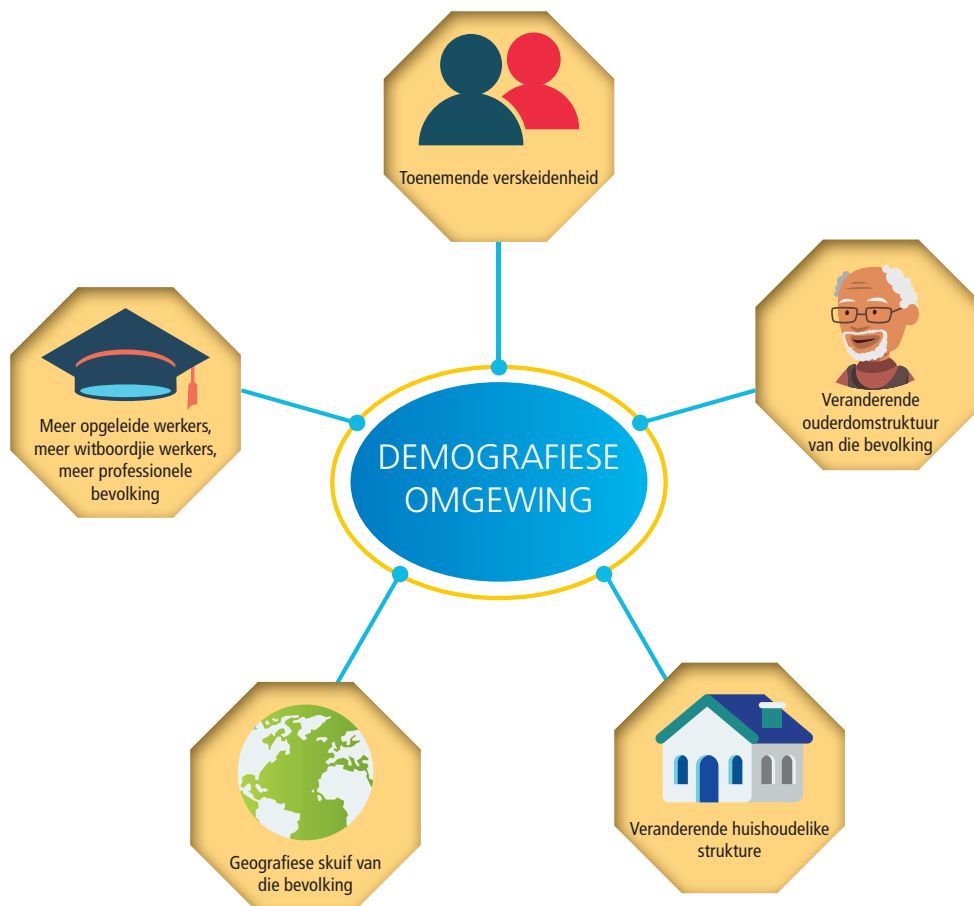
- Elke besigheid benodig grondstowwe vir die produksie van goedere en dienste. Sonder beskikbare grondstowwe kan besighede nie goedere en dienste produseer om te voldoen aan die behoeftes van hul teikenmark nie.
- Besighede is afhanklik van verskaffers vir hulle grondstowwe en insette. Wanneer die verskaffing van hierdie grondstowwe of insette onderbreek word, neem produksie en winsgewendheid af.
- As verskaffers nie in staat is om grondstowwe of insette teen die regte prys, hoeveelheid of gehalte betyds af te lewer nie, sal dit daartoe lei dat die besigheid klante verloor, nie verkoopsdoelwitte haal nie, en 'n afname in wins toon.

Veranderinge in verbruikersgedrag

- Ekonomiese toestande of mode-neigings kan veroorsaak dat verbruikers se smaak en voorkeure verander, wat mag lei tot laer verkope.
- Besighede sal gevolglik beter bemaking moet doen of hul produk/diens aanpas om te voldoen aan verbruikersvoorkeure.
- Veranderinge in verbruikersvoorkeure kan lei tot veroudering van voorrade met gevolglike daling in winsmarges.
- Besighede moet voortdurend verbruikersvoorkeure navors om goedere en dienste te verskaf wat verbruikers nodig het.

Demografie

- Demografie verwys na die statistiek van die bevolking soos geslag, ouderdom, ras, vlak van opvoeding, en vlak van inkomste.
- Die uitdaging wat besighede ervaar is dat die demografiese kenmerke van die verbruikersmark voortdurend verander.
- Byvoorbeeld, mense wat langer lewe, bring 'n verhoogde vraag na goedere of dienste mee.
- Wanneer baie mense emigreer, lei dit tot 'n afname in die aantal verbruikers asook geskoolde werkers.



Psigografie

- Psigografie verwys na verbruikers se leefstyl en gedrag. Dit sluit hulle voorkeure, belangstelling, begeertes en leefstyl in.

- Besighede moet bewus wees van hul verbruikers se leefstyl en gedrag. Dit sal hulle in staat stel om meer effektiewe bemarkingsveldtogte te loods. Dit bly egter moeilik om die psigografie van die doelmark te peil omdat verbruikers se leefstyl en gedrag voortdurend verander.

Sosio-kulturele faktore



- Sosio-kulturele faktore sluit in taal, gebruike, inkomste vlakke en voorkeure geassosieer met sekere kulture.
- Hierdie aspekte affekteer produklyne en bemarkingsveldtogte.
- Besighede moet seker maak dat hul bemarkingsveldtogte nie aanstoot gee aan sekere kulturele groepe nie.
- Sosio-kulturele faktore het 'n impak op die markomgewing. Dit beïnvloed die manier waarop mense leef, werk, produseer en verbruik.
- Die uitdaging vir besighede is om die sosio-kulturele faktore van hul mark te verstaan en op die regte wyse daarop te reageer.



QR-KODE

3 maniere om mededinging te hanteer



<https://www.youtube.com/watch?v=QzJxMIsZPnk>

Maniere waarop besighede mededinging in die mark kan hanteer

- Besighede moet verseker dat hulle unieke produkte of dienste aan die mark lewer wat hulle van ander onderskei.
- Besighede moet persoonlike dienste aan verbruikers lewer indien dit verlang word.
- Besighede moet goedkoper pryse as hulle mededingers aanbied vir produkte/dienste.
- Die gehalte van goedere/dienste waarin verbruikers belangstel moet hoog wees.
- 'n Positiewe beeld en publisiteit kan verkry word deur betrokkenheid by projekte wat die gemeenskap ontwikkel.
- Besighede moet voortdurend verbeter op hul dienste om kliënte tevrede te hou.
- Daar moet ook voortdurend aandag geskenk word aan opknapping van fasiliteite en verbetering van sisteme.
- Besighede moet goeie bemarkingsveldtogte loods wat die aandag van verbruikers sal trek.
- Besighede moet lae-koste ekstras aanbied, soos verbeterde krediet voorwaardes of lojaliteitskemas.
- Besighede moet verseker dat hulle goed-opgeleide, toegewyde werknemers het wat 'n beter werksomgewing skep.

•• | Aktiwiteit 2.2

VRAAG 1

- 1.1 Bespreek die volgende uitdagings van die markomgewing:
- 1.1.1 Voorraadtekorte by verskaffers (4)
 - 1.1.2 Verandering in verbruikersgedrag (4)
 - 1.1.3 Demografie en psigografie. (4)

VRAAG 2

- 2.1 Stel maniere voor waarop die besigheid mededinging in die mark kan oorkom. (6)

Eenheid 2.3 Veranderinge van die makro-omgewing

Alhoewel besighede nie die makro-omgewing kan beïnvloed of beheer nie, moet hulle 'n duidelike begrip van die uitdagings hê. Hierdie uitdagings kan 'n nadelige uitwerking op die bedrywighede van 'n onderneming hê.

Kom ons leer oor sommige van die faktore in die makro-omgewing, en hoe dit uitdagings aan 'n besigheid bied.

Veranderinge in inkomstevlakke

- Die hoeveelheid goedere en dienste wat verbruikers kan koop word bepaal deur hulle netto inkomste.
- Netto inkomste word bepaal deur bruto inkomste minus alle uitgawes. Indien verbruikers se netto inkomste afneem, kan hulle slegs noodsaaklike goedere en dienste koop en gevolglik sal die besigheid se winsgewendheid en produktiwiteit ook afneem.
- Werkloosheid, hoë rentekoerse, hoë inflasiekoerse, verhoging van belasting laat die verbruikers met minder geld om te spandeer op goedere en dienste.
- 'n Afname in verbruikerspandering sal die besigheid se winste verminder.

Politiese verandering

- Regerings maak 'n keuse oor hul doelwitte en **ideologieë**.
- Sodra daar 'n verandering in regering is, moet besighede aanpas by nuwe wette en regeringsbeleid.
- 'n Verandering in regering kan lei na politieke onstabiliteit – wat weer moontlike beleggers en toeriste kan afskrik en kan lei tot 'n bedreiging vir die besigheid se voortbestaan.
- In sommige lande heers daar 'n hoë vlak van onstabiliteit en selfs burgeroorlog. In sulke omstandighede, is dit vir besighede moeilik om effektief en winsgewend te funksioneer.

A Nuwe woorde

Ideologieë idees en ideale, veral een wat die basis vorm van ekonomiese of politiese teorieë en beleid

? Het jy geweet

In 2020 was daar 'n voorstel dat wetgewing myne moet nasionaliseer en die grondhervormingsproses moet bespoedig.

Kontemporêre wetgewing

- Die regering het wette ingestel om aktiwiteite en bedrywighede van besighede te monitor.
- Besighede wat nie hou by hierdie wette nie, kan beboet word of die eienaars kan tronkstraf opgelê word.
- Besighede moet hou by die neergelegde wetgewing - en dit is nie altyd maklik nie. Die Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (No. 55 van 1998) vereis dat voorkeur gegee word aan voorheen benadeelde individue wanneer nuwe aanstellings gemaak word. Soms is dit moeilik, want kandidate het nie altyd die nodige kwalifikasies en ervaring nie.
- Ander nuwe wette wat 'n uitdaging aan besighede stel is die Nasionale Kredietwet (NKW) (No. 34 van 2005), die Wet op Verbruikersbeskerming (WVB) (No. 68 van 2008) en die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) (No. 66 van 1995).



Arbeidsbeperkings

- Die regering het deur middel van wetgewing verskeie beperkings geplaas op besighedsbedrywighede.
- Hierdie wette skep 'n wetlike raamwerk wat werknemers beskerm teen uitbuiting van werkgewers en plaas beperkings op praktyke van werkgewers.
- Sommige werkgewers beskou hierdie wette as beperkend, terwyl ander dit sien as 'n belangrike aspek in die beskerming van die regte van werknemers en versekering van demokrasie in die werkplek.

Mikrolenings

- Dit verwys na klein lenings wat individue en besighede kan bekom, as hulle nie lenings by handelbanke kan bekom nie.
- Normaalweg word daar hoër rentekoerse gehef en die terugbetalingsperiode is korter, teenoor dit wat handelbanke bied.
- Daar is min beskerming vir mense wat mikrolenings kry, omdat instansies wat mikrolenings toestaan, nie gereguleer word deur die Suid-Afrikaanse Bankwet (No. 94 van 1990) nie. Hulle onderskryf gevolglik nie die Gedragskode van Bankpraktyke in Suid-Afrika nie.

Globalisering/Internasionale handel

- Dit verwys na die uitruil van produkte, dienste, kapitaal en arbeid oor nasionale grense, d.w.s. besighede ding mee met internasionale besighede vir plaaslike kliënte.
- In sommige lande is arbeid goedkoop. Hierdie lande is dan in staat om produkte goedkoper te vervaardig en hulle oorskot produkte teen goedkoper pryse in ander lande te verkoop. Dit word storting (dumping) genoem.
- Storting maak dit moeilik vir plaaslike besighede om mee te ding in die globale mark.
- Migrasie van geskoolde arbeid kan lei na 'n tekort van vaardige werkers in die plaaslike mark.
- Die voordeel van globalisering is dat dit lei tot vinniger en makliker oordrag van kennis en vaardighede tussen lande.

Sosiale waardes en demografie

Sosiale waardes

- Dit sluit in die oortuigings, norme en waardes wat 'n sekere groep mense in die samelewing deel.
- Dit het 'n invloed op die koopvoorkeure van verbruikers, want hulle koop produkte waarmee hulle kan identifiseer.
- Sosiale waardes het 'n impak op die koopvoorkeure van verbruikers. Dit sluit ook in hulle houding teenoor spaar en handelsmerklojaliteit in. Besighede kan nie sosiale waardes van verbruikers beheer nie.

Demografie

- Dit verwys na die eienskappe van die bevolking soos ouderdom, geslag, ras, ens.
- Veranderinge in die samestelling van die bevolking beïnvloed die produkte of dienste wat die besigheid verskaf.
- Entrepreneurs moet ingelig bly oor veranderinge in die demografie van hul verbruikers.

Sosio-ekonomiese kwessies

- Sosio-ekonomiese kwessies soos misdaad, armoede, MIV/Vigs en korrupsie beïnvloed besighedsbedrywighede op verskeie maniere. Baie besighede lei verliese as gevolg van misdaad en korrupsie.
- Besighede moet baie geld spandeer aan versekering om hulself te beskerm teen misdaad, wat weer lei tot 'n hoër produksiekoste en gevolglik laer wins.
- Die MIV/Vigs-pandemie het tot meer siektes en sterftes van produktiewe lede van die gemeenskap gelei. Dit het op sy beurt gelei tot 'n afname in die arbeidsmag asook 'n afname in die verbruikersmark.



Voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besighedsbedrywighede kan raak

- Die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) (No. 66 van 1995): Hierdie wet reguleer die verhoudinge tussen werkgewers en werknemers om konflik in die werkplek op te los.
- Die Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV) (No. 75 van 1997): Hierdie wet stel die minimum aanvaarbare standaard vir enige indiensnemingsbeleid. Dit omskryf die voorwaardes vir indiensneming.
- Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes (COIDA) (No. 61 van 1997) Dit maak voorsiening vir vergoeding wanneer werknemers beserings of siektes opdoen tydens uitvoering van hulle pligte. Dit verseker ook dat werkgewers vir die nodige veilige en gesonde toestande in die werkplek voorsiening maak.
- Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling (WVO) (No. 68 van 2008): Hierdie wet verseker dat werkgewers 'n bydrae lewer tot onderrig en opleiding van hul werknemers.
- Wet op Verbruikersbeskerming (WVB) (No. 68 van 2008): Hierdie wet streef daarna om die sosiale en ekonomiese welvaart van verbruikers in Suid-Afrika te verbeter.
- Die Nasionale Kredietwet (NKW) (No. 34 van 2005): Hierdie wet is ingestel om beide besighede en verbruikers te beskerm teen nalatige en roekelose krediet-verleningspraktyke wat daartoe lei dat verbruikers te veel krediet kan bekom.



Neem kennis

Ons sal hierdie wette in diepte behandel in Graad 12.

- Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (no. 55 van 1998): Hierdie wet is ingestel om onregverdig diskriminasie te elimineer soos bv. diskriminasie teen ras, ouderdom, geslag, geloof en gestremdheid in die werkplek.
- Wet op Breë Basis Swart Ekonomiese Bemagtiging (WBBSEB) (No. 53 van 2003- soos aangepas in 2013). Hierdie wet poog om voorheen benadeelde individue volle deelname in die ekonomie te gee.

•• | Aktiwiteit 2.3

VRAAG 1

1.1. Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

MAUREEN B&B LODGE (MBL)

Maureen B&B Lodge het vyf werknemers op hulle betaalstaat. Een van die werknemers het MBL aangegee by die KVBA omdat hulle nie voldoen aan die Wet op Basiese Diensvoorwaardes nie. Molly, 'n werknemer, neem gereeld verlof om haar ARM (anti-retrovirale medikasie) by die plaaslike kliniek te kry.

1.1.1 Identifiseer TWEE uitdagings van die makro-omgewing uit die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om die vraag te beantwoord.

UITDAGINGS	MOTIVERINGS
1.	
2.	

1.1.2 Verduidelik VIER ander uitdagings van die makro-omgewing. (12)

Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Noem TWEE voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besigheidsbedrywighede kan affekteer. (2)

1.2 Stel maniere voor waarop besighede mededinging in die mark kan oorkom. (6)

VRAAG 2

2.1 Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

STEYN VERVAARDIGERS (SV)

Die werknemers van Steyn Vervaardigers is dikwels laat en wil nie met mekaar saamwerk nie. SV ervaar verliese omdat daar by hulle stoorkamer ingebreek is. Die bestuur sukkel ook om 'n betroubare verskaffer van hul grondstowwe te kry.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAE 2.1.1 en 2.1.2 te beantwoord.

UITDAGINGS (2.1.1)	BESIGHEIDSGEWING (2.1.2)
1.	
2.	
3.	

2.1.1 Haal DRIE uitdagings aan uit die bostaande scenario wat SV moet hanteer. (3)

2.1.2 Klassifiseer ELKE uitdaging aangehaal in VRAAG 2.1.1, volgens die besigheidsomgewing. (6)

Breinkaart: Onderwerp 2 – Die uitdagings van die besigheidsomgewings

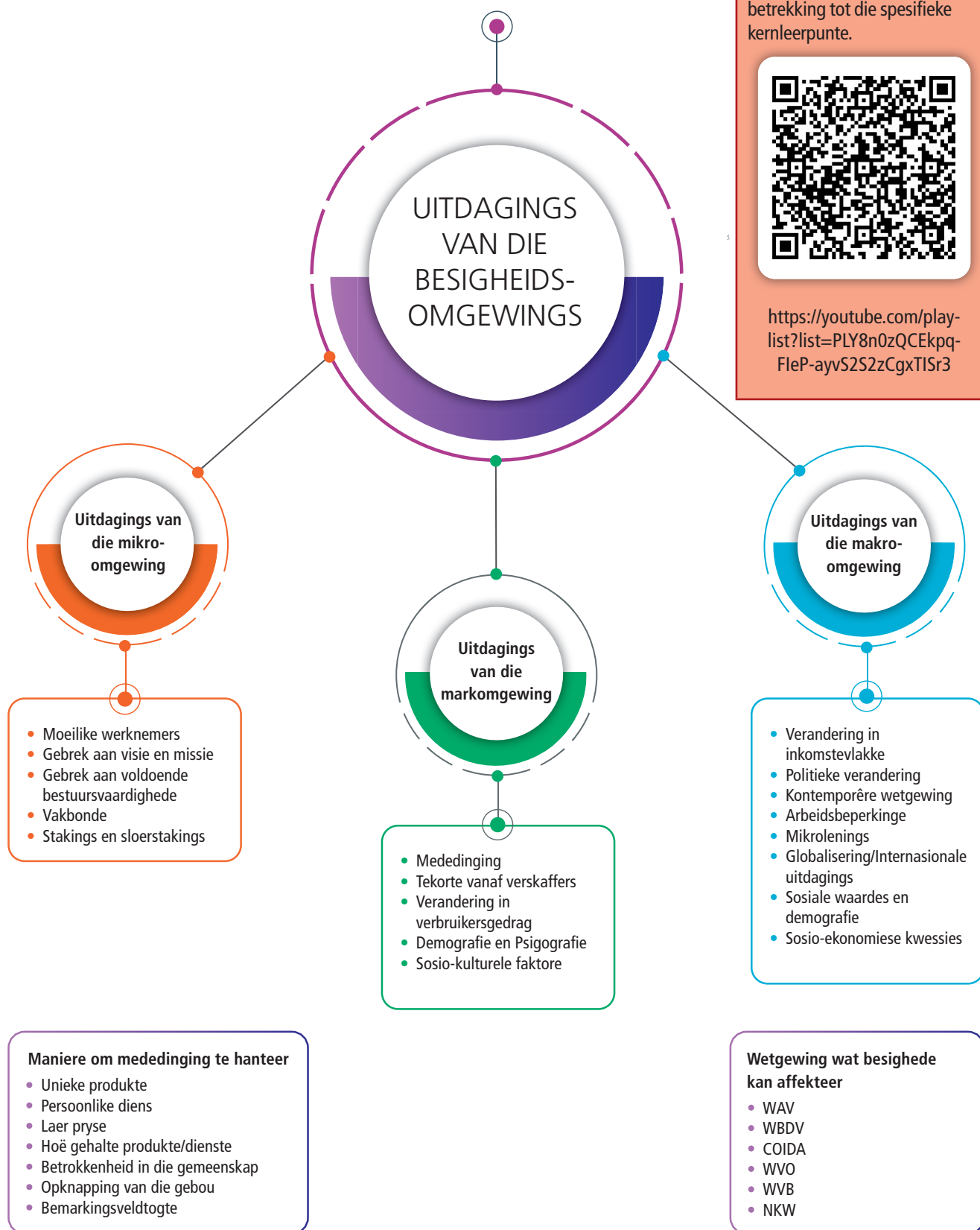
Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van onderwerp 2 saam te vat. Maak seker om die inhoud van elke relevante opskrif te bestudeer.

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig van die inhoud van hierdie onderwerp met betrekking tot die spesifieke kernleerpunte.



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>



3

Aanpassing by uitdagings van die besigheidsomgewings



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 3.1 Maniere waarop die besigheid kan aanpas by uitdagings van die besigheidsomgewings
- Eenheid 3.2 Maniere waarop besighede 'n direkte invloed op die omgewings kan uitoefen
- Eenheid 3.3 Invloedwerwing, netwerkvorming en magsverhoudinge



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik/Bespreek/Beskryf die volgende maniere waarop besighede kan aanpas by uitdagings van die besigheidsomgewings:
 - inligtingbestuur
 - strategiese reaksie
 - samesmeltings, oornames, verkrygings en alliansies
 - organisasieontwerp en buigsaamheid
 - direkte invloed van die omgewing en sosiale verantwoordelikheid
- ❖ Gee praktiese voorbeelde van samesmeltings, oornames, verkrygings en alliansies.
- ❖ Identifiseer hierdie voorbeelde uit gegewe scenarios/stellings.
- ❖ Stel maniere voor waarop besighede 'n direkte invloed kan uitoefen op die omgewing
- ❖ Beveel projekte aan wat die besigheid kan onderneem as deel van hul sosiale verantwoordelikheid en verduidelik wat die voordeel is van hierdie projekte vir die onderneming.
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van invloedwerwing
- ❖ Bespreek/Verduidelik die redes waarom besighede betrokke is by invloedwerwing.



Leerdoelwitte

- ❖ Verduidelik/Bespreek/Beskryf die volgende tipes invloedwerwing:
 - Verskansing teen inflasie
 - Onderhandelingsessies tussen bestuur en vakbonde
 - Beïnvloeding van beheerliggame/reguleerders
- ❖ Verduidelik/Brei uit oor die betekenis en belangrikheid van netwerkvorming
- ❖ Gee praktiese voorbeelde van netwerkvorming.
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van magsverhoudinge
- ❖ Bespreek/Verduidelik/beskryf maniere waarop besighede magsverhoudings kan vorm, byvoorbeeld:
 - Strategiese alliansieooreenkomste
 - Oorreding van groot beleggers
 - Maatskappy verteenwoordigers
 - Beïnvloeding
- ❖ Identifiseer invloedwerwing, netwerkvorming en magsverhoudinge uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings.



Kernbegrippe

- **Inligting bestuur:** die versameling, berg en verspreiding van inligting.
- **Strategiese bestuur:** die skep en implementering van hoofdoelwitte van bestuurders.
- **Samesmelting:** wanneer twee of meer besighede hul hulpbronne saamvoeg om 'n nuwe besigheid te vorm.
- **Oorname:** dit gebeur wanneer 'n maatskappy die beheer/eienaarskap van 'n ander maatskappy oorneem deur die meerderheid aandele te koop.
- **Verskansing:** geld word geïnvesteer op sodanige wyse dat dit inflasie klop.
- **Netwerkvorming:** verwys na die situasies waar die besigheid inligting deel en professionele kontakte opbou tot voordeel van al die lede van die netwerk.
- **Sosiale verantwoordelikheid:** die verpligting van 'n besigheid om sy omgewing te beskerm en ook die lewensgehalte van al die mense in hul gemeenskap te verbeter.

Inleiding

Besighede word gekonfronteer met verskeie uitdagings uit beide die interne en eksterne omgewings. Die sukses van 'n besigheid is afhanklik van sy vermoë om aan te pas by hierdie uitdagings.

Besighede moet die nodige maatreëls in plek stel, sodat hulle die effek van hierdie uitdagings kan minimaliseer.

Die fokus van hierdie onderwerp is die maniere waarop besighede kan aanpas by die uitdagings van die besighedsomgewings.

Eenheid 3.1 Maniere waarop besighede kan aanpas by uitdaging van die besigheidsomgewings

Inligtingsbestuur

- Besighede moet effektiewe inligtingbestuurstelsels implementeer wat bruikbaar is vir alle personeel.
- Inligting moet bekom/aangeteken/geberg/toeganklik wees en effektief gebruik kan word.
- Groot bedrae geld moet bestee word om inligtingstegnologie (IT) sisteme te bekom om besighheidsbedrywighede op datum te hou.
- Moderne IT oplossings stel besighede in staat om verbruikers se behoeftes meer effektief aan te spreek.
- Besighede kan dan voordeel verkry deur 'n verhoogde marktaandeel en verhoging in winsgewendheid.



Strategiese reaksie

- Strategiese reaksie verwys na die wyse waarop besighede reageer op die uitdagings van beide interne- en eksterne omgewings deur planne in plek te stel.
- Bestuur moet strategiese reaksies ontwikkel vir verskeie uitdagings deur die analisering van inligting en identifisering van die betrokke belanghebbendes.
- Besighede moet 'n duidelike begrip hê van elke belanghebbende se standpunte en vereistes.
- Besighede moet bewus wees van nuwe mededingers in die mark en die nodige strategiese reaksie op mededinging maak.

- Besighede moet nuwe strategiese planne maak om volhoubaar te bly in 'n kompeterende mark.
- Effektiewe strategiese reaksies help besighede om uitdagings te identifiseer, te minimaliseer en uit te skakel.

Samesmeltings, oornames, verkrygings en alliansies

Soms moet besighede vinnige besluite neem om te kan oorleef as hulle gekonfronteer word met uitdagings uit die besigheidsomgewings. Hulle mag dit nodig vind om samesmeltings, oornames, verkrygings en alliansies te implementeer, om sodoende te reageer op die uitdagings van die omgewings.

Samesmeltings

- Dit vind plaas wanneer twee maatskappye – gewoonlik met ooreenkoms – 'n nuwe besigheid vorm.
- Besighede wat saamgesmelt het, deel hulle hulpbronne wat weer kan lei tot groei en volhoubaarheid.
- As dit is 'n publieke maatskappy is, sal die aandeelhouers hulle aandele kan omskakel na die ekwivalente waarde van aandele in die nuut-saamgesmelte maatskappy.

Oorname

- Oornames kom voor wanneer een besigheid beheer oorneem van 'n ander besigheid deur die meerderheid eienaarskap van sy aandele. Soms vind hierdie proses plaas teen die wense van die besigheid.
- Dit kan ook gebeur wanneer een besigheid 'n hoeveelheid aandele in 'n maatskappy koop, totdat hulle die meerderheid aandele bekom het.

Verkrygings

- Dit kom voor wanneer 'n besigheid 'n ander besigheid koop teen 'n prys soos ooreengekom.
- Die besigheid wat verkry is, gaan dikwels voort om te funksioneer as 'n filiaal van die houermaatskappy.
- Dit gebeur gewoonlik met maatskappye wat nie op die JSE genoteer is nie.

Alliansies

- Alliansies verwys na 'n ooreenkoms tussen besighede met gemeenskaplike visies wat saamwerk tot voordeel van almal.
- Organisasies met 'n gemeenskaplike belangstelling, aard of doel kies om saam te werk tot almal se voordeel.
- Alliansies maak dit moontlik vir besighede om meer mededingend te wees en uitdaging beter te hanteer. Die besighede bly afsonderlike entiteite maar werk net saam met mekaar.

Praktiese voorbeelde van samesmeltings, oornames, verkrygings en alliansies

- Vodafone en Mannesmann samesmelting: Hierdie samesmelting het in 2000 plaasgevind en het meer as \$180 biljoen beloop wat dit die grootste samesmelting in die geskiedenis gemaak het.

- Vodacom en Neotel oornames: Vodacom het 100% van die uitgereikte aandelekapitaal en aandeelhouerlening in Neotel bekom met 'n geskatte waarde van R7 biljoen in 2015.
- MTN en Afrihost verkryging: MTN het 50% + 1 van Afrihost se aandele gekoop en die huidige aandeelhouers gelaat met net die oorblywende 50% (MTN-Afrihost samesmelting)
- Vodacom en Neotel: Na maande se spekulاسie en onsekerheid, het Vodacom amptelik bevestig dat hulle die vastelyn operateur Neotel in Mei 2014 deur 'n verkryging bekom het.

Organisasieontwerp en buigsaamheid

- Organisasieontwerp beskryf die struktuur van 'n besigheid, en hoe dit hul kultuur kommunikeer. Dit fokus daarop om te verseker dat die struktuur van die besigheid in lyn is met die doelwitte.
- Dit sluit die proses in om mense/inligting/tegnologie binne-in die organisasie te integreer om effektiwiteit te verbeter.
- Besighede moet poog om die organisasieontwerp buigbaar te maak sodat hulle makliker kan aanpas by veranderinge in die besigheidsomgewings.
- Die bestuurstruktuur van die besigheid moet die toestand wat die besigheid in die besigheidsomgewings ervaar, weerspieël.

Direkte invloed op die omgewing en sosiale verantwoordelikheid

- Besighede moet alternatiewe omgewingsvriendelike produksietegnieke ondersoek en 'n bewustheid van die omgewing skep. Besighede kan saamwerk met ander besighede en die regering, om die omgewing te beskerm deur bewaring en korrekte benutting daarvan. Besighede moet ook volhoubare KMI programme implementeer om die gemeenskappe waarbinne hulle funksioneer, te verbeter.

•• | Aktiviteit 3.1

1.1 Verduidelike die volgende maniere waarop besighede kan aanpas by besigheidsomgewings:

1.1.1 Samesmeltings

1.1.2 Verkrygings

1.1.3 Oornames

1.1.4 Alliansies.

(16)

Eenheid 3.2 Maniere waarop besighede 'n direkte invloed op die omgewing het

- Besighede moet aanpasbaar wees deur betrokke te raak by navorsing/ontwikkeling sodat hulle kan voortgaan met hul bedrywighede. Hulle kan verskaffers beïnvloed deur langtermyn-kontrakte vir hul grondstowwe teen vaste pryse te verkry.
- Hulle kan ook hulle klante beïnvloed deur nuwe gebruike van hul produkte te ontwikkel, verbruikers van mededingers af weg te lok, opsporing van nuwe klante en oorreding om die nuwe produkte te gebruik.
- Reguleerders kan beïnvloed word deur invloedwerwing en onderhandeling en eienaars kan beïnvloed word deur die plasing van inligting in jaarverslae.



Projekte wat onderneem kan word as deel van die besigheid se sosiale verantwoordelikheid

Besighede het die verantwoordelikheid om 'n groter sosiale verantwoordelikheid toe te pas deur terug te gee aan gemeenskappe. 'n Besigheid se gedragskode moet die norme en waardes van die gemeenskap waarbinne dit funksioneer, in ag neem.

Wanneer 'n besigheid hulle verbind tot omgewings- en sosiale verantwoordelikheid, is hulle besig om die **drievoudige sleutelaspekte** toe te pas wat die planeet, mense en wins insluit.

Hier onder is 'n paar projekte waaarby besighede betrokke kan raak as deel van hul sosiale verantwoordelikhedsprogramme:

- Besighede moet hulle werknemers toelaat om betrokke te raak by sosiale ontwikkelingsprogramme.
- Besighede moet die omgewing beskerm en betrokke raak by programme wat die gemeenskap verbeter.

A Nuwe woorde

Drievoudige sleutelaspekte is 'n raamwerk vir verantwoordelikheid waar daar gefokus word op mense, die planeet en wins.

- Inskakel by omgewingsvriendelike programme soos herwinning en hergebruik van skaars hulpbronne.
- Besighede moet minderbevoorregte mense ondersteun deur donasies te maak aan liefdadigheidsorganisasies.
- Hulle kan ook betrokke raak by ekonomiese ontwikkeling en die opleiding verskaf oor MIV/Vigs bewustheid programme.



QR-KODE

Om terug te gee is in ons DNA. BMW se korporatiewe sosiale verantwoordelikhedsprogramme.



https://www.youtube.com/watch?v=fOhI4TM__y4

Voordele van sosiale verantwoordelikhedsprojekte vir besighede

- Werknemers se moraal en werksbevreëdiging verhoog, as hulle betrokke is by sosiale verantwoordelikheds programme.
- Besighede kan KMV/KMI projekte gebruik as 'n bemarkingstrategie om hulle produkte te bemark.
- KMI help om beleggers te trek, omdat dit wins/inkomste verhoog.
- Klante lojaliteit verhoog wat kan lei tot 'n verhoging in verkope.
- Dit kan meer ervare werknemers lok/ verhoog die poel van opgeleide werkers verhoog en sodoende produktiwiteit verhoog.
- 'n Positiewe/verbeterde beeld van die besigheid lei tot verhoogde verantwoordelikhede by werknemers.
- Die mededingendheid van die besigheid kan verhoog wat lei tot goeie publisiteit/ verhoogde reputasie.
- Die besigheid geniet goeie aansien/ondersteuning van die gemeenskap.

•• | Aktiwiteit 3.2

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

HELEN KONTANTWINKEL (HKW)

Helen Kontantwinkel bied basiese kruideniersware aan in 'n klein dorpie in die Noord-Kaap. Op Vrydae is sy ook betrokke by 'n sokombuis by die plaaslike gemeenskapsentrum vir arm werklose mense.

- 1.1.1 Identifiseer die sosiale verantwoordelikhedsprojek wat HKW onderneem uit die bostaande scenario. (1)
- 1.1.2 Stel ander sosiale verantwoordelikheds projekte voor waaraan HKW kan deelneem. (4)
- 1.1.3 Verduidelik wat is die voordele van sosiale verantwoordelikheds projekte vir die besigheid. (6)

Eenheid 3.3 Invloedwerwing, netwerkvorming en magsverhoudinge

Invloedwerwing

Invloedwerwing is 'n georganiseerde proses waar individue, besighede en organisasies hulle invloed gebruik om regeringsbeleid te verander. Dit word gedoen deur 'n verskeidenheid van mense met soortgelyke motiewe, oortuigings en komersiële posisies.

Dit sluit 'n poging in van besighede wat probeer om situasies te beïnvloed wat hulle spesifieke behoeftes en aktiwiteite raak. Besighede probeer om die regering se wetgewing en besluitneming te beïnvloed.

Redes waarom besighede invloedwerwing gebruik

Besighede gebruik invloedwerwing om pryse, beleide, regulasies en ander besluite van die reguleerder of beheerliggaam te beïnvloed.

- Besighede of mense gebruik invloedwerwing om wette soos kinderarbeidswette, wette oor skoon lug en water asook munisipale regulasies te verander.
- Die doelwit van invloedwerwingsgroepe is belangrik en kan 'n verskil maak deur oplossings te bied vir besigheidsuitdagings.
- Invloedwerwing is tot voordeel van die diens/produk wat besighede moet lewer en bou vertroue by die publiek.
- Invloedwerwing help om oplossings te vind vir generiese uitdagings.
- Invloedwerwing is tot voordeel van 'n saak en bou vertroue by die publiek.

Tipes invloedwerwing

Verskansing teen inflasie

Verskansing is 'n metode wat besighede gebruik om die risiko te probeer verminder wanneer hulle onseker voel oor moontlike prysverhogings.

- Besighede gebruik verskansing om hul finansiële beleggings te beskerm deur die risiko te versprei. Hulle sal byvoorbeeld surplusfondse sodanig belê dat dit vinniger as die inflasiekoers groei.
- Hulle kan verskans teen inflasie deur hulle surplusbates te belê in kontantbates met 'n intrinsieke waarde soos bv. goud, olie en eiendom.
- Besighede gebruik verskansing deur die koop van skuldbriewe, aandele, eiendom, of waardevolle metale soos goud om hulle kapitaal te beskerm teen die effek van inflasie.

Onderhandeling-sessies tussen bestuur en vakbonde

- Hierdie sessies stel werknemers in staat om met werkgewers te onderhandel as 'n groep om werknemer se regte te beskerm en stakings te voorkom.
- Besighede maak seker dat die verteenwoordigers wat namens hulle onderhandel, opgelei/vaardig is.
- Die doel van onderhandeling-sessies is om 'n wen-wen situasies te bereik vir alle partye.
- Bestuur sal probeer om vakbonde te oorreed om hulle voorstelle te aanvaar en vakbonde sal weer probeer om bestuur te oorreed om hul voorstelle te aanvaar.
- Die uitkoms van 'n suksesvolle onderhandelingsessie kan die besigheid beskerm teen die negatiewe impak van stakings en verlies aan produktiwiteit.
- Besighede moet regverdig/deursigtig wees om goeie vertrouwe en kommunikasie te vestig met vakbonde.

Beïnvloeding van beheerliggame/reguleerders

- In elke besigheidsomgewing is daar 'n groot aantal beheerliggame en reguleerders.
- Besighede speel 'n aktiewe rol in professionele liggame.
- Deur hul lidmaatskap/betrokkenheid/bydraes, maak hulle dit moontlik om bestaande regulasies te beïnvloed.
- Bestuur van besighede is betrokke by debatte en besprekings om publieke opinie te beïnvloed.
- Besighede beïnvloed en onderhandel met reguleerders om hul voortbestaan te beskerm.
- Dit is in die beste belang van besighede om gehoor te gee aan riglyne en beperkings van reguleerders om voort te gaan met besigheid.

Netwerkvorming

- Netwerkvorming verwys na 'n gekoördineerde aktiwiteit waar mense met soortgelyke doelwitte ontmoet om inligting en idees uit te ruil.
- Tydens netwerksessies ontmoet entrepreneurs nuwe mense en bou alliansies met ander.
- Die doel van netwerkvorming is om soveel as moontlike mense te bereik sodat elke konneksie kan tel.
- Besighede kan lede word van sakekamers en kamers van koophandel, professionele klubs vir besighede, en informele sosiale groeperings om nuwe kontakte te ontmoet.
- Netwerkvorming help om nuwe besigheidskontakte op te bou.
- Netwerkvorming is tot voordeel van besighede deur te help om die beste praktyke te identifiseer.
- Netwerkvorming kan die besigheid help om nuwe tendense vir die besigheid te identifiseer.

Praktiese voorbeelde van netwerkvorming

- Formele netwerkvorming: Georganiseerde plaaslike, provinsiale en nasionale sakekamers.
- Informele netwerkvorming: Sosiale en minder-georganiseerde koördinerings. Byvoorbeeld wanneer bestuurders van besighede netwerk deur saam met ander gholf te speel, sportbyeenkomste by te woon of betrokke te raak by sosiale programme.

- Sosiale media en internet: 'n Nuwe en goedkoop wyse vir besighede om te netwerk is via aanlyn-forums en besigheds-kletskamers.

Voordele van netwerkvorming

- Besighede trek nuwe klante en verhoog hul markaandeel en winsgewendheid.
- Netwerke is 'n uitstekende bron van nuwe perspektiewe en besigheds- idees.
- Dit laat bestuurders toe om nuwe verhoudings te bou en nuwe geleenthede vir die besigheid te skep.
- Dit speel 'n rol in bemaking en uitbreiding van die besigheid.
- Dit staan die besigheid by met die neem van toekomstige besluite.
- Besighede kry ondersteuning wanneer hulle betrokke raak by die verteenwoordiging van beheer.

Magsverhoudinge

Betekenis van magsverhoudinge

- Magsverhouding kan beskryf word as 'n maatreël van die besigheid om sy omgewing en die gedrag van ander besighede te beheer.
- Magsverhoudinge kom in alle verhoudings van die gemeenskap voor.
- As twee besighede onderhandel in 'n transaksie, sal een van die twee waarskynlik in 'n sterker posisie as die ander een wees.
- Die mag wat die besigheid het op die omgewing bepaal sy status in die industrie.
- 'n Besigheid kan 'n verhouding met sy omgewing en die mark vorm.

Maniere hoe besighede magsverhoudings kan vorm

Strategiese alliansies/Vennootskapsooreenkomste

- Besighede vorm vennootskapsooreenkomste sodat beide partye daarby baat sal vind.
- Hierdie vennootskap-alliansies help die betrokke partye om te deel in mekaar se infrastruktuur en skaars vaardighede.
- Hierdie alliansies word gebou op die vaardighede van elke vennoot en hoe hulle mekaar kan aanvul.

Oorreding van groot beleggers

- As besighede sterk beleggers het, baat hulle dikwels uit verhoudings met hulle omdat hulle krediet makliker kan bekom en kan hulle beter transaksies met verskaffers beding.
- Besighede nooi invloedryke mense om op hul rade te dien en kry sodoende waardevolle advies van hulle.
- As hulle invloedryke mense deel van die besigheid maak, kan dit 'n positiewe invloed op die reputasie en beeld van die besigheid hê.

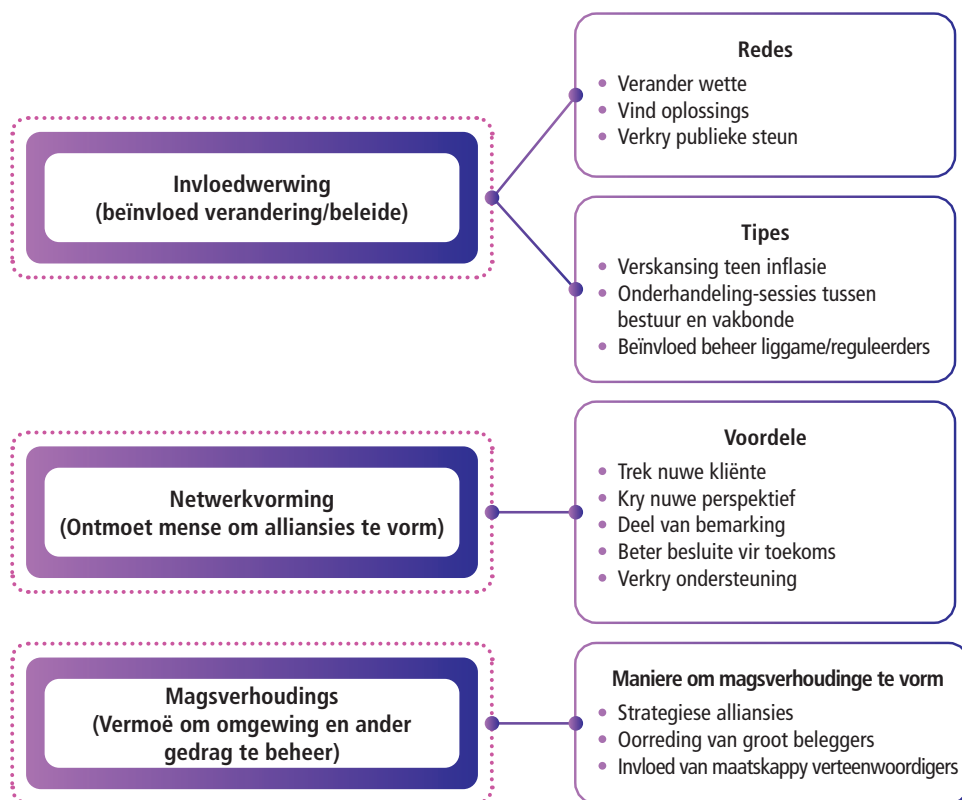
Maatskappy verteenwoordigers se invloed

- Die verteenwoordigers vervul 'n belangrike funksie as hulle probeer om beleggers te oorreed om in die besigheid te belê.
- Mense sal besluite neem op grond van die maatskappy se beeld, persoonlikheid, kommunikasiestyle en mag om te oorreed.
- Besighede moet tyd en energie insit om die regte persoon vir 'n werk te vind.

Breinkaart: Onderwerp 3 – Aanpassing by die uitdagings van die besigheidsomgewings

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van die onderwerp op te som. Maak seker om die relevante inligting onder elke opskrif te bestudeer.





QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte

<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Brei uit oor die betekenis van netwerkvorming. (4)
- 1.2 Verduidelik die redes waarom 'n besigheid invloedwerwing doen. (6)
- 1.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

AMANDLA BROUERYE BPK (AB)

Amandla Brouerye Bpk gee 'n deel van hul surplus wins aan die gemeenskap om hul lewenstandaard te verbeter. Hierdie inisiatief stel AB in staat om meer beleggers te trek. Hulle geniet ook die lojale ondersteuning van lede van die gemeenskap.

- 1.3.1 Haal uit die bostaande scenario TWEE voordele aan van AB se sosiale verantwoordelikheds-projekte. (2)
- 1.3.2 Verduidelik ander voordele van sosiale verantwoordelikhedsprojekte. (6)

VRAAG 2

Besighede gebruik magsverhoudings en invloedwerwing om kompetender te bly. Hulle moet verskillende maniere uittoets om aan te pas by veranderinge van besighedsomgewings, insluitend netwerkvorming. Besighede wat 'n direkte invloed op die omgewing het, het 'n groter kans om volhoubaar te bly.

Skrif 'n opstel oor invloedwerwing, netwerkvorming en magsverhouding deur aandag te gee aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van magsverhouding
- Verduidelik VIER maniere waarop besighede kan aanpas by die uitdagings van die besighedsomgewing.
- Bespreek die voordele van netwerkvorming
- Stel maniere voor waarop besighede 'n direkte invloed op die omgewing kan uitoefen.

[40]

4

Kontemporêre sosio- ekonomiese kwessies



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 4.1 Impak van kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies op besigheidsbedrywighede en hul uitdagings
- Eenheid 4.2 Die impak van rowery op die besigheid
- Eenheid 4.3 Nywerheidsverhoudinge



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Lys/Noem/Gee voorbeelde van kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies wat 'n uitdaging bied aan die besigheid
- ❖ Identifiseer sosio-ekonomiese kwessies in scenarios/gevallestudies/stellings
- ❖ Bespreek die impak van kontemporêre kwessies op die besigheid
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf etiese wangedrag, byvoorbeeld, seksuele teistering, korrupsie en wanbesteding van fondse
- ❖ Bespreek die impak van rowery op die besigheid
- ❖ Definieer/Brei uit op die betekenis van oplossings vir rowery byvoorbeeld kopiereg, patente en handelsmerke
- ❖ Identifiseer kopiereg, patente en handelsmerke as 'n oplossing vir rowery uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings
- ❖ Verduidelik/Bespreek kopiereg, patente en handelsmerke as oplossings vir rowery
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van nywerheidsverhoudinge
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van stakings, sloerstakings en uitsluitings as deel van nywerheidsaksies
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge (no 66 van 1995)
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van vakbonde
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Bespreek/Verduidelik die rol van vakbonde, byvoorbeeld, aanspreek van armoede-vermindering, uitdaging vir werkskepping, ens.
- ❖ Evalueer die funksies van vakbonde uit scenarios/gevallestudies en maak aanbevelings vir verbetering.



Kernbegrippe

- **Ekonomiese misdaad:** wanneer geld op 'n onwettige wyse vir persoonlike gewin bekom word.
- **Bevolkingsgroei:** die koers waarteen die bevolking in die land toeneem.
- **Korrupsie:** dit vind plaas deur oneerlike sake-transaksies soos omkoperij.
- **Storting:** wanneer oorskot internasionale goedere ingevoer word wat die plaaslike mark oorstrom.
- **Seksuele teistering:** ongevraagde optrede van 'n seksuele aard van kollegas in die werksomgewing.
- **Rowery:** goedere word onwettig gekopieer en verkoop sonder die toestemming van die geregistreerde eienaar.
- **Etiese wangedrag:** onaanvaarbare gedrag binne-in die besigheid.
- **Patent:** 'n eksklusiewe reg word aan die eienaar van die uitvinding deur die regering gegee vir 'n beperkte tyd van twintig jaar.
- **Kopiereg:** die reg om die eienaar se intellektuele eiendom te beskerm om sodoende die onwettige gebruik daarvan te verhoed.
- **Handelsmerk:** 'n unieke simbool wat die spesifieke handelsmerk/besigheid beskerm.
- **Vakbond:** 'n werknemers organisasie wat poog om die werksomstandighede van die werkers te verbeter.
- **Staking:** nywerheidsaksie wanneer werkers weier om te werk.
- **Uitsluiting:** 'n vorm van 'n nywerheidsaksie wat gebruik word om werkers te verhoed om die besigheidspersoneel binne te kom.
- **Nywerheidsaksie:** aksie wat geneem word deur werknemers wanneer hulle versoeke nie deur die werkgever toegestaan word nie.
- **Werkplekforum:** 'n werknemerskomitee wat deur die werkers ingestel word om met die werkgever te skakel oor sake van die werkplek.
- **Inflasie:** 'n algemene verhoging in die pryse van goedere en dienste.

Inleiding

In graad 10 onderwerp 7, het jy geleer dat sosio-ekonomiese kwessies, kwessies is wat sosiale en ekonomiese faktore insluit. Hierdie kwessies affekteer beide besighede en gemeenskappe negatief. Die fokus in hierdie graad gaan val op ander kwessies.

Hierdie sosio-ekonomiese kwessies het ook 'n groot impak op besighede en daarom moet besighede vorendag kom met maatskaplike oplossings en strategieë om te handel met hierdie kwessies.

Eenheid 4.1 Impak van kontemporêre kwessies op besigheidsbedrywigheede en hul uitdagings



QR-KODE

Wat kan die Nasionale Inkomste Dinamiese Studie vir ons vertel oor Suid-Afrika se sosio-ekonomiese uitdagings?



<https://www.youtube.com/watch?v=iOm1aYBgPVI>

Sosio-ekonomiese kwessies is uitdagings wat mense en die ekonomie op 'n negatiewe manier affekteer. Hierdie kwessies affekteer verbruikersbesteding, plaas 'n ekstra las op uitgawes van besighede, plaas 'n ekstra las op die regering, omdat die onvermoë van besighede om werk te skep 'n finansiële las op hulle plaas. In hierdie eenheid gaan ons meer sosio-ekonomiese kwessies wat 'n uitdaging vir die besigheid is, ondersoek. Dit sluit in:

- Lae inkomste-vlakke
- Inflasie
- Sosiale, kulturele en demografiese kwessies
- Ekonomiese misdaad
- Bevolkingsgroei
- Ongeletterdheid
- Gebrek aan vaardighede
- Onbesikbaarheid van natuurlike hulpbronne
- Oneffektiewe gebruik van hulpbronne
- Uitputting van natuurlike hulpbronne
- Storting
- Stakings

Die impak van sosio-ekonomiese kwessies op besigheidsbedrywigheede



Nuwe woorde

Skeefgetrekte dit is in so 'n mate versteur dat dit as onakkuraat, onregverdig en misleidend beskou kan word

Lae inkomste vlakke

- Suid-Afrika het een van die mees **skeefgetrekte** inkomsteprofiële in die wêreld.
- Dit kan toegeskryf word aan die verskille in salarisse tussen hoë inkomste verdieners vs lae inkomste verdieners.



Die impak van lae inkomstevlakke op besighede

- Baie Suid-Afrikaners leef in armoede, wat hul koopkrag beïnvloed.
- Omdat die koopkrag van verbruikers beperk is, beperk dit die groei en vooruitgang van besighede.
- Verbruikers is meer geneig om geld te spandeer op goedkoper goedere en produkte.
- Lae inkomste verdieners spandeer hoofsaaklik hul geld op basiese goedere en dienste, wat daartoe lei dat besighede lae winste maak.

Inflasie

- Inflasie verwys na die algemene styging van pryse en die daling in die koopkrag van geld.
- Stygende inflasie veroorsaak dat die koopkrag van verbruikers verminder, omdat hulle **besteembare inkomste** minder is.

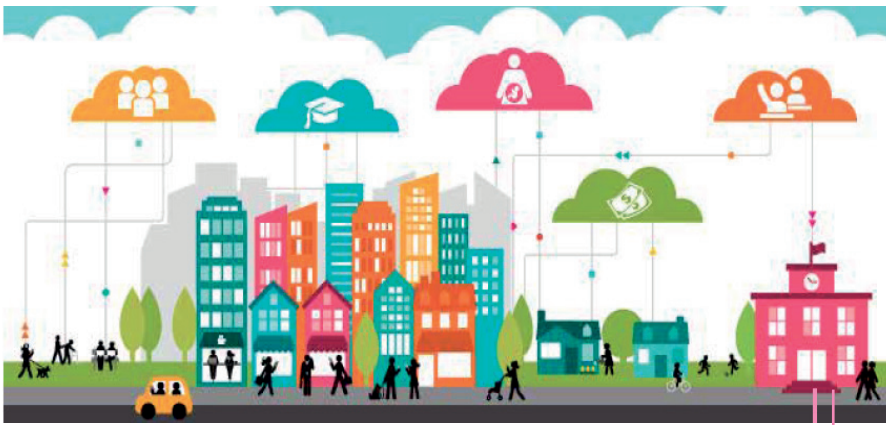
A Nuwe woorde

besteembare inkomste
inkomste wat oorbly na
aftrekking van belasting en
dienste

Die impak van inflasie op besighede

- Daar sal 'n afname wees in verkope, omdat verbruikers minder bestee aan goedere en dienste.
- Besighede sal minder kan spandeer aan die produksie van goedere, omdat die koste van grondstowwe gestyg het.
- 'n Afname in verkoopsyfers kan daartoe lei dat besighede kostebesparende modelle moet implementeer.
- 'n Afname in winste van besighede as gevolg van laer verkoopsyfers kan daartoe lei dat besighede van hulle werknemers moet aflê.

Sosiale, kulturele en demografiese kwessies



- Die bevolking van 'n land word gekenmerk deur hul ouderdom, geslagsverhouding, en die samestelling van ras van die mense in die land. Hierdie demografiese faktore beïnvloed die samestelling van die bevolking in die land.
- Suid-Afrika het 'n diverse bevolking wat gekenmerk word deur verskillende rasgroepeerings, gelowe en oortuigings.
- Die wyse waarop mense leef, werk, produseer en verbruik (sosiale en kulturele faktore) kan die markomgewing beïnvloed.

Die impak van sosiale, kulturele en demografiese kwessies op besighede

- Die diverse aard van die bevolking van 'n land het 'n impak op besighede, omdat verbruikers hulle geld verskillend spandeer op goedere en dienste wat vir hulle belangrik is.
- Besighede moet probeer om die voorkeure van die diverse verbruikersgroepe te akkomodeer sodat hulle verkope kan verhoog.
- Besighede moet ook tred hou met die nuutste tendense van die verskillende industrieë sodat hul markaandeel kan vergroot.

A Nuwe woorde

Witboordjie misdaad misdaad of etiese wangedrag wat in die besigheid gepleeg word soos bedrog en wanbestuur van die besigheid se fondse

? Het jy geweet

'n Belangrike kenmerk van ekonomiese misdaad is dat geld gesteel word van 'n besigheid deur die gebruik van grondige finansiële kennis en oneerlikheid.

QR-KODE

Korrupsie en bedrog het Suid-Afrika se besighede besmet



https://www.youtube.com/watch?v=_A2K4gXEQF8

A Nuwe woorde

Omkoperij beteken dat geld betaal word aan 'n persoon om hom/haar te beïnvloed

Ekonomiese misdaad

- Ekonomiese misdaad, ook bekend as **witboordjie misdaad**, en sluit kriminele aktiwiteite soos die volgende in:
 - ongemagtigde gebruik van geld wat nie aan 'n persoon behoort nie. Dit word as bedrog geklassifiseer.
 - geld wat deur onregmatige besigheidstransaksies bekom word onder die dekmantel van die maatskappy (of 'n besigheid met 'n vals naam). Byvoorbeeld wanneer besighede onwettige goedere verkoop en voorgee dit is vir 'n ander besigheidsdoel. Hierdie staan bekend as geldwassery.
- Voorbeelde van ekonomiese misdaad is diefstal van identiteit, kredietkaartbedrog en geldwassery.



Die impak van ekonomiese misdaad op besighede

- Diefstal van besigheidswinste deur middel van bedrog en misleiding lei tot 'n afname in winste van besighede.
- Besighede moet geld spandeer op die installering van addisionele sekuriteitsmaatreëls in kantore en die perseel. Dit kan lei tot addisionele koste.
- Kubersekuriteit bied 'n groot uitdaging aan besighede, veral as hulle hul produkte op die internet adverteer.

Etiese wangedrag

- Etiese wangedrag gebeur binne-in 'n besigheid en bring verskeie bedreigings en uitdagings mee.
- "Eties" kan gedefinieer word as die optrede van 'n persoon in ooreenstemming met sy/haar waardes.
- "Etiese wangedrag" kan gedefinieer word as gedrag deur die werknemers van 'n besigheid wat nie in ooreenstemming is met die waardes van die besigheid nie.

Tipes etiese wangedrag

Seksuele teistering

- Seksuele teistering in die werkplek sluit alle onwelkome en ongewenste optrede van 'n seksuele aard teenoor 'n ander persoon in.
- Hierdie onwelkome, ongewenste optrede veroorsaak ongemak vir die slagoffer en veroorsaak dat hulle beledig en verleë voel.
- Dit kan daartoe lei dat die slagoffer nie op sy/haar werk kan konsentreer nie.

Korrupsie

- Korrupsie verwys na enige daad van oneerlikheid soos **omkoperij**/diefstal/samespanning/"kickbacks", ens.
- Dit gebeur wanneer twee partye 'n onwettige ooreenkoms aangaan wat beide van hulle bevoordeel.
- Dit beteken dat daar 'n misbruik van mag of posisie is vir geldelike gewin.

Wanbestuur van fondse

- Wanbestuur van fondse verwys na die verkeerde gebruik van fondse – byvoorbeeld onregmatige uitgawes – wat nie aan die persoon/werknemer behoort nie.
- Dit sluit in oneerlike aktiwiteite waar 'n persoon in 'n gesagsposisie sy/haar posisie misbruik vir persoonlike gewin.

- Die persoon ignoreer die wet en finansiële beleidsriglyne van ander persone of die besigheid.
- Die meeste sake teen wanbestuur van fondse sluit een of ander vorm van nalatigheid aan die kant van die skuldige party in.

Die impak van etiese wanbestuur op die besigheid

- Etiese wanbestuur sluit in oneerlike aktiwiteite waarin 'n persoon waaraan mag toevertrou is, nie in belang van die besigheid optree nie.
- 'n Werknemer misbruik sy/haar posisie vir eie geldelike gewin.
- Dit reflekteer negatief op die beeld van die besigheid en mag lei tot onttrekking van beleggings of geen nuwe beleggings vanaf die aandeelhouders nie.
- Besighede kan gedagvaar word deur werknemers wat van mening is dat daar nie genoeg gedoen is om hulle teen onetiese wangedrag in die besigheid te beskerm nie.
- Daar moet strengere en besliste beleide in die besigheid geïmplementeer word, om hierdie misdade te voorkom.
- Dit mag duur wees om hierdie beleide en prosedures te implementeer vir die werknemers.

Bevolkingsgroei

- Bevolkingsgroei verwys na die persentasie verandering in die bevolking as gevolg van geboortes, sterftes en verskuiwing na ander lande.
- Die woord "bevolking" verwys na die aantal mense wat in 'n land bly.
- Bevolkingsgroei vind plaas wanneer die aantal individue wat in 'n jaar gebore word, meer is as die aantal mense wat sterf.



Die impak van bevolkingsgroei op besighede

- Indien die bevolking in Suid-Afrika aanhou om te groei, bied dit 'n uitdaging aan besighede om goedere en dienste te produseer om in die verhoogde verbruikers te voorsien. Dit kan 'n groot finansiële las vir die besigheid wees.
- Indien besighede groei kan dit lei tot meer werkskepping vir mense.
- 'n Groot toename in die groei van die bevolking kan druk plaas op die natuurlike hulpbronne van die land.
- Dit kan ook druk plaas op die ekonomie, omdat 'n groter aantal individue ondersteuning van die regering moet kry.

 **QR-KODE**

Etiek in die werkplek



<https://youtu.be/qR3isRhTQFQ>

Ongeletterdheid

- Ongeletterdheid verwys na mense wat nie kan lees of skryf nie.
- Baie ongeletterde mense vind dit moeilik om 'n formele werk te kry, want die meeste werke vereis dat mense moet kan lees en skryf.



Die impak van ongeletterdheid op besighede

- Besigheid vind dit moeilik om kontrakte te sluit met mense wat ongeletterd is.
- Min of geen geletterdheid benadeel mense wanneer hulle probeer om in diens geneem te word of nuwe vaardighede aan te leer.
- Hoë vlakke van ongeletterdheid in gemeenskappe noop besighede om by te dra tot opvoedkundige programme, om die impak van ongeletterdheid te minimaliseer.
- Daar is 'n sterk verband tussen werkloosheid en ongeletterdheid omdat besighede nie mense in diens kan neem wat ongeletterd is nie.

Gebrek aan vaardighede

- In sommige rigtings soos onderwys, medies, ingenieurs en die finansiële sektor, word ernstige tekorte aan opgeleide werkers ervaar.

Die impak van gebrek aan vaardighede

- Onopgeleide werknemers spandeer baie tyd in 'n poging om hulp te kry om hulle werk te doen.
- Indien hulle take verrig sonder die nodige kennis en ervaring kan dit lei tot swak prestasie in die werk.
- Die tyd wat bestee word om onvaardige werkers by te staan kan die vlakke van produktiwiteit verlaag in die werkplak.
- Dit kan daartoe lei dat foute gemaak word en dat werk oorgedoen moet word.
- Besighede sal dus hul begroting moet aanpas vir vaardighedsontwikkelingprogramme.

Onbeskikbaarheid van natuurlike hulpbronne

- Olie, steenkool, water en goud is voorbeelde van natuurlike hulpbronne. Hierdie hulpbronne word toenemend skaars.
- Indien die gebruik van natuurlike hulpbronne nie beheer en gemoniteer word nie, kan dit heeltemal uitgeput raak.

Ondoeltreffende in gebruik van natuurlike hulpbronne

- Ondoeltreffende gebruik van hulpbronne kom voor wanneer die aantal produkte wat geproduseer word, minder is as die maksimum moontlike uitset van goedere en dienste bo die inset van die hulpbronne.
- Onnodige vermorsing lei tot verdere uitputting van natuurlike omgewing en bedreig toekomstige beskikbaarheid van natuurlike hulpbronne.
- Indien die bevolking groei, dwing dit besighede om meer natuurlike hulpbronne te gebruik.

Die impak van ondoeltreffende gebruik van natuurlike hulpbronne op die besigheid

- Besighede kan nie op optimale vlakke produseer indien die hulpbronne nie effektief gebruik word nie.
- 'n Afname in produksievlakke kan daartoe lei dat verkope en winsgewendheid afneem.
- Ongebruikte voorraad kan lei tot verouderde voorraad en gevolglik 'n verlies vir die besigheid.

Storting (dumping)

- Storting kom voor wanneer 'n land of maatskappy produkte uitvoer teen pryse wat laer is as die internasionale invoermarkprys en laer as die pryse wat in die uitvoerland se plaaslike mark gehef word.

Die impak van storting op besighede

- Plaaslike besighede verloor wins omdat hulle nie kan kompeteer met die goedkoper pryse nie.
- Hulle kan ook inkomste verloor en selfs gedwing word om hul bedrywighede te staak.
- Dit kan lei tot 'n afname in plaaslike produksie en verlies aan werkseleenthede.
- Dit is nie moontlik vir plaaslike besighede om dieselfde produkte teen gelyke of laer pryse te produseer nie.

Uitputting van natuurlike hulpbronne

- Dit verwys na die oor-aanwending van natuurlike hulpbronne wat kan lei tot uitputting van hierdie hulpbronne.
- Hulpbron-uitputting kom meestal voor by boerdery, mynbou en die fossielbrandstof bedryf.

Die impak van uitputting van natuurlike hulpbronne op besighede

- Uitputting van natuurlike hulpbronne kan noodlottig wees vir besighede wat slegs afhanklik daarvan vir hul voortbestaan.
- Oor 'n tydperk sal hierdie uitputting lei tot 'n energie krisis wat dan deur die regering aangespreek moet word.
- Besighede kan gedwing word om die hulpbronne wat uitgeput is, te vervang met chemiese produkte wat dan 'n groter bydrae kan lewer tot klimaatverandering. Dit kan weer kostes vir besighede verhoog wat oplossings moet vind vir koolstofverlagings.

Stakings

- 'n Staking kan gedefinieer word as 'n gesamentlike georganiseerde aksie deur werknemers en hul vakbondvertegenwoordigers waarin hulle aktiwiteite staak, om sodoende te probeer om werkgewers te dwing om aan hul eise te voldoen.



QR-KODE

Volkswagen beboet vir nie-behaling van uitlaatgasteikens in 2020



<https://www.businesslive.co.za/bd/companies/industrials/2021-01-21-volkswagen-fined-for-missing-2020-emissions-targets>

- Stakings is 'n resultaat van onopgeloste dispute, soos byvoorbeeld 'n salarisverhoging, tussen die werkgewer en werknemers.
- Ander algemene redes vir stakings kan aspekte insluit soos werksure en toestande of omstandighede in die werkplek.

Die impak van stakings op besighede

- Stakings het die potensiaal om verhoudinge tussen werkgewers en werknemers te benadeel.
- Dit kan ook 'n effek hê op spanwerk in gevalle waar nie alle werkers die staking ondersteun nie.
- Besighede kan finansiële verliese ly as gevolg van lae vlakke van produktiwiteit en sodoende ook verbruikersvertroue benadeel.

•• | Aktiwiteit 4.2

1.1 Identifiseer die sosio-ekonomiese kwessies wat van toepassing is op Kus Tekstiele in ELKEEN van die stellings hieronder.

- 1.1.1 Me Maslow, die menslike hulpbron bestuurder, het ongewenste seksuele opmerkings gemaak teenoor haar manlike kollega.
- 1.1.2 Sommige van die werknemers by Kus Tekstiele kan nie lees of skryf nie.
- 1.1.3 Die boekhouer by Kus Tekstiele gebruik sommige van die besigheid se finansiële hulpbronne sonder toestemming vir persoonlike gewin.
- 1.1.4 China bring goedkoper produkte na die Suid-Afrikaanse mark waarmee Kus Tekstiele nie kan meeding nie.
- 1.1.5 Werknemers weier om te werk totdat hulle eise vir 'n loonverhoging nagekom word.

(5 × 2 = 10)

Eenheid 4.2 Die impak van rowery op besigheidsbedrywighede

Rowery benadeel die vermoë van besighede en kunstenaars om te voorsien vir hul families. Dit is **verpligtend** vir besighede om maatreëls daar te stel om te verseker dat die kunstenaar of eienaar van die intellektuele eiendom se reg nie geskend word nie sodat hulle regverdige vergoeding kan ontvang.

A Nuwe woorde

Verpligtend noodsaaklik vir (iemand) as 'n plig of verantwoordelikheid

Betekenis van rowery

- Rowery is die onwettige kopieëring of nabootsing van 'n ander persoon se werk.

Impak van Rowery op besighede

- Besighede lei substantiewe finansiële verliese as gevolg van onwettige reproduksie van kunstenaars se musiek, films en handelsnaamklere.
- Onwettige kopieëring en stroming van films en televisiereekse lei tot 'n afname in verkope en winste van besighede.
- As gevolg van daling in verkope, ag kunstenaars dit nie die moeite werd om nuwe musiek of films te vervaardig nie.
- Dit mag die kunstenaar of vervaardiger se produksievlakke beïnvloed.

Moontlike oplossings om rowery as sosio-ekonomiese kwessie aan te spreek

Besighede moet alles moontlik in hul vermoë doen om effektiewe oplossings te vind om die reproduksie van goedere/werke van kunstenaars, eienaars en besighede te beskerm. Maniere om rowery te bekamp is die volgende.

Kopiereg

- Kopiereg verwys na 'n eksklusiewe reg wat die outeur, kunstenaar of vervaardiger van 'n kunswerk het om dit te druk, publiseer, op te voer, of om dit op te neem.
- Daar is wette wat die kopiereg van kunstenaars beskerm sodat hulle die werke kan verkoop en wins maak.
- Daar word eksklusiewe regte gegee aan outeurs of kunstenaars dat slegs hulle toestemming kan gee om werke met kopieregte te dupliseer.
- Kopiereghouers van intellektuele eiendom kan regstappe neem teen enige persoon wat hul werk kopieer.

Patente

- 'n Patent gee aan die ontwerper van 'n produk die reg om ander te verhoed om hul ontwerp te gebruik.
- Hierdie eksklusiewe reg tot die ontwerp van die produk, word deur die overheid gegee vir 'n beperkte tydperk van tot twintig jaar.
- Indien enige ander persoon of besigheid die uitvinding sonder toestemming gebruik, mag die ontwerper regstappe neem teen hom/haar.

Handelsmerk

- 'n Handelsmerk verwys na 'n teken, karakter of woord wat aan produk toegeken word om dit uit te ken en word deur die wet beskerm.
- Dit word deur besighede gebruik sodat produk maklik onderskei kan word van ander.
- Geregistreerde handelsmerke is ewigdurend op voorwaarde dat dit elke tien jaar hernu word, en 'n hernuwingsfooi betaal word.
- Daar kan skadevergoeding geëis word van partye wat handelsmerke onwettig gebruik.



•• | **Aktiwiteit 4.3**

- 1.1 Identifiseer die oplossings vir rowery wat van toepassing is op Maxi's Skoene en elk van die stellings hier onder:
 - 1.1.1 Maxi's Skoene gebruik 'n spesifieke simbool van twee meter lange vlerke wat dit vir hul klante maklik maak om hulle stewels uit te ken.
 - 1.1.2 Maxi's Skoene registreer hul uitvinding om hakke van verskillende lengtes aan te heg en sodoende die hoogte van die stewels aan te pas.
 - 1.1.3 Die eienaar van Maxi's Skoene het die eksklusiewe reg op die bloudruk van die ontwerp van hul stewels. (3 × 2) (6)

Eenheid 4.3 Nywerheidsverhoudinge

Nywerheidsverhoudinge verwys na die verhoudinge tussen 'n werkgewer en werknemers. In hierdie verhoudinge word besighede gelei deur die Wet op Arbeidsverhoudinge (no 66 van 1995).

Betekenis van nywerheidsverhoudinge

- Nywerheidsverhoudinge verwys na verhoudinge tussen bestuur en werkers in 'n industrie.
- Die term "nywerheidsverhouding" verduidelik die verhouding tussen werknemers en die bestuur en dui direk of indirek op die verhouding tussen die vakbond en die werkgewer.

Sloerstakings

- 'n Sloerstaking is 'n vorm van nywerheidsaksie waar werkers doelbewus die werk of progressie vertraag as 'n vorm van protes.
- Die oogmerk is om die besigheid se produktiwiteit of effektiwiteit te verminder.
- Sloerstakings word dikwels gebruik deur werknemers van noodsaaklike dienste waar stakings nie toegelaat word nie.

Uitsluitings

- 'n Uitsluiting vind plaas wanneer die werkgewer die stakende werknemers verhoed om die besighedsperseel binne te kom.
- As besighede voldoen aan die Wet op Arbeidsverhoudinge, word 'n uitsluiting as wettig beskou.
- Indien 'n werkgewer hierdie vorm van aksie gebruik, moet die werknemers skriftelik 48 uur voor die tyd in kennis gestel word dat hulle die uitsluitingklousule gaan gebruik.
- Werkgewers mag besluit om die uitsluitingklousule te gebruik om die veiligheid van hulle perseel en die werkers wat nie staak nie, te verseker.



Verduideliking van die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) (No. 66 van 1995)

Wetgewing soos die WAV is ingestel om regverdige arbeidspraktyke in die werkplek te verseker.

Die doel van die wet

- Die wet voorsien die struktuur om verhoudinge tussen die werkgewer en werknemers te reguleer.
- Dit moedig die kollektiewe bedingingsproses in die werkplek aan.
- Dit moedig ook die stigting van werkplek forums aan om te help met besluitneming in die werkplek.
- Die wet moedig ook regverdige arbeidspraktyke tussen die werkgewer en werknemer aan.
- Dit maak voorsiening vir die stigting van die Arbeidshof en die Arbeids Appélhof en wettig ook die stigting van die Kommissie vir Versoening, Bemiddeling en Arbitrasie (KVBA) vir die oplos van dispute.
- Die wyse waarop die oordrag van kontrakte tussen bestaande en nuwe werkgewers hanteer moet word, word ook verduidelik.

Betekenis van vakbonde

- 'n Vakbond is 'n vereniging wat gevorm word deur werkers om hulle regte in die werkplek te beskerm.
- Lede van vakbonde betaal vakbondfooie op 'n maandelikse, kwartaallikse of jaarlikse basis om die vakbondprogramme en aktiwiteite te befonds.
- Vakbondverteenwoordigers verteenwoordig die vakbondlede en word deur die lede verkies.



■ SA werkers vakbonde betrokke met die Toekoms van Werk in Johannesburg by die Instituut vir Gevorderde Studies

Rol van vakbonde

- Die hoof verpligting van vakbonde is om lede te verteenwoordig in die werkplek.
- Vakbonde is 'n voorstaander daarvoor dat die ekonomie die werkersklas en armes moet help.
- Hou besprekings oor armoede verligtingsprogramme, billike inkomstevlakke en werkskeppingstrategieë met werkgewers.
- Vakbonde verseker dat die armoedevlakke in die land laag gehou word, deur roekelose afleggingsprosesse van werkgewers teen te staan.
- Hulle beklemtoon die behoefte aan werkskepping in die land.

Funksies van vakbonde

- Vakbonde verteenwoordig en beskerm sy lede teen onregverdige arbeidspraktyke in die werkplek.
- Hulle lig werknemers in oor hul regte in die werkplek, en hoe hulle hierdie regte moet uitoefen.
- Hulle verteenwoordig werknemers in vergaderings met werkgewers oor griewe en dispute in die werkplek.
- Vakbonde onderhandel vir beter werksomstandighede, salarisse en lone en ander voordele om hul lewensstandaard te verbeter.
- Werknemers word beskerm teen onregverdige afdankings en arbeidspraktyke.
- Hulle mag regstappe neem namens hule lede indien nodig.

•• | Aktiwiteit 4.4

Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg:

GOUE MYNE (GM)

Die werknemers van GM behoort almal aan 'n vakbond genaamd GM. Die vakbond vergader gereeld met die bestuur van GM om kwessies soos verbetering van werksomstandighede aan te spreek. Die werknemers kry ook regs- en finansiële advies van die vakbond af.

- | | |
|---|-----|
| 1.1 Haal TWEE funksies van vakbonde aan uit die bostaande scenario. | (2) |
| 1.2 Verduidelik ander funksies van vakbonde. | (6) |
| 1.3 Bespreek die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV). | (6) |

•• | Aktiwiteit 4.5

Besighede word negatief beïnvloed deur verskeie sosio-ekonomiese kwessies. Dit is krities dat hulle bewus is van die negatiewe invloed wat etiese wangedrag, misdaad en rowery op besigheidsbedrywighede het. Besighede moet ook moontlike oplossings vir rowery ondersoek.

Skryf 'n opstel oor kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies deur aandag te gee aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van storting en ongeletterdheid as sosio-ekonomiese kwessies wat 'n uitdaging bied aan besighede.
- Analiseer die impak van etiese wangedrag en rowery op besighede.
- Bespreek oplossings vir hoe om rowery te hanteer.
- Adviseer besighede oor die verskil tussen ekonomiese misdaad en wanbestuur van fondse. [40]

Neem kennis

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die hoofstuk op te som, Bestudeer egter die relevante inligting onder elke opskrif en afdeling van die werk.

Breinkaart: Onderwerp 4 – Kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies en besighede



Konsolidasie

Onderwerp 4: Impak en uitdagings van kontemporêre sosio-ekonomiese kwessies op besigheidbedrywighede

VRAAG 1

- 1.1 Kies die korrekte antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer, bv. 1.1.6 D in jou antwoordboek neer.
- 1.1.1 Die algemene verhoging in die pryse van alle produkte in die land wat verbruikerbesteding beperk:
- A ongeletterdheid
 - B onbesikbaarheid van natuurlike hulpbronne
 - C samesmelting
 - D inflasie
- 1.1.2 'n Vorm van nywerheidsaksie wanneer werkersgewers weier om werkers toegang tot die perseel te gee:
- A sloerstaking
 - B invloedwerwing
 - C uitsluiting
 - D staking
- 1.1.3 Sega Myne het sy bedrywighede gestaak as gevolg van die vermindering van natuurlike hulpbronne. Dit verwys na ... as 'n sosio-ekonomiese kwessie.
- A Primêre hulpbronne
 - B aflegging
 - C uitputting van natuurlike hulpbronne
 - D storting
- 1.1.4 Die werkers van Pat Pebbles het gesamentlik deelgeneem aan 'n nywerheidsaksie en geweier om te werk totdat daar aan hul eise toegegee is.
- A uitsluiting
 - B staking
 - C protes
 - D sloerstaking
- 1.1.5 Dylan se nuut-vrygestelde mediese handboek kan nie gekopieer word sonder sy toestemming nie, dit staan bekend as ...
- A kopiereg
 - B smokkel
 - C patent
 - D namaak

5 × 2 (10)

Wenke

Hou die volgende ingedagte wanneer meervoudige keusevrae beantwoord word

- Lees deur die stelling en al die opsies
- Die VIER opsies waaruit jy die korrekte antwoord moet kies bevat die volgende elemente:
 - TWEE baie opsigtelike foutiewe antwoorde
 - EEN afleier wat naby aan die korrekte antwoord is.
 - EEN korrekte antwoord.
- Onderstreep die kernwoord in die stelling
- Elimineer die TWEE baie opsigtelike foutiewe antwoorde
- Lees weer deur die stelling en die antwoorde wat oorbly.
- Kies die korrekte antwoord uit die oorblywende antwoorde.
- Moet geen antwoorde ooplaat nie.

Konsolidasie

1.2 Pas die term/konsep in kolom A met die verduideliking in kolom B. Skryf slegs die letter langs die nommer in jou boek neer.

Kolom A	Kolom B
1.2.1 seksuele teistering	A bevorder verskille tussen werkgewers en werknemrs in die werkplek
1.2.2 storting	B beskerm die regte en belange van werkers in die werkplek
1.2.3 handelsmerk	C verwys na die daad van oneerlikheid soos omkoper/diefstal/samespanning/kickbacks
1.2.4 korrupsie	D 'n organisasie wat die regte van werkers beskerm en onderhandel met die werkgewers
1.2.5 vakbond	E ongewenste aandag en seksuele voorstelle deur 'n kollega by die werk
	F simbole of woorde wat wetlik geregistreer is en wat die maatskappy of produk verteenwoordig
	G 'n land voer goedere uit na 'n ander land teen 'n prys baie laer as die tuisland se pryse
	H onregmatige gebruik van fondse, byvoorbeeld, onreëlmatige uitgawes
	I 'n land voer onwettige goedere uit na 'n ander land
	J 'n lisensie uitgereik deur die regering vir 'n vaste tydperk vir die eksklusiewe vervaardiging van 'n uitvinding

5 × 2 (10)

VRAAG 2

2.1 Bestudeer die onderstaande scenario en antwoord dan die vrae wat volg:

SIKA SKOONMAAK OPLOSSINGS (SSO)

Sika Skoonmaak Oplossings (SSO) bied skoonmaakdienste in die landelike gebiede van Ixopo aan. SCS is geleë in areas waar die meeste mense nie die nodige vaardighede het wat die besigheid vereis nie. Die meerderheid van die gemeenskap se lede kan nie lees of skryf nie. Daar is ook watertekorte in die area.

2.1.1 Identifiseer DRIE sosio-ekonomiese kwessies wat SCS affekteer uit die bostaande scenario. Haal aan uit die scenario om jou antwoord te motiveer. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om die vraag te antwoord.

SOSIO-EKONOMIESE KWESSIES	MOTIVERINGS

(9)

2.2 Bespreek die impak van misdaad op die besigheid. (6)

2.3 Verduidelik die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge. (6)

Konsolidasie

VRAAG 3

Sosio-ekonomiese kwessies soos storting, uitputting van natuurlike hulpbronne en stakings het 'n negatiewe impak op die besigheidbedrywighede. Besighede moet seker maak dat hulle regverdigde arbeidspraktyke in plek het wat in lyn is met die Wet op Arbeidsverhoudinge om onnodige dispute met die vakbonde te vermy.

Skryf 'n opstel oor nywerheidsverhoudinge en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van stakings as deel van nywerheidsaksies.
- Bespreek die impak van die volgende kwessies op die besigheid:
 - » Storting
 - » Uitputting van natuurlike hulpbronne
- Verduidelik die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge (No 66 van 1995).
- Adviseer die besigheid oor die funksies van vakbonde in die werkplek.

(40)



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

5

Besigheidsektore



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 5.1 Hiersiening van die betekenis van primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore
- Eenheid 5.1 Skakel/verwantskap tussen primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerdere die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik die betekenis van primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore
- ❖ Besoek enige plaaslike besigheid en bepaal die skakel/verhoudings tussen die verskillende sektore
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf die skakel/verhouding tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore.



Kernbegrippe

- **Primêre sektor:** hanteer die ontginning van grondstowwe en natuurlike hulpbronne.
- **Sekondêre sektor:** betrokke by die proses om die grondstowwe om te skakel in voltooid en half-voltooid produkte.
- **Tersiêre sektor:** verwys na industrieë wat dienste aanbied vir ander besighede en verbruikers.
- **Bosbou:** die industrie wat bome aanplant, versorg en die woude bestuur.
- **Mynbou:** die onttrekking van waardevolle minerale en metale soos steenkool, diamante, goud, silwer, platinum, koper, tin en yster.
- **Voorwaartse skakel:** wanneer besighede goedere en dienste verkoop in dieselfde sektor of aan besighede in ander sektore.
- **Terugwaartse skakel:** wanneer besighede goedere en dienste koop van besighede in dieselfde sektor of van besighede in ander sektore.
- **Vervaardiging:** die proses wanneer grondstowwe of onderdele omskep word in voltooid produkte deur gereedskap, menslike arbeid, masjinerie en chemiese prosesse te gebruik.
- **Versekering:** 'n kontrak wat besighede uitneem om 'n waarborg te verkry dat 'n gespesifiseerde verlies, skade, siekte of dood, gedek word in ruil vir die betaing van 'n vasgestelde premie.
- **Interafhanklik:** besighede is interafhanklik en het mekaar nodig om hul verantwoordelikhede uit te voer sodat die besigheid effektief kan funksioneer.
- **Interverwant:** besighede is interverwant en gekoppel aan ander besighede.

Inleiding




In graad 10 is jy bekend gestel aan die betekenis van die verhouding tussen die drie besigheid sektore. Hierdie jaar gaan die fokus val op die skakel/verwantskap tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore.

Enheid 5.1 Hersiening van die betekenis van primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore

Besigheidsektore bestaan uit besighede wat saam gegroepeer en geklassifiseer word in primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore. Die klassifisering van besighede word bepaal deur die aard van die produk of diens wat hulle lewer.

Kom ons kyk weer na dit wat ons reeds weet van hierdie sektore.

Die betekenis van primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore

Sektor	Betekenis	Voorbeelde
 <p>Primêre</p>	<ul style="list-style-type: none"> Die primêre sektor het te doen met die ontginning/ versameling/ verbouing van rou materiale en natuurlike hulpbronne. Hierdie natuurlike hulpbronne sluit produkte soos lewende hawe, vis, hout, steekool en goud in. 	<ul style="list-style-type: none"> Landbou Visserye Bosbou Mynbou
 <p>Sekondêre</p>	<ul style="list-style-type: none"> Die sekondêre sektor omskep die grondstowwe in voltooide en halfvoltooide produkte. In hierdie sektor word die grondstowwe van die primêre sektor omskep in nuwe produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Vervaardiging Konstruksie Fabrieke Opwekking van elektrisiteit
 <p>Tersiêre</p>	<ul style="list-style-type: none"> Die tersiêre sektor verwys na industrieë wat dienste bied aan ander besighede en verbruikers Hierdie sektor is bekend as die diensindustrie wat die vervoer, verspreiding en verkope van vervaardigde goedere in die sekondêre sektor hanteer. 	<ul style="list-style-type: none"> Finansiering Gasvryheid Kleinhandel Groothandel Opberging Toerisme Vervoer

Het jy geweet

Gedurende die COVID -19 pandemie in 2020 was die negatiewe impak op die volgende besighede die ergste:

- in die primêre sektor veral die mynbou/minerale industrieë
- in die sekondêre sektor veral die konstruksie bedryf
- in die tersiêre sektor veral die vervoer industrie en meeste van die diensindustrieë soos kleinhandel en akkomodasie.

•• | **Aktiwiteit 5.1** Besigheidsektore

1.1 Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande blok te gebruik.
Skryf slegs die woord(e) langs die nommers (1.1.1 – 1.1.5) neer.

**Steenkool; ontginning; industrieë; prosssessering;
opwekking van elektrisiteit; primêre; konstruksie;
gasvryheid; dienste; sekondêre**

- 1.1.1** Die primêre sektor het te doen met die ... van grondstowwe en natuurlike hulpbronne.
- 1.1.2** ... is 'n voorbeeld van die industrie wat dienste aanbied.
- 1.1.3** Natuurlike hulpbronne sluit in vis, hout en ...
- 1.1.4** Die ... sektor fokus op die omskepping van rou materiale in voltooide produkte.
- 1.1.5** Die tersiêre sektor verwys na industrieë wat ... aanbied. (5 × 2) (10)

Eenheid 5.2 Skakel/verwantskap tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore

Die primêre, sekondêre en tersiêre sektore werk almal saam om 'n ekonomiese klimaat van produksie te vorm.

Die primêre sektor ontgin die grondstowwe en die sekondêre sektor vervaardig dit. Na produkte en die tersiêre sektor verkoop die produkte en lewer ander ondersteuningsdienste aan die ander twee sektore. Daar is dus 'n **interverwantskap** en 'n konneksie tussen die besigheidsektore.

Voorbeeld van 'n voorwaartse skakel

- Bome word geplant en laat groei en afgesaag in die primêre sektor, omdat die sekondêre sektor dit gaan gebruik om meubels of papier te maak of as hout in die konstruksiebesdryf te gebruik.
- Die meubels, papier of hout word vervaardig omdat daar kleinhandelaars in die tersiêre sektor is wat bereid is om dit aan verbruikers te verkoop.
- Die voltooide produkte word vervoer na die handelaars toe wat dit weer aan die verbruikers verkoop.

A Nuwe woorde

Interafhanklik daar is 'n verwantskap en hulle is geskakel aan mekaar

Die illustrasie hier onder toon die skakel/verwantskap tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore. Dit is 'n voorbeeld van 'n **voorwaartse skakel**.



Sommige besighede is **interafhanklik** van ander en hulle maak staat op ander besighede om sommige van hul funksies te verrig om effektief te funksioneer. Hierdie funksies is nie deel van die kernaktiwiteit van die besigheid nie.

A Nuwe woorde

Interafhanklik is afhanklik van mekaar

Voorbeelde van terugwaartse skakel

Die illustrasie hieronder toon die interafhanklikheid tussen die verskillende sektore. Dit is 'n voorbeeld van 'n **terugwaartse skakel** waar die primêre sektor steun op die sekondêre sektor om goedere te vervaardig EN die tersiêre sektor dienste lewer aan die sekondêre- en primêre sektore.

- 1 'n Vervaardigingsmaatskappy (sekondêre sektor) kan masjinerie en toerusting voorsien aan 'n mynmaatskappy (primêre sektor) sodat hulle kan funksioneer.



- 2 Die mynmaatskappy (primêre sektor) kan die bestuur van hul inligtingstegnologie stelsels uitkontrakeer aan 'n IT spesialis maatskappy (tersiêre sektor).



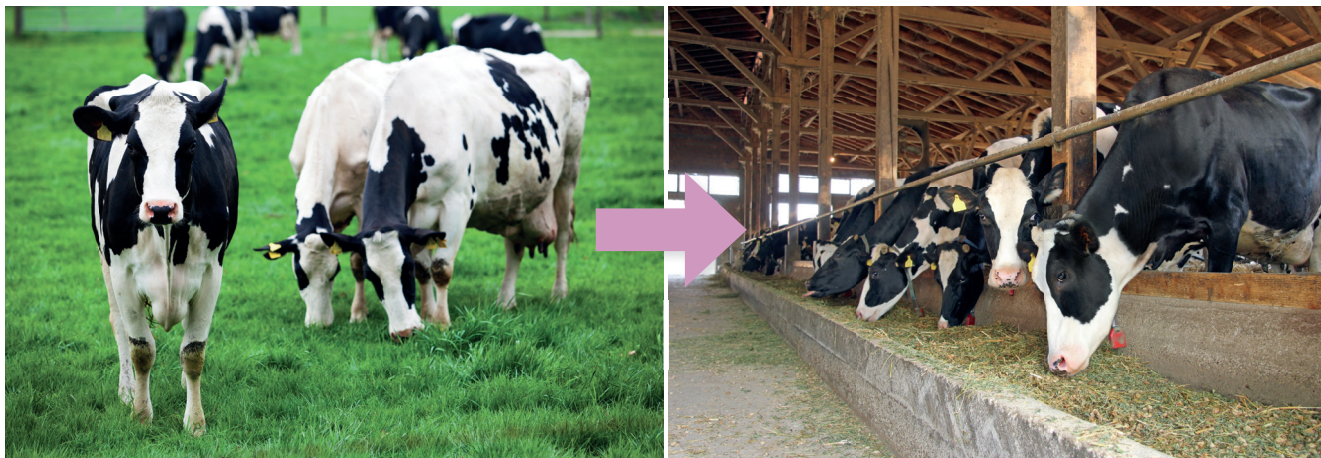
- 3 Die vervaardigingsmaatskappy (sekondêre sektor) kan die bestuur van hul inligtingstegnologie stelsels uitkontrakeer aan 'n spesialis IT maatskappy (tersiêre sektor).



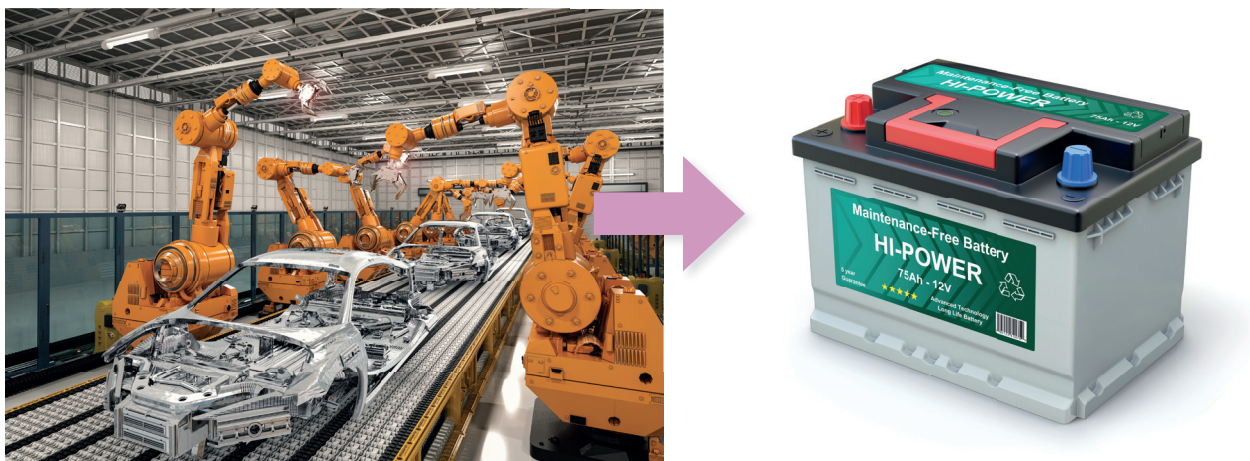
Sommige besighede is ook interafhanklik binne-in elke sektor deur gebruik te maak van dienste wat gebied word. Hier volg 'n paar voorbeelde van hierdie interafhanklike verhoudinge.

Voorbeelde van interafhanklikheid binne-in 'n sektor

- 1 'n Beesboer (primêre sektor) maak gebruik van 'n lusernboer (primêre sektor) vir voer vir sy beeste.



- 2 'n Motorvervaardiger (sekondêre sektor) maak gebruik van 'n batterijvervaardiger (sekondêre sektor) om batterie vir die motors te bekom.



- 3 Handelaars (tersiêre sektor) kan die dienste van 'n versekeringsmaatskappy (tersiêre sektor) gebruik.



QR-KODE

Klik op die volgende skakel om te kyk na 'n video oor die besigheidsektore en om die verhouding tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore beter te verstaan.



<https://www.youtube.com/watch?v=JJ0OTGxanvU>

Tip

Slegs die eerste DRIE antwoorde sal nagesien word as meer as drie antwoorde gegee word.

Aktiwiteit 5.2 Die verhouding tussen die besigheid sektore

Lees die onderstaande scenario en beantwoord dan die vrae wat volg.

ELEGANTE MODES (EM)

Elegante Modes (EM) verkoop mans- en dames ontwerpersklere. EM koop klere van Fayi Klere Vervaardigers (FKV). FKV koop grondstowwe aan by Pecher Katoenplaas (PKP).

1.1 Identifiseer DRIE besigheidsektore uit die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1 te beantwoord. (9)

BESIGHEIDSEKTORE	MOTIVERINGS
1	
2	
3	

1.2 Bespreek die verwantskap tussen die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore. (6)

Aktiwiteit 5.3

1.1 Bestudeer die onderstaande prentjie en beantwoord dan die vrae wat volg:



- 1.1.1 Noem die tipe besigheid in die bostaande prentjie. (1)
- 1.1.2 Brei uit oor die besigheidsektor waarin die besigheid soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1, funksioneer. (2)
- 1.1.3 Stel in watter industrie die besigheid soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1., funksioneer. (2)

Besigheid (1.1.1)	Besigheidsektor (1.1.2)	Industrie (1.1.3)

Aktiwiteit 5.3

1.1.4 Lys DRIE voorbeelde van besighede waarmee die besigheid in die in die bostaande prentjie sal skakel. (3)

1.1.5 Klassifiseer die DRIE besighede in VRAAG 1.1.4 volgens die sektor waarin hulle funksioneer. (6)
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAE 1.1.4 en 1.1.5 te beantwoord.

Voorbeelde van besighede (1.1.4)	Besigheidsektore (1.1.5)
1.	
2.	
3.	

1.1.6 Verduidelik die interverwantskap tussen die besigheidsektore in VRAAG 1.1.5 en VRAAG 1.1.1. (4)

VERRYKINGSAKTIWITEIT

Besoek enige plaaslike besigheid en bepaal die skakel/ verhouding tussen verskillende sektore.

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Breinkaart: Onderwerp 5 – Besigheidsektore

Gebruik die breinkaart om die inhoud wat in die onderwerp behandel is op te som. Maak seker dat jy die inhoud onder elke relevante opskrif leer.



Blokkiesraaisel

1								2								
3																
		4		5												
												6		7		
	8															
9											10					
11																
					12											

Dwars

- 1 Die omskepping van grondstowwe deur gereedskap, masjiene en arbeid te gebruik.
- 3 Die skakel wat verwys na die interverwantskap tussen verskillende sektore wat nie deel is van hul kernbesigheid nie.
- 5 Besigheidsektore wat verbind is met mekaar.
- 8 Die skakel wat verwys na die interverwantskap tussen verskillende sektore.
- 9 Hierdie industrie is ook bekend as die tersiere sektor.
- 10 Die industrie wat betrokke is by die aanplant, versorging en bestuur van bome.
- 11 'n Kontrak wat 'n besigheid onderneem om skadeloosstelling te kry vir spesifiese verliese.
- 12 Die sektor wat dienste bied aan besighede en verbruikers.

Af

- 2 Besighede benodig ander besighede om hulle take te verrig en effektief te funksioneer.
- 4 Die sektor wat betrokke is by ontginning van grondstowwe.
- 6 Die sektor wat grondstowwe omskep in voltooide en halfvoltooide produkte.
- 7 Die ontginning van waardevolle minerale en metale.

(12 x 2)(24)

6

Voordele van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 6.1 Ondernemingsvorme
- Eenheid 6.2 Die verskille tussen ondernemingsvorme (maatskappe)
- Eenheid 6.3 Die voordele van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme
- Eenheid 6.4 Die uitdagings om 'n maatskappy te stig bo ander ondernemingsvorme
- Eenheid 6.5 Verduideliking van Memorandum van Inkorporering (MOI), Kennisgewing van Inkorporasie en Prospektus



Leerder doelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet die leerders die volgende kan doen:

- ❖ Brei kortliks uit/Verduidelik/Beskryf/Bespreek die kenmerke, voordele en nadele van die ondernemingsvorme.
- ❖ Onderskei/Differensieer tussen ondernemingsvorme
- ❖ Bespreek/Verduidelik die voordele van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme, byvoorbeeld:
 - ❖ Wetlike status en aanspreeklikheid
 - ❖ Winsdeling
 - ❖ Eienaarskap en bestuur
 - ❖ Kapitaal en kontantvloei
 - ❖ Lewensduur en kontinuïteit
 - ❖ Belasting
- ❖ Verduidelik/Bespreek die uitdagings van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme met betrekking tot bogenoemde voordele
- ❖ Verduidelik/Beskryf/Bespreek die prosedure vir die stigting van maatskappe
- ❖ Verduidelik/Bespreek die wetlike vereistes gestel aan die naam van maatskappe
- ❖ Definieer die volgende konsepte:
 - ❖ Memorandum van inkorporasie
 - ❖ Kennisgewing van inkorporasie
 - ❖ Die prospektus, dit wil sê, die aanvanklike openbare en sekondêre aanbod



Kernbegrippe

- **Kontinuiteit:** hou aan om voort te bestaan selfs as 'n verandering van eienaarskap plaasvind, byvoorbeeld, as 'n lid of aandeelhouer aftree.
- **Sekuriteite:** aandele en effekte wat deur 'n maatskappy uitgegee word.
- **Beperkte aanspreeklikheid:** die tipe wetlike struktuur van die organisasie waar die verliese van die besigheid nie die bedrag wat die eenaar in die besigheid belê het, sal oortref nie.
- **Onbeperkte aanspreeklikheid:** die eenaars van die besigheid en die vennote dra die volle wetlike verantwoordelikheid vir alle skulde van die besigheid.
- **Eenmansaak/Alleenhandelaar:** 'n besigheid word besit en beheer deur een persoon wat alle besluite neem, alle verantwoordelikhede dra en alle winste van die besigheid kry.
- **Vennootskap:** 'n Ooreenkoms tussen twee of meer partye wat ooreenkoms om finansies saam te voeg en saam te werk om die besigheid se doewitte te bereik.
- **Maatskappy:** 'n Maatskappy is 'n regs persoon wat die kapasiteit en magte het om onafhanklik te funksioneer.
- **Publieke maatskappy:** 'n Publieke maatskappy is 'n vrywillige assosiasie van EEN of meer persone, volgens die Maatskappywet (No. 71 van 2008), geïnkorporeer in terme van die Memorandum van Inkorporasie (MOI).
- **Privaat maatskappy:** 'n Vrywillige assosiasie van een of meer persone.
- **Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid:** 'n Vrywillige assosiasie van een of meer persone.
- **Staatsbeheerde maatskappy (MSB):** is 'n wetlike entiteit geskep deur die regering om deel te neem aan handelsaktiwiteite namens hulle.
- **Prospektus:** 'n dokument wat die publiek uitnooi om sekuriteite of aandele te koop.
- **Ondernemingsvorm:** die wetlike posisie van die besigheid en die wyse waarop dit besit word.
- **Winsgewende maatskappye:** 'n maatskappy wat geïnkorporeer is vir finansiële gewin van sy aandeelhouers.
- **Nie-winsgewende maatskappye:** 'n assosiasie wat nie vir winsbejag geïnkorporeer is nie.
- **Direkteure:** Persone wat verkies is tot die raad van 'n maatskappy deur die aandeelhouers om die aandeelhouers se belang te verteenwoordig.
- **Oudit:** 'n proses waarby 'n organisasie se finansiële rekeninge gekontroleer word om seker te maak dat finansiële bedrywighede korrek en eerlik uitgevoer word.

Inleiding

In Graad 10 het ons geleer van die kenmerke, voordele en nadele van ondernemingsvorme en dit word nog steeds van jou verwag om dit te ken in Graad 11 en 12.

Hierdie jaar, sal die fokus meer val op die voordele en uitdagings van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme, sowel as die prosedures om 'n maatskappy te stig. In Graad 12, sal ons kyk na die kriteria wat bydra tot die sukses of mislukking van elke vorm van eienaarskap.

Eenheid 6.1 Ondernemingsvorme

Definisie van ondernemingsvorme

Ondernemingsvorme verwys na die wetlike posisie van die besigheid en die wyse waarop dit besit word.

'n Entrepreneur moet besluit watter ondernemingsvorm die beste sal pas by die tipe besigheid. Daar is agt tipes ondernemingsvorme. Dit word opgesom in die diagram hieronder.



Eenmansaak

Definisie van 'n eenmansaak

Dis die eenvoudigste vorm van eienaarskap waar 'n individu verantwoordelik is vir die stigting en bestuur van die besigheid. Die eenmansaak beheer al die beleggings, risiko's en opbrengs van die besigheid.

Kenmerke van 'n eenmansaak

- 'n Eenmansaak is 'n besigheid wat besit en bestuur word deur een persoon.
- Bates en winste van die besigheid behoort aan die eienaar.
- Wetlik is daar geen onderskeid tussen die besigheid en die individu wat dit besit nie.
- As daar regsaksies teen die besigheid ingestel word, word die eienaar aanspreeklik gehou vir die skuld van die besigheid.
- Die eenmansaak betaal nie belasting nie, maar die eienaar word in sy private hoedanigheid belas.
- Die wins wat die eenmansaak maak word toegevoeg tot enige ander inkomste wat deur die einaar verdien is, wanneer die belasting deur SAID bereken word.

- Daar is geen wetlike en administratiewe formaliteite om 'n eenmansaak te stig nie.
- 'n Eenmansaak is nie 'n regs persoon nie en ooreenkomste word gesluit in die eienaar se privaat hoedanigheid.
- Besighede het onbeperkte aanspreeklikheid, en die privaat besittings van die eienaar kan gebruik word om die skulde van die besigheid te betaal.

Voordele van 'n eenmansaak

- Die eienaar kan enige tyd begin om sake te doen.
- Besighede word bedryf soos dit die eienaar pas.
- Die bates en winste van die besigheid behoort aan die eienaar.
- Die eienaar neem alle besluite wat die besigheid mag raak.
- Die besigheid benodig min kapitaal om te begin.
- Hierdie vorm van eienaarskap het 'n eenvoudige bestuurstruktuur.
- Daar kan maklik aangepas word by die behoeftes van kliënte.
- Geen wetlike prosesse en vereistes.
- Die eienaar is verantwoordelik om alle kapitaal te voorsien wat nodig is.
- Daar is persoonlike aansporing en persoonlike kontak tussen die eienaar en die kliënte.

Nadele van 'n eenmansaak

- Die eienaar het slegs sy eie vaardighede, tyd en energie om by te dra vir die besigheid.
- Die besigheid kan nie voortbestaan indien die eienaar sterf of aftree nie.
- Kapitaal is beperk tot die bedrag geld wat die eienaar tot sy beskikking het.
- Onbeperkte aanspreeklikheid beteken dat die eienaar verantwoordelik is vir alle skulde van die besigheid.
- Kontantvloei is dikwels 'n probleem.
- Groei van die besigheid word beperk as gevolg van beperkte kapitaal.
- Dit beskik nie oor sy eie regs persoon nie, en het nie kontinuïteit nie.
- Dit is moeilik om hoogs bekwame en ervare werknemers te trek.
- Die eienaar is verantwoordelik om in alle kapitaalbehoefte te voorsien.
- As die eienaar nie genoeg kennis en ervaring het nie, kan die besigheid misluk.

Vennootskap

Definisie van 'n vennootskap

- Vennootskappe word besit en beheer deur twee of meer individue wat ooreengekom het om 'n besigheid te stig en te bestuur. Die individue word vennote genoem. Daar is 'n ooreenkoms tussen die vennote hoe hulle die winste van die besigheid gaan verdeel.

Kenmerke van 'n vennootskap

- 'n Vennootskap is 'n ooreenkoms tussen twee of meer persone.
- Elke vennoot dra by tot die vennootskap, byvoorbeeld, vaardighede, hulpbronne of geld.
- Winste en verliese word gedeel tussen die vennote volgens die vennootskapsooreenkoms.
- Vennootskappe het nie regs persoonlikheid nie. Dit beteken dat die vennote belasting betaal in hul persoonlike hoedanigheid.
- Wins word tussen die vennote verdeel volgens 'n verhouding waarop ooreengekom is in die vennootskapsooreenkoms.
- Daar word geen wetlike vereistes gestel aan die naam van die besigheid nie.



- Vennote het onbeperkte aanspreeklikheid en is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik vir die skulde van die besigheid.
- Dit is opsioneel om finansiële state te laat audit.
- Vennote deel verantwoordelikheid en almal is betrokke in besluitneming.
- Daar is geen wetlike formaliteite om te begin, nie, slegs 'n geskrewe vennootskapsooreenkoms word vereis.
- Vennootskappe het nie regspersoonlikheid nie, en daarom is daar geen kontinuïtet as een vennoot die besigheid verlaat nie.
- Die wetlike verpligtinge berus by die vennote en hulle kan dit nie skuif na die besigheid nie.

Voordele van 'n vennootskap

- Alle vennote dra by tot die besigheid en verantwoordelikhede word tussen hulle gedeel.
- Probleme kan gesamentlik opgelos word deur die vennote.
- 'n Vennootskap kan maklik gestig word.
- Die vennote voeg hul kennis en vaardighede saam en neem daarom kollektief die beste besluite.
- Die werkslas en verantwoordelikheid word gedeel tussen die vennote.
- Vennote deel hul hulpbronne met mekaar.
- Daar word van vennote verwag om slegs belasting in hul persoonlike en individuele hoedanigheid te betaal.
- Die vennote het 'n persoonlike belang in die besigheid.
- Die vennootskap kan enige tyd addisionele vennote by die vennootskap voeg.
- Trek voornemende werknemers met die vooruitsig om moontlik 'n vennoot te word in die toekoms.
- Dit is maklik om vennootskappe te vorm.
- Vennote dra nuwe vaardighede en idees by tot die besigheid.
- Vennote deel die dra van verantwoordelikheid van besluitneming en bestuur van die besigheid.
- Wins word verdeel tussen die vennote en daarom is hulle gemotiveerd om hard te werk.
- Dit is maklik om ekstra kapitaal te bekom om die besigheid uit te brei, aangesien daar nie 'n beperking is op die aantal vennote nie.
- Vennote word belas in hul privaat hoedanigheid wat kan lei tot minder belasting.

Nadele van vennootskappe

- Vennote stem nie altyd saam nie en daarom kan dit besluitneming vertraag.
- 'n Swak besluit deur een vennoot kan lei tot verliese vir die vennootskap.
- Vennootskappe moet ontbind as een vennoot sterf of aftree.
- 'n Vennootskap het onbeperkte aanspreeklikheid, daarom is al die vennote aanspreeklik vir die skulde indien die besigheid insolvent raak.
- Elke vennoot van die besigheid is wetlik verantwoordelik vir die gesamentlike aanspreeklikheid van die vennootskap.
- Verskillende persoonlikhede en opinies van vennote kan lei tot konflik en verskille in die vennootskap.
- Verskille kan voorkom as gevolg van gedeelde besluitneming.
- Vennote is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik vir die aksies van die vennote.
- Winste moet met almal gedeel word.
- Die vennootskap kan 'n beperkte lewensduur hê indien een vennoot sou onttrek of sterf.
- Daar kan 'n afname van wins of stabiliteit wees indien een vennoot bedank, belangstelling verloor, sterf of bankrot verklaar word.
- Daar kan 'n gebrek aan kapitaal en kontantvloei wees.
- Vennote dra nie almal dieselfde by nie.



QR-KODE

Kyk na die video Beslote korporasies – Bing video



<https://www.youtube.com/watch?v=NK50oL0f28E>

Beslote korporasie (BK)

Definisie van 'n beslote korporasie

- 'n Opsionele assosiasie van een of meer persone, nie meer as tien nie, wat kwalifiseer vir lidmaatskap in terme van Wet 69 van 1984 om inlywing daarvan te verseker.
- Die nuwe Maatskappywet maak dit nie moontlik om nuwe Beslote korporasies (BK) te registreer nie, maar bestaande BKs mag voortgaan om handel te dryf.

Kenmerke van 'n beslote korporasie

- Geskik vir klein- en medium besighede
- BKs is regs persone, wat impliseer dat dit beskik oor wetlike regte en verantwoordelikhede.
- Dit kan bestaan uit 'n minimum van een en 'n maksimum van tien lede met 'n gemeenskaplike doel.
- Die woord "beslote" beteken dat al die lede betrokke moet wees en deelneem aan die bestuur.
- Elke lid dra bates/dienste by tot die korporasie.
- Die naam eindig met die afkorting BK
- Lede het beperkte aanspreeklikheid, behalwe as die BK meer as tien lede vir langer as ses maande het.
- 'n BK het sy eie regs persoonlikheid en het daarom onbeperkte kontinuïteit.
- Die ouditering van boeke is opsioneel omdat daar slegs van die lede verwag word om 'n rekenpligtige beampte aan te stel om boeke na te gaan.
- Die oordrag van een lid se lidmaatskap moet deur al die ander lede goedgekeur word.
- Winste word verdeel volgens die verhouding van elke lid se ledebelang in die BK.

Voordele van 'n beslote korporasie

- Daar is minder wetlike vereistes, byvoorbeeld die ouditering van finansiële state en algemene jaarvergaderings.
- 'n BK het regs persoonlikheid en het daarom kontinuïteit van voortbestaan.
- Dit kan omskep word in 'n privaat maatskappy en lede kan dan aandeelhouers word.
- Lede het beperkte aanspreeklikheid.
- Die eienaars se belang in die BK hoef nie in dieselfde verhouding te wees as hul kapitaalbydrae nie.
- BKs kan deur die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE) vrygestel word van ouditering van finansiële state.

Nadele van beslote korporasies

- Beperkte groei en uitbreiding omdat BKs nie meer as tien lede mag hê nie.
- 'n Lid van 'n BK kan aanspreeklik gehou word vir die verliese van die BK indien die lid onbevoeg optree.
- Ouditering van finansiële state mag vereis word wanneer daar aansoek gedoen word vir 'n lening.
- 'n BK word belas teen dieselfde koers as maatskappye, wat hoër kan wees as persoonlike belastingkoerse.
- Dit is moeilik vir lede om 'n BK te verlaat omdat al die lede moet instem daartoe.
- 'n BK word belas op sy inkomste en Standaardbelasting van maatskappye (SBM), gebaseer op die lede se dividend. Dit kan lei tot dubbele belasting.

Privaat maatskappy

Definisie van 'n privaate maatskappy

'n Privaate maatskappy is 'n maatskappy waarvan die reg tot oordrag van aandele beperk is, en nie die publiek mag uitgenooi word om op aandele in te skryf nie. 'n Privaate maatskappy gebruik die woorde Eiendoms Beperk (Edms) Bpk aan die einde van sy naam.

Kenmerke van 'n privaate maatskappy

- Vereis een of meer direkteure en een of meer aandeelhouers.
- 'n Minimum van een aandeelhouer word vereis, maar daar is geen beperking aan die aantal aandeelhouers wat 'n privaate maatskappy kan hê nie.
- 'n Privaate maatskappy is nie verplig om 'n prospektus uit te gee wanneer hulle aandele wil verkoop nie.
- Privaate maatskappye is onderhewig aan baie wetlike verpligte.
- 'n Privaate maatskappy mag nie aandele aan die publiek verkoop nie.
- Daar moet 'n minimum van twee aandeelhouers teenwoordig wees tydens 'n vergadering, behalwe in die geval van 'n een-persoon maatskappy.
- Hulle moet registreer by die Registrateur van Maatskappye deur 'n Memorandum van Inkorporasie op te stel.
- Jaarlikse finansiële state moet geouditeer word, met sekere uitsonderings, volgens die nuwe Maatskappyewet.
- Privaate maatskappye mag nie die publiek nooi om aandele te koop nie.
- Aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid vir die skulde van die besigheid.
- Beleggers dra kapitaal by om wins te maak uit die aandele.
- Die maatskappy het sy eie regs persoonlikheid sowel as onbeperkte kontinuïteit.
- Aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid en sal nie hul inisiële kapitaal verloor as die maatskappy bankrot verklaar word nie.
- Aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid en 'n aparte regs persoonlikheid.
- Kapitaal word verkry deur aandele te verkoop aan aandeelhouers.
- Winste word gedeel in die vorm van dividend in verhouding met die aantal aandele wat gehou word.

Voordele van 'n privaate maatskappy

- Dit is moontlik om meer kapitaal te bekom as deur individuele bydraes.
- Oudit van finansiële state is opsioneel.
- Dit is nie nodig om 'n ouditeur, ouditkomitee of 'n maatskappysekretaris aan te stel nie.
- Daar is meer geleenthede om minder belasting te betaal.
- Goeie langtermyn groei geleenthede.
- Eie regs persoonlikheid en aandeelhouers het geen direkte wetlike implikasies/ beperkte aanspreeklikheid.
- 'n Bekwame/ervare raad van direkteure kan aangestel word om besluite te neem.
- Dit is nie verpligtend om finansiële jaarstate in te dien by die Kommissie nie.
- Het sy eie regs persoonlikheid en kan kontrakte aangaan in sy eie naam.
- Die nuwe Wet dwing persoonlike aanspreeklikheid af op direkteure wat doelbewus deelneem in roekelose/bedrieglike wyse om die besigheid te bedryf.
- Finansiële state is privaat en nie beskikbaar vir insae deur die publiek nie.
- 'n Maatskappy het onbeperkte kontinuïteit.
- Dit is moontlik om 'n privaate maatskappy te verkoop as 'n wetlike entiteit in sy eie reg.
- Dit is maklik om kapitaal te bekom deur die uitreik van aandele aan sy lede.

QR-KODE

Mars Ingelyf – Groter as wat jy dink



<https://www.youtube.com/watch?v=cuBAZc7loSY>

Het jy geweet

Mars Inc is 'n voorbeeld van 'n korporasie in private familiebesit. Mars Inc is 'n vervaardiger van lekkergoed, dierekos, en kos produkte wat 100% in familiebesit is. Hulle het omtrent \$37 biljoen in 2020 verdien en het 13 000 mense in diens.



Nadele van privaat maatskapye

- Beperk om fondse direk van die publiek te bekom.
- Daar is koste en formaliteite verbonde aan die stigting van maatskapye.
- Belasting is betaalbaar op belasbare inkomste van die maatskappy asook sekondêre belasting op die dividend wat uitgekeer is aan aandeelhouers.
- Baie kapitaal is nodig om 'n privaat maatskappy te begin.
- Hoe meer aandeelhouers daar is, hoe kleiner is die wins wat gedeel kan word.
- Daar is meer belastingvereistes.
- Direkteure het nie 'n persoonlike belang in die besigheid nie.
- Jaarlikse finansiële state moet nagesien word deur 'n gekwalifiseerde persoon, wat 'n ekstra uitgawe vir die maatskappy impliseer.
- Moelik en duur om 'n maatskappy te begin as gevolg van die baie wetlike vereistes.
- Betaal belasting op die wins van die besighede en op verklaarde dividend – onderhewig aan dubbele belasting.
- Moet finansiële jaarstate voorberei.

Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid

Definisie van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid

'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid word hoofsaaklik gebruik deur "assosiasies" soos prokureurs, ingenieurs en rekenmeesters. Die maatskappy se naam moet eindig met die woord "Geïnkorporeer/Ingelyf". Dit word bedryf op die beginsel van "persoonlike aanspreeklikheid". Dit beteken dat die direkteure van die maatskappy, asook vorige direkteure, verantwoordelik gehou word vir die skulde van die maatskappy.

Kenmerke van maatskappye met persoonlike aanspreeklikheid

- Een (1) of meer persone (insluitende 'n regs persoon) mag 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid inkorporeer.
- Die raad van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid moet ten minste een direkteur (1 of meer direkteure) aanstel.
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid is onderhewig aan minder openbaarmaking en deursigtigheids vereistes.
- Dit word gereguleer deur die Maatskappyyewet (No. 71 van 2008) en is ingelyf kragtens die Memorandum van Inkorporasie.
- Die direkteure is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik saam met die maatskappy vir al die maatskappy se skulde en verpligtinge.
- Sekere professionele persone, soos prokureurs en rekenmeesters, wat statutêr verbied word om beperk aanspreeklik te wees, inkorporeer dikwels 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid om hul sake te reguleer.
- Die maatskappy het die voordeel van korporatiewe voortbestaan en ewigdurende opvolging.
- Hierdie maatskappye word geïdentifiseer aan die agtervoegsel van "Geïnkorporeer/Ingelyf" of "Ing".
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid word deur die MOI verbied om aandele aan die publiek aan te bied en die oordraagbaarheid van aandele is beperk.
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid moet jaarlikse finansiële state voorberei, maar is nie verplig om dit in te dien by die Kommissie nie.
- Dit is nie verpligtend om jaarlikse finansiële state te laat oudit, of onafhanklik te laat nasien nie, tensy dit pertinent voorgeskryf word.
- Die aandeelhouers het die reg van verkoop wanneer nuwe sekuriteite uitgereik word, tensy dit ander gespesifiseer word in die MOI.

- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid het 'n aparte regs persoonlikheid en die aandeelhouers se aanspreeklikheid is beperk.
- Daar word van 'n maatskappy met beperkte aanspreeklikheid vereis om 'n kennisgewing van 10 besigheidsdae te gee, indien hulle 'n aandeelhouers vergadering wil hou.

Voordele van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid

- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid is onderhewig aan minder openbaarmaking en deursigtigheidsvereistes
- Die raad van 'n maatskappy moet ten minste een direkteur, of enige ander minimum direkteure soos gestipuleer in die MOI aan te stel.
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid se lewensduur is onbeperk.
- Die direkteure van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid is nie verplig om die Algemene Jaarvergadering (AJV) by te woon nie.
- Dit is opsioneel om finansiële jaarstate te laat oudit, maar die finansiële state moet onafhanklik nagesien word, tensy uitgesluit deur regulasie.
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid hoef nie sy finansiële state by die Kommissie in te dien nie.
- Die aandeelhouers het die reg van verkoop wanneer nuwe sekuriteite uitgereik word, tensy dit ander gespesifiseer word in die MOI.
- Die Wet bepaal dat direkteure wat doelbewus deel is van roekelose en bedrieglike besigheidspraktyke, persoonlik aanspreklik gehou sal word.

Nadele van n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid

- Dit is moeilik en duur om 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid te stig in vergelyking met 'n Beslote Korporasie en 'n Eenmansaak.
- Indien bestuurstrukture groot is kan dit langer neem om besluite te neem.
- 'n Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid mag nie aandele aan die publiek verkoop nie.
- Direkteure kan soms in hul eie belang optree en nie in die belang van die maatskappy nie.
- Jaarlikse finansiële state moet deur 'n gekwalifiseerde persoon nagegaan word, wat 'n ekstra koste vir die maatskappy impliseer.
- Dit is moeilik en duur om 'n maatskappy te stig, omdat hulle aan baie wetlike vereistes moet voldoen.
- Daar word belasting betaal op die maatskappy se winste, sowel as die dividend van die aandeelhouers wat dubbele belasting impliseer.
- Direkteure van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid het onbeperkte aanspreeklikheid.
- Sommige aandeelhouers mag dalk hul stemreg misbruik en vir die verkeerde persoon stem as direkteur.
- 'n Vergadering mag slegs begin, of sake bespreek word, indien ten minste drie aandeelhouers teenwoordig is.
- Hulle is beperk om fondse by die publiek te kry.
- Daar is baie koste en formaliteite betrokke by die stigting van 'n maatskappy.
- Belasting word betaal op belasbare inkomste van die maatskappy, en die maatskappy betaal ook sekondêre belasting op die dividend van die aandeelhouers.

Publieke maatskappy

'n Publieke maatskappy beskik oor onbeperkte voortbestaan. 'n Publieke maatskappy is verplig om 'n ouditeur, ouditkomitee en maatskappysekretaris aan te stel. Die naam van die maatskappy eindig met die letters Bpk.

Definisie van 'n publieke maatskappy

- 'n Publieke maatskappy is 'n maatskappy wat geregistreer is om aandele en effekte aan die algemene publiek aan te bied. Dit word grootliks gedoen deur die Johannesburgse Sekuriteite/Effekte Beurs (JSE)
- Die publieke maatskappy is ontwerp vir grootskaalse bedrywighede wat groot kapitaal investering vereis.

Kenmerke van 'n publieke maatskappy

- Daar word vereis dat 'n minimum van een persoon 'n maatskappy mag begin.
- Daar word 'n minimum van drie of meer direkteure en drie of meer aandeelhouers vereis.
- Registrasie word by die Registrateur van Maatskappye gedoen deur 'n Memorandum van Inkorporasie op te stel.
- Die naam van 'n maatskappy eindig met die letters Bpk.
- Dit het sy eie regs persoonlikheid en daarom onbeperkte voortbestaan.
- Hulle kry kapitaal deur aandele aan die publiek uit te reik en leen geld deur die uitreiking van skuldbriewe.
- 'n Prospektus word aan die publiek uitgereik om kapitaal te bekom.
- Aandeelhouers se aanspreeklikheid is beperk.
- Die nuwe Wet bepaal dat direkteure wat doelbewus deelneem aan besigheidspraktyke om die besigheid roekeloos of bedrieglik te bestuur, persoonlik aanspreeklik gehou sal word.
- Daar word van 'n publieke maatskappy vereis om 'n AJV (Algemene Jaarvergadering) te hou.
- Dit is verpligtend om finansiële jaarstate te laat oudit en hierdie geouditeerde state beskikbaar te maak aan die aandeelhouers en die publiek.
- Winste word verdeel in die vorm van dividende in verhouding tot die aandeelhouding van aandeelhouers.

Voordele van 'n publieke maatskappy

- Die besigheid het sy eie regs persoonlikheid en die bates en eiendom behoort aan die maatskappy.
- Daar is geen beperking of die aantal aandeelhouers nie, daarom is groei en uitbreiding nie beperk nie.
- Bekwame en kundige direkteure kan aangestel word deur die aandeelhouers.
- Dit is maklik om groot bedrae kapitaal te bekom sodat die maatskappy kan groei deur die uitreiking van aandele aan die publiek.
- Aandeelhouers het beperkte aanspreeklikheid. Aandeelhouers kan slegs die bedrag wat hulle belê het, verloor.
- Klein beleggers word ook aangetrek, omdat aandele vryelik en maklik oordraagbaar is.
- Die publiek het toegang tot inligting omdat die finansiële state jaarliks gepubliseer moet word. Dit kan die publiek motiveer om aandele in die maatskappy te koop.
- Streng wetlike regulasies beskerm die aandeelhouers.
- Addisionele kapitaal kan verkry word deur die uitreiking van skuldbriewe aan die publiek.
- Die maatskappy hou aandeelhouers op hoogte oor sy prestasie, aandeelwaarde en toekoms.

Nadele van publieke maatskappye

- Belasting word betaal op die belasbare inkomste van die maatskappy en sowel as sekondêre belasting wat betaal word op dividend wat uitgekeer is aan aandeelhouders.
- Dit is 'n ingewikkelde proses om 'n maatskappy te registreer.
- Hulle moet 'n ouditeur, ouditkomitee en 'n maatskappysekretaris aanstel.
- 'n Groot bedrag word bestee aan finansiële ouditering.
- Aandele moet in die openbaar verhandel word.
- Daar moet jaarliks volledige verslag aan die groot aandeelhouders gedoen word.
- Dit is moeilik en duur om 'n maatskappy op te rig as gevolg van die baie wetlike regulasies.
- Hoe meer aandeelhouders daar is, hoe minder is die wins wat verdeel kan word.
- Soms het aandeelhouders min of geen inspraak in die sake van die maatskappy nie.
- As gevolg van wetlike regulasies mag besluitneming dalk langer neem, omdat verskille kan voorkom.
- Finansiële sake moet openbaar gemaak word, wat inligting mag uitlek na mededingers om dit tot hul voordeel te gebruik.

Staatsbeheerde maatskappy

Definisie van 'n staatsbeheerde maatskappy

'n Staatsbeheerde maatskappy het die regering as sy gootste aandeelhouer en dit val onder die Departement van Openbare Ondernemings.

Kenmerke van 'n staatsbeheerde maatskappy

- Vereis drie of meer direkteure en een of meer aandeelhouer(s)
- Registreer by die Registrateur van Maatskappye deur 'n Memorandum van Inkorporasie op te stel.
- Dit word besit deur die regering en die besigheid word bedryf om 'n wins te maak.
- MSB word genoteer as 'n publieke maatskappy.
- Die maatskappy word deur die regering of munisipaliteit of 'n soortgelyke publieke maatskappy besit.
- 'n Maatskappy in staatsbesit het finansiële outonomie, omdat die regering die aanvanklike investering doen.
- Die naam van 'n staatsbeheerde maatskappy eindig met MSB.
- Staatsbeheerde maatskappye ondersteun privaat besighede deur die verskaffing van infrastruktuur soos kommunikasiedienste, poskantoor and verskaffing van elektrisiteit.
- Inligting van staatsbeheerde maatskappye is beskikbaar vir sy aandeelhouders.
- Alle uitbetalings aan aandeelhouders moet eers deur die raad goedgekeur word en moet die toets vir solvensie en likwiditeit slaag.
- Uitbetalings word baie wyd gedefinieer en sluit aspekte in soos dividende en terugkoop van aandele.
- Betalings sal bepaal word volgens die soort, voorkeur, regte en beperkings van die aandele wat gehou word.
- Die nuwe oorname regulasies geld vir alle staatsbeheerde maatskappye, tensy dit deur die wet uitgesluit word.
- Staatsbeheerde maatskappye moet 10 dae kennis gee vir 'n aandeelhoudersvergadering.
- 'n Staatsbeheerde maatskappy moet 'n implementerings proses vir fluitjieblasers instel.

? Het jy geweet

Transnet is 'n staatsbeheerde maatskappy en die bewaarder van hawens, spoorweë en pyllyne. Staatsbeheerde maatskappye ondersteun die privaatsektor deur die daarstelling van infrastruktuur soos kommunikasiedienste of voorsiening van elektrisiteit. Die naam moet eindig met MSB.



Voordele van 'n staatsbeheerde maatskappy

- Winste kan gebruik word om ander staatsdepartemente te finansier.
- Noodsaaklike dienste word gelewer wat nie deur die privaatsektor gelewer word nie.
- Billike pryse word gehandhaaf.
- Onnodige duplisering van dienste word uitgeskakel.
- Beplanning kan sentraal beheer en gekoördineer word. Inkomste word gegenereer om sosiale programme te finansier.
- Werkskepping op alle vaardigheidsvlakke vind plaas.

Nadele van staatsbeheerde maatskappye

- Bestuur is soms swak, omdat die regering nie altyd so effektief soos die privaatsektor is nie.
- Oneffektief as gevolg van die grootte van die besigheid.
- Is dikwels afhanklik van die regering vir subsidies.
- Daar is 'n gebrek aan motivering, omdat insentiewe soos produksiebonusse nie gegee word nie.
- 'n Gebrek aan aansporings as beloning vir prestasie, omdat werkers nie deel in winste nie.
- Die regering kan verliese ly deur hierdie besighede.
- Verliese moet soms deur die belastingbetalers gedra word.
- Dit is moeilik om kapitaal te verhoog, aangesien aandele nie vryelik verhandelbaar is nie.
- MSB moet streng regulasies nakom vir die bedryf daarvan.
- Finansieële state moet geouditeer word.

Nie-winsgewende maatskappy

Definisie

'n Nie-winsgewende maatskappy mag registreer by die Departement van Sosiale Welsyn as 'n nie-winsgewende maatskappy (NWM) in terme an die Wet op Nie-winsgewende Organisasies (No. 71 van 1997). Hulle kan dan aansoek doen vir befondsing vanaf die regering en kry ook 'n nommer vir fondsinsamelings. 'n Nie-winsgewende maatskappy moet deurentyd voldoen aan die administratiewe vereistes soos gestel deur die Maatskappywet (No. 71 van 2008), insluitend die indiening van jaarlikse opbrengs en verslae.

Kenmerke van 'n nie-winsgewende maatskappy

- Nie-winsgewende maatskappye verdien wel geld, maar hulle maak nie wins nie.
- Alle geld wat deur die maatskappy geïen word, moet aangewend word vir die uitgawes van die maatskappy.
- Die naam van 'n nie-winsgewende maatskappy moet eindig met NWM.

Voordele van 'n nie-winsgewende maatskappy

- Die maatskappy het 'n onafhanklike regspersoonlikheid, maar die direkteure is aanspreeklik vir enige verliese, skade of koste wat die maatskappy in die naam van die maatskappy aangegaan het.
- Die bates behoort aan die maatskappy en nie aan die lede persoonlik nie.
- Nie-winsgewende maatskappye het 'n onbepaalde voortbestaan selfs al verander die lidmaatskap.
- Die bates en laste(skulde) van die maatskappy is afsonderlik van die van die lede.

- Die maatskappy mag wins maak, maar mag dit nie deel met die lede nie.
- Winste moet aangewend word om die werk van die organisasie uit te brei.
- Alle bates en inkomste van die nie-winsgewende maatskappy moet gebruik word tot voordeel van die maatskappy soos uiteengesit in MOI.
- Die magte van die lede wat hulle kan uitoefen by algemene jaarvergaderings, behels die aanstelling of verwydering van direkteure, aanpassing van MOI van die maatskappy en vervreemding van die NWM se bates.
- Nie-winsgewende maatskappye moet finansiële state voorberei aan die einde van die jaar, maar is nie verplig om dit te laat oudit nie.
- Nie-winsgewende maatskappye is nie verplig om die regulasies ten opsigte van 'n algemene jaarvergadering na te kom nie.

Nadele van 'n nie-winsgewende maatskappy

- Professionele bystand is nodig om die organisasie te begin.
- Daar word nie genoeg kapitaal gegeneer om uitgawes te dek nie.
- Donasies is ook nie altyd genoeg om die maatskappy se uitgawes te finansier nie.
- Bates word nie aan lede verdeel as die maatskappy sluit nie.
- Dit is tydrowend/moeilik/duur om 'n nie-winsgewende maatskappy te stig.
- Om toelaes te kry is 'n stadige en moeisame proses.
- Die stigters van 'n NWM kan nie aanspraak maak op die geakkumuleerde bates as hulle die maatskappy verlaat nie.
- Hulle mag nie bonusse betaal aan lede nie.
- Hulle moet jaarlikse finansiële state voorberei.

•• | Aktiviteit 6.1

VRAAG 1

- 1.1 Beskryf kortliks die kenmerke van 'n privaat maatskappy. (6)
- 1.2 Verduidelik die kenmerke van 'n eenmansaak. (6)
- 1.3 Bespreek die voordele van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid. (6)
- 1.4 Adviseer besighede oor die nadele van nie-winsgewende maatskappye. (6)

VRAAG 2

- 2.1 Lees die onderstaande artikel en antwoord die vrae wat volg.

Lifeline is opgerig in 1970. Lifeline is 'n NWM en hul visie is om die emosionele gesondheid van individue en gemeenskappe deur Suid-Afrika te verbeter.



■ Huise moet nie seermaak nie STOP GESLAGSGEBASEERDE GEWELD
0800-150-150 Spreek jou uit teen geslagsgebaseerde geweld!

- 2.1.1 Verduidelik die kenmerke van 'n NWM soos Lifeline. (6)
- 2.1.2 Bespreek die voordele van 'n NWM. (6)

? Het jy geweet

Die "Gift of the Givers Foundation" is die grootste ramp reaksie nie-regerings organisasie van Suid-Afrikaanse oorsprong op die Afrika kontinent. Die "Gift of the Givers Foundation" is 'n nie-winsgewende organisasie (NWM) geregistreer by die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE). Die doel van 'n NWM is om in belang van die publiek op te tree en nie om 'n wins te maak nie.



•• | **Aktiwiteit 6.1**

VRAAG 3

3.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

DLADLA INGELYF (DI)

Dladla Ing. benodig 'n groot bedrag kapitaal vir die uitgawes van hul besigheid. DI het besluit om die huidige besigheid te omskep in 'n tipe maatskappy wat hulle sal toelaat om aandele op die JSE aan die publiek te verkoop.

- 3.1.1** Identifiseer die ondernemingsvorm van Dladla Ingelyf voordat hulle besluit het om om te skakel is in die ander tipe maatskappy. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)
- 3.1.2** Noem die nuwe ondernemingsvorm waarna Dladla wil oorskakel. (2)
- 3.1.3** Differensieer tussen die ondernemingsvorme soos geïdentifiseer in VRAE 3.1.1 en 3.1.2 onderskeidelik. (8)

Eenheid 6.2 Verskille tussen ondernemingsvorme (maatskappye)

Wanneer 'n besigheid begin word, is dit belangrik om die ondernemingsvorm te kies wat winsgewend sal wees. Elke ondernemingsvorm se funksies is verskillend. Daarom is dit belangrik om elke ondernemingsvorm versigtig te evalueer.

Tipe ondernemingsvorm	Enmansaak	Vennootskap
Besigheidsnaam	Eie naam soos op ID, of geregistreerde naam by die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE)	Naam moet geregistreer word by Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE)
Aantal eienaars	Een	Minimum twee
Eienaars staan bekend as	Eienaar	Vennote
Bestuur deur	Die eienaar	Vennote
Stigting	Geen wetlike formaliteite – die eienaar begin net om sake te doen	Geen wetlike formaliteite – vennote moet net 'n vennootskaps-ooreenkoms onderteken.
Aanspreeklikheid vir skulde	Onbeperk	Gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik vir skulde

Die verskille van ondernemingsvorme (maatskappye)

Tipe ondernemingsvorm	Privaat maatskappy	Publieke maatskappy
Naam van besigheid	Eindig met (Edms) Bpk	Eindig met Bpk
Aandele	Mag nie aandele aan die algemene publiek aanbied nie	Aandele word aan die publiek verkoop op die Johannesburgse Sekuriteite beurs
Aandele	Aandele is nie vryelik verhandelbaar nie	Aandele is vryelik verhandelbaar
Direkteure	Minimum van een direkteur	Minimum van drie direkteure

Eenheid 6.2 Die verskille tussen ondernemingsvorme (maatskappye)

Tipe ondernemingsvorm	Privaat maatskappy	Publieke maatskappy
Finansiële jaarstate	Hoef nie finansiële jaarstate te laat oudit en publiseer nie.	Finansiële jaarstate moet geoudit en gepubliseer word.
Prospektus	Hoef nie 'n Prospektus te publiseer nie.	Moet 'n Prospektus registreer by Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE)
Minimum inskrywing	Hoef nie 'n minimum inskrywing te haal voordat aandele uitgereik mag word nie	Moet 'n minimum inskrywing kry voordat daar voortgegaan mag word met die uitgifte van aandele.

Die verskille van ondernemingsvorme (maatskappye)

Tipe ondernemingsvorm	Privaat maatskappy	Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid
Besigheid se naam	Eindig met (Edms) Bpk	Eindig met Ing
Aanspreeklikheid vir skuld	Beperk	Direkteure is gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik vir skulde

Die verskille van ondernemingsvorme (maatskappye)

Tipe ondernemingsvorm	Staatsbeheerde maatskappy	Nie-winsgewende maatskappy
Besigheid se naam	Eindig met MSB	Eindig met NWM
Bates besit deur	Maatskappy	NWM
Wie kry wins	Aandeelhouers	NWM

•• | Aktiwiteit 6.2

VRAAG 1

- 1.1 Brei uit oor die betekenis van staatsbeheerde maatskappy. (4)
- 1.2 Beskryf kortliks die verskille tussen privaat en publieke maatskappye. (8)
- 1.3 Bespreek die impak van 'n staatsbeheerde maatskappy. (8)

VRAAG 2

- 2.1 Onderskei tussen 'n Vennootskap en 'n Beslote korporasie. (8)
- 2.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

ZIMVO OPLEIDING (EDMS) BPK

Zimvo Opleiding (Edms) Bpk wil die huidige status van hul maatskappy verander. Hulle wil hul naam verander na Zimvo Opleiding Bpk. Sodat hulle die publiek kan nooi om aandele in die besigheid te koop.

- 2.2.1 Identifiseer TWEE ondernemingsvorme wat van toepassing is op Zimvo Opleiding. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)
- 2.3 Verduidelik die voordele van die ondernemingsvorm verteenwoordig deur Zimvo Opleiding Bpk soos geïdentifiseer in VRAAG 2.2.1. (6)

Eenheid 6.3 Die voordele om een ondernemingsvorm te stig teenoor 'n ander ondernemingsvorm

Die volgende voordele sal entrepreneurs aanmoedig om 'n maatskappy teenoor 'n ander ondernemingsvorm te stig.

Wetlike status en aanspreeklikheid

- 'n Maatskappy het sy eie regs persoonlikheid, handelsnaam en besit sy eie bates.
- Aandeelhouers se privaat besittings is beskerm omdat hulle beperkte aanspreeklikheid het.
- Die aandeelhouers het nie direkte wetlike verantwoordelikhede nie.
- Die naam van 'n maatskappy is uniek en is beskerm.

Winsdeling

- Aandeelhouers deel in die winste van die maatskappy in die vorm van dividende.
- Ander ondernemingsvorme sal wins verdeel volgens hul bydraes en interne ooreenkoms.

Eienaarskap en bestuur

- Aandeelhouers kan hul aandele vryelik koop en verkoop in 'n publieke maatskappy.
- Die maatskappy word bestuur deur 'n gekwalifiseerde en kundige raad van direkteure.
- 'n Maatskappy sal nie somer van die diens van konsultante gebruik maak nie, omdat hulle oor 'n groter poel van vaardighehede en ervaring beskik.
- Direkteure is meer geneig om risiko's te neem met groei geleenthede vir die besigheid. By sommige ander ondernemingsvorme soos 'n eenmansaak moet hy/sy op sy/haar eie vermoë staatmaak om die besigheid te bestuur.

Kapitaal en kontantvloei

- 'n Maatskappy het meer beleggers waarby fondse verkry kan word om die besigheid te stig.
- Maatskappye het 'n beter kontantvloei as eenmansake.
- 'n Maatskappy is nie beperk tot die kapitaalbydrae van individuele lede nie.
- Die langtermyn groei geleenthede van maatskappye is goed en daar is altyd die moontlikheid om meer beleggers te trek.
- Direkteure hoef nie persoonlike lenings uit te neem sodat die maatskappy kan groei nie.
- Maatskappye het 'n groter potensiaal om kapitaal te bekom as enige ander ondernemingsvorm.

Lewensduur en kontinuïteit

- 'n Maatskappy het onbepaalde voortbestaan.
- Maatskappye se aandele kan oorgedra, gekoop en verkoop word.
- Die lewensduur van 'n eenmansaak en vennootskap is beperk.

Belasting

- Maatskappye geniet belastingvoordele wat ander ondernemingsvorme nie het nie. Hulle kan belastingafslag kry as hulle betrokke is by sosiale verantwoordelikhede projekte.
- Die volgende toelaes van maatskappye is belasting aftrekbaar uitgawes:
 - Dag-tot-dag uitgawes soos: materiaal- en toerusting kostes, kostes vir werknemers, administratiewe koste, huuruitgawes vir die besigheid/kantoor.
 - Kapitaaluitgawes
 - Onderwys
 - Vermaak
 - Stigtingskoste van die besigheid

•• | Aktiwiteit 6.3

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

SAVVY KOS BPK (SKB)

Savvy Kos Bpk. Vervaardig verskeie kosprodukte. Hulle aandele is vryelik verhandelbaar op die JSE. Die aandeelhouers het geen direkte regs aanspreeklikheid nie. SKB het belasting voordele wat ander besighede nie het nie.

- 1.1.1 Haal DRIE voordele aan van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme uit die bostaande scenario. (9)
- 1.1.2 Verduidelik enige ander DRIE voordele van die stigting van maatskappye teenoor ander ondernemingsvorme. (9)
- 1.1.3 Adviseer die bestuur van SKB oor die uitdagings van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme. (8)

Eenheid 6.4 Die uitdagings van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme

Om 'n maatskappy te stig is 'n duur en ingewikkelde prosedure met baie wetlike vereistes om na te kom. As die direkteur nie bekwaam is nie, bestaan daar 'n risiko vir die belegging van die aandeelhouers.

Sommige uitdaging van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme is:

- Die eienaars van 'n maatskappy het meer aanspreeklikheid. Direkteur mag dalk nie 'n persoonlike belang in die maatskappy hê nie.
- As die direkteur verander, kan dit lei tot 'n verskil in die kontinuïteit van bestuur.
- Direkteur het dalk nie 'n persoonlike belang in die besigheid nie, wat hulle kan verhinder om hulp te kry om groei en wins te maksimeer.
- Daar kan konflik ontstaan tussen die eienaars van die maatskappy en die bestuur wat in beheer is.
- Interne potities kan in die pad staan en direkteur kan aangestel word vir die verkeerde redes.
- 'n Maatskappy mag ontbind word indien dit gederegistreer word deur KMIE.

? Het jy geweet

Oudit is 'n verifikasie proses wat op die perseel gedoen word. Hierdie aktiwiteit behels die proses waar assessering van finansiële, bedryfs en strategiese doewitte en prosesse in die besigheid gedoen word, om te bepaal of die gestelde beginsels en regulasies nagekom is.

- Direkteure wat nie 'n persoonlike belang in die maatskappy het nie, mag dalk nie daarin slaag om beleggers te trek nie.
- Die aspek van beperkte aanspreeklikheid in die maatskappy skep meer papierwerk in die registrasieproses.
- Wanneer die direkteure verander, kan daar 'n gebrek aan kontinuïteit in bestuur ontstaan.
- Maatskappye het meer belasting vereistes om aan te voldoen.
- Hoe meer aandeelhouders daar is, hoe minder is die wins per aandeel.
- 'n Maatskappy moet 'n gedetailleerde verslag aan die aandeelhouders voorlê aan die einde van die finansiële jaar
- 'n Groot bedrag geld word gespandeer aan finansiële ouditering en rekeningkundige fooie, om te voldoen aan die regering se regulasies.
- Maatskappye moet alle finansiële inligting bekendmaak. Dit kan aan hul mededingers 'n onregverdigde voordeel gee.
- Staatsbeheerde maatskappye lewer dikwels nie-winsgewende dienste wat kan lei tot verliese vir die regering deur die besighede.

Prosedure vir die oprigting van maatskappye

- Bepaal wie is die mense wat die maatskappy gaan oprig.
- Berei 'n Memorandum van Inkorporasie voor, open 'n bankrekening en registreer die besigheid as belastingbetaler.
- Dien 'n kennisgewing van inkorporasie in en verkry 'n unieke registrasienommer.
- Ontwerp 'n prospektus vir potensiële beleggers.
- Registreer die maatskappy by die Kommissie vir Maatskappye en Intellektuele Eiendom (KMIE). 'n Maatskappy kry regs persoonlikheid sodra die registrasieproses afgehandel is.
- 'n Maatskappy is geregistreer nadat:
 - Die naam van die maatskappy goedgekeur is.
 - Die voorgeskrewe fooie betaal is.
 - 'n Kennisgewing van Inkorporasie ingedien is.
 - Die aansoek om inkorporasie van 'n nuwe maatskappy deur KMIE geprosesseer is.

Wetlike vereistes aan die naam van 'n maatskappy

- Indien KMIE die naam gereserveer het, mag dit nie deur 'n ander maatskappy gebruik word nie.
- Name kan vir ses maande gereserveer word deur 'n besigheid.
- Die naam van 'n maatskappy moet goedgekeur word deur KMIE.
- Die naam van die maatskappy moet oorspronklik en nie misleidend wees nie.
- 'n Maatskappy se naam moet op al sy dokumentasie verskyn.
- Die naam van 'n maatskappy wys watter tipe maatskappy dit is:
 - Die naam van 'n nie-winsgewende maatskappy moet eindig met NWM
 - Die naam van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid moet eindig met Geïnkorporeer of Ing.
 - Die naam van 'n privaat maatskappy moet eindig met Eiendoms Beperk of (Edms) Bpk
 - Die naam van 'n publieke maatskappy moet eindig met Beperk of Bpk.
 - Die naam van 'n staatsbeheerde maatskappy moet eindig met MSB.

- Die naam van die maatskappy mag nie aanstoot gee, geweld of haat aanmoedig of enige skade veroorsaak nie.
- Die naam mag nie vertaal en verkort word nie. 'n Maatskappy mag nie misleidende (onwenslike) naam gebruik nie.

•• | Aktiwiteit 6.4

1.1 Beskryf kortliks die verskille tussen 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid en 'n publieke maatskappy. (8)

1.2

Entrepreneurs moet voldoen aan die wetlike vereistes as hulle 'n naam kies vir hul maatskappy. Om 'n maatskappy te stig hou baie voordele in teenoor die stigting van ander tipes besighede. Aan die ander kant is daar steeds baie uitdagings by die stigting van maatskappye.

Skryf 'n opstel oor ondernemingsvorme en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei kortliks uit oor die wetlike vereistes wat aan die naam van 'n maatskappy gestel word.
- Verduidelik die impak van 'n publieke maatskappy.
- Bespreek VIER voordele van die oprigting van maatskappye teenoor ander ondernemingsvorme.
- Adviseer voornemende entrepreneurs oor die uitdaging van die oprigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme. [40]

Eenheid 6.5 Verduideliking van Memorandum van Inkorporering (MOI), Kennisgewing van Inkorporasie en Prospektus

Memorandum van Inkorporasie

Die betekenis van memorandum van Inkorporasie (MOI):

- MOI dien as die grondwet van die maatskappy.
- Maatskappye word bestuur volgens die reëls soos vervat in MOI.
- MOI sluit inligting in oor die maatskappy se naam, geregistreerde kantoor en rekords.
- MOI beskryf die verhouding tussen die besigheid en sy aandeelhouers.
- MOI beskryf die regte, verantwoordelikhede en pligte van aandeelhouers en direkteure.
- MOI verskaf inligting oor inkorporasie, die aantal direkteure en die aandeelkapitaal.

Aspekte wat in die Memorandum van Inkorporasie ingesluit moet word

- Naam van die maatskappy
- Aard van die maatskappy
- Hoofdoelwitte van die maatskappy
- Sekuriteite van die maatskappy
- Direkteure en beamptes



- Die mate van beperking op die direkteure se magte en gesag.
- Hoe die maatskappy bedryf gaan word in terme van verkryging en vervreemding van bates, ander prosedures en administratiewe kwessies.
- Aandeelhouers, vergaderings en prosedures
- Aantal aandele wat elke stigter gaan opneem.
- Bedrag van geregistreerde aandeelkapitaal
- Reëls en regulasies van die maatskappy
- Naam van die ouditeur

Kennisgewing van Inkorporasie

Die kennisgewing moet ingedien word saam met die standaard vorm van die Memorandum van Inkorporasie en dit bevat die volgende inligting:

- Tipe maatskappy
- Finansiële jaareinde
- Aantal direkteure
- Datum van inkorporasie
- Geregistreerde adres
- Naam van die maatskappy.



Neem kennis

Die sekuriteite van 'n maatskappy mag nie aan die publiek aangebied word, tensy dit vergesel word van 'n prospektus nie.

Prospektus

'n Prospektus is 'n geskrewe uitnodiging aan die publiek om aandele te koop. Daar word na die aandele van 'n maatskappy verwys as die maatskappy se sekuriteite.

Voordat 'n publieke maatskappy geregistreer mag word, moet daar eers bewyse wees dat genoeg aandele uitgereik is om die oprigtingskoste te betaal. Dit word minimum inskrywing genoem, en hierdie aandele moet verkoop word binne 60 dae nadat die Prospektus uitgereik is, anders mag die maatskappy nie voortgaan om sake te begin doen nie.

Betekenis van 'n Prospektus

- 'n Prospektus is 'n geskrewe uitnodiging om die publiek te ooreed om aandele te koop.
- 'n Prospektus verskaf inligting oor die besigheid.
- Dit is 'n formele wetlike dokument wat volledige inligting verskaf oor die aanbod vir belegging.
- 'n Prospektus moet uitgereik word deur 'n maatskappy binne drie maande na die datum van registrasie.

Die betekenis van die inisiële openbare aanbod (IPO)

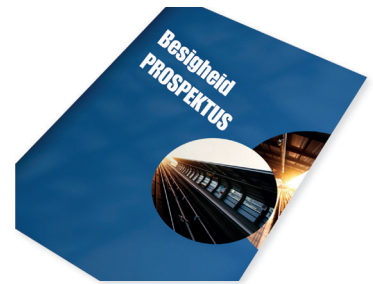
- Dit is wanneer die maatskappy aandele aan die publiek vir die eerste keer te koop aanbied.
- Die meeste maatskappye waarborg saam met die IPO dat die belegging deur 'n finansiële instansies soos 'n bank gewaarborg word en dat hulle as onderskrywer van die uitgifte sal optree.

Die betekenis van 'n die sekondêre aanbod

- 'n Sekondêre aanbod is 'n aanbod van sekuriteite deur 'n aandeelhouer van die maatskappy in teenstelling met die maatskappy self, wat 'n primêre aanbod is.
- 'n Sekondêre aanbod is die verkoop van nuwe of behoue aandele deur 'n maatskappy wat reeds 'n aanvanklike openbare aanbod (IPO) gedoen het.

Aspekte wat ingesluit moet word in die Prospektus

- Naam van die maatskappy
- Oorsig oor die maatskappy, insluitend die visie, missie en doelwitte van 'n besigheid
- Portefeulje oor die produk of diens
- Markanalise en strategie
- Bestuurspan
- Die risiko en potensiaal van die besigheid
- Beskikbare inligting oor finansiële aspekte en aandele
- Die maatskappy se bates en laste
- Finansiële posisie
- Winste en verliese
- Kontantvloei
- Vooruitsigte vir groei
- Voor-inlywings kontrakte wat onderteken is
- Datum van registrasie van die prospektus
- Die minimum inskrywing
- Doel van die aanbod
- Aandelekapitaal
- Uitgereikte aandele
- Eiendom wat besit word
- Voorlopige uitgawes

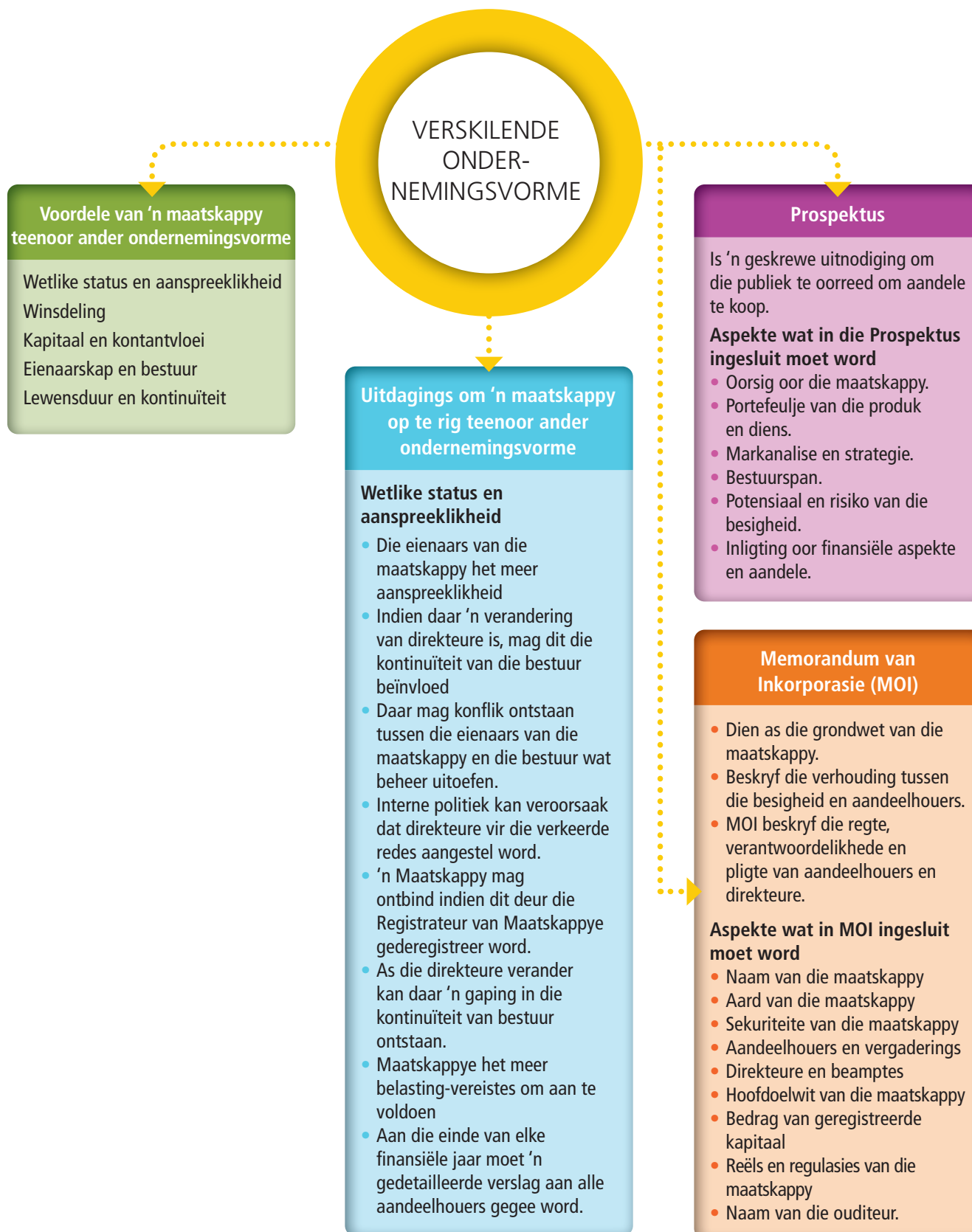


•• | Aktiviteit 6.5

- 1.1 Definieer die volgende konsepte:
 - Memorandum van Inkorporasie (2)
 - Kennisgewing van Inkorporasie (2)
- 1.2 Noem die aspekte wat in 'n Prospektus ingesluit moet word. (6)
- 1.3 Beskryf kortliks die aspekte wat in die Memorandum van Inkorporasie ingesluit moet word (6)

Breinkaart: Onderwerp 6 – Voordele van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van hierdie onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die relevante inligting onder elke opskrif bestudeer.



Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5), byvoorbeeld 1.1.6 E.

- 1.1.1 Die eienaars van 'n ... kan moontlik hul persoonlike bates verloor indien die besigheid insolvent raak.
 - A. privaat maatskappy
 - B. beslote korporasie
 - C. vennootskap
 - D. nie-winsgewende maatskappy
- 1.1.2 Die ... dien as die grondwet van die maatskappy.
 - A. inisiële aanbod
 - B. memorandum van inkorporasie
 - C. kennisgewing van inkorporasie
 - D. prospektus
- 1.1.3 Die direkteure van 'n ... maatskappy is gesamentik en afsonderlik aanspreeklik vir die skulde van die maatskappy.
 - A. maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid
 - B. Nie-winsgewende
 - C. privaat
 - D. publieke

(3 × 2) (6)

VRAAG 2

- 2.1 Noem DRIE aspekte wat ingesluit moet word in 'n prospektus. (3)
- 2.2 Beskryf kortliks die kenmerke van 'n Beslote Korporasie. (6)
- 2.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

BAID WADEE (EDMS)BPK (BWL)

Baid Wadee (Edms) Bpk is 'n privaat maatskappy wat spesialiseer in die vervaardiging van meubels. BWL het seker gemaak dat hulle (Edms) Bpk aan die einde van hul naam voeg. Hulle het hierdie naam gekies omdat dit oorspronklik en nie misleidend is nie. Die maatskappy se naam verskyn ook op alle dokumentasie van die maatskappy.

- 2.3.1 Haal DRIE wetlike vereistes wat gestel word aan die naam van die maatskappy aan uit die scenario. (3)
- 2.3.2 Verduidelik enige ander wetlike vereistes wat gestel word aan die naam van maatskappye. (6)

VRAAG 3

Besigheidseienaars moet besluit oor watter ondernemingsvorm hulle wil registreer en begin. Baie vennootskappe skakel oor na maatskappye, sodat hulle die voordeel daarvan kan benut op baie terreine. Verskeie maatskappye is beskikbaar, maar besighede moet bewus wees van die uitdagings wat die oprigting van 'n maatskappy inhou en ook kennis dra van die prosedure om maatskappye te stig.

Skryf 'n opstel oor ondernemingsvorme waarin jy aandag gee aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die voordele van 'n vennootskap
- Verduidelik die verskille tussen private en publieke maatskappye.
- Bespreek die uitdagings van die oprigting van maatskappye bo ander ondernemingsvorme.
- Adviseer die besigheid oor die voordele van 'n maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid. (40)

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

7

Verkryging van besighede



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 7.1 Waarom entrepreneurs kan besluit om eerder 'n bestaande besigheid te koop
- Eenheid 7.2 Die betekenis, voordele, nadele en kontraktuele implikasies van konsessie-ondernemings, uitkontraktering en verhuring



Leer doelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Stel/Verduidelik die redes waarom entrepreneurs mag besluit om 'n bestaande besigheid te koop
- ❖ Bespreek/Beskryf die voordele, nadele en kontraktuele implikasies van 'n konsessie-onderneming
- ❖ Bespreek/Beskryf die voordele, nadele en kontraktuele implikasies van uitkontraktering
- ❖ Bespreek/Beskryf die voordele, nadele en kontraktuele implikasies van verhuring.



Kernbegrippe

- **Konsessie-onderneming (franchise):** 'n Bemarkingskonsep waarmee die franchise-gewer toestemming verleen aan 'n franchise-nemer om sy besighedsmodel, handelmerk, kennis, intellektuele eïndom en regte te gebruik en sy handelsmerk produkte en dienste te verkoop. In ruil vir dit, betaal die franchise-nemer 'n vasgestelde bedrag en stem in om sekere verpligtinge na te kom.
- **Franchise-nemer:** betaal 'n vasgestelde bedrag en onderneem sekere verpligtinge.
- **Franchise-gewer:** die persoon of maatskappy wat die besighedsmodel en verwante handelsmerke besit.
- **Verhuring:** 'n kontrak wat die terme uitstippel waaronder een party instem om goedere of dienste te huur wat deur die ander persoon besit word.



Kernbegrippe

- **Verhuurder:** die persoon wat die verhuring aan 'n ander persoon doen. Die verhuurder is die eienaar van 'n bate wat deur middel van 'n ooreenkoms verhuur word aan 'n ander persoon.
- **Huurder:** 'n Persoon wat die eiendom of grond huur by die verhuurder. Die huurder, ook genoem 'n pagter (in die ou dae), moet voldoen aan sekere vereistes soos gestipuleer in die huurkontrak.
- **Uitkontraktering:** is 'n ooreenkoms waarby een maatskappy die dienste of goedere van 'n ander persoon huur wat intern deur die personeel van die maatskappy gedoen kon word.
- **Wingsgewend:** 'n besigheid is wingsgewend wanneer dit 'n wins maak, of waarskynlik gaan maak. Wins word gemeet deur die geld te bereken wat meer is as die uitgawes wat betaal is, daarom maak wingsgewende besighede geld.

Inleiding

In Onderwerp 13 van Graad 11 het ons geleer oor die betekenis van besighedsgeleenthede en na 'n paar voorbeelde gekyk. Onthou 'n besighedsgeleentheid is 'n kans vir 'n persoon om 'n besigheid te begin sodat hulle inkomste kan genereer. Entrepreneurskap is die aktiwiteit waar 'n besigheid begin word deur mense wat konstant kyk na nuwe geleenthede en risiko's neem om nuwe besighede te begin. In hierdie onderwerp gaan ons leer oor hoekom sommige entrepreneurs verkies om 'n bestaande besigheid te koop, eerder as om self 'n nuwe een te begin.

Eenheid 7.1 Waarom entrepreneurs kan besluit om 'n bestaande besigheid te koop

Wanneer 'n entrepreneur 'n nuwe besigheid wil begin, moet verskeie opsies oorweeg word. Een opsie is om 'n bestaande besigheid koop.

Byvoorbeeld, as 'n entrepreneur 'n motorfiets herstelwinkel wil open, moet hy/sy rondkyk om te sien of daar enige bestaande besighede is, wat te koop is. Die entrepreneur en die eienaar kan dan ooreenkoms of die besigheid met alle bates verkoop gaan word – wat voorraad en klandisiewaarde insluit – en dan ooreenkoms op 'n prys vir die besigheid. Die entrepreneur sal dan eienaarskap oorneem en die besigheid begin bedryf op 'n tyd waarop beide ooreengekom het.



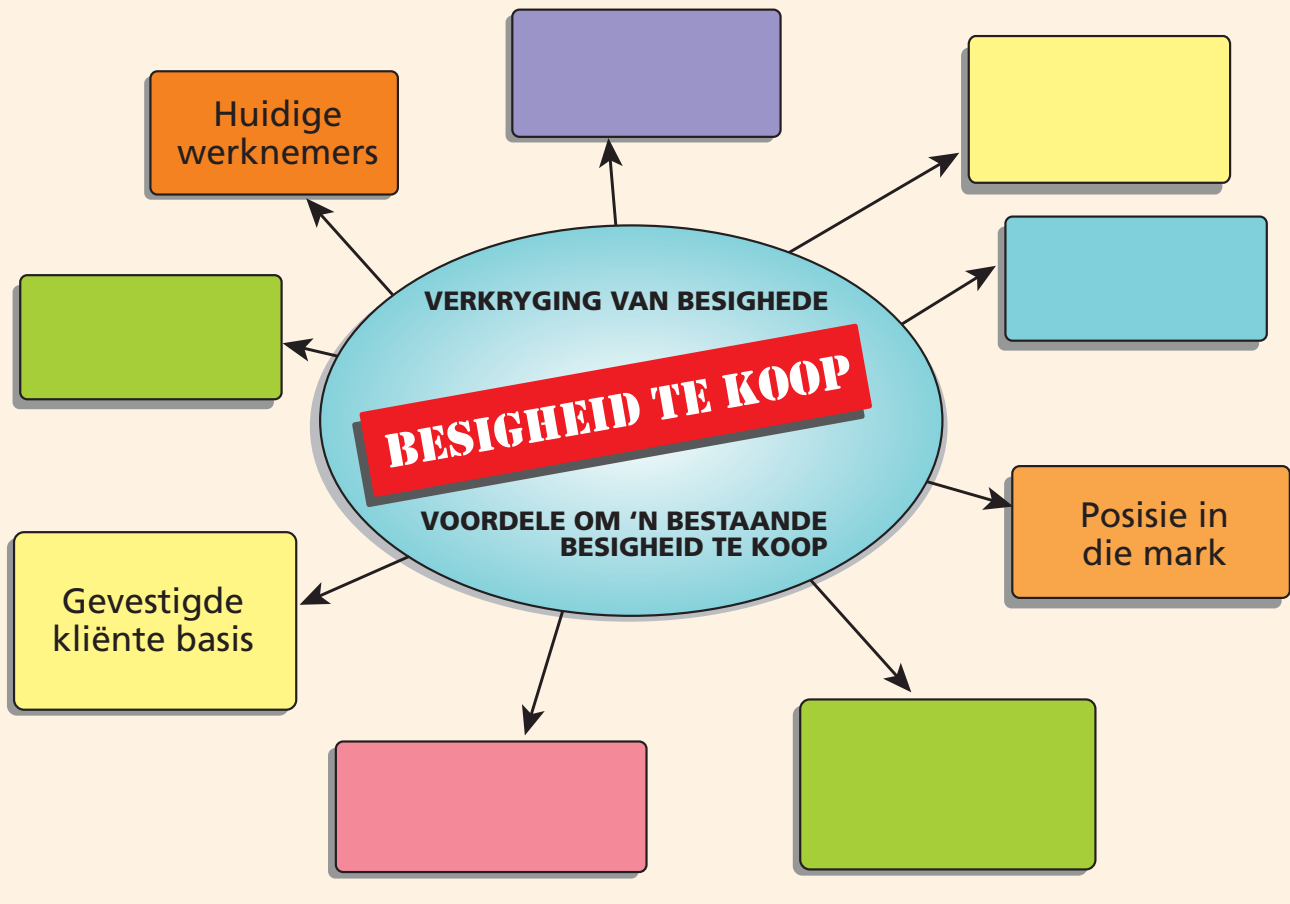
? Het jy geweet

Die nadeel daarvan om 'n bestaande besigheid te koop, is dat die verkoper sekere belangrike tekortkominge en probleme kan verswyg, soos dat daar probleme is met die verskaffingsketting, misdaad in die area, of swak kliëntediens.

Redes om 'n bestaande besigheid te koop	
Gevestigde besigheid	'n Gevestigde besigheid sal nie baie tyd neem om te begin nie aangesien alle vereistes wat nodig is, reeds in plek is.
Gevestigde kliëntebasis	'n Gevestigde besigheid sal reeds oor 'n bestaande kliëntebasis beskik.
Gevestigde naam en reputasie	Wanneer 'n persoon 'n gevestigde besigheid koop, kom dit saam met klandisiewaarde wat gevorm is deur 'n goeie reputasie in die mark. Mense is wesens van gewoontes – as hulle by dieselfde hardewarewinkel vir jare gekoop het, gaan hulle waarskynlik aanhou om daar te koop – selfs al word dit deur 'n nuwe persoon oorgeneem. Dit is 'n goeie idee te vra dat die oordrag van eienaarskap, die maatskappy se foonnommer, webtuiste en geregistreerde naam insluit.
Bekende mark	Marknavorsing was alreeds gedoen deur die bestaande besigheid, die inligting kan dan deur die nuwe eienaar gebruik word vir toekomstige planne.
Mentorskap	Om 'n nuwe besigheid te begin kan oorweldigend wees. As jy 'n bestaande besigheid koop, is die vorige eienaar dikwels bereid om teen 'n bepaalde bedrag aan te bly en as mentor en gids op te tree vir die inkomende eienaar.
Kontantvloei	'n Bestaande besigheid het alreeds kliënte wat sorg dat die kontantvloei voortgaan. In teenstelling hiermee, kan dit lank neem vir 'n nuwe besigheid om 'n positiewe kontantvloei op te lewer. Om 'n bestaande besigheid te koop bied groter sekuriteit van bedryfskapitaal en help die nuwe eienaar om vinniger kontantvloei te verbeter.
Finansiering	Baie bestaande besighede beskik oor drie of meer jare van state wat winste toon, wat dit makliker sal maak om finansiering te bekom by 'n tradisionele bank, regeringsorganisasie of 'n waagkapitalis.
Huidige werknemers	Slegs een uit tien besighede wat van die grond af begin word, maak dit deur hulle tweede bestaansjaar en baie besighede misluk as daar groei is omdat hulle probeer om meer personeel aan te stel. Om opgeleide personeel reeds in plek te hê verseker 'n gladde oorgang en dra by tot die sukses van die besigheid.
Posisie in die mark	As 'n entrepreneur 'n bestaande besigheid koop, kan hy/sy die bestaande posisie in die mark verbeter. Soortgelyk kan die kliëntebasis, marktaandeel en hulpbronne ook verbeter word.

•• | **Aktiwiteit 7.1** Aktiwiteit vir verryking

- 1.1 In sy boek "The E-Myth" geskryf deur Michael Gerber, beweer hy dat 40% van nuwe besighede misluk binne die eerste jaar en 80% binne vyf jaar.
- 1.1.1 Doen navorsing oor nog 'n paar artikels oor die onderwerp "waarom nuwe besighede misluk".
- 1.1.2 Stel 'n kort verslag saam oor jou bevindings van hierdie onderwerp en deel dit met die klas.
- 1.2 Voltooi die breinkaart oor redes waarom 'n bestaande besigheid gekoop moet word.



Eenheid 7.2 Die betekenis, voordele, nadele en kontraktuele implikasies van konsessie-ondernemings, uitkontraktering en verhuring

In die vorige eenheid, het ons uitgevind waarom dit vir 'n entrepreneur soms makliker is om eerder 'n bestaande besigheid te koop, as om 'n nuwe besigheid te begin. As 'n entrepreneur genoeg kapitaal het om te investeer, kan hy/sy oorweeg om een van die volgende opsies uit te oefen:

- Konsessie-onderneming
- Uitkontraktering
- Verhuring.



It's that good.



It's the way you like it.®

A Nuwe woorde

Franchise-gewer is 'n persoon of maatskappy wat die besigheidsmodel besit verwant aan 'n spesifieke handelsmerk

Kom ons kyk na die betekenis, voordele, nadele en kontraktuele impikasies van elkeen.

Konsessies

'n Konsessie is die verkryging van die reg om die naam, idee en proses van 'n bestaande besigheid in 'n spesifieke geografiese area te verkry. 'n Konsessie is 'n ooreenkoms tussen die franchise-gewer en 'n franchise-nemer. Volgens die konsessie-ooreenkoms verkry die franchise-nemer die reg van die **franchise-gewer** om die naam en handelsmerk van die franchise-gewer te gebruik en die franchise-gewer se produkte te verkoop.

'n Konsessie dien as 'n bemarking- en verspreidingsstelsel vir die franchise-gewer. Baie restaurantgroepe in Suid-Afrika soos Debonairs, KFC, Wimpy, Steers en McDonald's word as konsessie-ondernemings bedryf.

Voordele van konsessies

- Sekere vorms van finansiering wat nie aan die publiek beskikbaar is nie, is wel beskikbaar vir franchise-nemers.
- Dit kan goedkoper wees om 'n konsessie te koop, eerder as om 'n eie besigheid te begin.
- 'n Konsessie-onderneming is gebaseer op 'n bewese idee, produk en diens en is reeds uitprobeer en getoets.
- Verminderde langtermyn finansiële risiko.
- Advies aan die bestuur word dikwels ingesluit en daarom is dit nie nodig om 'n besigheidskenner te wees nie. Franchises bied dikwels hulp aan entrepreneurs.
- Gevestigde verskaffers gee grootmaat afslag omdat hulle deel vorm van 'n groter groep.
- Besighede mag 'n gevestigde handelsnaam en geregistreerde handelsmerk gebruik.
- Die stelsel, bedrywighede en diens is goed gevestig.
- Konsessie-ooreenkoms spel duidelik uit hoe die besigheid bedryf moet word, en daarom is daar min ruimte vir kreatiwiteit.
- Daar is gewoonlik beperkinge waarbinne jy die besigheid moet bedryf, die produkte wat verkoop mag word en die verskaffers wat gebruik moet word.
- Franchises het dikwels 'n gevestigde reputasie en beeld, bewese bestuurs- en werks-praktyke, toegang tot nasionale bemarking en deurgaande ondersteuning.
- Franchises bied onafhanklike eienaarskap vir 'n klein besigheid binne die ondersteuning van 'n groot besigheidsnetwerk.
- Jy het nie noodwendig ervaring nodig om 'n franchise te bedryf nie. Franchise-gewers gee normaalweg opleiding en wat dan binne die besigheidsmodel bedryf moet word.
- Die suksesyfer van franchises is hoër as by ander nuwe besighede.
- Die bemarkings- en advertensiekoste word gedeel by franchises en daarom is dit laer as vir nie-franchise besighede.
- Daar is dikwels toegang tot ondersteuning van die hele groep van franchise-nemers en 'n netwerk van kommunikasie asook toegang tot regsadvies.
- 'n Funksionerende franchise is 'n gevestigde besigheid en daarom is die finansiële risiko laer.
- Franchise-nemers en hul personeel ontvang opleiding en ondersteuning van die franchise-gewer.
- Banke is meer geneig om finansiële hulp toe te staan aan 'n gevestigde besigheid.
- Die produk is reeds bekend aan die mark wat dan verkope en 'n goeie opbrengs sal verseker.
- Franchise-nemers trek voordeel van laer kostes, omdat die franchise-gewer gesentraliseerde aankope doen.

Nadele van konsessie-ondernemings

- Om 'n franchise te verkry kan 'n baie groot inisiële kapitaallitleg vereis.
- Soms is dit moeilik om 'n franchise te verkoop of om 'n kontrak te beëindig.
- Die hoë aanvangskoste kan dit moeilik maak om 'n franchise kontrak te bekom.
- Daar is dikwels beperkings in die ooreenkoms ten opsigte van die bedryf van 'n franchise.
- Sommige kreatiewe entrepreneurs kan nie hul idees van hoe om uit te brei of te ontwikkel, uitleef nie.
- Indien die handelsmerk 'n slegte reputasie kry affekteer dit al die ander franchise-nemers.
- 'n Groot gedeelte van die wins word oorbetaal as tantieme en die franchise-gewer hou nie altyd hul beloftes nie.
- Dit is dikwels moeilik om 'n franchise te verkoop en die kontrak te beëindig.
- Franchise-gewers moet **tantieme** betaal van hul deel van die wins aan die franchise-gewer.
- Die aanvangskoste kan baie hoog wees.
- As daar te veel takke in 'n spesifieke area is, oorstrom dit die mark.
- Die bedryf van 'n franchise beperk kreatiwiteit omdat alle franchises op dieselfde wyse bedryf moet word.
- Een franchise wat swak presteer mag dalk die reputasie van alle franchises skade aandoen.

A Nuwe woorde

tantieme betalings gemaak aan die eienaar of die ontwerpers van 'n bate vir die gebruik daarvan. 'n Voorbeeld van tantieme is die deurlopende fooie wat die franchise-nemer aan die franchise-gewer betaal

Kontraktuele implikasies van konsessie-ondernemings

Die volgende aspekte moet ingesluit word in 'n franchise ooreenkoms:

- Beleide wat die hantering van die produk en diens beheer.
- Tantieme en datums waarop dit betaal moet word.
- Die ondernemingsvorm wat die franchise sal gebruik.
- Spesifikasies vir die bedryf, byvoorbeeld die bemarkingstrategie en prysebeleid.
- 'n Klousule wat beëindiging beskryf soos die detail en omstandighede waaronder die partye die wetlike verhouding mag beëindig.

• | Aktiwiteit 7.2

Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

THE FISH & CHIPS CO.

The fish & chips Co. franchise is een van die vinnigste groeiende en mees gewilde kitskos besighede. Oor die jare het The Fish & Chips Co 'n reputasie opgebou dat hulle ruim porsies vis en vars gebakte skyfies teen bekostigbare pryse bedien.



•• | **Aktiwiteit 7.2**

The Fish & Chips Co. franchise bied een van die laagste aanvangskoste aanbiedinge in sy mark, sowel as lae vaste tantieme en vinnige opbrengs op beleggings.

Die franchise-gewer teken 'n konsessie-ooreenkoms wat beleide stipuleer waarvolgens die produk en diens beheer moet word. Die ooreenkoms stipuleer ook die tantieme en die datum van betaling. Die franchise ooreenkoms lys ook die bedryfsesifikasies soos die bemarking strategie en die prysbeleid.

- 1.1 Haal DRIE kontraktuele implikasies van konsessie-ondernemings uit die bostaande scenario aan. (3)
- 1.2 Verduidelik enige TWEE ander kontraktuele implikasies van konsessie-ondernemings. (4)
- 1.3 Brei uit oor die betekenis van konsessie-ondernemings. (4)
- 1.4 Adviseer The Fish & Chips Co oor die impak van konsessie-ondernemings as 'n wyse om 'n besigheid te verkry. (8)

Uitkontraktering

Uitkontraktering is 'n sakepraktyk waar 'n buite maatskappy gehuur word om sekere dienste te verrig wat tradisioneel intern deur die besigheid se eie personeel verrig is.



Maatskappye gebruik uitkontraktering om te besnoei op arbeidskoste, en om oorhoofse kostes te verminder soos uitgawes vir toerusting en tegnologie.

Besighede wat wil afskaal en fokus op hulle kernbedrywighede, kan besluit om van hul minder kritiese bedrywighede, uit te kontrakteeer aan buite organisasies.

Die vergoedingsstrukture van besighede en hul werknemers, en besighede en maatskappye aan wie hulle sommige funksies uitgekondeer het, is gewoonlik verskillend. Dit stel besighede ins taat om werk gedoen te kry teen kleiner bedrae en te besnoei op arbeidskoste.

Voordele van uitkontraktering

- Dit sal kontinuïteit verskaf tydens periodes van hoë werknemersomset.
- Laat besighede toe om te fokus op belangrike besighedsaktiwiteite.
- Bedrywighede, waar koste buite beheer is, kan baat vind by uitkontraktering.
- Personeel buigsamheid is moontlik, omdat die besigheid gebruik kan maak van seisoenale en **sikliese aanbod**, byvoorbeeld wanneer daar slegs op sekere tye ekstra arbeid benodig word.
- Waar uitkontraktering op die perseel gedoen word bring dit mense met 'n sekere vaardighede in die maatskappy in waarmee bestaande personeel kan saamwerk om nuwe vaardighede te kry.
- Dit stel 'n maatskappy in staat om op kostes te besnoei omdat uitkontraktering kan lei tot 'n afname in personeel, vergoeding, beheer en bedryfskoste.

A Nuwe woorde

Sikliese aanbod die aanbod wat op 'n gereelde basis oor 'n periode verander afhangende van die ekonomiese situasie en seisoen

- Verhoogde toegang tot vaardige mense omdat die werk wat uitgekonnekteer is gedoen sal word deur mense met hoë vaardighede, sonder dat die maatskappy hulle in diens moet neem.
- 'n Besigheid het toegang tot hulpbronne en toerusting vir die spesifieke funksie.
- Vaste koste en oorhoofse koste is laer vir die besigheid.

Nadele van uitkontraktering

- Daar is 'n verlies van bestuursbeheer oor die taak wat die personeel mag affekteer en tot frustrasie kan lei.
- Daar mag 'n gebrek wees aan persoonlike aandag aan die gehalte, omdat die besigheid nie persoonlik betrokke is in die uitvoering van die funksie nie.
- Daar is dikwels verskuilde kostes in uitkontraktering.
- Die besigheid maak staat op die maatskappy aan wie uitgekonnekteer is, om goedere en dienste te lewer. Indien 'n verskaffer nie lewer nie, kan dit lei tot verlies of ontevrede personeel, kliënte asook finansiële verlies en frustrasie.
- Daar kan 'n risiko wees van konfidensialiteit as inligting gegee word aan 'n ander maatskappy wat die uitgekonnekteerde funksie verrig.
- Dit is meer kompleks om beheer uit te oefen oor uitgekonnekteerde produkte.
- Die uitkontrakterings maatskappy sal waarskynlik die voorwaardes van die kontrak wil dikteer – wat tot jou nadeel kan wees – as jy desperaat is om die diens te bekom – wanneer die onderhandelinge begin.
- Dit kan riskant wees om inligting te deel met die uitkontrakterings maatskappy oor jou betaalstaat, mediese rekords of enige ander konfidensiële inligting.
- 'n Uitkontrakterings maatskappy kan dalk bankrot gaan wat die besigheid ernstig kan affekteer.
- As slegs dele van die besigheid se bedrywighede uitgekonnekteer is, kan die huidige personeel bedreig voel en die moraal van die personeel kan skade lei.

Kontraktuele verpligtinge

Daar is verskeie verantwoordelikhede en kontraktuele implikasies rakende die uitkontrakteringsooreenkomst. Dit is die verantwoordelikheid van die besigheid wat funksies uitkontraktrakteer om aan die uitkontrakteerder 'n fooi te betaal, soos wat hulle ooreengekom het. In ruil, is dit die verantwoordelikheid van die voorsiener van die uitkontraktering om diens te lewer soos wat ooreengekom is. Sommige detail wat in die uitkontrakterings kontrak aangespreek moet word is:

- Die verantwoordelikhede en regte van beide partye.
- Die lengte en duur van die kontrak
- 'n Geheimhoudingsklousule vir die beskerming van vertroulike inligting.

•• | Aktiwiteit 7.3

- 1.1 Brei uit oor die betekenis van uitkontraktering. (4)
- 1.2 Bespreek die impak van uitkontraktering op die besigheid. (8)



Verduideliking van
Uitkontraktering



[https://www.youtube.com/
watch?v=7qeehDLYa8g](https://www.youtube.com/watch?v=7qeehDLYa8g)

A Nuwe woorde

Huurder 'n persoon wat die eiendom of grond huur by die verhuurder. Die huurder staan ook bekend as 'n pagter

Verhuurder iemand wat toelaat dat iemand ander sy eiendom huur. Die verhuurder is die eienaar van 'n bate wat verhuur word onder sekere voorwaardes aan die huurder

Verhuring

'n Huurkontrak spel die voorwaardes uit waaronder die een party instem om goedere te huur, soos toerusting en tegnologie, wat deur die ander party besit word. Dit laat die gebruiker (**huurder**) toe om gebruik te maak van die bate en gee 'n waarborg aan die eienaar (die **verhuurder**) dat gereelde paaielemente vir 'n sekere periode in ruil gegee sal word.

Voordele van verhuring

- Daar is geen groot finansiële uitleg nie, omdat die koste oor 'n aantal maande of jare versprei word.
- Die verhuurder staan normaalweg in vir die instandhouding en vervanging van beskadigde dele of toerusting.
- Die bate kan teruggegee word aan die verhuurder indien dit nie langer benodig word nie.
- Daar is belastingvoordele, omdat huurpaaielemente gereken word as bedryfskoste, wat belasting-aftrekbaar is. Dit maak begrotings, beplanning en administratiewe praktyke makliker en voorsien beter beheer oor kontantvloei.
- Dit is maklik om 'n beter of nuwer weergawe van die produk te bekom, sonder 'n kapitaaluitleg.
- Huurkoste is belasting-aftrekbaar.
- Dit is makliker om finansiering te kry vir 'n huurkontrak eerder as om die bate ten duurste te koop.
- Die bate word slegs gebruik totdat dit nie meer benodig word nie, of tot aan die einde van die huurtermyn.
- Die verhuurder is normaalweg 'n kenner in sy veld.
- Onderhoud word gedoen op 'n gereelde basis en moet gestipuleer word in die kontrak.
- Daar is altyd tegniese personeel op bystand wat advies en opleiding verskaf.
- Die reputasie van die maatskappy wat die bate verhuur is op die spel, en daarom sal hulle sorg dat hulle die beste naverkoopdiens lewer.

Nadele van verhuring

- Die huurder word nie outomaties die eienaar van die bate nie.
- Geen toegevoegde belastingvoordele vloei uit huuruitgawes nie.
- Huurpaaielemente geld as uitgawes en nie as paaielemente om die bate te bekom nie.
- Wanneer huurpaaielemente vir 'n eiendom betaal word, baat die besigheid nie by enige toename in die waarde van die eiendom nie.
- Huuruitgawes verminder die netto inkomste van die besigheid.
- Dit mag dalk moeilik wees vir die besigheid om verdere lenings te bekom, omdat verhuring as 'n skuld geag word.
- 'n Huurooreenkoms is 'n komplekse proses, en vereis deurdagte dokumentasie en 'n behoorlike ondersoek van die bate wat gehuur word.
- Die huurder bly normaalweg verantwoordelik vir die onderhoud en behoorlike gebruik van die bate wat gehuur word.
- Die huurder is gebonde aan die kontrak.

Kontraktuele implikasies van verhuring

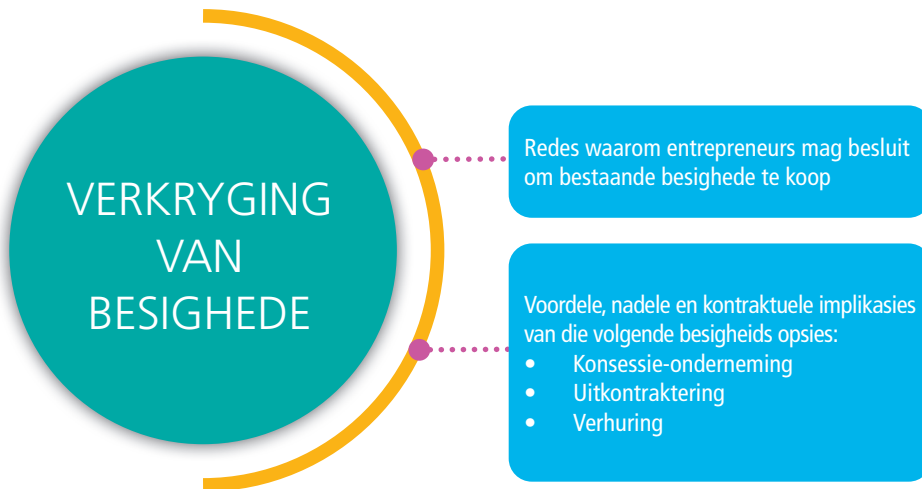
Daar is verskeie verantwoordelikhede en kontraktuele implikasies rakende 'n huurooreenkoms. Die hoof verantwoordelikheid en kontraktuele regte van die huurder is:

- Die reg om die bate in besit te neem, byvoorbeeld, 'n eiendom.
- Die reg om die bate te gebruik, byvoorbeeld 'n afleweringvoertuig.
- Die verantwoordelikheid om die bate in 'n goeie toestand of kondisie te hou.

- Die verantwoordelikheid om die huurpaaielemente betyds te betaal.
- Geen veranderinge of aanpassings aan te bring sonder die toestemming van die verhuurder nie.
- As 'n bate verseker moet word, moet dit so in die huur ooreenkoms gestipuleer word.

Breinkaart: Onderwerp 7 – Verkryging van besighede

Gebruik die breinkaart om die inhoud wat in die onderwerp behandel is, op te som. Maak seker dat jy die inhoud onder elke relevante opskrif leer.



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Konsolidasie

Vraag 1 Korter tipe vrae

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

MAZELLA EIENDOMME (ME)

MAZELLA EIENDOMME (ME) besit eiendomme dwarsdeur die land. Besighede gaan kontrakte aan met ME en betaal hulle elke maand vir die gebruik van die eiendomme vir 'n gespesifiseerde tydperk.

- 1.1.1 Identifiseer die verkryging van 'n besigheid wat gebruik word deur ME. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)
- 1.1.2 Verduidelik die voordele van die verkryging van 'n besigheid soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1. (6)
- 1.2 Bespreek die nadele van uitkontraktering as verkryging van 'n besigheid. (6)

Vraag 2 Opsteltipe vraag

Entrepreneurs wat hul eie besighede begin het, misluk soms om die besigheid volhoubaar te bedryf. Sommige entrepreneurs verkies om eerder 'n bestaande besigheid te koop, waar hulle dan ook kontrakte teken, afhangende van die tipe verkryging van 'n besigheid wat hulle sou verkies om te koop. Konsessie-ondernemings en verhuring is ander moontlike geleenthede wat beskikbaar is vir oorweging deur entrepreneurs. Voornemende besigheidseienaars moet ook bewus wees van die kontraktuele implikasies van elke verkryging van 'n besigheid.

Skrif 'n opstel oor verkryging van besighede en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die voordele van konsessie-ondernemings.
- Verduidelik VIER redes waarom 'n bestaande besigheid gekoop word.
- Bespreek die nadele van verhuring.
- Adviseer besighede oor die kontraktuele implikasies van verhuring. (40)

Vraag 3 Verrykingsaktiwiteit

- 3.1 Doen navorsing oor die lewensvatbaarheid en voordele van konsessie-ondernemings, uitkontraktering en verhuring.
- 3.2 Stel 'n kort verslag saam oor jou navorsing en deel dit met die klas.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

Hierdie vraestel bestaan uit 2 bladsye

INSTRUKSIES AAN DIE LEERDER EN ONDERWYSER:

- a) Hierdie assesseringstaak moet gedurende klastyd gedoen word onder **gekontroleerde omstandighede** binne die tyd soos aangedui.
- b) Leerders **mag nie** hierdie assesseringstaak huis toe neem, om te voltooi nie.
- c) Leerders mag hul handboeke en/of ander notas gebruik vir die voltooiing van die taak.
- d) Skryf slegs met 'n blou of swart pen.
- e) Jou handskrif moet netjies en **leesbaar** wees.
- f) Verseker dat die skool se naam, graad, tipe assesering en datum op die omslag van die assesseringstaak verskyn.
- g) Maak seker dat jy al die vrae op die assesseringstaak beantwoord.

1.1 Lees die onderstaande gevallestudie en beantwoord die vrae wat volg:

Trendy Handels Vervaardigers produseer gehalte produkte. THV het onlangs Volstruis Leer Verskaffers oorgeneem om die produksie van hoë-gehalte produkte te verhoog en hul naam verander na Trendy Volstruis Vervaardigers. Omdat THV vir OVV oorgeneem het, het die fabriek se bestuurders nie geweet hoe om hul werkers op te lei vir die nuwe bedrywighede nie. Die werknemers van THV het besluit om hierdie saak onder die aandag van hul vakbond te bring. Sommige werknemers het besluit om nie te werk sonder die nodige toesighouding nie.

Die bestuur van Trendy Volstruis Vervaardigers het strategiese response ontwerp vir hul uitdagings deur alle inligting te analiseer en die belanghebbendes wat betrokke is, te identifiseer. Hulle het ook die inligting aangeteken sodat toegang en effektiewe gebruik daarvan maklik is. Trendy Volstruis Vervaardigers het invloedwerwing gedoen met die beheerliggame sodat pryse en beleide beïnvloed kan word.

Tom, die fabrieksbestuurder van THV het Jane, een van die werknemers versoek om 'n intieme verhouding met hom te hê in ruil vir 'n bevordering. Sommige van THV se werknemers kan nie beskostig om hul families te onderhou nie, omdat hulle lae salarisse verdien. Daar is ook ander wat nie kan lees en skryf nie. Trendy Volstruis Vervaardigers wil hulle besigheid omskep in 'n publieke maatskappy.

MM Momberg 10 Julie 2021

- 1.1.1** Identifiseer TWEE uitdagings van die mikro-omgewing wat Trendy Volstruis Vervaardiger ervaar. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bogenoemde gevallestudie. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

UITDAGINGS VAN DIE MIKRO-OMGEWING	MOTIVERINGS
(a)	
(b)	

(6)

- 1.1.2** Verduidelik hoe Trendy Volstruis Vervaardigers die uitdagings wat in vraag 1.1.1 geïdentifiseer is, kan hanteer. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.2 te antwoord.

UITDAGINGS VAN DIE MIKRO-OMGEWING	AANBEVELINGS
(a)	
(b)	

(4)

1.2 Bespreek die rol van vakbonde. (6)

1.3 Identifiseer TWEE maniere waarop Trendy Volstruis Vervaardigers kan aanpas by uitdagings van die besigheidsomgewing uit die bostaande gevallestudie.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.3 te antwoord.

AANPASSINGS BY UITDAGINGS VAN DIE BESIGHEIDSOMGEWINGS	MOTIVERINGS
(a)	
(b)	

(6)

1.4 Bespreek enige TWEE tipes invloedwerwing. (6)

1.5 Noem die tipe etiese wangedrag wat Tom gepleeg het. (2)

1.6 Bespreek die negatiewe impak van die tipe etiese wangedrag soos geïdentifiseer in VRAAG 1.5. (6)

1.7 Identifiseer TWEE sosio-ekonomiese kwessies wat Trendy Volstruis Vervaardigers affekteer. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande gevallestudie.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.7 te antwoord.

SOSIO-EKONOMIESE KWESSIES	MOTIVERINGS
(a)	
(b)	

(6)

1.8 Adviseer die bestuur van Trendy Volstruis Vervaardigers oor enige VIER kenmerke van 'n publieke maatskappy. (8)

[TOTAAL = 50 PUNTE]

KONTROLE TOETS

PUNTE: 100

TYD: 1,5 UUR

Instruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit 4 bladsye

Lees die volgende instruksies deeglik voordat die vrae beantwoord word.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoof onderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Antwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Antwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies vir elk van die vrae deeglik en neem kennis van wat vereis word.
- Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat gebruik is in die vraestel. Geen punte sal toegeken word indien antwoorde verkeerde genommer word nie.
- Beantwoord vrae in vol sinne wees, tensy daar ander instruksies gegee word.
- Gebruik die punte toekenning en aard van elke vraag om te bepaal wat die lengte en diepte van elke antwoord moet wees.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir die punte en tyd toekenning wanneer elke vraag beantwoord moet word.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	20	20 minute
B DRIE direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Antwoord enige TWEE)	2	20	
	3	20	
	4	20	40 minute
C TWEE opstel-tipe vrae KEUSE (Antwoord enige EEN)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		100	90 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag op 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

- Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5).

1.1.1 Nywerheidsaksie is 'n uitdaging in die ... omgewing.

- A mark
- B mikro
- C makro
- D arbeids

- 1.1.2** Fikele se Skoonheidsalon bedryf sake in die ... sektor.
A mikro
B sekondêre
C tersiêre
D primêre
- 1.1.3** Die meerderheid van die aandele in hierdie ondernemingsvorm word besit deur die regering.
A Papsi (Edms) Bpk
B Ritsi SBO Ltd
C Glass Bpk
D Smith en Seun
- 1.1.4** Seth se nuut vrygestelde landbou handboek mag nie gekopieer word sonder die skrywer se toestemming nie. Dit staan bekend as ...
A kopiereg
B smokkel
C patent
D namaaksel
- 1.1.5** Die doel van hierdie onderneming is om diens te lewer, en nie om wins te maak nie.
A Beslote korporasie
B Nie-winsgewende maatskappy
C Koöperasie
D Vennootskap (5 × 2) (10)
- 1.2.** Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die lys hieronder te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) neer.

Sekondêre	wetlike	onbeperke	verkryging	belasting	kapitaal
Alliansie	primêre	kopiereg	patent	beperkte	tantieme

- 1.2.1** 'n ... vind plaas wanneer een besigheid deur 'n ander een gekoop word.
- 1.2.2** Lede van Bundi BK het ... beperktheid vir die skulde van die besigheid.
- 1.2.3** Eiendomsregte van Melco Bpk word beskerm deur die betaling van ...
- 1.2.4** Die ... sektor omskep grondstowwe in nuwe produkte.
- 1.2.5** Aandeelhouders van maatskappye betaal nie ... in hul persoonlike hoedanigheid nie. (5 × 2) (10)
- TOTAAL AFDELING A** [20]

AFDELING B

Beantwoord enige TWEE vrae in hierdie afdeling.

VRAAG 2 BESIGHEIDSOMGEWINGS

- 2.1** Noem DRIE komponente van die markomgewing. (3)
- 2.2** Lees die onderstaande scenario en antwoord dan die vrae wat volg.

BAVI VERVAARDIGERS (BV)

BAVI Vervaardigers is bekend vir die vervaardiging van gehalte produkte. Die bestuur van BV het genoem dat die besigheid 'n afname in wins ervaar as gevolg van die hoë koers van afwesigheid onder die personeel. Banke het die rentekoerse verhoog wat dit vir BV moeilik maak om geld te leen. BV koop hulle grondstowwe by Van Wyk verskaffers wat laat is met aflewings.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAE 2.2.1 tot 2.2.3 te antwoord.

UITDAGINGS 2.2.1	BESIGHEIDSOMGEWINGS 2.2.2	MATE VAN BEHEER 2.2.3
1.		
2.		
3.		

2.2.1 Haal DRIE uitdaging aan wat BV ervaar in die bostaande scenario. (3)

2.2.2 Klassifiseer die uitdagings volgens die DRIE besigheidsomgewings. (3)

2.2.3 Stel die mate van beheer wat BV het oor ELKEEN van die besigheidsomgewings soos genoem in VRAAG 2.2.2. (3)

2.3 Verduidelik die redes waarom besighede invloedwerwing doen. (4)

2.4 Adviseer besighede oor hoe strategiese response gebruik kan word om aan te pas by die uitdagings van die besigheidsomgewings. (4)

[20]

VRAAG 3 BESIGHEIDSGELEENTHEDE

3.1 Noem enige DRIE aspekte wat ingesluit moet word in 'n prospektus. (3)

3.2 Beskryf kortliks die vereistes wat aan die naam van 'n maatskappy gestel word. (4)

3.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

JASEM PROKUREURS (JP)

Jane, Stacey en Emily is regsgeradueerdes. Hulle wil 'n regsfirma begin waar die lede gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik is vir die skulde van die besigheid. Die onderneming sal genoem word Jasem Prokureurs.

3.3.1 Identifiseer die ondernemingsvorm wat JP verteenwoordig. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)

3.3.2 Verduidelik die verskil tussen die ondernemingsvorm wat geïdentifiseer is in VRAAG 3.3.1 en 'n privaat maatskappy. (4)

3.4 Adviseer die besigheid oor die eienskappe van 'n vennootskap. (6)

[20]

VRAAG 4 ALGEMEEN

BESIGHEIDSOMGEWINGS

4.1 Definieer die betekenis van vakbonde. (2)

4.2 Identifiseer die uitdagings van die makro-omgewing wat Jimmy Handelaars affekteer in elkeen van die onderstaande stellings:

4.2.1 Verbruikersbesteding het afgeneem as gevolg van die besnoeiing op salarisse wat veroorsaak is deur die COVID-19 regulasies. (2)

4.2.2 Verbruikers vat kanses met die Wet op Verbruikersbeskerming. (2)

4.3 Verduidelik die funksie van vakbonde. (2)

BESIGHEIDSGELEENTHEDE

4.4 Identifiseer die ondernemingsvorm in elkeen van die onderstaande stellings.

4.4.1 Melco Bakkerye is persoonlik verantwoordelik vir alle skulde en verliese van die besigheid. (2)

4.4.2 Tido Beperk het addisionele kapitaal bekom deur 'n sekondêre aanbod aan die gemeenskap te maak. (2)

4.5 Adviseer Tido Beperk oor die voordele van die ondernemingsvorm soos geïdentifiseer in VRAAG 4.4.2. (6)

[20]

TOTAAL AFDELING B

[40]

AFDELING C

VRAAG 5 BESIGHEIDSOMGEWINGS: Sosio-ekonomiese kwessies

Sosio-ekonomiese kwessies bring baie uitdagings vir besighede veral wat betref inkomste, bevolkingsgroei en onbesikbaarheid van natuurlike hulpbronne. Etiese wangedrag bring ook uitdagings vir besighede omdat dit deur werknemers in die werkplek gepleeg word. Besighede moet maniere vind om rowery, as een van die sosio-ekonomiese kwessies te hanteer.

Skryf 'n opstel oor sosio-ekonomiese kwessies en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van sosio-ekonomiese kwessies.
- Verduidelik die negatiewe impak van die volgende sosio-ekonomiese kwessies.
 - Inkomste en bevolkingsgroei
 - Gebrek aan vaardighede
- Bespreek DRIE tipes etiese wangedrag.
- Adviseer besighede oor die oplossing om rowery te hanteer.

[40]

VRAAG 6 BESIGHEIDSGELEENTHEDE: Verkryging van 'n besigheid

Daar is verskillende wyses van die verkryging van 'n besigheid beskikbaar vir nuwe entrepreneurs. Sommige mag besluit om 'n bestaande besigheid te koop. Ander verkies weer om bates en toerusting te bekom deur verhuring. Bestaande besighede verkies om sommige van hul dienste wat nie dikwels gebruik word nie, uit te kontrakteer. Franchise besighede is 'n ander alternatief vir uitkontraktering as mense 'n besigheid wil besit.

Skryf 'n opstel oor die verkryging van 'n besigheid en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die redes waarom entrepreneurs 'n bestaande besigheid sal koop.
- Verduidelik die voordele en nadele van verhuring
- Bespreek die kontraktuele implikasies van uitkontraktering.
- Adviseer besighede oor die voordele van franchising.

[40]

TOTAAL AFDELING C

[40]

GROOTTOTAAL

[100]

8

Kreatiewe denke en probleemoplossing



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 8.1 Kreatiewe denke om besigheidsprobleme op te los
- Eenheid 8.2 Probleemoplossingstegnieke
- Eenheid 8.3 Oplossings vir besigheidsprobleme



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet jy die volgende kan doen:

- ❖ Hersien: Definieer/Brei uit oor die betekenis van kreatiewe denke
- ❖ Differensieer/Onderskei tussen roetine teenoor kreatiewe denke
- ❖ Differensieer/Onderskei tussen konvensionele teenoor nie-konvensionele oplossings
- ❖ Hersien: Beveel maniere aan hoe besighede 'n omgewing kan skep wat kreatiewe denke in die werkplek bevorder
- ❖ Verduidelik die nut/voordele van kreatiewe denke in die werkplek.
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van probleemoplossing
- ❖ Hersien: Verduidelik die betekenis van 'n Delphi Tegniek en Kragveldontleding
- ❖ Pas die Delphi Tegniek en Kragveldontleding toe uit gegewe scenarios/gevallestudies
- ❖ Verduidelik die voordele daarvan om saam met ander te werk om probleme op te los.
- ❖ Voer 'n onderhoud met 'n besigheid om meer uit te vind oor die volgende aspekte:
 - ❖ Skep van oplossings om besigheidsprobleme op te los
 - ❖ Assesseer oplossing teenoor die realiteit van die besigheid.



Kernbegrippe

- **Kreatiewe denke:** die vermoë om te dink aan oorspronklike, verskillende, of nuwe idees wat toegepas kan word in situasies wat oplossings vereis.
- **Roetine denke:** 'n reeks stappe wat gevolg word om dinge op dieselfde manier te doen.
- **Besigheidspraktyk:** enige strategie of aktiwiteit wat deur die besigheid gebruik word om sy operasionele doelwitte te bereik.



Kernbegrippe

- **Probleemoplossingsvaardighede:** vaardighede en vermoëns wat individue gebruik om probleme binne 'n gegewe tydraamwerk op te los.
- **Kragveldanalise:** 'n raamwerk gebaseer op die aanname dat daar kragte vir en teen is wat 'n situasie beïnvloed.
- **Genereer van idees:** 'n kreatiewe proses wat gebruik word om nuwe idees uit te dink en te skep.
- **Nie-konvensionele oplossings:** oplossings wat verkry word deur die gebruik van kreatiewe denke.



A Nuwe woorde

Genereer van idees 'n proses waar verskillende kreatiewe vaardighede soos dinkskrum of breinkaarte toegepas word om nuwe idees te ontwikkel

Inleiding

In Graad 10 het ons geleer van verskeie probleemoplossings tegnieke, wat gebruik kan word om oplossings vir besigheidsprobleme te genereer sodat besigheidspraktyke kan verbeter.

In Graad 11 gaan ons fokus op die toepassing van die Kragveldanalise en die Delphi Tegnieke. Hierdie tegnieke kan toegepassings word om oplossings te kry vir besigheidsprobleme.

Eenheid 8.1 Kreatiewe denke om besigheidsprobleme op te los

Kreatiewe denke

Die betekenis van kreatiewe denke

Kreatiewe denke is wanneer mense in staat is om nuwe en oorspronklike benaderings en idees te kry as oplossings vir uitdagings.

Vir kreatiewe denke is dit vindingryk om kunstige en slim idees te gebruik om iets oorspronklik of nuut te skep.



QR-KODE

Inleiding tot kreatiewe denke en probleemoplossing



<https://m.youtube.com/watch?v=7pekU6Knu24>



QR-KODE

Kreatiewe denke: Hoe om die kolletjies te vermeerder om dit te verbind



<https://www.youtube.com/watch?v=cYhgllTy4yY>

QR-KODE

Roetine denke versus kreatiewe denke



<https://www.youtube.com/watch?v=vqD3jpVas8g>

A Nuwe woorde

Innoverend 'n idee wat omskep word in 'n alledaagse realiteit.

Roetine denke teenoor kreatiewe denke

Roetine denke

- Word geassosieer met LINKER brein funksie waar die fokus val op logiese denke en 'n metodiese manier om dinge te doen.
- Dit is 'n konsekwente, normale manier wat toegepas word in spesifieke situasies.
- As dinge op dieselfde manier gedoen word, sal dieselfde resultate behaal word as in die verlede.
- Geen nuwe idees of denkpatrone word gegenerer nie.

Kreatiewe denke

- Word geassosieer met REGTER brein funksie waar nuwe idees gegenerer word.
- Die fokus val op kreatiwiteit, gebruik van jou verbeelding, insig, kuns en musiek bewustheid, om oplossings te vind vir unieke uitdagings.
- Die proses word gebruik om na vore te kom met nuwe idees om probleme op so 'n manier op te los dat dit ongewoon en anders is van die manier waarop dit voorheen gedoen is.
- Dit lei daartoe dat **innoverende** idees en maniere wat anders is, ondersoek word om dinge sodanig te doen, dat dit lei toe beter resultate.

Konvensionele oplossings teenoor nie-konvensionele oplossings

Konvensionele oplossings

- Daar word geglo dat dit die oplossings is wat almal gebruik.
- Hierdie oplossings is wat amal verwag en word as die normale beskou.
- Hulle fokus op dit wat relevant is tot die situasie.
- Gewoonlik is daar slegs een oplossing vir elke probleem of uitdaging.

Nie-konvensionele oplossings

- Nie-konvensionele oplossings is oplossings wat afwyk van die norm, en nie dit volg wat algemeen gedoen en in geglo word nie.
- Hierdie oplossings is kreatief en uniek en gewoonlik die resultaat van kreatiewe denke.
- Dit word dikwels onderbreek en verander deur beter idees.
- Verskeie oplossings kan aangewend word om probleme en uitdagings op te los.

Maniere waarop besighede 'n omgewing kan skep wat kreatiewe denke in die werkplek bevorder

- Besighede moet die belangrikheid van kreatiewe denke benadruk om te verseker dat alle werknemers weet dat daar na alle idees geluister sal word.
- Inspireer die werknemers om na vore te kom met nuwe idees.
- Beplan gereelde werkswinkels waar dinkskrumssessies gehou kan word om nuwe idees te genereer.
- Verseker dat daar oop kommunikasiekanale is deur die plasing van houters vir voorstelle oral in die besigheid.

- Lei die werknemers op hoe om kreatief te dink, probleme op te los, breinkaarte en laterale denke te gebruik.
- Moedig uitruiling van werk aan binne-in die organisasies, of ander besighede sodat dit kan lei tot kreatiwiteit in die werkplek.
- Moedig mense aan om te soek na alternatiewe maniere om dinge te doen.
- Akkomodeer idees van werknemers en probeer om niemand onbelangrik te laat voel in die werkplek nie.

Die voordele van kreatiewe denke in die werkplek

- Kreatiewe denke sal lei tot verhoogde deelname van werknemers, wat weer sal verseker dat nuwe idees gegenereer word.
- Die besigheid sal 'n mededingende voordeel kry oor ander besighede, omdat unieke strategieë verkry sal word.
- Besighede sal in staat wees om komplekse probleme op te los.
- As bestuur en werknemers bekend gestel word aan baie kreatiewe idees, tyd- en geldbesparing vir die besigheid, sal dit produktiwiteit verhoog.
- Bestuur en werknemers sal meer selfvertroue kry vir die uitvoering van hul take.
- Bestuurders sal geïnspireer word om hul spanne meer effektief te lei.
- Bestuurders en werknemers sal hul kennis op 'n **samewerkernde** wyse toepas om hul take te verrig.
- Die moraal van die werknemers sal verbeter.
- Dit lei tot 'n meer positiewe gesindheid as bestuurders en werknemers voel hulle het bygedra tot die oplossing van probleme.
- Kreatiewe denke sal verseker dat die bestuurders en werknemers op hoogte bly van die nuuste ontwikkelings in tegnologie.
- Bestuurders en werknemers word meer kreatief omdat hulle uitgedaag word om buite hul gemaksones te werk.
- Kreatiwiteit lei tot nuwe uitvindings wat die algemene lewenstandaard sal verhoog.
- Bestuurders en werknemers sal voel dat hulle bygedra het tot probleemoplossing.

A Nuwe woorde

Samewerkend verwys na hoe verskillende mense saamwerk om 'n taak te voltooi

•• | Aktiwiteit 8.1

- 1.1 Definieer die betekenis van kreatiewe denke. (2)
- 1.2 Brei kortliks uit oor die verskille tussen kreatiewe denke en roetine denke. (4)

2.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

LEWIS ONTWERPE (LO)

Die werknemers van Lewis Ontwerpe gebruik kreatiewe denke wanneer hulle die produkte ontwerp. LO maak seker dat hul werknemers se moraal hoog is. Hulle moedig ook die werkers aan om komplekse probleme op te los. Die bestuur weet nie hoe om 'n omgewing te skep wat kreatiewe denke aanmoedig nie.

- 2.1.1 Haal TWEE voordele aan van kreatiewe denke in die werkplek uit die bostaande scenario. (2)
- 2.1.2 Verduidelik ander voordele van kreatiewe denke in die werkplek. (6)
- 2.1.3 Beveel maniere aan waarmee besighede 'n omgewing kan skep wat kreatiewe denke in die werkplek sal bevorder. (8)



Eenheid 8.2 Probleemoplossingstegnieke

Besighede gebruik probleemoplossings as 'n instrument om te bepaal of daar aspekte in die besighedsomgewing is wat moet verander. Dit word gedoen sodat daar beter beheer is oor die besighedsomgewing en om te verseker dat as daar enigiets is wat reg gestel moet word, die oplossings so vining as moontlik gevind en geïmplementeer sal word.

Die Delphi Tegniek en Kragveldontleding is twee tegnieke wat gebruik kan word om komplekse besighedsprobleme op te los.

Die betekenis van probleemoplossing

- Probleemoplossing is die proses waar 'n situasie bestudeer word om maniere te vind om verandering te laat plaasvind.
- Dit sluit in die versameling van feite wat insluit identifisering en omskrywing van die probleem.
- Kreatiewe en logiese vaardighede word aangewend om oplossings te kry vir die probleme wat geïdentifiseer is.
- Alternatiewe oplossings moet gegeneer en geëvalueer word as moontlike antwoorde vir die probleme.
- Probleme kan opgelos word deur individue, groepe of 'n spanlid.

Probleemoplossingstegnieke

Delphi Tegniek

Die Delphi Tegniek word gebruik om nuwe en komplekse probleme op te los. 'n Paneel van kundiges wat mekaar nie persoonlik ontmoet nie, kom na vore met kreatiewe oplossings vir probleme, sonder om lang, uitgerekte groepvergaderings te hou.

Kragveldontleding

Kragveldontleding word gebruik vir besluitneming, veral wanneer **bestuur van verandering** geïmplementeer moet word. Hierdie ontleding sluit die identifisering van die voordele en nadele ten opsigte van 'n besluit oor verandering, in.

Die toepassing van die Delphi Tegniek en die Kragveldontleding

Die toepassing van die Delphi Tegniek

- Besighede moet 'n paneel **kundiges** uitnooi om die klagtes van kliënte te bestudeer.
- Dit is nie nodig vir kundiges om op dieselfde plek te wees nie, en hulle sal individueel gekontrakteer word.
- 'n **Vraelys** wat bestaan uit vrae oor hoe om die gehalte van die produk of diens te verbeter, moet ontwerp word en aan die lede van die paneel kundiges gestuur word.
- Die paneel moet dan individueel reageer deur voorstelle te maak vir die verbetering van die produkte en dit terugstuur na die besigheid.
- Die voorstelle van die kundiges moet opgesom word in 'n terugvoerverslag.

A Nuwe woorde

Bestuur van verandering is 'n proses wat organisasies gebruik om die proses van verandering te fasiliteer en te implementeer deur middel van interne en eksterne prosesse



A Nuwe woorde

Kundiges is mense wat beskik oor baie kennis en vaardighede van 'n spesifieke area/veld

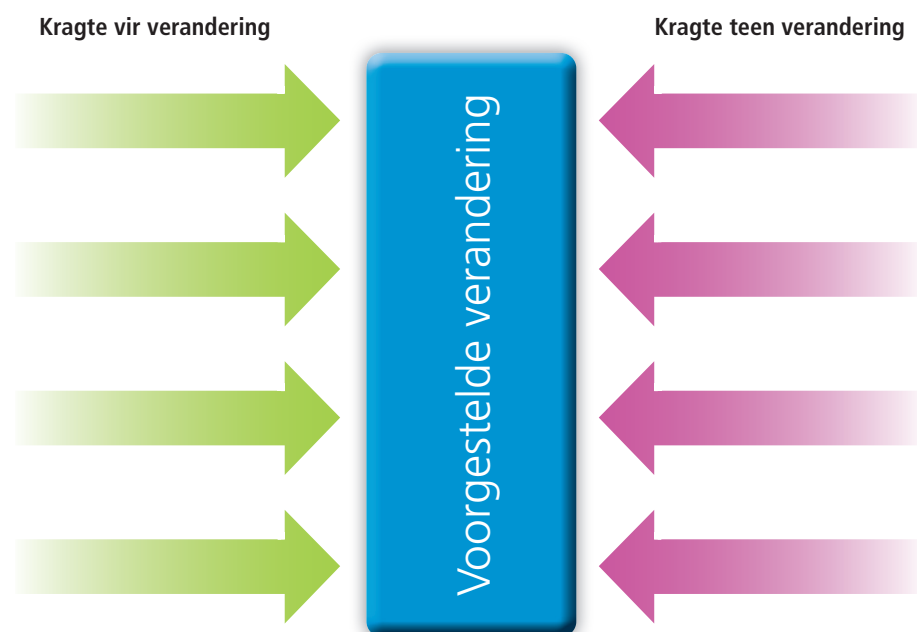
Vraelys verwys na 'n instrument wat bestaan uit 'n reeks vrae en antwoorde wat gebruik word vir navorsingsdoeleindes

- Die terugvoerverslag, asook 'n tweede vraelys met vrae gebaseer op die terugvoerverslag, word dan aan die lede van die paneel gestuur.
- Die lede van die paneel word versoek om, nadat hulle die resultate en dokumentasie bestudeer het, verdere insette of idees te gee om die produk of diens te verbeter.
- 'n Derde vraelys gebaseer op die terugvoer van die tweede rondte, word dan aan die paneel kundiges gestuur.
- 'n Finale opsomming of terugvoerverslag met al die metodes oor hoe om produk of diens te verbeter, word dan voorberei.
- Nadat konsensus bereik is, word die beste oplossing gekies.



Die toepassing van die Kragveldontleding

- Die huidige situasie of probleem, asook die situasie wat verlang word, word beskryf.
- Identifiseer wat gaan gebeur as daar geen aksie geneem gaan word nie.
- Lys nou al die dryfkragte en al die remkragte teen die moontlike verandering
- Die belangrikste remkragte en hoe sterk dit is, moet bespreek word.
- Die belangrikste dryfkragte en hoe sterk dit is, moet bespreek word.
- 'n Numeriese telling moet nou aan elke krag toegeken word, waar 1 die swakste en 5 die sterkste verteenwoordig.
- Die positiewe en negatiewe word geëvalueer voordat daar besluit word of die projek lewensvatbaar is.
- Kies die krag met die hoogste telling as die oplossing vir die probleem.
- Die remkragte moet ontleed word om die beste manier te vind om dit te hanteer.
- Identifiseer prioriteite en ontwikkel 'n plan van aksie.



•• | Aktiwiteit 8.2

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

MPHO MATTE (MM)

Mpho matte wil die gehalte van hul matte verbeter. Hulle het 'n paneel kundiges versoek om vraelyste te voltooi oor hoe om die gehalte van hul matte te verbeter.

- 1.1.1 Noem die probleemoplossings tegniek wat MM gebruik het. (2)
- 1.1.2 Adviseer besighede oor hoe om die probleemoplossings tegniek soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1 toe te pas. (6)

•• | Aktiwiteit 8.2

Voltooi die woordsoek aktiwiteit hieronder.

WOORDSOEK AKTIWITEIT

I	O	R	E	K	N	S	D	O	V	K	P	O	V	I	A	R	P	R	M	L	F	L	E	V	T	E
K	U	O	M	N	E	L	A	V	N	R	R	E	E	N	S	O	K	D	M	N	N	B	I	K	A	N
P	R	E	E	P	R	N	K	G	R	E	D	E	I	H	E	K	P	B	I	M	S	N	G	T	E	I
B	G	T	F	R	P	D	S	N	T	A	E	E	O	G	B	E	G	P	I	E	E	L	P	I	I	G
E	G	I	D	N	U	K	E	R	O	T	K	A	F	M	E	R	L	T	B	N	R	K	E	K	N	O
E	S	N	E	S	E	N	A	S	K	I	O	M	M	O	N	K	N	O	R	T	E	E	I	E	Y	K
I	A	E	I	A	E	L	D	E	O	E	D	O	K	I	A	O	U	A	A	I	A	E	G	S	T	E
D	E	D	E	S	E	I	K	N	S	W	E	R	S	E	P	E	P	N	O	K	E	I	U	E	S	R
K	U	E	I	E	S	K	N	N	R	E	I	L	Y	R	E	T	L	D	S	O	E	N	E	E	I	I
I	S	N	O	E	I	O	N	G	M	D	Y	N	I	F	K	V	P	L	E	R	I	E	G	S	E	K
E	K	K	K	A	L	A	L	N	O	E	R	R	U	L	K	-	P	A	F	O	S	E	S	O	S	W
G	L	E	E	S	A	T	R	P	O	N	K	S	T	D	E	R	I	I	F	I	O	I	N	R	O	N
N	O	E	E	O	N	P	K	I	O	K	T	T	L	T	O	S	A	D	T	N	S	N	O	L	G	-
I	E	S	E	D	A	V	O	N	I	E	N	S	V	B	E	S	E	G	D	P	V	V	R	R	D	A
N	E	L	N	O	D	I	O	O	F	G	L	N	L	S	G	F	K	E	T	R	G	T	D	I	S	G
E	A	N	S	P	L	O	D	E	O	D	N	E	I	N	T	L	G	R	-	E	V	L	R	A	I	E
D	S	N	I	D	E	L	P	H	I	T	E	G	N	I	E	K	P	K	A	D	S	A	D	S	O	R
E	P	N	L	K	V	O	R	P	L	M	R	N	N	O	-	R	F	S	R	N	K	E	R	F	I	T
K	I	S	T	I	G	R	E	E	O	O	E	E	S	N	I	E	L	T	K	O	R	F	A	K	N	L
S	D	F	E	A	A	E	R	P	T	P	K	E	R	I	P	S	A	L	K	R	E	K	S	N	S	E
O	I	I	K	E	R	O	L	E	R	O	I	E	B	E	L	O	R	E	E	F	K	I	E	P	L	O
A	N	D	N	N	K	O	E	O	R	E	E	D	T	S	E	O	P	E	E	P	A	N	A	N	P	E
R	E	S	V	P	S	D	I	L	E	D	S	K	D	D	K	I	E	N	V	N	E	R	E	S	I	N
O	O	Y	O	S	N	O	G	S	E	E	O	E	-	E	A	T	G	L	N	N	O	N	P	E	E	S
R	D	W	I	S	S	T	E	N	A	I	D	L	N	R	O	G	E	K	P	I	O	I	O	G	O	R
S	G	N	I	S	S	O	L	P	O	E	L	E	N	O	I	S	N	E	V	N	O	K	-	E	I	N
K	G	O	N	E	E	U	M	E	K	E	E	E	L	I	E	N	R	A	O	K	B	R	D	V	I	I

Probleemoplossing

Nie-konvensionele oplossings

Remfaktore

Dryfkragte

Konvensionele oplossing

Roetine denke

Kragveldanalise

Delphi tegniek

Kreatiewe denke

2.1 Omkring die bostaande woorde in die blok hierbo. (6)

2.2 Verduidelik die betekenis van die volgende begrippe:

Kreatiewe denke; Probleemoplossing; Konvensionele Oplossings; Delphi-tegniek; Kragveld-analise

(10)

Eenheid 8.3 Oplossings vir besigheidsprobleme

In die besigheidsomgewing moet werknemers met mekaar saamwerk om suksesvolle oplossings te vind vir besigheidsprobleme.

As werknemers met mekaar saamwerk om besigheidsprobleme op te los, bou dit 'n positiewe moraal by werknemers, wat daartoe lei dat almal inkoop as die oplossing geïmplementeer word.



Voordele daarvan om saam met ander te werk om probleme op te los

- Daar is verskillende perspektiewe om te oorweeg, want dit kan moeilik wees om kreatiewe en innoverende oplossings op jou eie te genereer.
- Daar is toegang tot 'n groter hoeveelheid vaardighede, kennis en ervaring as jy die insette van ander oor 'n saak kry.
- Meer idees word **ontsluit** deur ander werknemers se idees wat kan help in die probleemoplossings proses.
- Dit fasiliteer leer by mekaar wanneer kollegas in staat is om dinge aan mekaar te verduidelik, veral as hulle in groepe werk.
- Om saam te werk lei daartoe dat beter resultate aangemoedig word.
- Die werklast van almal verminder, omdat die probleem en hul ervarings gedeel word.

A Nuwe woorde

Ontsluit 'n respons veroorsaak deur 'n spesifieke aksie, respons of geleentheid wanneer mense saamwerk

•• | **Aktiwiteit 8.3**

Besighede moet hul werknemers toelaat om kreatief te dink en saam met mekaar te werk om besighedsprobleme op te los. Die Delphi Tegniek en Kragveldontleding is probleemoplossings tegnieke wat deur besighede gebruik kan word.

Skryf 'n opstel oor die kreatiewe denke en probleemoplossing en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van kreatiewe denke.
- Bespreek die voordele van kreatiewe denke in die werkplek.
- Verduidelik hoe besighede die Delphi Tegniek en Kragveldontleding kan toepas om besighedsprobleme op te los in die besigheid.
- Adviseer besighede oor die voordele daarvan om saam met ander te werk om probleme op te los.

[40]

Breinkaart: Onderwerp 8 – Kreatiewe denke en probleemoplossing

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud wat gedek is, op te som. Maak seker dat jy die relevante inligting onder elke opskrif bestudeer.

Neem kennis

Die breinkaart som die inhoud van hierdie onderwerp op. Dit sal jou help om al die aspekte van die werk te onthou wat jy in detail bestudeer het. Maak seker dat jy die relevante inhoud in elke afdeling bestudeer het.



Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5), byvoorbeeld 1.1.6 D.

- 1.1.1 Oplossing wat kreatief en uniek en nie die normale is wat verwag word nie, word genoem ...
 - A. konvensionele oplossings
 - B. roetine denke
 - C. nie-konvensionele oplossings
 - D. kreatiewe denke

- 1.1.2 Kreatiewe denke in die werkplek beteken om ... om besigheidsprobleme op te los.
 - A. ou maniere te gebruik
 - B. nuwes idees te genereer
 - C. roetine denke te gebruik
 - D. een werknemers toe te laat

- 1.1.3 Hierdie probleemoplossingstechniek weeg die dryfkragte en remkragte op wat verandering sal ondersteun of terughou:
 - A. Delphi Tegniek
 - B. Dinkskrums
 - C. Kragveldontleding
 - D. Kreatiewe denke

- 1.1.4 Kwela Oplossing maak gebruik van die ... wanneer 'n paneel kundiges, wat mekaar nie ontmoet nie, gebruik word om komplekse besigheidsprobleme op te los.
 - A. Probleemoplossing
 - B. Delphi Tegniek
 - C. Kragveldontleding
 - D. Kreatiewe denke

- 1.1.5 Die proses waar 'n situasie bestudeer en strategieë gevind word om verandering teweeg te bring.
 - A. Nie-konvensionele oplossing
 - B. probleemoplossing
 - C. Roetine denke
 - D. Kragveldontleding

5 × 2 (10)

VRAAG 2

2.1 Beskryf kortliks die verskille tussen konvensionele nie nie-konvensionele oplossings . (8)

2.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

CARLO SE BAKKERY (CB)

Die bestuur van Carlo se Bakkery is bekommerd oor die afname in verkope van hul koeke. CB moedig hul bakkery aan om na vore te kom met nuwe resepte vir hul koeke. Hulle gee ook idees oor hoe om die kliënte terug te bring. CB moedig hul werknemers aan om saam te werk om die probleme van die bakkery op te los.

Konsolidasie

- 2.2.1 Haal TWEE maniere aan waarmee Carlo se Bakkerij hul werknemers aanmoedig om saam te werk om die bakkerij se probleme op te los. (2)
- 2.2.2 Verduidelik die voordele daarvan om saam met ander te werk om probleme in die werkplek op te los. (6)
- 2.3 Bespreek die voordele van kreatiewe denke in die werkplek. (6)

VRAAG 3

Baie besighede moet kreatiewe denke gebruik asook probleemoplossings tegnieke soos Kragveldontleding om te reageer op klagtes van hul kliënte. Sommige oplossings vereis die gebruik van roetine denke. Soms is dit nodig om nuwe en innoverende oplossings te gebruik.

Skryf 'n opstel oor kreatiewe denke en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van probleemoplossing.
- Onderskei tussen roetine denke en kreatiewe denke
- Verduidelik die voordele van kreatiewe denke in die werkplek.
- Stel maniere voor waarop besighede die Kragveldontleding kan toepas.



Wenk

Hierdie is 'n voorbeeld van 'n opsteltipe tipe vraag en wys die verskillende maniere waarop die inhoud geassesseer kan word.

(40)



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

9

Stres, krisis en bestuur van verandering



ONDERWERPOORSIG

- Eenheid 9.1 Stres
- Eenheid 9.2 Krisis in die werkplek
- Eenheid 9.3 Bestuur van verandering



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet jy die volgende kan doen:

- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van stres
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik die oorsake van stres in die besigheidsomgewing, byvoorbeeld te groot werklas, te lang werksure, tyddruk en keerdadums of onbevoegde bestuurders.
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik die belangrikheid van die bestuur van stres in die werkplek
- ❖ Maniere waarop werknemers stres in die werkplek kan bestuur
- ❖ Definieer die term krisis en gee tipiese voorbeelde van krisisse in die werkplek
- ❖ Beveel aan/Stel maniere voor hoe besighede krisisse in die werkplek kan hanteer
- ❖ Beskryf kortliks/Noem interne/eksterne oorsake van verandering
- ❖ Brei uit oor John P Kotter se 8 stappe van bestuur van verandering
- ❖ Identifiseer die oorsake van verandering uit scenarios en gevallestudies
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf groot veranderinge wat mense en besighede moet hanteer, byvoorbeeld werkloosheid, aflegging, globalisering en regstellende aksie
- ❖ Stel strategieë voor wat besighede kan gebruik vir globalisering en regstellende aksie
- ❖ Beveel maniere aan waarmee besighede verandering in die werkplek kan hanteer/bestuur.



Kernbegrippe

- **Stres:** word gedefinieer as 'n toestand van geestelike of emosionele druk of spanning as gevolg van nadelige of veeleisende omstandighede.
- **Stresbestuur:** tegnieke of terapieë wat gebruik word om individue te help om hul stres te beheer om sodoende produktiewe lewens te lei.
- **Krisisbestuur:** die proses wat 'n besigheid gebruik om 'n noodsituasie te hanteer.
- **Bestuur van verandering:** die proses wat besighede gebruik om verandering en ontwikkeling in die besigheid te hanteer.
- **Besigheidsverwante krissise:** die proses wat besighede gebruik om onbeplande situasies te hanteer wat voorkom by dag-tot-dag bedrywighede.
- **Teorieë vir die bestuur van verandering:** konsepte, teorieë en metodes wat 'n in-diepte benadering gee oor hoe om verandering in organisasies te benader.



Nuwe woorde

Krisisbestuur die manier waarop individue of organisasies noodgevalle of situasies hanteer

Stres is 'n toestand van geestelike of emosionele druk of spanning wat spruit uit 'n bepaalde situasie of gebeurtenis

Inleiding

In Graad 10 het ons geleer van self-bestuur en het gefokus op die verskillende maniere waarop 'n individu **stres** kan bestuur en aanpas by verandering.

In Graad 11 gaan ons fokus op hoe die besigheid stres, krisis en verandering in die werkplek kan bestuur.

Eenheid 9.1 Stres

Daar is tans baie faktore waarvoor bestuurders en werknemers min of geen beheer het nie. Hierdie faktore varieer en verskil in die wyse waarop dit werknemers affekteer. Dit sal dikwels die manier hoe 'n werknemer in die werkplek voel en situasies hanteer (funksioneer), affekteer en beïnvloed. Dit laat hulle soms oorweldig voel. Besighede moet 'n omgewing skep waar hulle in staat is om 'n balans te vind tussen werk en hul alledaagse lewens, sodat hulle kan aanhou om produktiewe werkers te wees.

Die betekenis van stres in die werkplek

- Stres kan gedefinieer word as 'n geestelike of emosionele toestand wat spruit uit negatiewe of veeleisende omstandighede.
- Die druk waaronder 'n individu geplaas word kan hul vermoë om inligting te onthou, hul aandagspan en effektiwiteit oor die algemeen in die werkplek beïnvloed.
- Stres is die reaksie van 'n persoon se liggaam op enige iets wat meer aksie of werk bo die normale, van die persoon vereis.
- Daar word gewoonlik na 'n werknemer as gestres verwys, as hy/sy nie in staat is om 'n doeltreffende balans te handhaaf tussen die werk wat gedoen moet word, teenoor die hoeveelheid werk wat hy/sy moet doen nie.
- 'n Individu se fisiese en emosionele reaksie op stres mag **aftakelend** wees wat kan lei tot laer produktiwiteits vlakke.
- Die druk wat individue ervaar om die daaglikse eise van die besigheid te hanteer, mag veroorsaak dat hulle gestres is en dat daar hoë vlakke van afwesigheid voorkom.
- Stres kan ook lei tot 'n lae selfbeeld en lae **moraal** van werknemers.



Nuwe woorde

Aftakelend is iets wat uitputtend/dreinerend/vermoeiend is

Moraal die vertroue, entoesiasme en dissipline wat 'n persoon of groep op 'n sekere tydperk het

A Nuwe woorde

Keerdatum is die laatste tyd/ datum waarop voltooide werk ingehandig kan word

Redes vir stres in die besigheidsumgewing

Die hooforsake van stres in die werkplek is die volgende:

- 'n Te groot werkslas, onrealistiese doelwitte en **keerdatums** wat vererger word deur te min tyd.
- Lang werksure sonder voldoende rusperiodes.
- 'n Sisteem van skofte wat nie behoorlik ontwerp en gekoördineer word nie.
- Veranderinge in taakbeskrywing, bestuur of in tegnologie.
- Afhandeling van werk by die huis wat nie by die kantoor gedoen kon word nie.
- Om op hoogte te bly van die nuutste tegnologie.
- Bywoning van baie vergaderings wat tydrowend is en werknemers nie toelaat om hul werk gedurende werksure af te handel nie.
- Eise van die werk wat die werknemers se familie en persoonlike lewe affekteer.
- Onvoldoende opleiding van werknemers.
- Bestuurders wat nie bevoeg en effektief is nie.
- Werkonsekerheid, boelie en teistering.
- Konflik met diegene in die besigheid wat ander oortuigings en waardes het.
- Die aard van interpersoonlike verhoudinge met kollegas.
- Hoe dikwels werksverwante ritte onderneem moet word.
- Gebrek aan deelname in besluitneming.
- Onvoldoende fondse en vakante poste wat nie gevul is nie.
- Ongunstige toestande by die werk.
- 'n Gebrek aan mag en invloed.
- Gebrek aan spanwerk en konflik situasies tussen werknemers.

QR-KODE

Oplissing vir Werkplek Stres



<https://www.youtube.com/watch?v=6OzKD1YWHRI>

Die belangrikheid van die bestuur van stres in die werkplek

- As stres nie effektief bestuur word nie, kan dit onder andere lei tot afwesigheid, swak prestasie deur werknemers, konflik, griewe en klagtes by die werkplek.
- Werknemers wat gestres is sal meer waarskynlik wegbly van die werk af, omdat hulle nie dit nie kan hanteer nie of as gevolg van ernstige gesondheidsprobleme.
- Bestuur van werkplekstres sal afwesigheid minimaliseer en sorg vir produktiwiteit in die werkplek.
- Werkers wat ly aan stres neem dikwels swak besluite en maak oordeelsfoute in tye van krisis, wat kan lei tot onvoorsiene noodsituasies.
- Griewe en klagtes kan lei tot personeelomset wat opgelos kan word deur die regte hantering van stres.
- Konflik en interpersoonlike probleme kan vermy word as stres bestuur word in die werkplek.
- As werknemers wat gestres en moeg is met die publiek werk, kan dit lei tot swak diens en ongelukkige kliënte, wat voorkom kon word deur behoorlike stresbestuur.
- Werknemers wat gestres is, sal meer waarskynlik wil vashou aan die ou maniere waarop dinge gedoen is en weerstand bied teen verandering. Dit kan hanteer word deur behoorlike stresbestuur.
- Konstante stres kan baie probleme veroorsaak vir die besigheid, omdat dit dan 'n ongesonde werksomgewing raak.
- Te veel stres raak 'n hindernis vir sukses en verlaag prestasie van werknemers.

Maniere waarop werknemers stres kan bestuur in die werkplek: bestuur in die werkplek

Stres in die werkplek is 'n algemene verskynsel – veral onder werknemers. Alhoewel hulle nie beheer het oor stressors nie, moet werknemers beseft dat stres bestuur kan word.

'n Paar maniere waarop werknemers stres in die werkplek kan bestuur:

- Wees bewus van wat vereis word, sodat hulle, hul dagtaak kan afhandel.
- Self-bewustheid wat werknemers help om minder te stres.
- Raadpleeg die werkskedule om potensiële stresvolle situasies te identifiseer en veranderinge aan te bring waar moontlik.
- Verseker dat effektiewe tydbestuurstrategieë geoefen word.
- Probeer om konfliktsituasies te vermy met mede-werkers.
- Dit is belangrik om genoeg slaap en rus in te kry om werkstake effektief te verrig.
- Neem gereelde rusperiodes om te ontspan en te herlaai.
- Volg 'n gebalanseerde lewenstyl deur gesond te eet, te oefen en deel te neem aan aktiwiteite wat ontspanning bevorder.



QR-KODE

10 maniere om stres te bestuur by die werk



<https://www.youtube.com/watch?v=SL0lv10SIgc>

• | Aktiwiteit 9.1

VRAAG 1

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

DUFF BAKKERY (DB)

Una, 'n werknemer by Duff Bakkery het die opdrag gekry om drie unieke troukoeke te bak vir 'n belangrike kliënt binne drie ure. Sy werk twee skofte per dag sonder om te rus. Die fabrieksgebou het ook aan die brand geraak terwyl die stowe aan was.

- 1.1.1 Identifiseer TWEE oorsake van stres uit die scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

OORSAKE VAN STRES	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

- 1.1.2 Brei uit oor die betekenis van stres in die werkplek. (4)

- 1.1.3 Verduidelik die belangrikheid van die stresbestuur in die werkplek. (8)

- 1.1.4 Stel maniere voor wat werknemers stres in die werkplek kan bestuur. (8)

A Nuwe woorde

Gebeurlikheid is 'n voorsiening vir 'n moontlike gebeure of omstandighede

Eenheid 9.2 Krisis in die werkplek

Besighede en individue moet daaglik verskeie krisisse en noodsituasies hanteer. Dit is belangrik om te verseker dat **gebeurlikheids-** en risikobestuursplanne in plek is om sulke situasies te hanteer. Dit is belangrik dat alle werknemers bewus is van hierdie planne en weet wat om te doen in die geval van sulke noodsituasies of krisisse.

Die betekenis van krisis

- 'n Krisis is 'n onvoorsiene gebeurtenis wat kan lei tot groot veranderinge in die organisasie.
- Dit verwys na 'n skielike of potensiële reeks ramspoedige gebeurtenisse wat kan voorkom.
- 'n Krisis kan ook 'n tyd van intense moeilike, moeilikhede of gevare wees wat die besigheid moet hanteer.
- Dit mag ook enige situasie wees wat mense by die huis of die werk bedreig.
- Die krisis of onvoorsiene gebeurtenis kan groot veranderinge teweeg bring in die besigheds organisasie.

Voorbeelde van krisisse in die werkplek

- Verlies aan eiendom as gevolg van brand
- Diefstal van bates, toerusting en voorraad
- Masjinerie wat breek
- Kragonderbrekings
- 'n Ongeluk
- Ernstige siekte van werknemers sonder plaasvervanging
- Konflik tussen werknemers
- Tekorte van voorraad
- 'n Onverwagse styging in produksiekoste
- Onvoorsiene daling in inkomste
- Regsgedinge of regstappe teen die besigheid
- Streng keertye
- Natuurrampe, byvoorbeeld aardbewings, vloede, ens.

Wyses waarop besighede krisisse in die werkplek kan hanteer

Besighede moet toepaslik en vinnig reageer om die gevolge van 'n krisis te verminder.



Die besigheid moet oorweeg om die volgende te doen:

- Assesseer en evalueer die aard van die krisis.
- As 'n krisis gebeur moet die department of persone wat geraak word, die situasie op 'n kalm manier hanteer en bepaal wat die aard en oorsaak van die krisis is om sodoende 'n geskikte reaksie daarop te beplan.
- Indien nodig, moet raad van kundiges bekom word.
- Bestuur die erns van die situasie deur onmiddelik daarop te reageer.
- Verseker dat akkurate en korrekte inligting verskaf word wanneer 'n situasie of krisis bestuur moet word.
- Voorsien die nodige opleiding en opleiding aan die werknemers wat geaffekteer word deur die situasie.
- Hanteer die situasie so effektief as moontlik om alle potensiële skade vir die besigheid te minimaliseer.
- Kommunikeer met alle belanghebbendes om te verseker dat hulle behoorlik ingelig is oor die gebeurtenis, die impak daarvan en die aksies wat geneem gaan word.
- Die bestuurspan van die besigheid moet 'n woordvoerder aanstel om alle skakeling met die media te hanteer.
- Ontlontingsessies moet gereël word vir almal wat direk betrokke is by die krisis.
- Implementeer en evalueer die doeltreffendheid van die noodplan gedurende die krisis.
- Indien nodig, hersien en pas die noodplan na die krisis aan.

•• | Aktiwiteit 9.2

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5), byvoorbeeld 1.1.6 D.

1.1.1 1.1.1 Die bestuurder van Troy Supermark het baie take om in 'n beperkte tyd af te handel. Dit veroorsaak ...

- A. krisis
- B. stres
- C. verandering
- D. bestuur van verandering.

1.1.2 'n Brand wat skole in die omgewing verwoes het, het ... veroorsaak vir die department omdat baie leerders nou by die huis bly.

- A. verandering
- B. stres
- C. natuurramp
- D. krisis

1.1.3 Om werknemers se stres te bestuur beteken om ...

- A. nie 'n gebalanseerde gesonde leefstyl te lei nie.
- B. kalm te bly as 'n krisis gebeur.
- C. effektiewe tydbestuurstrategieë te beoefen.
- D. ontlok krisissituasies met mede-werkers.

1.1.4 Een van die oorsake van stres in die werkplek is ...

- A. ontlonting sessies
- B. konsultering met kundiges
- C. evaivering van die besigheid se noodplan.
- D. werkonsekerheid

1.1.5 Een manier waarop 'n besigheid kan reageer op 'n krisis in die werkplek is om ...

- A. konflik te vermy met mede-werkers
- B. konsultering van die werkskedule te doen.
- C. die situasie dadelik en op 'n kalm wyse te bestuur.
- D. genoeg slaap en rus in te kry.

A Nuwe woorde

Bestuur van verandering verwys na modelle en konsepte wat organisasies bestaan met die prosesse van verandering.

Eenheid 9.3 Bestuur van verandering

Verandering is 'n proses wat mense, werknemers en organisasies, van die huidige na 'n verlangde toekoms neem, met behulp van die **bestuur van verandering**. Daar word verwys na dit as 'n nuwe wyse om dinge gedoen te kry. Indien besighede op hoogte wil bly met die nuutste neigings om aan verbruikers se eise te voldoen en internasionaal mededingende te bly, moet die besigheid se tegnologiese vooruitgang deurlopend verbeter word. Daarom is verandering binne-in die besigheidsomgewing onafwendbaar.

Interne en eksterne oorsake van verandering

Interne oorsake van verandering

Interne veranderinge is verandering wat die interne omgewing van die besigheid of organisasie kan beïnvloed. Hierdie veranderinge is:

- Nuwe doelwitte en mikpunte vir die besigheid
- Hoë werknemersomset waar baie nuwe werknemers aansluit by die besigheid
- Nuwe beleide en prosedures wat die besigheid implementeer
- Nuwe bestuur
- Herstrukturering
- Afleggings
- Nuwe toerusting.

Eksterne oorsake van verandering

Eksterne veranderinge kan nie deur die besigheid beheer word nie. Hierdie veranderinge beïnvloed die wyse waarop die besigheid bedryf word. Sodanige veranderinge is:

- Politiese faktore, byvoorbeeld die verandering in regeringsbeleid en internasionale verhoudinge
- Sosiale faktore, byvoorbeeld armoede/werkloosheid/MIV/Vigs ens.
- Wetlike faktore, byvoorbeeld die instelling van nuwe wette
- Ekonomiese faktore, byvoorbeeld 'n styging in rentekoerse
- Tegnologiese faktore, byvoorbeeld verbetering in produksietegnieke en 'n rewolusie van inligting en kommunikasie tegnologie (ICT)
- Markfaktore, byvoorbeeld nuwe ondernemings wat tot die mark toetree met nuwe produkte.

John P Kotter se agt stappe van bestuur van verandering

Die bedoeling van hierdie model wat deur John P kotter ontwikkel is, is om besighede en hul werknemers by te staan om verandering te bestuur en die veranderingsproses in die besigheid te hanteer.

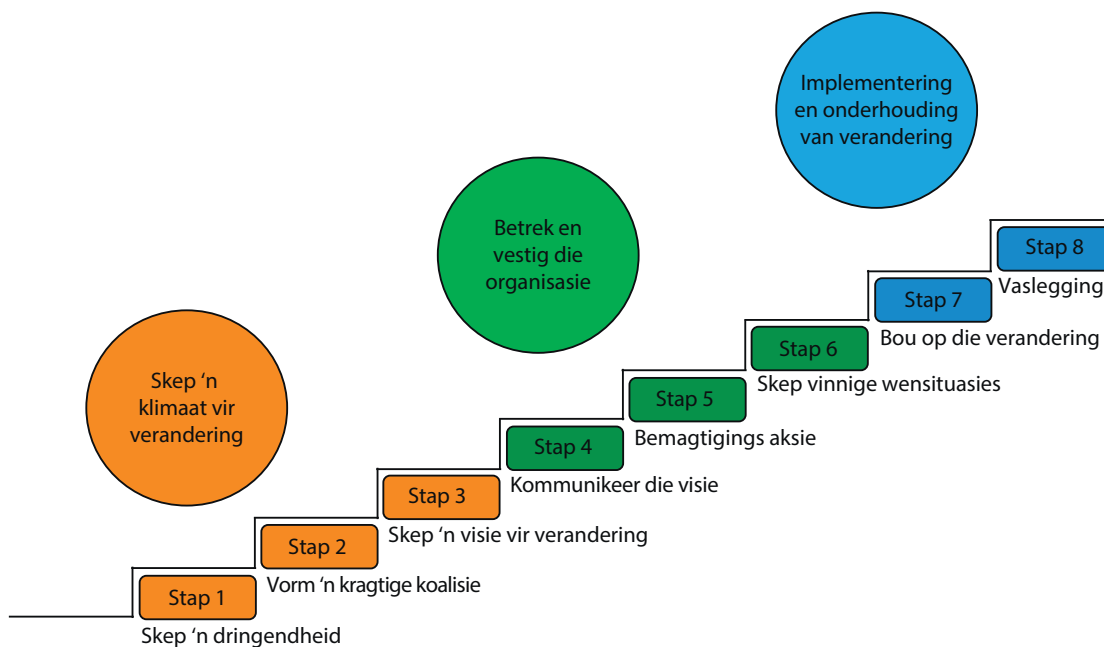
Die stappe word hieronder uiteen gesit:

1. Vestig 'n gevoel van dringendheid onder die werknemers om verandering te hanteer.
2. Vorm 'n kragtige koalisie deur 'n span invloedryke mense byeen te bring om almal te oortuig dat verandering nodig is.
3. Skep 'n duidelike visie en strategie om te besluit watter waardes sentraal is vir die verlangde verandering in die besigheid of organisasie.

4. Kommunikeer en verduidelik die visie en stel 'n voorbeeld van die gedrag wat van die werknemers verwag word.
5. Bemagtig breë-basis aksie deur die identifisering van werknemers wat gekant is teen verandering en help hulle om die noodsaaklikheid van verandering in te sien.
6. Skep korttermynsukses en maak seker dat die besigheid vroeg in die veranderingsproses reeds sukses beleef.
7. Bou op verandering deur die ontleding van die regte dinge wat gedoen is en wat nodig is om te verbeter na elke wen-situasie.
8. Vaslegging van die waarde van verandering en maak nuwe benaderings deel van die besigheid se kultuur.

Verryking

Die Kotter se 8 stappe Veranderings-Model is een van die modelle wat besighede kan gebruik wanneer hulle die proses van veranderingsbestuur wil aanpak in hul organisasie.



Groot veranderinge wat besighede en mense moet hanteer

Werkloosheid

- Dit gebeur wanneer werknemers hul werk verloor as gevolg van bedanking vir 'n beter posisie, afdanking, of die keuse om op te hou werk.
- Veranderinge wat in die besigheid gebeur kan lei tot werkloosheid as gevolg van aflegging of as die besigheid permanent sluit.
- Baie mense wat werkloos is, sukkel om werkloosheid te hanteer en dit mag lei tot siekte en depressie.

Afleggings

- Afleggings kom voor wanneer die besigheid die aantal werknemers in die besigheid of organisasie verminder om koste te besnoei op hul salarisrekening.

- In werklikheid is dit 'n proses wat die werkgewer gebruik om die besigheid se behoeftes te evalueer om sodoende winste te vermeerder met die vermindering van sy aantal werknemers.
- Herstrukturering en ekonomiese verandering kan ook daartoe lei dat mense afgelê word.

Globalisering

- As gevolg van die verkleining van globale markte, kan besighede handel dryf in verskillende lande.
- Dit vereis buigzaamheid sodat daar aangepas kan word by veranderinge wat teweeg gebring word deur globalisering.
- Met die voortdurende verbetering van tegnologiese prosesse, moet nuwe tegnologie gekombineer word om prosesse meer effektief te maak.
- Die besigheid moet seker maak dat hulle produkte en dienste van 'n hoë standaard en gehalte is, wat sal lei tot mededinging tussen besighede.

Regstellende Aksie

- Dit is 'n wetlike vereiste wat aan besighede gestel word om te verseker dat hulle gelyke geleenthede bied aan mense van voorheen benadeelde of aangewese groepe in die werkplek.
- Die mikpunt van die beleid is om te verseker dat verteenwoordiging van vroue, gestremdes en swart Suid-Afrikaners toegepas sal word in die besigheid.
- Dit mag lei tot 'n wrok teenoor mense wat aangestel word volgens hierdie beleid.

Strategieë wat besighede gebruik om globalisering en regstellende aksie te hanteer

Globalisering

- Besighede moet bewus wees van die veranderinge en neigings in hul verwante industrie.
- Hulle moet op hoogte bly met nuwe tegnologie, prosesse en ontwikkeling om te verseker dat hulle 'n mededingende voordeel het.
- Oorsese markte vir die besigheid se produkte moet ondersoek word.
- Besighede moet verseker dat hul produkte voldoen aan internasionale standaarde van gehalte.
- Produkte wat beskikbaar gemaak word vir die verskillende markte moet bruikbaar, opvallend en uniek wees.
- Ondersoek oorsese vervaardigers/materiale/verskaffers ens. om seker te maak dat die besigheid mededingend bly.
- Ontwikkel 'n strategie hoe om kontak te maak met regerings oor die hele wêreld heen.
- Voldoen aan internasionale handelswette om internasionale handel maklik te maak.
- Opgradering van die onderneming se inligtingstegnologie (IT) netwerk sodat aanlyn aankope moonlik is.

Regstellende aksie

- Besighede moet verseker dat hulle op koers is om te voldoen aan die regstellende aksie prosedures en dat alle werknemers bewus is dat dit geïmplementeer word in die besigheid.
- Werknemers moet navorsing doen oor nuwe idees en geleenthede om tred te hou met die nuutste neigings om hul werkplek praktyke te verbeter.

- Alle werknemers moet saamwerk en 'n bewustheid oor hul werk beoefen.
- Vaardigheidsvlakke moet verbeter word sodat personeel wat kwalifiseer, kan aansoek doen vir toekomstige posisies en bevorderings binne-in die besigheid.
- Verskille tussen personeellede moet erken en gerespekteer word, en daar moet klem gelê word op die bereiking van die doelwitte en mikpunte van die besigheid.
- Die moontlikheid van self-indiensnemings geleenthede moet ondersoek word.

Maniere waarop die besigheid verandering kan bestuur in die werkplek

- Besighede moet die verskille herken wat manifesteer wanneer die veranderingsproses begin om die doelwitte en/of mikpunte wat gestel is vir die proses van verandering, te bereik.
- Besighede moet erken dat verandering stres en 'n onewewig tussen werknemers veroorsaak.
- Dit is belangrik vir besighede om werknemers toe te rus met bestuursvaardighede om stres en veranderinge op te los, sodat hulle die verskillende situasies sal kan hanteer.
- Werkgewers moet betrokke raak by werknemers in die proses van veranderingsbestuur om vertroue op te bou.
- Deur raadpleging en kommunikasie met werknemers, wys die bestuur dat hulle deursigtig is en hou hulle die werknemers ingelig oor die verwagte veranderinge.
- Bestuur moet hou by die beplanning en nie daarvan afwyk nie.
- Alle werknemers moet deelneem aan die transformasieproses.
- Verandering kan maklik geïmplementeer word as werknemers goeie interpersoonlike verhoudinge het en mekaar ondersteun met vertroue, respek en empatie.
- Om te verseker dat werknemers 'n mededingende voordeel het vir bevorderings doeleindes, moet hulle lewenslange leer beoefen om sodoende die verlangde vaardighede en kennisbasis te behou.

•• | Aktiviteit 9.3

VRAAG 1

Suksesvolle besighede identifiseer die oorsake van stres in 'n besigheidsomgewing. Hulle is ook daarvan bewus dat die bestuur van stres kan lei tot produktiwiteit in die werkplek. Werknemers moet daarom aangemoedig word om maniere te vind om hul eie stresvlakke daagliks te bestuur. Besighede moet weet hoe om krisis in te werkplek te vermy en te hanteer.

Skryf 'n opstel oor stres en krisis en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die oorsake van stres in 'n besigheidsomgewing.
- Verduidelik die belangrikheid van stresbestuur in die werkplek.
- Bespreek maniere waarop werknemers stres in die werkplek kan bestuur.
- Beveel maniere aan waarop besighede krisis in die werkplek kan hanteer. [40]



QR-KODE

Verandering in die Werkplek
(oorkoming van weerstand teen
verandering in organisasies)



<https://www.youtube.com/watch?v=ibNMEXQwZp0>

Breinkaart: Onderwerp 9 – Stres, krisis en bestuur van verandering

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud wat in hierdie onderwerp behandel is, op te som.

Die breinkaart is 'n opsomming van die inhoud wat in hierdie afdeling geleer word. Hierdie breinkaart sal jou help om al die aspekte te onthou, maar die werk moet in detail geleer word. Maak seker om die relevante inhoud van elke opskrif te leer.



Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Stel enige DRIE oorsake van stres in die besigheidsomgewing. (3)
- 1.2 Beskryf kortliks die belangrikheid van stresbestuur in die werkplek. (6)
- 1.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

DAIMO KLERE (DK)

Daimo Klere (DK) vervaardig verskillende tipes klere. DK het spesifieke afleweringstydskemas waarop sportklere vir 'n sportspan afgelewer moet word. Een van hul masjiene het onverwags opgehou om te werk. Die gebied waar DK geleë is ervaar baie uitdagings met elektrisiteit. DK se werknemers wil nie as 'n span saamwerk nie.

- 1.3.1 Identifiseer DRIE voorbeelde van krisisse in die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (9)

VOORBEELDE VAN KRISSE	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	

- 1.3.2 Adviseer DK oor maniere om krisisse in die werkplek te hanteer. (6)

- 1.4 Verduidelik die volgende groot veranderinge wat mense en besighede moet hanteer:

- 1.4.1 Afleggings (4)
- 1.4.2 Regstellende aksie. (4)

- 1.5 Stel strategieë voor wat die besigheid kan gebruik om globalisering te hanteer. (6)

Neem kennis

Hierdie is 'n voorbeeld van 'n opsteltype vraag wat die verskillende maniere aantoon hoe die inhoud geassesseer kan word.

VRAAG 2

Die veranderende omgewings waarin besighede bedryf word, raak toenemend stresvol. Besighede kan onverwagte krisisse ervaar en hulle moet maniere vind om hierdie noodsituasies te hanteer.

- Skryf 'n opstel oor stres, krisis en bestuur van verandering en gee aandag aan die volgende aspekte:
- Brei uit oor die betekenis van stres en krisis.
 - Verduidelik die belangrikheid van stresbestuur in die werkplek.
 - Bespreek VIER groot verandering wat besighede en mense moet hanteer.
 - Beveel maniere aan hoe besighede krisisse in die werkplek kan hanteer. (40)

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpg-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

10

Die Bemarkingsfunksie



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 10.1 Bemarking
- Eenheid 10.2 Die produkontwikkelingsbeleid
- Eenheid 10.3 Die prysbeleid
- Eenheid 10.4 Die distribusiebeleid
- Eenheid 10.5 Die kommunikasiebeleid
- Eenheid 10.6 Bemarking in die informele sektor
- Eenheid 10.7 Elektroniese bemarking
- Eenheid 10.8 Buitelandse bemarking



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van bemarking
- ❖ Verduidelik die rol van die bemarkingsfunksie
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Bespreek/Verduidelik die volgende bemarkingsaktiwiteite: standaardisering en gradering, opberging, vervoer, finansiering, dra van risiko, koop en verkoop
- ❖ Identifiseer die bogenoemde bemarkingsaktiwiteite uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik/Bespreek die produkte met spesifieke verwysing na tipe produkte, produkontwikkeling, handelsmerke en verpakking
- ❖ Beskryf kortliks/noem/bespreek kategorieë van verbruikersgoedere/produkte
- ❖ Verduidelik/Bespreek die belangrikheid van produkontwikkeling
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Bespreek/Verduidelik die stappe/fases van produkontwerp
- ❖ Noem/Verduidelik/Bespreek die doel van verpakking
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Bespreek/Beskryf/Klassifiseer die tipes/vorme van verpakking
- ❖ Brei uit oor die betekenis van handelsmerke
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf die belangrikheid van handelsmerke vir besighede en verbruikers
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik die vereistes vir 'n goeie handelsmerk
- ❖ Brei uit/Verduidelik die betekenis van prys
- ❖ Bespreek/Verduidelik die belangrikheid van prysbepaling



Leerdoelwitte

- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik/Bespreek die volgende prystegnieke, byvoorbeeld, koste-gebaseerde prys; opslagpryse; kliënt gebaseerde/doelwit gebaseerde pryse; kompetisie gebaseerde pryse; promosiepryse; penetrasiepryse; psigologiese pryse; lok/lokaas pryse en afroompriese
- ❖ Identifiseer die bogenoemde prystegnieke uit gegewe scenarios/stellings
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek faktore wat prysbepaling beïnvloed
- ❖ Identifiseer hierdie faktore uit gegewe scenarios/stellings
- ❖ Definieer/Verduidelik die betekenis van distribusie
- ❖ Beskryf kortliks/Bespreek/Verduidelik die kanale van distribusie
- ❖ Diferensieer/Onderskei tussen direkte en indirekte kanale van distribusie
- ❖ Verduidelik die betekenis van tussengangers
- ❖ Beskryf kortliks die tipes tussengangers
- ❖ Verduidelik die rol van tussengangers in die distribusieproses
- ❖ Illustreer die verskillende distribusiekanale deur middel van sketse
- ❖ Verduidelik kortliks die redes waarom vervaardigers direkte of indirekte distribusiemetodes sal verkies
- ❖ Definieer/Verduidelik die betekenis van 'n bemarkingskommunikasiebeleid
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik/Bespreek/Beskryf die volgende komponente van die bemarkingskommunikasiebeleid: verkoopspromosies; advertering; publisiteit en persoonlike verkope
- ❖ Verduidelik die doel van verkoopspromosies en gee praktiese voorbeelde
- ❖ Verduidelik die doel van advertering en gee voorbeelde van advertensiemediums
- ❖ Brei uit oor die betekenis van publisiteit
- ❖ Gee voorbeelde van publisiteit, byvoorbeeld persverklarings aan die media
- ❖ Bespreek die doeltreffendheid van persoonlike verkope om besigheidsprodukte te bevorder.



Kernbegrippe

- **Bemarking:** aktiwiteite wat 'n onderneming onderneem om die koop en verkoop van 'n produk of diens te bevorder.
- **Produkbeleid:** die eerste komponent van die bemarkingsresep. Dit verduidelik hoe 'n besigheid 'n nuwe produk gaan ontwikkel asook die verpakking van die produk.
- **Distribusie:** hoe die besigheid sy produk tot by die verbruiker neem.
- **Bemarkingskommunikasie:** sluit in hoe produkte of dienste gekommunikeer word aan die teiken-mark.
- **Tegnologie vir bemarking:** dit het die wyse verander hoe die boodskap oorgedra word aan potensiële klante. Internet advertering en sosiale media advertering het die vermoë verhoog om produkte nasionaal en internasionaal bekend te stel teen relatiewe lae koste.
- **Buitelandse bemarking:** invoere en uitvoere het onlangs verhoog wat die omvang van potensiële kopers insluitend internasionale kopers, verhoog het. Besighede moet prosesse en sisteme in plek kry wat in lyn is met internasionale regulasies oor hoe produkte aan buitelandse kopers bemark mag word.



Kernbegrippe

- **Handelsmerk:** 'n naam wat aan 'n produk gegee is deur die vervaardiger van die produk.
- **Teikenmark:** 'n spesifieke groep verbruikers waarop die produk of diens gemik word.
- **Prysbeleid:** verwys na hoe die besigheid die pryse van produkte vasstel gebaseer op koste, vraag en mededinging.
- **Koste:** 'n bedrag wat betaal of spandeer moet word om iets te koop of te verkry.
- **Winsopslag:** die bedrag wat bygevoeg word by die kosprys van goedere om voorsiening te maak vir oorhoofse koste en wins.
- **Substitute:** 'n persoon of objek wat in die plek van iets ander optree/ gebruik kan word.
- **Webtuiste:** 'n stel verwante web-bladsye geleë onder 'n enkele domeinnaam.
- **Wingsgrens:** die gedeelte van die verkoopsprys wat nie gekoppel word aan die insetkoste/oorhoofse koste nie, en bydrae tot die bruto wingsgrens van die besigheid.
- **Penetrasie:** die verkoop van 'n besigheid se produkte in 'n spesifieke mark of gebied.
- **Lokaas:** 'n spesifieke verkooptaktiek wat verbruikers lok met spesifieke stellings oor die gehalte of lae pryse.
- **Afroom:** 'n besigheid vra aanvanklik die hoog moontlike prys wat verbruikers sal betaal en maak dan geleidelik die pryse laer oor 'n tydperk.
- **Monopolistiese mededinging:** in monopolistiese mededinging neem besighede die pryse soos gevra deur sy mededingers.
- **Oligopolie:** 'n toestand van beperkte kompetisie waar die mark verdeel word tussen 'n klein aantal vervaardigers of verkopers.
- **Monopolie:** 'n markstruktuur wat gekenmerk word deur 'n enkele verkoper wat unieke produkte in die mark verkoop.

Inleiding

Die bemarkingsfunksies was in Graad 10 aangebied as een van die agt besighheidsfunksies van 'n organisasie. In Graad 11 gaan 'n gedetailleerde ontleding van bemarking gedoen word in terme van die vier komponente van die bemarkingsresep, insluitend produk, prys, distribusie en kommunikasie.

Eenheid 10.1 Bemarking

Die betekenis van bemarking

Bemarking verwys na aktiwiteite wat 'n besigheid onderneem om die koop of verkoop van produkte of dienste te bevorder. Bemarking sluit in advertering, verkoop en aflewering van produkte by die verbruiker of ander besighede. Die kern van bemarking behels om die produk of diens te neem, die ideale verbruiker te identifiseer, en verbruikers se aandag te trek vir die beskikbare produk of diens.

[Source: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp>; Date accessed; 30 April 2021; Author: Alexandra Twin]

Die rol van die bemarkingsfunksie

Vir besighede om sy doel te bereik naamlik om waarde toe te voeg tot beleggers se belegging, is dit 'n baie belangrike taak van die besigheid om verbruikers op te spoor en hul lojaliteit te behou. Die bemarkingsfunksie staan die besigheid by om hierdie doel te bereik. Dit voeg waarde toe vir die besigheid deur potensiële verbruikers en die produkte/dienste van die besigheid bymekaar uit te bring.

Hier volg die rolle van die bemarkingsfunksie:

- Identifiseer die behoeftes van verbruikers en bepaal wat is die waarde wat hulle plaas om hul behoeftes te bevredig.
- Deel die inligting wat van verbruikers verkry is met die produksiefunksie om te verseker dat die produkte/dienste aan die kliënte se behoeftes sal voldoen.
- Bied die produk/diens van die besigheid deur middel van bemaking aan vir potensiële kliënte.
- Maak voorsiening vir terugvoer vanaf die kliënte oor die besigheid se produk/diens en identifiseer aspekte wat kan verbeter.
- Verfyn die ervaring wat die kliënte ervaar het nadat hy/sy die produk gekry het.



Bemarkingsaktiwiteite

Bemarkingsaktiwiteite verwys na die metodes wat 'n besigheid implementeer om hul markaandeel te vergroot en hul handelsmerk en beeld te verbeter. Bemarkingsaktiwiteite speel 'n belangrike rol in die sukses van 'n besigheid. Effektiewe bemarkingsaktiwiteite verseker dat die handelsmerk en die beeld van die besigheid in die verbruiker se gedagtes bly.



QR-KODE

Bemarkingsaktiwiteite

<https://www.youtube.com/watch?v=GzLYZaB1w18>

Wenk

Jy moet in staat wees om die bemarkingsaktiwiteite te identifiseer uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings.

? Het jy geweet

Gradering word ook vir dienste gedoen. Die Toerisme Graderings Raad van Suid-Afrika (TGRSA) evalueer inrigtings vir akkomodasie en gradeer dit met 1 tot 5 sterre – afhangende van die tipe akkomodasie en die vlak van gemak en gehalte wat dit bied.

Standaardisering en gradering

- Standaardisering verwys na die proses om te verseker dat goedere van dieselfde standaard is in terme van grootte/gewig/kleur.
- Daar moet geen differensiasie tussen die produkte voorkom nie.
- Die gehalte van die finale produkte kan gemeet word teen 'n vooraf-bepaalde standaard, byvoorbeeld alle 55 duim TVs sal almal dieselfde lyk.
- Produkte wat nie vervaardig kan word volgens voorafgestelde standaarde nie, word gegradeer volgens die gehalte van die produk.
- Dit is produkte wat uit die natuur geoes en beskikbaar gemaak word aan die verbruikers, byvoorbeeld vrugte, groente, eiers en mielies.

Opberging

- Die grootskaalse vervaardiging van produkte maak dit noodsaaklik om sulke produkte op te berg.
- Opberging verwys na die aksie om produkte te bêre in 'n fasiliteit vir bewaring/preservering nadat dit vervaardig is.
- Opberging verseker dat daar voldoende produkte is om te voorsien in die vraag na die produkte.
- Dit verseker dat produkte bewaar word om te voorsien in toekomstige vraag.
- Dit oorbrug ook die gaping tussen produksie en verbruik.
- Die opbergingsfasiliteit sal beïnvloed word deur die tipe goedere wat gestoor moet word.



■ 'n Opbergingsfasiliteit

Vervoer

- Verwys na die beweging van produkte van een plek na 'n ander.
- Die grootskaalse produksie van produkte maak dit noodsaaklik dat produkte vervoer moet word na markte oor die hele land.
- Vervoer maak dit moontlik vir sekere produkte om uitgevoer te word na ander lande.
- Dit verseker dat finale produkte die verbruiker bereik wanneer dit benodig word.
- Daar is verskillende maniere van vervoer beskikbaar vir vervaardigers. Dit sluit in pad, see, lug, pyplyn en spoor.



■ Verskillende maniere van vervoer

Finansiering

- Dit verwys na die daad om fondse te verkry om te verseker dat besighede effektief kan funksioneer om die organisasie se doelwitte te bereik.
- Die besigheid benodig fondse van finansiële instellings/beleggers om uit te brei/in bedryf te bly.
- Finansiering met behulp van lenings is beskikbaar en moet terug betaal word met rente oor 'n sekere periode.

- Eie kapitaal is beskikbaar vanaf privaat beleggers in ruil vir 'n persentasie van eienaarskap van die besigheid.
- Persoonlike skuld finansiering verwys na die vermoë van 'n individu om die besighedsaktiwiteite te finansier deur sy kredietkaart/aftreefondse/ huislenings.

Dra van risiko

- Investerings in besighedsgeleenthede is onderworpe aan konstante risiko's, ten spyte voorspellings van positiewe resultate.
- Die eerste risikodraer van die besigheid is die entrepreneur en die aandeelhouers van die besigheid.
- Dra van risiko gee aan besighede die geleentheid om verliese te verminder wat mag voorkom indien 'n besigheid nie suksesvol sy risiko met 'n ander party kan deel nie.
- Versekeringsmaatskappye is bereid om sekere risiko's met die entrepreneur en aandeelhouers te deel.

Koop en verkoop

- Koop en verkoop verwys na die proses waar goedere/dienste verruil word vir geld.
- Dit is 'n integrale deel van enige besighedsaktiwiteit.
- Vervaardigers koop grondstowwe en omskep dit in voltooidde goedere wat dan verkoop word aan verbruikers.
- Verbruikers koop voltooidde produkte vir verbruik.



■ Verbruikers is 'n integrale deel van die koopproses.

🔗 | Aktiwiteit 10.1

VRAAG 1

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

SHAKES TWEDEHANDSE HANDELAARS (STH)

Shakes Tweedehandse Handelaars (STH) koop tweedehandse motors oral in Suid-Afrika. STH gebruik hul trokke om die motors te vervoer na hulle perseel. Die motors word bemark deur verskeie bemarkingsstrategieë te gebruik.

- 1.1.1 Identifiseer die bemarkingsaktiwiteit wat STH gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)
- 1.1.2 Verduidelik DRIE ander bemarkingsaktiwiteite. (9)
- 1.1.3 Adviseer besighede oor die rol van bemarkingsaktiwiteite. (6)

Eenheid 10.2 Produkontwikkelingsbeleid

Produkontwikkeling is 'n belangrike funksie in elke besigheid – dit is 'n deurlopende en dinamiese proses. 'n Suksesvolle besigheid moet egter verbeter op sy huidige produkte asook nuwe produkte ontwikkel om kompetender in die markomgewing te bly. Die meeste groot besighede het 'n verskeidenheid van produkte in die mark en is betrokke in die ontwerp en ontwikkeling van nuwe produkte. 'n Nuwe besigheid moet die vinnigste en mees effektiewe manier kry om nuwe produkte te ontwerp en te ontwikkel. Hierdie produkte moet ontwerp word om te voldoen aan die behoeftes van die doelmark en verbruikers.

Betekenis van produkbeleid

Die produkbeleid is die eerste komponent van die bemarkingsresep. Die produk is die hoofkomponent van die bemarkingsresep, byvoorbeeld as daar geen produk is nie, is daar nie 'n besigheid nie. Hierdie beleid verduidelik hoe die besigheid 'n nuwe produk gaan ontwikkel, ontwerp en verpak. Die produkbeleid hanteer die kenmerke en voorkoms asook voordele van die produk self.

Tipes produkte

Produkte van in twee kategorieë verdeel word, naamlik:

Industriële goedere

Industriële goedere word gebruik in die vervaardigings proses om ander goedere te produseer, byvoorbeeld, motoronderdele, toerusting en masjinerie, ens.

Verbruikersgoedere

Verbruikersgoedere is goedere wat die behoeftes van die verbruiker bevredig.

Kategorieë van verbruikersgoedere/produkte

Geriefsgoedere

- Verbruikers wil nie baie tyd en moeite spandeer aan die koop van geriefsgoedere nie, omdat daar baie klein verskille is in terme van prys, gehalte en die bevrediging wat dit aan verbruikers bied.
- Dit is items met lae pryse wat verbruikers koop sonder om baie daarvoor te dink.

KATEGORIEË VAN VERBRUIKERSGOEDERE/PRODUKTE

- 1 Geriefsgoedere 
- 2 Uitsoekgoedere 
- 3 Spesialiteitsgoedere 
- 4 Ongevraagde goedere 

- Voorbeelde van geriefsgoedere is: brood, melk, gaskoeldrank, ens.

Uitsoekgoedere

- Hierdie goedere is duurder as geriefsgoedere.
- Verbruikers koop hierdie items nie gereeld nie.
- Hulle is bereid om tyd en moeite te spandeer deur na verskillende winkels te gaan om die beste waarde vir hul geld te kry.
- Voorbeelde van uitsoekgoedere is: televisies, motorvoertuie, klere, ens.

Spesialiteitsgoedere

- Hierdie goedere dra gewoonlik spesifieke handelsmerke.
- Verbruikers wees presies wat hulle wil hê en is bereid om te soek totdat hulle kry waarna hulle soek.
- Voorbeelde van spesialiteitsgoedere is: juweliersware, handelsnaam klerasie, ens.

Dienste

- Dienste is nie tasbaar nie.
- Dienste word deur diensverskaffers aan verbruikers gelever.
- Voorbeelde van dienste: tuindiens, ens.

Ongevraagde (onbeplande) goedere

- Verbruikers dink gewoonlik nie aan hierdie goedere nie, totdat hulle dit nodig kry.
- Voorbeelde is: begrafnisdienste, ensiklopedië, brandblussers en naslaanboeke.
- Die aankoop van ongevraagde goedere kan voorkom as gevolg van gevaar of die vrees vir gevaar.

Produkontwikkeling

Belangrikheid van produkontwikkeling

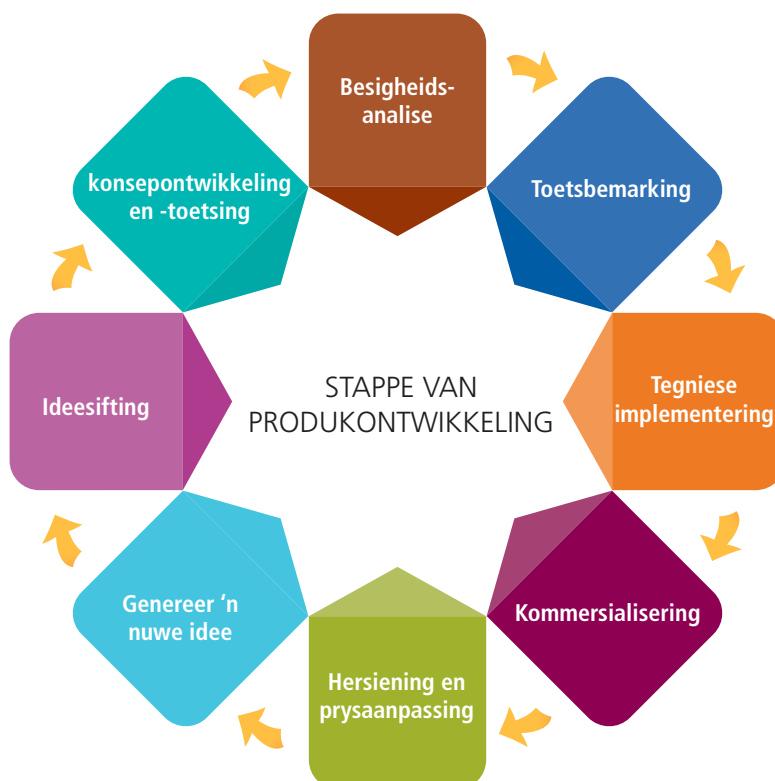
- Produkontwikkeling is 'n proses wat gebruik word om goedere te ontwerp wat sal voorsien in die behoefte van verbruikers.
- As produkontwikkeling nie pas by die behoefte van die teikenmark nie, sal die vraag na die produkte baie klein wees.
- Besighede moet nuwe produkte ontwikkel sodat ouer produkte vervang kan word as die vraag na die produkte afneem.
- Besighede is in staat om mededingend te bly, omdat hulle altyd op soek is na maniere om hul produkte te verbeter.
- Produkte word onderskei van dié van mededingers.

Produkontwerp

Produkontwerp begin met die ontwikkeling van nuwe innoverende idees. Die proses om 'n nuwe produk te ontwerp begin met 'n idee en gaan deur totdat dit geëvalueer word nadat die hele proses afgehandel is. Produkontwerp is gewoonlik die eerste stap van die produklewenssiklus, maar soms moet aanpassings gemaak word as verkope begin afneem aan die einde van die produklewenssiklus.

Stappe van produkontwerp

Produkontwikkeling help besighede om hoë gehalte produkte te vervaardig, wat maksimum tevredenheid aan verbruikers sal gee. Produkontwikkeling help om markte uit te brei vir produkte en dit kan die verdienste uit winste vir besighede verhoog.



Verskillende stappe van produkontwikkeling.

Stappe wat 'n besigheid sal volg in die proses van produkontwikkeling

Genereer 'n nuwe idees

'n Besigheid moet mik om die geleenthede te identifiseer wat nog nie deur mededingers gedoen is nie. Idees vir nuwe produkte kom van:

- 'n behoefte wat geïdentifiseer is
- Die resultaat van 'n SSGB-analise wat uitgevoer is
- Gebruik van kreatiewe denke tegnieke
- Oplos van 'n probleem
- Marknavorsing
- Analisering van neigings in die mark
- Mededingernavorsing
- Werknemers en verbruikers.

Sif en evalueer die idee

Sifting beteken dat die nuwe idee krities geëvalueer word om te sien of daar 'n behoefte in die mark is en of dit werkbaar en winsgewend sal wees vir die besigheid. Die besigheid moet besluit of die produk ontwikkel kan word teen die regte prys met haalbare winsgrense – 'n innoverende idee moet lei na 'n winsgewende produk.

Toets en ontwikkeling van die konsep

Deel van hierdie stap is om te besluit of die vervaardiging van die gekose produk winsgewend binne 'n redelike tyd sal wees. Die produk lewensiklus van sommige produkte is baie kort, daarom moet nuwe produkte winsgewend binne 'n relatiewe kort tydperk wees.

Die mark sal ook getoets word tydens hierdie stap. Besighede moet bepaal wanneer die produk op sy beste is om die nodige voordele te lewer asook hoe om die produk op die mees koste-effektiewe wyse te vervaardig. Moontlike koste, inkomste en wins moet geanaliseer word. Verbruikers se reaksie op die produk moet ook gemeet word.

Besigheidsanalise

Besigheidsanalise van 'n nuwe produk moet metrieke meeteenhede insluit om die sukses van die produk te evalueer. Die winsgewendheid, gelykbreekpunt, verkoopsvolumes en finale verkoopsprys word tydens hierdie stap bepaal.

Toetsbemarking

'n Werklike monster van die produk word in die mark getoets en die response van die toetsbemarking word gebruik om die nodige aanpassings aan die produk te maak.

Tegniese implementering

Gedurende hierdie stap word sisteme en prosesse in die produksiebeplanning en kontroleproses ingebou. Beplanning, skedulering, monitoring en gehaltebeheer word uitgewerk en in plek gestel vir produksie.

Die tegniese implementering behels:

- Gedetailleerde anisering van die produkidees deur middel van 'n proses van navorsing en ontwikkeling.
- Omskepping van die produkidees in sketse en ontwerpe. Hierdie sketse en ontwerpe word gewoonlik gedoen met behulp van rekenaars, omdat rekenaars ontwerpers in staat stel om multi-dimensionele tekeninge en ontwerpe te maak wat sal toon hoe die werklike produk sal lyk.
- Gehaltebeheer.

Kommersialisering

Gedurende kommersialisering word die produk bekendgestel en bemarkings- en advertensie veldtogte word geïmplementeer. Bemarking van die produk moet aanvanklik fokus om inligting aan verbruikers oor die produk te gee, omdat dit steeds die bekendstellingsfase is. Later, as die produk meer bekend raak, kan daar gebruik gemaak word van meer aggresiewe pogings om verbruikers te oorreed om aan te hou om die produk te koop.

Kommersialisering sluit in:

- Vervaardiging van die produk
- Verpakking van die produk
- Distribusie aan winkels.

Hierdie stap vereis baie kapitaal.

Hersiening van die produk en prysaanpassings

Gedurende hierdie stap, moet die nuwe produkontwikkeling siklus hersien word om te kyk of dit effektief is, en die besigheid moet kontroleer of daar enige iets is wat verbeter kan word. Prysbeplanning en vooruitskattings moet ook hersien word indien nodig.

Verpakking van produkte

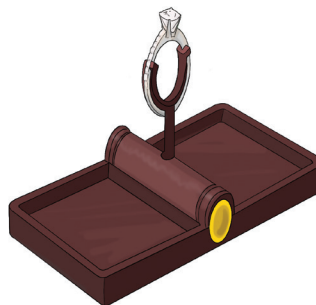
Die doel van verpakking

Die meeste produkte benodig een of ander tipe verpakking, wat kan wissel van 'n kantonhouer tot 'n etiket. Die tipe produk sal bepaal watter tipe verpakking nodig is. Produkte moet beskerm word in verpakking – sommige teen kieme, breekskade, vogtigheid en beskadiging. Byvoorbeeld, eiers word verpak in houers om te verseker dat daar min of geen breekskade gedurende hantering plaasvind nie. Ander produkte word weer sodanig verpak dat dit aandag trek, en dan dien die verpakking as 'n bemarkingsinstrument.

Daar moet op die verpakking inligting oor die produk verskyn wat insluit enige waarskuwings of doseringsvereistes. Die verpakking kan ook die handelsmerk van die produk vertoon. In Suid-Afrika vereis die SABS dat die bestanddele van alle voedselitems op die verpakking vertoon moet word.

Daar word baie aandag gegee aan die ontwerp van ontwerpersklere, parfums en juwele as deel van die bemarking van die produk. Sommige klein produkte word in groter houers verpak om sodoende 'n persepsie te skep dat dit groter is. Byvoorbeeld, 'n simkaart vir 'n selfoon is klein, maar word gewoonlik in 'n veel groter houer verpak. Verpakking word gewoonlik so ontwerp sodat breekbare items veiliger vervoer kan word.

Nadat 'n produk ontwerp en ontwikkel is, moet die besigheid besluit op die beste manier om dit te verpak.



- Verskillende verpakkinge word ontwerp om die beste by die produk te pas

Die doel van verpakking van 'n produk kan gebruik word om:

- Fisiese beskerming van die produk teen enige skade
- Bevorder die bemerking van die produk
- Verhoed dat die produk bederf raak.
- Verhoed dat daar met die produk gepeuter word of dat dit gesteel raak.
- Verbeter gerief vir die gebruik of opberging van 'n produk
- Identifiseer produkte
- Onderskei die produk van mededingers se produkte
- Dra by tot die winsgewendheid van die besigheid deur verkope of gebruik van hulpbronne
- Trek aandag om die waarde van die produk te toon as bemerkingsinstrument.
- Verbind die produk aan die bemerkingstrategie wat gebruik is om die produk te bemark.

Tipe/vorme van verpakking

Verpakking vir onmiddellike gebruik/eenheidsverpakking

- Verpakking moet goedkoop wees, want dit word onmiddelik na gebruik weggegooi.
- Byvoorbeeld, 'n pakkie skyfies, sjokoladestafie omhulsel.

Verpakking vir dubbele gebruik

- Verpakking kan hergebruik word vir ander doeleindes as om die oorspronklike inhoud te stoor.
- Verbruikers word dus herinner aan die spesifieke handelmerk nadat die oorspronklike inhoud opgebruik is.
- Die houer kan gebruik word vir iets anders sodra die inhoud opgebruik is.

Verpakking vir herverkoop

- Handelaars koop produkte by groothandelaars of verskaffers op grootmaat.
- Hulle haal dan die produkte uit en verkoop dit apart in kleiner hoeveelhede.
- Byvoorbeeld, 'n groot houer waarin kleiner houers met waspoeier is.

Kaleidoskopiese/Voortdurend-veranderende verpakking

- Sommige detail van die verpakking verander om 'n belangrike sportgeleentheid/kompetisie te adverteer.
- Die houer of omhulsel verander gedurig.

Spesialiteitsverpakking

- Die verpakking moet by die produk pas.
- Byvoorbeeld: Verpakking van 'n duur selfoon.

Kombinasie verpakking

- Verskeie komplementêre produkte word saam verpak omdat sulke produkte gewoonlik saam gekoop word.
- Byvoorbeeld, Seep en 'n waslap/stortgel en 'n spons/bypassende parfuum en handerom.

Betekenis van handelsmerke

'n Handelsmerk is 'n naam/logo/simbool wat deur die vervaardiger/besigheid gebruik word om produkte/ of die besigheid te onderskei van mededingers se produkte of besighede.

'n Handelsmerk word amptelik geregistreer en word deur die wet teen onregmatige gebruik beskerm. Dit is 'n geregistreerde merk wat die vervaardiger op die produk plaas om sy produkte te onderskei van ander vervaardigers se produkte. Sodra 'n handelsmerk geregistreer is, mag dit slegs gebruik word deur die persoon/besigheid wat dit geregistreer het.

Die belangrikheid van handelsmerke vir die besigheid en verbruikers

Belangrikheid van handelsmerke vir die besigheid

- 'n Handelsmerk vestig 'n identiteit/reputasie vir produkte
- 'n Geregistreerde handelsmerk beskerm besighede teen mededingers wat soortgelyke produkte verkoop.
- 'n Welbekende handelsmerk help om die handelsmerk onmiddelik herkenbaar te maak.
- Daar word 'n mate van beskerming gebied omdat handelsmerkprodukte nagespoor kan word na die vervaardiger daarvan.
- Besighede kan handelsmerke gebruik vir bemarking/advertering van produkte.

Belangrikheid van handelsmerke vir verbruikers

- 'n Handelmerk skep 'n gevoel van sekuriteit en konsekwentheid vir verbruikers.
- Dit bevorder lojaliteit teenoor 'n spesifieke handelsmerk en skep konsekwentheid vir verbruikers.
- Verbruikers sal makliker nuwe produkte aanvaar wat onder 'n welbekende handelsmerk bemark word.
- Handelsmerke verteenwoordig 'n sekere gehaltstandaard en standaardprys vir die verbruiker.

Vereistes van 'n goeie handelsmerk

- 'n Handelmerk moet aantreklik wees vir die verbruiker.
- Die handelsmerk moet by die produk pas.
- Die handelsmerk moet geskik ontwerp word vir die teikenmark.
- Dit moet onderskei kan word van mededingers.
- Dit moet die beeld van die besigheid bevorder.
- Besighede gebruik dit vir uitstalling en daarom moet die geskik wees vir gebruik in uitstallings.
- Dit moet moontlik wees om die produk te verbind aan die bemarkingstrategie.
- Dit moet die naam en kontakbesonderhede van die vervaardiger aandui.

•• | Aktiwiteit 10.2

VRAAG 1

- 1.1 Noem enige VYF stappe in die produkontwikkelings proses. (5)
- 1.2 Bespreek DRIE kategorieë van verbruikersgoedere. (9)
- 1.3 Identifiseer die tipe verpakking in ELKEEN van die volgende stellings.
 - 1.3.1 'n Vervaardiger van graankos verander die verpakking om 'n sportgebeurtenis te akkomodeer.
 - 1.3.2 'n Juwelier gebruik 'n donkerblou fluweel verpakking vir hul diamantringe.
 - 1.3.3 Die vervaardiger voeg 'n paar verskillende water speelgoed saam in hul verpakking vir 'n spesiale someraanbieding.
 - 1.3.4 'n Vervaardiger van koekies gebruik 'n pragtige glashouer vir verpakking. (8)
- 1.4 Adviseer besighede oor die vereistes vir 'n goeie handelmerk. (8)

•• | **Aktiwiteit 10.2**

2.1 Produkontwikkeling stel besighede in staat om relevant te bly vir hul teikenmark. Besighede moet die produkontwikkelingsproses implementeer en ook toepaslike verpakking vir die produkte gebruik om in die behoeftes van hul verbruikers te voorsien. Die handelsmerk van die besigheid sal ook op die produk geplaas word.

Skryf 'n opstel oor die produkbeleid en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die belangrikheid van produkontwikkeling.
- Verduidelik VIER stappe wat besighede sal volg in die produkontwikkelingsproses.
- Bespreek die doel van verpakking.
- Adviseer besighede oor die belangrikheid van handelsmerke.

[40]

Eenheid 10.3 Die prysbeleid

Prysbeleid word bepaal na die oorweging van die mededingende situasie in die markomgewing. Ons moet weet as besighede gekonfronteer word met volmaakte of onvolmaakte mededinging. By volmaakte mededinging het vervaardigers geen beheer oor die prys nie. Daarom is die prysbeleid slegs van toepassing by onvolmaakte mededinging.

Die betekenis van prys

Prys is die maklikste van alle markveranderlikes om te beïnvloed, maar dit is een van die mees ingewikkeldste besluite om te neem. Die bepaling van die verkoopprijs van 'n produk neem die koste van produksie in ag. Die prys moet bekostigbaar wees vir verbruikers, maar ook die besigheid in staat stel om kostes te verhaal en wins te maak.

Die belangrikheid van prysbepaling

- Dit definieer die waarde van die produk in terme van produksiekoste en gebruik vir die verbruiker.
- Dit is tasbare pryspunt wat die verbruiker laat besef dat die produk waarde vir geld in terme van tyd en investering is.
- In die prysbepalingsproses moet buigsaamheid/afslag/**grondgebied**/lewensiklus/status/toelaes in ag geneem word.
- Die prys van 'n produk kan die verbruiker se gesindheid teenoor 'n handelsmerk beïnvloed.
- Indien pryse te hoog vasgestel word, sal dit 'n negatiewe impak/afname in verkope uitoefen.
- As pryse te laag is kan verbruikers dalk **waarneem** dat die produk se gehalte nie goed is nie.
- Die prys van 'n produk moet voorsiening maak vir vervoerkoste.
- Die prys van die produk moet BTW insluit.

Prystegnieke

Daar is verskeie prystegnieke wat die pryse van produkte bepaal. 'n Prysbeplanningstrategie neem segmente, vermoë om te bepaal, aksies van mededingers, handelsgrense en insetkoste, ens in ag. Dit word gemik op spesifiek gedefinieerde verbruikers teenoor mededingers se pryse.

Kom ons kyk na verskeie prystegnieke wat besighede kan gebruik.

A Nuwe woorde

Grondgebied 'n area of land onder die jurisdiksie van 'n regeerder of staat

Waarneem bewus word van iets, kom tot die wete of verstaan

Koste-gebaseerde/georiënteerde pryse

Koste-gebaseerde pryse is die praktyk om pryse te bepaal op grond van die koste van die goedere of dienste wat verkoop word. 'n Sekere **winsgrens** of vaste bedrag wins word bygevoeg by die koste van die item, wat dan die prys bepaal waarteen dit verkoop sal word. Die koste van produksie en uitgawes word bereken en 'n geskikte winsgrens word bygevoeg om die verkoopprys te bepaal.

Opslagpryse

Opslagpryse word bereken as 'n persentasie. Die persentasie word bereken op die eenheidskoste per eenheid te neem. Byvoorbeeld, 'n besigheid wat muffins vervaardig kan die prys per muffin as R15,00 bereken en dan besluit om 'n wins van 50% by te voeg. Dit sal dan uitwerk op 'n verkoopprys van R22,50 per muffin.

Kliënt/teiken gebaseerde prys

Kliënt/teiken gebaseerde prys word gebruik wanneer besighede sekere teikens stel wat bereik moet word, gebaseer op die pryse wat hulle van mening is wat die kliënte bereid is om te betaal. Hierdie tipe pryse is gegrond op die persepsie van die produk wat die besigheid wil vestig in die kliënt se gedagtes.

Kompetisie gebaseerde/georiënteerde pryse

Kompetisie gebaseerde pryse is 'n prysbepalingsmetode wat die vasstelling van pryse baseer deur te kyk na die pryse van mededingers. Hierdie benadering word ook genoem die lopende koers pryse of **mededingende pryse**. Hoe meer mededingers in die mark is, hoe laer sal pryse waarskynlik wees. As die pryse vasgestel word op 'n hoër vlak as die van die mededingers, kan die verbruikers dalk oortuig word dat die produk beter is in terme van gehalte en nut daarvan.

Promosieprysbepaling

Promosieprysbepaling is 'n verkoopstrategie waarmee besighede tydelik die pryse van produkte of dienste verlaag vir 'n kort tydperk, byvoorbeeld sekere tye van die jaar, einde-van-seisoen reekse, ou voorraad wat teen afslagpryse verkoop word. Voorbeelde sluit in spesiale aanbiedings of afslag vir 'n beperkte tydperk/"Koop-een-kry-een gratis", -tipe promosies.

Markpenetrasiepryse

Markpenetrasiepryse gebeur wanneer produkte verkoop word teen baie lae pryse om verbruikers te lok na produkte wat aan die mark bekend gestel word. Die doel is om verbruikers te oorreed om die produk te koop en sodra die bekenstelingsaanbod verby is, word die pryse verhoog. Dit word dikwels gebruik vir nuwe produkte, maar is nie 'n winsgewende bemarkingstrategie op die langtermyn nie.

Sielkundige pryse

Sielkundige pryse gebruik die verbruiker se emosionele reaksie om verkope te bevorder. Die idee agter dit, is dat verbruikers sal die pryse lees as 'n bietjie minder en dit dan as 'n laer prys beskou. Byvoorbeeld, die advokadopere en appels word geprys as R6,99 en R24,99 onderskeidelik, in plaas van R7,00 en R25,00. Die verbruiker sal dit dan ag dat die pryse goedkoper is.

A Nuwe woorde

Winsgrens Die winspersentasie wat by die kosprys van 'n produk gevoeg word ten einde die verkoopprys te bepaal

Mededingende pryse is die proses om 'n strategie te kies waar pryse van produkte of dienste vasgestel word, gebaseer op die pryse van mededingers

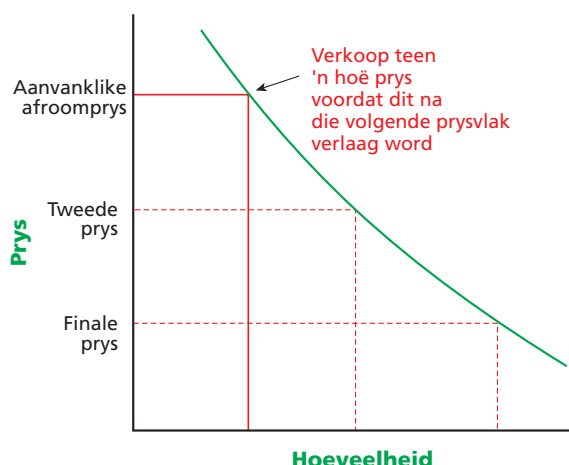


Lokpryse

Met lokpryse, word pryse normaalweg laer gestel as wat die item se kosprys is om sodoende verbruikers te lok. Dit word gebruik om verbruikers in die winkel te kry om die produk te koop en dan ook ander items te koop. Verbruikers word aangemoedig om ander produkte te koop as die geadverteerde produk uitverkoop is.

Afroompryse

Dit verwys na die pryse wat gekoppel word aan nuwe innoverende produkte wat as 'n unieke en gesogte items beskou word. Dit behels dan om hoër pryse te vra wanneer die produk bekendgestel word om sodoende die vraag daarna te toets. Sommige verbruikers is bereid om hoër pryse te betaal, omdat sulke uitvindings 'n prestigewaarde het. Namate die gewildheid van die produk toeneem, word die pryse geleidelik verlaag. Afroompryse kan slegs suksesvol en winsgewend op die korttermyn wees.



QR-KODE

Hoe om produkte te prys – 7 mededingende prysstrategieë om wins te maak



<https://www.youtube.com/watch?v=1zlp4gAvh5I>

Faktore wat prysbepaling beïnvloed

Insetkoste

Hoe hoër die insetkoste, hoe hoër sal die finale prys wees. 'n Verhoging in vervoerkoste sal 'n styging in die finale prys meebring.

Vraag na die prys

Hoe hoër die vraag, hoe hoër die volume van produksie, wat lei tot laer insetkoste en 'n daling van die finale prys.

Teikenmark

Die inkomstevlakke van die teikenmark kan die prys van die produk beïnvloed.

Tipe produk

Daar kan hoër pryse gevra word vir luukse produkte.

Die prystegniek word gebruik om die prys te bepaal

Promosiepryse kan laer wees as vraag-georiënteerde pryse.

Mededingende en substituu produkte

As daar soortgelyke produkte is wat die produk kan vervang, sal hoër pryse daartoe lei dat verkope kan afneem as gevolg van verkope van die substituu produkte. As die prys en vraag na komplementêre produkte verhoog, kan die ander produk verhoog teen dieselfde koers, byvoorbeeld, pryse van rekenaars en sleutelborde kan op dieselfde tyd verhoog word.

Die ekonomiese klimaat en beskikbaarheid van goedere en dienste

As daar 'n tekort ontstaan aan 'n sekere produk, is mense bereid om meer te betaal vir dit.

Markvorme

Die volgende markvorme sal prysbepaling beïnvloed:

Volmaakte mededinging

- Daar is baie kopers en verkopers.
- Produkte is soortgelyk en daar is baie substituu produkte, byvoorbeeld, **aandele** wat verhandel word op die JSB.

Monopolistiese mededinging

- Daar is baie verskaffers/verkopers
- Elke verskaffers het sy/haar eie handelsmerk van 'n spesifieke produk, byvoorbeeld, restaurante woos McDonalds/Burger King/Sters, ens.

Oligopolie

- Daar is slegs 'n paar verskaffers/verkopers wat die pryse van produkte beheer.
- Produkte is homogeen/dieselfde, byvoorbeeld, MTN, Vodacom/Cell C.

Monopolie

- Daar is slegs een verskaffer/verkoper wat die pryse van produkte beheer.
- Winsgrense is gewoonlik hoër, omdat verbruikers nie ander alternatiewe het nie, byvoorbeeld Eskom.

A Nuwe woorde

Aandele is een van 'n aantal gelyke dele waarin die maatskappy se kapitaal verdeel word, wat die houer daarvan geregtig maak op 'n gedeelte van die wins

•• | Aktiwiteit 10.3

VRAAG 1

- 1.1 Definieer die betekenis van prys. (2)
- 1.2 Beskryf kortliks die belangrikheid van prysbepaling. (6)
- 1.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

MIKE MEUBELVOORSIENERS (MMV)

Mike Meubelvoorsieners gebruik verskillende tegnieke om pryse te bepaal om ou en nuwe verbruikers te lok. Mike, die eienaar van die besigheid het die volgende prystegnieke met die res van sy span in die besigheid gedeel:

- Hy het laer pryse gevra vir meubels toe hy die winkel geopen het om verbruikers te lok.
- Hy het die wasmasjien geprys as R4999,00 in plaas van R5000,00.
- Hy hou uitverkopings en spesiale aanbiedings.
- Hy stel pryse vas op grond van ander meubelhandelaars se pryse.

•• | **Aktiwiteit 10.3**

1.3.1 Identifiseer die prystegnieke wat MMV gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (12)
 Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.3.1 te antwoord

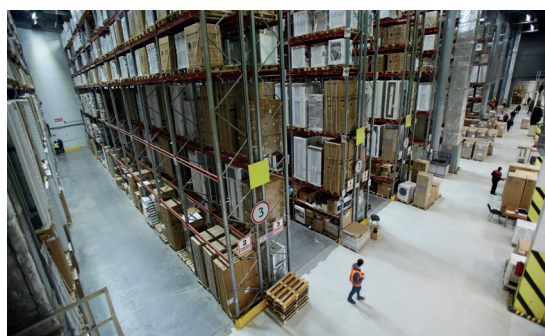
PRYSTEGNIEKE	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	
4.	

1.3.2 Verduidelik TWEE ander prystegnieke wat MMV kan gebruik om meer verbruikers te lok. (6)

1.4 Bespreek TWEE faktore wat prysbepaling beïnvloed. (6)
[32]

Eenheid 10.4 Die distribusiebeleid

Sodra produkte ontwikkel is, geproduseer en geprys is, moet dit beskikbaar gestel word aan verbruikers op die regte plek en regte tyd. Produkte moet versprei word na die teikenmark op die bes moontlike en haalbare wyse. Tussengangers(middelmanne) staan besighede by om hul goedere en dienste te versprei.



■ Verpakte produkte moet opgeberg en versprei word vanaf verskillende pakhuisse

Betekenis van distribusie

Distribusie (plek) is die vierde P van die bemarkingsresep. Distribusie is die wyse waarop besighede hul goedere/dienste tot by die verbruikers bring. Produkte word direk verkoop aan verbruikers of tussengangers (middelmanne) word gebruik.

Kanale van distribusie

Die distribusiekanaal is die pad wat 'n produk volg vanaf die vervaardiger tot by die verbruiker.

- Die kanaal is die mees effektiefste en kostedoeltreffende wyse vir 'n produk om sy teikenmark te bereik.
- 'n Distribusiekanaal bestaan uit baie besighede wat bydrae om die produk te verskuif vanaf die vervaardiger tot by die finale gebruiker/verbruiker.
- Dit begin met die vervaardiger en eindig met die finale verbruiker.
- Die hoofdoel van 'n distribusiekanaal is om te verseker dat die regte produk beskikbaar is op die regte tyd.

Daar is drie tipes deelnemers in 'n verspreidingskanaal:

- Die diensverskaffer/vervaardiger
- Tussengangers
- Kliënte/Verbruikers

Direkte en indirekte distribusiekanale

Wanneer 'n direkte distribusiekanaal gebruik word, verkoop die vervaardigers direk aan die verbruikers sonder om gebruik te maak van tussengangers. Die goedere beweeg vanaf die vervaardiger/fabrikant na die verbruiker.

Wanneer indirekte distribusiekanale gebruik word, maak die vervaardiger/fabrikant gebruik van tussengangers (middelmannen) om die goedere te versprei en te verkoop. Die goedere beweeg deur die hande van agente, groothandelaars en kleinhandelaars voordat dit by die verbruikers uitkom.

Die verskille tussen direkte en indirekte distribusiekanale

Direkte distribusiekanale

- Vervaardigers dra al die risiko's
- Hierdie distribusiekanaal sluit die vervaardiger en die verbruiker in.
- Die groothandelaar en kleinhandelaar word uitgelaat in hierdie proses.
- Die verruysing is hier na bemaking en verkoop van produkte aan verbruikers sonder die insluiting van middelmannen.
- Vervaardigers neem volle beheer oor die produk en die bemaking.
- Dit verseker beter eind-verbruikerpryse omdat daar geen kostes van tussengangers bygevoeg word nie.
- Direkte kanale verskaf onmiddellike terugvoer.
- Meer gespesialiseerde en opgeleide werknemers is nodig vir hierdie tipe distribusie.

Kom ons kyk na die verskillende kanale van distribusie in meer besonderhede.



Vervaardiger – verbruiker

- Dit staan bekend as die basiese distribusiekanaal, omdat produkte direk vanaf die fabrikant/vervaardiger na die verbruiker beweeg.
- Vervaardigers doen self advertering en verkoop self produkte sonder enige hulp vanaf tussengangers.

Vervaardiger – kleinhandelaar – verbruiker

- Dit is 'n enkele verspreidingskanaal waar die produkte van die vervaardiger na die kleinhandelaar beweeg, waarna dit aan verbruikers verkoop word.
- Kleinhandelaars neem verantwoordelikheid vir advertensies en verspreiding van produkte aan verbruikers, byvoorbeeld kleinhandelaars soos Spar, Shoprite, en Pick 'n Pay koop hul voorraad by die vervaardigers en verkoop dit aan verbruikers.

Vervaardiger – agent – kleinhandelaar – verbruiker

- In hierdie verspreidingskanaal beweeg die produkte van die vervaardiger na 'n agent, wat dit dan aan die kleinhandelaar verkoop.
- Die kleinhandelaar verkoop op sy beurt die produkte aan die verbruiker.
- Die agent en die kleinhandelaar is verantwoordelik vir die advertering van die produkte.
- Hierdie verspreidingskanaal word deur vervaardigers van verslankingsprodukte en dieetaanvullings gebruik.

Vervaardiger – groothandelaar – kleinhandelaar – verbruiker

- Hierdie kanaal staan bekend as die tradisionele verspreidingskanaal.
- Die produkte beweeg van die vervaardiger na groothandelaars voordat dit deur kleinhandelaars en uiteindelik deur verbruikers gekoop word.
- Groothandelaars soos Makro koop byvoorbeeld produkte in groot hoeveelhede by vervaardigers, en verkoop dit dan in grootmaat aan kleinhandelaars. Die kleinhandelaars verkoop dan die grootmaat produkte in kleiner eenhede aan die verbruiker.

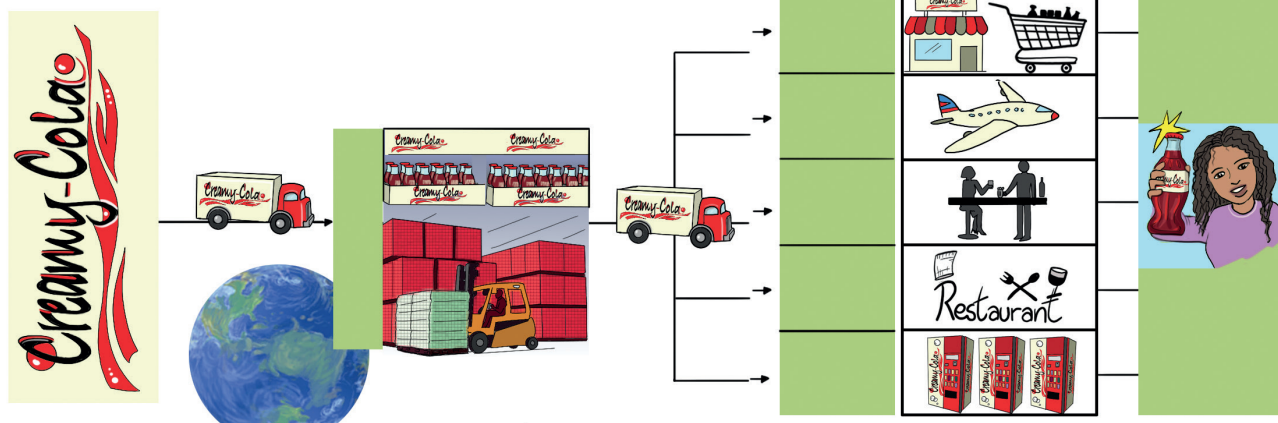
Vervaardiger/fabrikant – agent – groothandelaar – kleinhandelaar – verbruiker

- Dit is die mees ingewikkelde verspreidingskanaal.
- Die produkte beweeg van die vervaardiger na 'n agent en dan na 'n groothandelaar. Van daar af beweeg die produkte na die kleinhandelaars en uiteindelik na die verbruiker.

Kyk na die onderstaande diagram. Dit is 'n uitbeelding van Creamy-Cola se verspreidingskanaal.

? Het jy geweet

Elke deelnemer in die distribusiekanaal voeg 'n klein winsgrens by wat die finale prys van produkte duur maak.



Redes waarom vervaardigers sal verkies om gebruik te maak van direkte of indirekte distribusiekanale

Redes waarom vervaardigers sal verkies om gebruik te maak van direkte distribusiekanale

- Vervaardigers het beheer oor die produk en die bemarking daarvan.
- Die eindverbruikersprys is beter omdat daar geen addisionele koste vir tussengangers bygevoeg is nie.
- Die besigheid hoef nie winste te deel met die tussengangers nie.
- Produkte word baie duur sodra tussengangers hulle eie winsopslag byvoeg.
- Daar is direkte kontak met die teikenmark om terugvoer oor verbeterings te kry.
- Verkoopspersoneel kan inligting vanaf verbruikers inwin vir toekomstige marknavorsing.
- Verkope deur middel van die internet maak dit vir kleiner besighede moontlik om hul produkte oor die hele wêreld te verkoop.
- Besighede se webtuistes kan dien as 'n metode van distribusie asook 'n metode vir bemarking.
- Goed opgeleide personeel is in staat om produkte effektief te bemark en goeie verhoudings met kliënte op te bou.
- Geskikte tussengangers kan dalk nie beskikbaar wees nie, of tussengangers is dalk nie gewillig om die spesifieke produk namens die vervaardiger te verkoop nie.

Redes waarom vervaardigers sal verkies om gebruik te maak van indirekte distribusiekanale

- Ervare **agente** sal die verbruikers hanteer en dit sal besighede toelaat om op hul kernbesigheid te fokus.
- Tussengangers sal vervoer en opberging hanteer.
- Dit is nie nodig om gespesialiseerde personeel aan te stel om verkoopsklagtes te hanteer nie.
- Hulle hoef nie klagtes van kliënte te hanteer nie.
- Hulle geniet die voordeel van grootmaat aankope deur groothandelaars.
- 'n Groter gedeelte van die mark word gedek.
- Tussengangers verstaan hoe die mark funksioneer.
- Verbruikers is dikwels wyd verspreid oor die land en daarom moet distribusie ook wyer versprei word.
- **Direkte distribusie** vereis 'n groot investering in advertering.
- Tussengangers verleen soms krediet aan berbruikers, wat meer verbruikers sal lok.

Betekenis van tussengangers

- Dit sluit alle mense in wat betrokke is in die distribusieproses tussen die vervaardiger en die verbruiker.
- Hulle is middelmannen wat optree as onderhandelaars en bemiddelaars tussen die vervaardiger en die verbruiker.
- Tussengangers sluit groothandelaars, kleinhandelaars, agente en makelaars in.
- Hulle is verantwoordelik vir vervoer, opberging en aflewering van die goedere en dienste.

A Nuwe woorde

Agente is die mense/ besighede wat betrokke is in die bemarkingsproses

Direkte distribusie laat die vervaardiger/diensverskaffer toe om direk te onderhandel met die eindverbruiker



Verskillende tipes tussengangers

Groothandelaars: Hulle koop produkte op grootmaat vanaf vervaardigers, berg dit op in pakhuis en verkoop dit dan weer in kleiner hoeveelhede aan kleinhandelaars. Voorbeelde van groothandelaars sluit Cash and Carry en Makro in.

Agente: Hulle tree op as verteenwoordigers vir vervaardigers en groothandelaars. Hulle kry nie eienaarskap van die produkte nie. Hulle is slegs 'n skakel tussen vervaardigers en die kleinhandelaars. Hulle verdien kommissie op verkope. Byvoorbeeld, verkope van motors, eiendom of skoonheidsprodukte.

- **Koopagente:** Het die outoriteit om namens die besigheid sekere goedere aan te koop.
- **Verkoopsagente:** Bring kopers en verkopers bymekaar en help met die transaksie, byvoorbeeld, verkoop van huise. Sommige verkoopsagente het beheer oor pryse, verkope en bemarking.
- **Invoer- en uitvoeragente:** Hulle verseker dat in invoer- en uitvoerproses glad verloop.

Kleinhandelaars: Hulle koop goedere in groot hoeveelhede vanaf vervaardigers en groothandelaars en verkoop dit in kleiner hoeveelhede aan verbruikers, byvoorbeeld, Pick 'n Pay, Edgars, Shoprite, ens.



Makelaars: Hulle is tussengangers vir verkope wat nie eienaarskap van die produk kry nie. Byvoorbeeld, Versekeringsmakelaars (verkoop versekeringspolis), wolmakelaars, aandelemakelaar, ens. Hulle het 'n kort verhouding met verbruikers – wat eindig sodra die transaksie beklink is.

Verkoopsvertenwoordigers (reps): Hulle is dikwels 'n werknemer van die besigheid. Hulle tree op as verkopers en kopers vir die besigheid. Sommige vertenwoordigers is onafhanklike kontrakteurs wat produkte van meer as een besigheid verkoop.

Die rol van tussengangers in die distribusieproses

- Hulle help om kopers op te spoor names die vervaardiger.
- Hulle help ook om produkte te bemark.
- Tussengangers is spesialiste in verkope en daarom sal hulle vervaardigers help om 'n groter groep verbruikers te bereik.
- Vervaardigers kan hul verkope verhoog deur tussengangers te gebruik.
- Die vervaardiger mag dalk nie oor die nodige kundigheid en hulpbronne beskik om direk aan die publiek te verkoop nie.
- Die tussenganger kan dalk in staat wees om logistiese distribusie meer effektief te doen, bv. vervoer van goedere na sekere afsetpunte.
- Die distribusiekoste oor die algemeen kan dalk laer wees as tussengangers gebruik word as wanneer die besigheid self die distribusie doen, selfs al word die kommissie van die tussengangers bygereken.

Sommige redes waarom verskaffers mag verkies om indirekte distribusie te doen sluit in:

- Verbruikers is wyd versprei oor die land wat die distribusieproses duur maak.
- Direkte distribusie vereis groot investering in advertering.
- Tussengangers het deskundige kennis oor distribusie.
- Vervaardigers het nie vervoer- en opbergsfasiteite nie.
- Die vervaardiger wil nie self onderhandel met die eindverbruiker-kliënte en -klagtes nie.

Sommige besighede gebruik beide direkte en indirekte distribusiemetodes om sodoende meer verbruikers in die mark te bereik.

• | Aktiwiteit 10.4

1.1 Definieer die betekenis van distribusie. (2)

1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

VAAL BPK (VB)

Vaal Bpk. Spesialiseer in die vervaardiging van sleutelborde vir rekenaars. Dube Verskaffers koop sleutelborde by VB op grootmaat en verkoop dit in kleiner hoeveelhede aan verbruikers.

1.2.1 Identifiseer die tipe tussenganger wat VB gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)

1.2.2 Bespreek die redes waarom VB mag verkies om gebruik te maak van indirekte distribusie metodes. (8)

1.3

Besighede kan direkte of indirekte distribusie gebruik om te verseker dat hul produkte die verbruikers bereik. Tussengangers is beskikbaar vir besighede wat nie direkte distribusie wil gebruik nie, vir welke rede ookal. Tussengangers speel 'n belangrike rol in die distribusieproses en kan besighede bystaan om hul mark uit te brei.

Skryf 'n opstel oor die distribusiebeleid en gee aandag aan die volgende aspekte.

- Beskryf kortliks die redes waarom verskaffers verkies om gebruik te maak van direkte distribusie metodes.
- Verduidelik die verskille tussen direkte en indirekte distribusiekanale.
- Bespreek DRIE tipes distribusiekanale
- Adviseer besighede oor die rol van tussengangers in die distribusieproses. [40]

Eenheid 10.5 Die kommunisiebeleid

In Graad 10 het ons geleer oor die belangrikheid van die verskillende besigheidsfunksies asook die interverwantskap tussen die verskillende funksies. Ons het ook die belangrikheid van die openbare betrekkinge bespreek en geleer om te onderskei tussen eksterne en interne publieke verhoudinge asook metodes om publieke verhoudinge te bou, geïdentifiseer en gesien hoe dit uitgevoer moet word.



Die betekenis van die bemarkingskommunikasiebeleid

Die bemarkingskommunikasiebeleid beskryf al die boodskappe en media wat gebruik word sodat die besigheid effektief met die verbruikers kan kommunikeer. Die hoofdoel van bemarkingskommunikasie is om 'n verhoogde vraag na produkte en dienste te skep. Die besigheid spandeer groot bedrae geld op die ontwikkeling van sy bemarkingskommunikasiebeleid.

- Die fokus van die bemarkingskommunikasiebeleid is om verkope te verhoog en om die algemene winsgewendheid van die besigheid te verbeter.
- 'n Integrale deel van die bemarkingskommunikasiebeleid is effektiewe kommunikasie van die produkte en dienste van die besigheid met bestaande en nuwe potensiële kliënte.
- Effektiewe bemarkingskommunikasie moet plaasvind met verbruikers om belangstelling te behou in die besigheid, sowel as die verkope van produkte en dienste.
- Dit word bewerkstellig deur inligting gebaseer op marknavorsing wat die behoeftes en begeertes van verbruikers uitwys.
- Die besigheid wend alle pogings aan om die geskikte bemarkingsboodskap oor te dra aan die regte verbruiker, deur middel van die regte medium, op die regte tyd om te sorg vir die hoogs moontlike verkope en winsgewendheid.
- Die besigheid moet oor 'n grondige kennis van die demografie en psigografie van die teikenmark beskik, om dit aan te wend om die regte kommunikasiemedium te gebruik.
- Die besigheid gebruik sy mededingende voordeel om deur middel van die regte voorstelle, in staat te wees om verkope te verhoog.

- Konsekwente en gereelde kommunikasie met verbruikers is 'n noodsaaklike aspek van die bemarkingskommunikasiebeleid.
- Die toepassing van die regte bemarkingsmedia sal 'n direkte impak hê op die mate van invloed wat besighede oor verbruikers kan uitoefen.

Komponente van die bemarkingskommunikasiebeleid

'n Effektiewe bemarkingskommunikasiebeleid word saamgestel uit VIER noodsaaklike komponente. Dit is verkoopspromosies, advertering, publisiteit en persoonlike verkope, soos aangedui in die onderstaande illustrasie.



Verkoopspromosies

Die betekenis van verkoopspromosies

- Verkoopspromosies kan gedefinieer word as verskeie bemarkingsmetodes wat daarop gerig is om die vraag van die verbruikers na 'n spesifieke produk of diens te verhoog.
- 'n Bemarkingstrategie word deur besighede gebruik om produkte en dienste te bemark deur korttermyn inisiatiewe wat verbruikers sal aantrek en die vraag na die produk, en verkope sal verhoog.
- Die verskillende metodes van bemarking word ontwerp om verkope te verhoog deur die oorreding van bestaande en nuwe verbruikers/kliënte om die produkte van die besigheid te koop.
- Verkoopspromosies word deur die besigheid gebruik om ander/bestaande promosiemetodes te komplementeer.
- Dit verwys na korttermyn verbruikers-georiënteerde strategieë wat die besigheid toepas om die verkope van produkte en dienste te verhoog.

Die doel van verkoopspromosies

- Vermeerder en verhoog die aantal produkte wat aan kliënte verkoop word, en lei tot 'n verhoging in die verkope van die besigheid se produkte.
- Deurgee van inligting oor produkte en dienste van die besigheid aan bestaande en nuwe potensiële kliënte.
- Opbou van langdurige verhoudings met kliënte.

A Nuwe woorde

Sluimerende kliente

wat belangstelling verloor het in die besigheid/los geraak het van die besigheid/ nie meer belangstel om by die besigheid te koop nie

- Oorreed potensiële kliënte om onmiddellike aankope te doen.
- Bepaal watter verkoopspromosie metodes die mees geskikste is om die teikenmark te bereik.
- Voorsien produkte en dienste gelykstaande aan die waarde soos belowe in promosies, aan verbruikers.
- Herinner die teikenmark aan huidige en nuwe produkte en die beskikbaarheid daarvan.
- Herenig met die bestaande teikenmark.
- Verbeter die handelsmerk bewustheid oor die algemeen, van bestaande en nuwe potensiële kliënte.
- Verbeter die verbruikerslojaliteit van bestaande en nuwe potensiële kliënte.
- Aktiveer **sluimerende kliënte** om produkte en dienste te koop.

Praktiese voorbeelde van verkoopspromosies

Hier onder is 'n lys van gewilde voorbeelde van verkoopspromosies/metodes wat deur die besigheid gebruik word.



Wenk

Daar kan van jou verwag word om voorbeelde te gee en om voorbeelde van verkoopspromosies te identifiseer uit verskillende scenarios.



Koop een kry een gratis (KEKEG)	<ul style="list-style-type: none"> • Verkoopspromosiemetode om die kliënt te oorreed om een produk te koop en 'n ander een gratis te kry • KEKEG is een van die mees algemene voorbeelde van verkoopspromosies wat besighede gebruik, omdat kliënte voordeel trek uit die gratis produk as gevolg van die aankope.
Lojaliteitskaarte	<ul style="list-style-type: none"> • Kliënte ontvang 'n kliëntlojaliteitskaart by die besigheid en dan verdien hulle punte vir gereelde aankope wat in die toekoms gebruik kan word. • Die punte wat ingeruil kan word, kan verskillende vorme aanneem, byvoorbeeld, afslag, verlaagde pryse, gratis items, bonus pryse, ens.
Gratis geskenke	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid gee gratis geskenke aan kliënte vir die aankope van sekere produkte en dienste. • Gratis geskenke word gebruik om die kliënte bekend te stel aan nuwe produkte wat hulle nog nie voorheen oorweeg het om te koop nie.

Gesamentlike promosies	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Verkoopspromosie metode waarmee die besigheid twee of meer produkte gelyktydig bemark, gewoonlik deur die assosiasie van verwante produkte of handelsmerke in die besigheid of met ander besighede. • Kom voor wanneer besighede vennootskappe sluit met ander besighede en dan produkte of dienste saam bemark om verkope te verhoog, sodat al die betrokke besighede baat vind darby.
Verkoopspunt-promosies	<ul style="list-style-type: none"> • Sekere produkte word strategies geplaas in die besigheid naby die kasregister uitgange of aan die einde van gangetjies om kliënte aan te moedig om hierdie produkte te koop.
Afslag/ Afslagkoepons	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid gee 'n kontantafslagkoepon aan die kliënte. • Die kliënte verhoog dan hul verkope van die produk en diens om gebruik te maak van die afslagkoepon.
Gratis monsters	<ul style="list-style-type: none"> • Gratis monsters van sekere produkte word gegee aan kliënte om handelsmerk bewustheid van die produk te verhoog. • Dit word gedoen om sielkunde van eienaarskap te ontlok, wat beteken dat kliënte waarskynlik die produk sal koop as hulle van die monster hou.
Bondelafslag	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid voeg verskeie produkte saam in 'n bondel en bied dan afslag aan indien die hele bondel gekoop word. • Dit is 'n effektiewe tegniek wat deur besighede gebruik word om ouer of voorraad wat nie verkoop nie van die hand te sit.
Liefdadigheids-promosies	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Verkoopspromosie waarmee die besigheid aanbied om 'n gedeelte van die verkope van die produk te doneer aan 'n spesifieke liefdadigheidsinstansie. • Die kliënt ondersteun die besigheid, omdat hulle 'n spesiale belangstelling het vir die liefdadigheidsaak, en die besigheid verhoog sodoende ook sy verkope.
Kompetisies	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid loods die kompetisie onder die kliënte waar die wenners spesiale pryse kan wen. • Die pryse is gewoonlik 'n groot promosie-item en die besigheid se verkope verhoog in die proses met die promosie van die kompetisie.
Grootmaat aankoop aanbiedinge	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid bied spesifieke afslag aan gemik op kliënte wat grootmaat aankope doen. • Kliënte sal meer waarskynlik weer by die besigheid koop, omdat hulle dit beskou as besparings.
Sosiale media-kompetisies	<ul style="list-style-type: none"> • Spesiale kompetisies om verkope te verhoog word geloods deur verskeie sosiale media platforms. • Die doel is om nuwe kliënte te trek, die belangstelling van bestaande kliënte te verhoog en meer volgelinge vir die besigheid op die verskillende sosiale media platforms te kry.
Kontant terug aanbiedinge	<ul style="list-style-type: none"> • Die besigheid gee aan die kliënte kontant terug met die aankope van sekere produkte en dienste. • Kliënte geniet dit om kontant terug te kry by die besigheid en beskou dit asof hulle minder betaal vir die produkte en dienste.
Volhoubare/ Groen bemarking	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Spesiale tipe verkoopspromosie waarmee die besigheid sy sosiale- en omgewingsinisiatiewe, investering en veldtogte, bemark. • Eendersdenkende kliënte wat belangstel in sosiale- en omgewingsinisiatiewe en veldtogte sal die besigheid ondersteun.

•• | **Aktiwiteit 10.5**

VRAAG 1

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

GOPRO TEGNOLOGIEË (GT)

Gopro Tegnologieë pas effektiewe verkoopspromosie tegnieke toe as deel van hulle bemarkingskommunikasiebeleid. Dit word gedoen om nuwe potensieë kliënte in te lig oor bestaande produkte. GT het ook langtermyn verhoudinge opgebou met bestaande kliënte.

- 1.1.1 Haal twee doelwitte aan van verkoopspromosies van GT uit die bostaande scenario aan. (2)
 - 1.1.2 Beskryf kortliks VIER ander doelwitte van verkoopspromosies vir GT. (8)
 - 1.1.3 Brei uit oor die betekenis van 'n bemarkingskommunikasiebeleid. (4)
- [14]**

VRAAG 2

2.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

VILAKAZI EKSKLUSIEWE SKRYFBEHOEFTE (VES)

Verhoogde verkope het voorgekom in verskeie takke van Vilakazi Eksklusiewe Skryfbehoeftes (VES), as gevolg van hulle volgehoue finansiële ondersteuning aan omgewingveldtogte. Gereelde kliënte ruil ook hulle punte vir gereelde aankope in vir 'n spesiale skryfbehoeftepakket. Afslag op grootskaalse aankope word aan kliënte aangebied as hulle op grootmaat koop. Kliënte ontvang 'n afslag vir die aankoop van 'n hele bondel wat saamgevoeg is.

2.1.1 Identifiseer VIER voorbeelde van verkoopspromosies wat VES toepas. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 2.1.1 te antwoord.

VOORBEELDE VAN VERKOOPSPROMOSIES	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	
4.	

(12)

2.1.2 Verduidelik VIER ander voorbeelde van verkoopspromosies wat VES kan gebruik. (12)

Advertering

Die betekenis van advertering

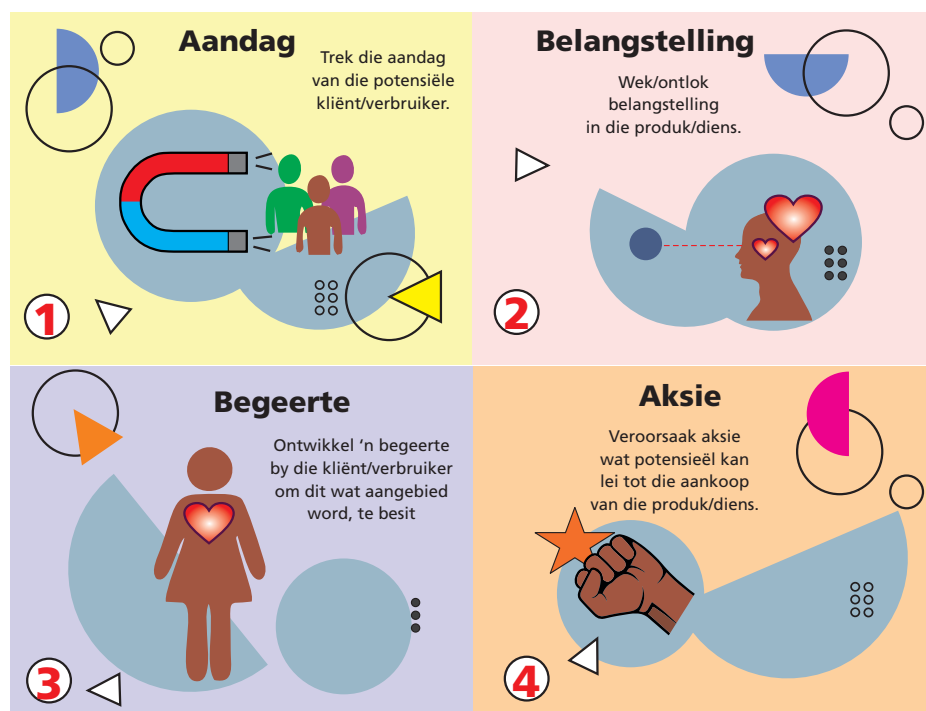
- Advertering verwys na kommunikasie boodskappe van die besigheid na lede van die publiek en die potensiele teikenmark, waarvoor die besigheid betaal.
- Dit is 'n bemerkingskommunikasie aktiwiteit waarin die besigheid betaal vir 'n spasie om sy produkte en dienste te bevorder.
- Advertering kan beskryf word as 'n betaalde vorm van nie-persoonlike bemerkingskommunikasie.
- Dit gee aan die besigheid die geleentheid om op dieselfde tydstip met baie potensiele kliënte op dieselfde tydstip te kommunikeer.
- Advertering is daarop gemik om potensiele kliënte te bereik wat waarskynlik gewillig sal wees om die produkte en dienste van die besigheid te koop.
- Dit word gebruik om die gedrag van kliënte te beïnvloed.
- Advertering skep 'n bewustheid van die verskillende produkte en dienste wat die besigheid aanbied deur middel van kreatiewe posisionering en gebruik van verskillende advertensiemediums.

Die doel van advertering

Die ABBA beginsel word deur sakepraktisyns gebruik om die doel van advertering te verduidelik. Die ABBA beginsel bestaan uit vier sleutel stadiums in die adverteringsproses:

- Trek die aandag van die potensiele verbruiker of kliënt
- Wek belangstelling in die produk of diens
- Laat 'n begeerte ontstaan by die kliënt vir dit wat aangebied word.
- Gaan oor tot aksie wat potensieel kan lei tot die aankoop van die produk of diens.

Die ABBA Beginsels



QR-KODE

Die ABBA Model: Wat dit is en hoe om dit te gebruik

<https://www.youtube.com/watch?v=bvoxOtRq844>

QR-KODE

ABBA bemarkings strategieë – hoe om 'n storie te vertel wat verkoop



<https://www.youtube.com/watch?v=x5-Y7WfaA3w>

A Nuwe woorde

Guerrillabemarking
 'n onkonvensionele, lae koste vorm van bemarking wat gemik is op maksimum blootstelling vir die produkte/ dienste van die besigheid

Oproep tot aksie 'n spesifieke stelling wat gebruik word in bemarking wat verbruikers/kliënte aan te moedig om vining oor te gaan tot aksie

Kom ons kyk in meer besonderhede na die verskillende komponente van die ABBA beginsel.

ABBA beginsel	Beskrywing
Aandag	<ul style="list-style-type: none"> 'n Advertensie moet dadelik die aandag trek van 'n potensiële kliënt. Besighede sluit dikwels advertensie in as 'n onderbreking. Die onderbreking is suksesvol as die advertensie strategies beplan word in onverwagse plekke en situasies deur tegnieke soos guerrillabemarking te gebruik. Die besigheid sal 'n persoonlike benadering volg om die aandag van meer kliënte te trek. Kragtige woorde en prente wat die oog vang word gebruik om die aandag van kliënte te trek. Die boodskap wat gebruik word om die aandag van potensiële kliënte te trek moet uiters kreatief wees.
Belangstelling	<ul style="list-style-type: none"> Die noodsaaklike doel van advertensies is om belangstelling te wek in die produk of diens. Die advertensie moet oorspronklik, pittig, insiggewend, kort wees en uitloop op 'n positiewe reaksie deur die skepping van 'n belangstelling in die produk of diens. Die belangstelling van kliënte kan verky word deur dit doelbewus te verpersoonlik. Om die belangstelling van kliënte te wek is 'n uitdagende aspek, omdat hulle maklik belangstelling verloor as die advertensie nie relevant is vir hulle nie. Die besigheid wek die belangstelling van potensiële kliënte deur aan hulle produkte of dienste te bied wat waarde tot hul lewens sal toevoeg. Die besigheid moet gefokus bly op die behoeftes van die kliënte deur hul belangstelling te kry en nie net hul aandag te trek nie.
Begeerte	<ul style="list-style-type: none"> Die besigheid moet die kliënt se begeerte koester nadat hulle suksesvol sy/haar aandag getrek het en 'n belangstelling in die produk of diens behou het. Positiewe argumente word gebruik om 'n begeerte op te bou vir die produk of diens. Om 'n begeerte op te wek kan insluit om addisionele kenmerke van die produk of diens aan die kliënt uit te wys. Hierdie stadium is effektief om 'n platform te skep vir die kliënt om 'n finale besluit te kan maak, wat die oorgaan tot aksie is.
Aksie	<ul style="list-style-type: none"> Kliënte/verbruikers word oorreed/gedwing/beweeg om tot aksie oor te gaan. Kliënte wat die aksie stadium bereik het, het reeds 'n positiewe houding oor die produk wat geadverteer is en wil nou die aankope doen. Die aksie stadium is afhanklik van die suksesvolle implementering van strategieë wat in die vorige drie stadiums gebruik is. Kliënte sal slegs oorgaan tot aksie as hulle oortuig is dat hulle baat sal vind deur die produk of diens te koop. Advertensies wat daarop gemik is om aksie te inisieer by die kliënt, bevat gewoonlik 'n spesifieke oproep tot aksie. Kliënte is verplig tot aksie omdat daar lae-wrywing, maar hoë aansporing oproep tot aksie is. Die fiansiële volhoubaarheid van die besigheid is afhanklik daarvan of die positiewe verhoudinge met huidige en potensiële kliënte onderhou word.

•• | Aktiwiteit 10.6

VRAAG 1

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

KULSUMS SE WARM KOESISTERS (KWK)

Die adverteerders wat Kulsum se Warm Koesisters (KWK) gebruik het, het die aandag van nuwe potensiële kliënte getrek. Die nuwe kliënte het 'n positiewe indruk van die produk gekry en het gevolglik gekoop by KWK. KWK het 'n toename in verkope ervaar.

1.1.1 Identifiseer TWEE ABBA beginsels wat deur KWK toegepas is. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

ABBA BEGINSELS	MOTIVERINGS
1.	
2.	

1.1.2 Bespreek TWEE ander beginsels wat KWK kon gebruik het.

(6)

(6)

[12]

Nota

Aktiwiteit 10.6 is ingesluit as verrykingsaktiwiteit om leerders se begrip van die doel van advertering met behulp van die ABBA beginsel te verbeter.

Voorbeelde van advertensiemediums

Die voorbeelde van die verskillende mediums kan in VIER hoof kategorieë ingedeel word, naamlik:

- Gedrukte media
- Uitsaai media
- Direkte pos
- Web-gebaseerde media.

Kom ons kyk na elke van hierdie advertensiemediums in besonderhede.

Gedrukte media

- Dit is 'n baie algemene vorm van massa kommunikasie is in die vorm van gedrukte publikasies
- Gedrukte media is 'n baie belangrike deel van die bemarkingsresep, omdat dit die besigheid in staat stel om kontak te maak met hul teikenmark en potensiële teikenmark.
- Voorbeelde van gedrukte media sluit in:
 - Koerante
 - Tydskrifte.

Uitsaaimedia

- Uitsaaimedia word beskryf as die verspreiding van audio- en/of video-inhoud na 'n groot gehoor via enige elektroniese massa-kommunikasie mediums.
- Hierdie advertensiemedium word gebruik om 'n boodskap of inhoud deur middel van audio- of video programmering op dieselfde tydstip oor te dra aan verskeie ontvangers deur middel van 'n kommunikasie netwerk.
- Voorbeelde van uitsaaimedia sluit in:
 - Televisie
 - Radio.

Direkte pos

- Direkte pos is 'n advertensiemedium wat enige fisiese vorm van kommunikasie aan bestaande en potensiële kliënte insluit.
- Direkte pos is 'n tradisionele vorm van advertering wat gebruik maak van sterk oproep-tot-aksie-meganismes om belangstelling in die produkte en dienste op 'n interaktiewe manier aan te wakker.
- Voorbeelde van direkte pos sluit in:
 - Brosjures
 - Pamflette/blaadjies
 - Kennisgewingborde
 - Gidse.

Web-gebaseerde media

- Web-gebaseerde media is 'n vorm van advertering en massakommunikasie waar die internet gebruik word om die produkte en dienste van die besigheid te adverteer.
- Hierdie advertensiemedium sluit die proses in om die besigheid te adverteer op verskeie aanlyn platforms deur die primêre gebruik van die internet.
- Voorbeelde van web-gebaseerde media sluit in:
 - Webtuistes
 - Aanlyn tydskrifte
 - Soekenjins
 - Baniere
 - E-pos en SMS.



•• | **Aktiwiteit 10.7**

VRAAG 1

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

STRYDOM GRAFIESE ONTWERPERS (SGO)

Strydom Grafiese Ontwerpers (SGO) gebruik die internet om die verskillende dienste wat hulle bied, te adverteer. Fisiese korrespondensie-vorms is voorsien aan die potensiele teikenmark. Kliënte het navrae gedoen oor die dienste wat SGO aanbied.

1.1.1 Identifiseer TWEE hoof kategorieë van advertensiemediums wat gebruik word deur SGO.
 Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario hierbo.
 Gebruik die tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

ADVERTENSIEMEDIUMS	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

1.1.2 Gee VIER voorbeelde van enige EEN van die advertensiemediums soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1. (4)

1.1.3 Verduidelik TWEE hoof kategorieë advertensiemediums, behalwe die wat in VRAAG 1.1.1 genoem is. (6)

Publisiteit

Die betekenis van publisiteit

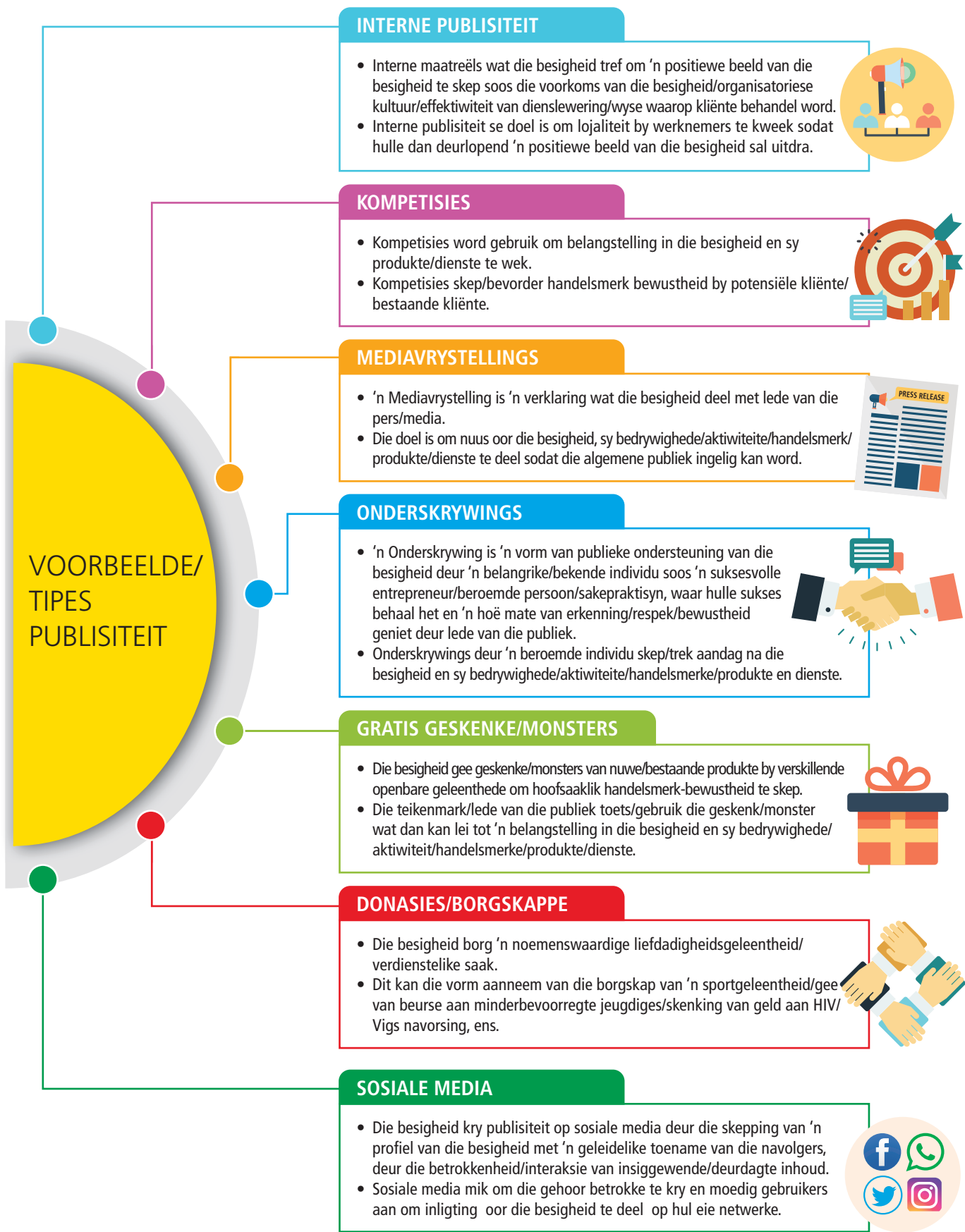
- Publisiteit kan beskryf word as 'n vrye vorm van nie-persoonlike kommunikasie wat 'n besigheid en sy produkte en dienste kan kry deur verskeie vorme van massamedia.
- Publisiteit skep publieke bewustheid van die besigheid, sy produkte en dienste deur media dekking en ander vorme van kommunikasie.
- Dit verwys na onbetaalde kommunikasie in die massamedia oor die besigheid en sy bedrywighede.
- Publisiteit help die besigheid om sy openbare beeld te bestuur deur die verhoging van positiewe publisiteit en vermindering van die negatiewe publisiteit van die besigheid.
- Dit is 'n vorm van massakommunikasie waarvoor die besigheid nie betaal nie wat reaksie by kliënte sal ontlok deur die plasing van kommersiële belangrike nuus in die massamedia.
- Besighede betaal nie vir publisiteit nie en word gedoen deur joernaliste en ander lede van die pers.
- Dit word dikwels beskou as deel van die besigheid se openbare betrekkinge.
- Publisiteit stel die besigheid bloot aan die media om sy produkte en dienste ten toon te stel.
- Publisiteit is belangrik, omdat dit die besigheid help om bewustheid van die besigheid te verhoog en 'n beeld te bou van 'n besigheid waar produkte en dienste gekoop moet word.
- Publisiteit gee die outoriteit van 'n onafhanklike stem oor die besigheid waar die boodskap, wat deur lede van die media gegee word, nie deur die besigheid beheer word nie.

 **QR-KODE**

Waarom Publisiteit belangrik is – Ep#1



<https://www.youtube.com/watch?v=FfJc9Ar7PAQ>



Die rol van openbare betrekkinge in publisiteit

- Openbare betrekkinge het ten doel om 'n gunstige beeld van die besigheid en sy produkte en dienste te skep.
- Openbare betrekkinge poog om die besigheid in 'n positiewe lig te stel by eksterne belanghebbendes.
- Daar is 'n direkte skakel tussen openbare betrekkinge en publisiteit.
- Openbare betrekkinge is gemoeid moet strategiese bestuur van inligting om te verseker dat die besigheid sekere kommunikasiedoelwitte bereik.
- Openbare betrekkinge speel 'n kritiese rol met die ontwikkeling van positiewe publisiteit en die minimisering van negatiewe publisiteit oor die besigheid.
- Die besigheid kan besluit om sy eie openbare betrekkinge-funksie te hanteer of om dit uit te kontrakteer na 'n buite-instansie wat oor gespesialiseerde kennis beskik.
- Die openbare betrekkinge-funksie ontwikkel gesonde verhoudinge met lede van die media.
- Die openbare betrekkinge-funksie verskaf gereelde inligting oor die besigheid, sy produkte, dienste en algemene aktiwiteite aan die media.
- Die openbare betrekkinge-funksie en die bemarkingsfunksie is direk gekoppel aan mekaar en poog gesamentlik om 'n handelsmerk-lojaliteit op te bou.

•• | Aktiwiteit 10.8

VRAAG 1

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

KHOTHOO HANDELSWARE (KH)

Khotoo Handelsware (KH) geniet openbare ondersteuning van Zwonaka Mugovhani, 'n welbekende entrepreneur, wat belangrike steun vir die besigheid se bedrywighede verwerf het. 'n Verklaring is uitgereik deur KH oor die besigheid se huidige bedrywighede aan lede van die media. KH het goeie publisiteit gekry oor die befondsing van rekenaar geletterdheid vaardighede vir die plaaslike gemeenskap.

1.1.1 Identifiseer TWEE voorbeelde van publisiteit wat op KH betrekking het in die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

VOORBEELDE VAN PUBLISITEIT	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

1.1.2 Verduidelik TWEE ander voorbeelde van publisiteit wat KH kan gebruik.

(6)

1.1.3 Bespreek die rol van openbare betrekkinge in publisiteit.

(8)



QR-KODE

Verduideliking van die konsep van persoonlike verkope



<https://www.youtube.com/watch?v=KHXLahT1uFk>

Persoonlike verkope

Die betekenis van persoonlike verkope

- Persoonlike verkope is 'n vorm van aangesig-tot-aangesig verkope waarmee die verkoops persoon probeer om die kliënt te oorreed om die produk of diens te koop.
- Dit is een van die komponente van die bemarkingsbeleid waar die verkoops persoon sy vermoë gebruik om te probeer om die produk of diens aan 'n potensiële kliënt te verkoop.
- In die proses van persoonlike verkope lig die verkoops persoon die kenmerke van die produk uit om die kliënt te oortuig dat die produk waarde sal toevoeg tot sy/haar lewe.
- Die kliënt het waardering vir die persoonlike aandag en die kennis oor die produk waaroor die verkoops persoon beskik, sodat hulle waarskynlik dit sal koop as die verkoops gesprek effektief is.
- Persoonlike verkope kan ook insluit 'n demonstrasie oor die werkswyse van die produk vir produkte soos toestelle, ens.
- Die verkoops persoon gebruik persoonlike interaksie met die potensiële kliënt om noodsaaklike inligting van die produk of diens oor te dra.
- Effektiewe persoonlike verkope spreek die persoonlike behoeftes en voorkeure van die kliënt aan sonder om hulle onnodig te druk om die produk of diens te koop.
- 'n Goed opgeleide verkoops persoon sal aan die kliënt advies, inligting en aanbevelings gee om hulle by te staan in die besluitnemings proses.

Die effektiwiteit van persoonlike verkope by die bevordering van verkope van die besigheid se produkte

- Verbeter die verhoudinge met kliënte asook kliëntlojaliteit, omdat dit 'n effektiewe bemarkingskommunikasie hulpmiddel is waar terugvoer vanaf die kliënt verkry kan word.
- Dit verhoog buigsaamheid omdat die verkoops persoon sy aanbieding kan aanpas om aan te pas by die kliënt se behoeftes.
- Verhoog onmiddellike verkope, omdat persoonlike verkope direk gemik is op die kliënte van die teikenmark.
- Dit sluit verskeie verkoopsvaardighede in soos verkope, invordering van betalings asook verskaffing van bemarkingsinligting.
- Moedig 'n twee-rigting gesprek aan tussen die verkoops persoon en die verbruiker, en deur dit, kan die verkoops persoon onmiddellike terugvoer gee aan die kliënt.
- Verskaf gedetailleerde demonstrasies oor die bruikbaarheid van die produk vir 'n voornemende kliënt.
- Verhoog die kliënt se vertroue omdat die verkoops persoon alle twyfel en misverstande van die voornemende koper kan aanspreek.
- Skep en verbeter 'n handelsmerk bewustheid met bestaande en nuwe kliënte.

•• | **Aktiwiteit 10.9**

VRAAG 1

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

PILLAY TOESTEL WINKEL (PTW)

Pillay Toestel Winkel verkoop 'n verskeidenheid gehalte toestelle. Persoonlike verkope het die kliënte se vertroue verhoog omdat die verkoops persoon alle misverstande van die voornemende kliënt weggeneem het. Die voornemende kliënt het 'n demonstrasie gekry oor die gebruik van die produk. PWT het met verskaffers geskakel om meer toestelle te bekom.

- 1.1.1 Haal TWEE maniere aan waarop die effektiwiteit van persoonlike verkope uitgewys word in die bevordering van die bemaking van PTW se produkte. (2)
- 1.1.2 Beskryf ander maniere waarop die effektiwiteit van persoonlike verkope in die bevordering van 'n besigheid se produkte, geïllustreer word. (8)

Enheid 10.6 Bemaking in die informele sektor



- Straatverkopers vertoon hulle produkte aan potensiële kliënte

Definisie van die informele sektor

Die informele sektor is baie verskillend van die formele sektor. Die volgende sal die informele sektor illustreer.

- Mense in die informele sektor besit nie geregistreerde besighede nie, en hulle is ook nie geregistreer vir belasting-doeleindes nie.
- Die informele sektor se bedrywighede word ook nie deur die Sentrale Statistiekdiens aangeteken nie.
- Die informele sektor staan bekend as die sekondêre ekonomie.
- Die bydrae van die informele sektor tot nasionale inkomste is onmoontlik om te bereken.
- Die informele sektor is hoofsaaklik 'n kontant-industrie.
- Mense kan in die primêre-, sekondêre- en tersiêre sektore sake bedryf as lede van die informele sektor.

Voordele van bemarking in die informele sektor

- Dit is maklik en goedkoop om toe te tree tot die informele sektor.
- Geen opleiding is nodig om die informele sektor te betree nie.
- Dit voordien werksgeleenthede vir werklose mense.
- Dit gee mense die geleentheid om as entrepreneurs besigheidsondervinding op te doen.
- Mense wat werkloos is kan in die informele sektor ervaring opdoen wat hulle in staat sal stel om te kwalifiseer vir werksgeleenthede in die formele sektor.
- Daar is baie interaksie tussen die formele en informele sektore.
- Daar is mededinging in die informele sektor.
- Voorsien goedere en dienste wat benodig word aan die nabygeleë mark.

Redes waarom die informele sektor direkte distribusie verkies

- Die verkoper het beheer oor die produk
- Pryse kan beter wees vir die eind-verbruiker, omdat geen koste van tussengangers bygevoeg word nie.
- Verkopers in hierdie sektor het direkte kontak met die kliënte en kry terugvoer oor verbeteringe
- Goed opgeleide verkooppersoneel is in staat om produkte effektief te bemark en goeie verhoudinge met kliënte op te bou.
- Pryse is laer deur die uitskakeling van middelmannen.
- Verkoopspersoneel gee inligting vanaf kliënte deur vir toekomstige marknavorsing.

Maniere waarop die informele sektor indirekte distribusie gebruik

- Boere lewer hulle produkte aan spaza winkels.
- Spaza winkels koop hulle voorrade by groothandelaars.
- Baie informele besighede maak staat op agente vir inligting en om dienste te lewer.
- Kleinhandelaars in die informele sektor kan hul produkte koop by groothandelaars om dit aan die informele mark te verkoop.



■ 'n Welbekende wyse van bemarking in die informele sektor

Verskille tussen bemarking in die formele en informele sektore

Die volgende is 'n paar verskille tussen die verskillende in die bemarkingsresep van die formele en informele sektore.

- Die formele sektor maak gebruik van logo's of handelsmerke, terwyl die informele sektor nie staatmaak of logo's en handelmerke nie.
- Die formele sektor betaal baie vir eksterne bemarking soos advertering en promosies, terwyl die informele hulle eie advertering doen.
- Mondelike bemarking (Word of Mouth) asook persoonlike verkope is twee belangrike vorme van bemarking vir die informele sektor. Dit is ook belangrik vir die formele sektor, maar hulle gebruik ook die ander elemente van die bemarkingsresep.

Eenheid 10.7 Elektroniese media

Die gebruik van tegnologie is noodsaaklik vir besighede, omdat dit 'n baie belangrike deel geword het van verspreiding vir besighede. Besighede gebruik tegnologie om inligting te kommunikeer.



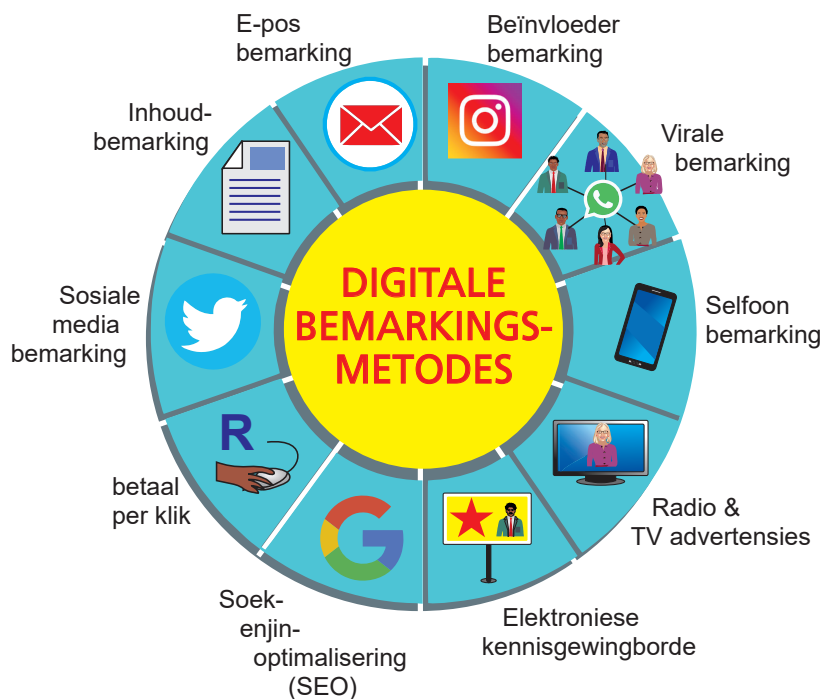
Definisie van elektroniese bemarking

Volgens encyclopedia.com/finance kan elektroniese media as volg gedefinieer word:

E-bemarking is 'n proses van beplanning en uitvoering van die konsep, verspreiding, bemarking en prysbepaling van produkte en dienste in 'n gerekenariseerde netwerk-omgewing soos die Internet en die Wêreldwye Web. Dit kan gedoen word om uitruiling te bewerkstellig om kliënte se behoeftes te bevredig. Dit het twee definitiewe voordele bo tradisionele bemarking. E-bemarking voorsien aan kliënte vertroue en meer kompeterende pryse, en dit stel besighede in staat om bedryfskoste te verminder.

Metodes van elektroniese bemarking

Die volgende is voorbeelde van elektroniese bemarking:



- E-pos bemarking**
 Deur middel van e-pos bemarking kan besighede inisiële bemarkings-inligting oordra aan kliënte. E-pos bemarking is relatief goedkoop en stel die vervaardiger in staat om verhoudinge te bou met kliënte.
- Web-tuistes**
 Die meeste besighede het web-tuistes waar hulle inligting oor die produk, diens, prys en ligging asook die kontakbesonderhede oordra. Hulle gebruik ook webtuistes om hul produk/diens te bemark deur die plasing van getuigskrifte van kliënte wat tevrede is met die besigheid se produk/diens.
- Soekenjins**
 Soekenjins soos Google kan kliënte help om toegang te kry tot inligting op webtuistes wat vining al die inligting sal verskaf wat verlang word. Met soekenjins kan besighede hulself gradeer bo ander besighede deur sekere kernwoorde te koppel aan hulle webtuiste.
- Selfoon bemarking**
 'n Groot aantal mense het een of ander vorm van toegang tot selfone. Om hierdie rede bereik bemarking met behulp van selfone 'n groot groep potensiële kopers. Advertering deur middel van selfone kan gedoen word deur grootmaat-SMS'e om inligting deur te gee aan kliënte.



- Banierbemarking**
 Vir banierbemarking sal die besigheid gebruik maak van 'n webtuiste adverteringsagent wat die besigheid se advertensie op iemand anders se webtuistes plaas. Met hierdie advertensie sal die agent soortgelyke onderwerpe saamvoeg om die grootste impak te verky. Die besigheid sal dan betaal vir die advertensie volgens die aantal mense wat klik op die advertensie.
- Sosiale netwerke/Facebook/Instagram/Twitter**
 Facebook, Instagram en Twitter kan besighede verbind met duisende potensiële kliënte wat dit maklik maak om produkte en dienste te adverteer. Dit is ook 'n goedkoop medium om te gebruik.
- Blogging**
 Blogs is 'n manier om gereelde, en op datum inligting te deel met jou bestaande teikenmark. Hulle gee aan jou die geleentheid om inligting te skep wat sal uitlig wat jou besigheid doen, asook die dienste wat jy lewer, bemark.



- **Skep en deel van inhoud/YouTube**
Aangesien YouTube direk tot die gehoor spreek, kan besighede videos gebruik wat kykers sal aanmoedig om tot spesifieke aksie oor te gaan nadat hulle na die video gekyk het. Dit sluit aksies in soos om die besigheid se webtuiste te besoek en aan te dui dat hulle van die video hou ("like"), of in te skryf by die besigheid se YouTube kanaal, 'n tolvrye nommer te bel, 'n e-pos aan iemand te stuur of die videoskopel met iemand te deel.
- **Virale bemarking**
Virale bemarking of virale advertering is 'n besigheidstrategie wat gebruik maak van bestaande sosiale netwerke om die produk te bemark hoofsaaklik op verskillende sosiale media platform. Die naam dui aan hoe die kliënte die inligting versprei oor die produk met behulp van ander mense, baie soos wat 'n virus versprei van een mens na 'n ander.
- **SMS bemarking**
SMS bemarking is wanneer bemarkingsveldtogte of transaksionele boodskappe, wat gerig is op bemarking, gedoen word deur middel van teksboodskappe (SMSe). Hierdie boodskappe is hoofsaaklik bedoel om tydsensitiewe aanbiedinge, opdaterings en waarskuwings te stuur aan mense wat toestemming verleen het dat hulle sulke boodskappe van die besigheid mag ontvang.

Inpak van elektroniese media

Hier onder is die voordele en nadele van elektroniese bemarking.

Voordele/Positiewe

- Die koste is laer en daar is 'n beter opbrengs op belegging.
- Dit is 'n vinniger proses om boodskappe by kliënte uit te kry.
- Besighede sal in staat gestel word om data van teikenmarkte te gebruik.
- Daar sal meer interaksie wees met eind-verbruikers.
- E-bemarking sal die koste van tussengangers verlaag.
- Dit is 'n vinnige en suksesvolle manier vir handelsmerk sigbaarheid.
- Dit maak onmiddellike terugvoer na die besigheid oor die kliënt se mening moontlik.

Nadele/Negatiewe

- E-bemarking steun op tegnologie, wat soms kan faal.
- Die globale mark is baie kompetender en stel hoë eise aan die besigheid.
- Tegnologie en sisteme vereis konstante onderhoud.
- Die prysstrukture is minder aanpasbaar.
- Een van die grootste probleme is sekuriteit en kan nie gewaarborg word nie, as gevolg van uitvissing en bedrog.
- Strooi-pos e-posse (spam) kan mense irriteer en sleg wees vir die reputasie van die besigheid.
- Negatiewe opmerkings op Twitter en Hello Peter sal swak publisiteit vir die besigheid tot gevolg hê.
- Soms sluit dit potensiële kliënte uit wat nie toegang het tot internet nie.

Eenheid 10.8 Buitelandse bemarking

Dit is algemene praktyk in die huidige omstandighede vir besighede om hul bedrywighede te diversifiseer en wêreldwyd met hul eweknieë mee te ding. Plaaslike besighede sal selfs saamspan met besighede in ander lande om sodoende buitelandse markte te betree.

Definisie van buitelandse bemarking

Besighede wat hul produkte bemark oor nasionale grense heen is betrokke in buitelandse bemarking. Plaaslike besighede brei hulle plaaslike teikenmark uit en trek voordeel uit oorsese pryse en wisselkoerse. Besighede sal ook in staat wees om goedere en dienste uit te voer en in te voer deur middel van e-bemarking en advertering.

Beperkinge en regulasies wat buitelandse bemarking beheer

Besighede moet in aanmerking neem dat buitelandse bemarking sommige beperkings en regulasies het oor hoe besighede hul bemarking moet implementeer. Die volgende is sommige van die beperkings en regulasies waaraan besighede gehoor moet gee.

Handelsooreenkomste

Handelsooreenkomste is kontraktuele reëlings tussen lande oor hulle handelsverhoudinge. Handelsooreenkomste kan bilateraal of multilateraal wees – m.a.w. tussen twee state of meer as twee state. Handelsooreenkomste is een manier om die versperings wat tussen lande is, te verminder en daarmee alle partye die voordele van verhoogde handel te laat geniet.

Tariewe

Doeanetariewe of invoertariewe is belastings wat gehef word op goedere wat in Suid-Afrika ingebring word vanaf ander lande. Die invoerbelasting word gehef op invoere om beheer uit te oefen oor die bedrag geld wat die land verlaat, en mense eerder plaaslike goedere te laat koop.

Uitvoersubsidies

Suid-Afrika wil uitvoere na die ander lande aanmoedig, daarom word subsidies voorsien wanneer sekere goedere en dienste na ander lande uitgevoer word. Op sekere produkte wat uitgevoer word, kan verlaagde uitvoertariewe gehef word wat internasionale verkope aanmoedig.

Beskermingsbeleide

Regerings het wette ingestel om plaaslike industrieë te beskerm. Goedere wat onder hierdie beskermingsbeleide val, sal addisioneel belas word, wat dit dan duurder sal maak as plaaslike produkte. Dit word gedoen om te verseker dat verbruikers eerder plaaslike goedere sal koop en dat geld in die land sal bly.

Maniere waarop die produksiefunksie sy prosesse in lyn kan bring met globale vraag

Die produksiefunksie moet nou betrokke wees met die beplanning en besluitneming van buitelandse bemarking. Dit moet die volgende aspekte in gedagte hou om te voorsien in globale vraag.

- Hulle sal dalk produkte moet aanpas, verander en herontwerp om die in die behoeftes van 'n verbruiker wat anders is, te voorsien.
- Produksiemetodes en gehaltebestuursisteme wat geïmplementeer was deur die besigheid, moet dalk aangepas word, omdat sommige lande baie streng gehalte- en veiligheidsvereistes het.
- Alle lande het verskillende standaarde in terme van gehalte. Uitvoer produkte moet voldoen aan internasionale standaarde.
- Alhoewel uitvoere geld in die land inbring, kan vervoer en doeanevereistes bygevoeg word, wat die goedere of dienste baie duur kan maak.
- Prosesse moet so effektief as moontlik wees, en die mees geskikste proses moet gebruik word vir spesifieke goedere en dienste.
- Die wette rakende handel verskil van land tot land en 'n Suid-Afrikaanse besigheid mag probleme ervaar, tensy navorsing wat gedoen is oor veiligheid, gehalte en verpakkingregulasies in berekening gebring word.
- Nuwe bronne van grondstowwe/arbeid mag daartoe lei dat nuwe produksiefasiliteite ontwikkel kan word in 'n ander land, wat dan ook kan lei tot globalisering van produksie.

Maniere waarop Suid-Afrikaanse besighede kan toetree tot buitelandse markte

Daar is verskillende maniere waarop besighede kan toetree tot buitelandse markte. Hulle kan een of meer van die volgende maniere gebruik.

Direkte uitvoere

- Besighede kan direk verkoop in die gekose mark en eerstens gebruik maak van hulle eie hulpbronne.
- Sodra 'n besigheid 'n verkoopsprogram gevestig het, kan hulle agente gebruik/of verspreiders om hulle verder in die mark te verteenwoordig.
- Agente/verspreiders word dan die gesig van die besigheid, en daarom, moet die keuse van agente/verspreiders op dieselfde wyse hanteer word as by die aanstelling van personeel.

Lisensies

- Lisensies is 'n reëling waar 'n instansie sy regte om 'n produk of diens te gebruik, oordra aan 'n ander instansie.
- Dit is 'n bruikbare strategie want as die koper van die lisensie 'n relatiewe groot marktaandeel in die mark het, sal hulle die mark wil betree.
- Lisensies kan verkry word vir bemarking of produksie.

Konsessies

- Konsessies sal goed werk as die besigheid 'n betroubare sakemodel het, bv. kos afsetpunte wat maklik oorgedra kan word na ander markte.
- Wanneer 'n besigheid konsessies gebruik, moet die sakemodel uniek wees of oor 'n sterk handelsmerkbewustheid beskik wat internasionaal gebruik kan word.

Vennootskappe

- Vennootskappe is amper 'n noodsaaklikheid wanneer buitelandse markte betree word en in sommige dele van die wêreld word dit vereis, bv. in Asië.
- Dit kan 'n verskeidenheid van vorme aanneem, van eenvoudige gesamentlike bemerkings ooreenkomste tot gesofistikeerde strategiese alliansies vir vervaardiging.
- Vennootskappe is 'n bruikbare strategie in markte waar die kultuur van die land baie verskillend is van die besigheid, want die plaaslike vennoot verskaf plaaslike markkennis en kontakte met verbruikers.

Gesamentlike ondernemings

- Gesamentlike ondernemings is 'n spesifieke vorm van vennootskap wat insluit die skepping van 'n derde maatskappy wat onafhanklik bestuur word.
- Twee maatskappye stem in om saam te werk in 'n spesifieke mark, geografies of produkgewys en skep dan 'n derde maatskappy wat dit onderneem.
- Risiko's en winste word normaalweg gelyk gedeel, byvoorbeeld Sony/Ericson.

Koop van 'n besigheid

- Die koop van 'n bestaande plaaslike besigheid mag die mees geskikste strategie wees om toe te tree.
- Dit sal dalk die duurste wees en vereis dat die ware waarde van 'n besigheid in die buiteland, aansienlike omsigtigheid sal vereis.
- Met hierdie strategie om toe te tree, sal jy onmiddelik die status van 'n plaaslike besigheid kry.
- Die besigheid sal al die voordele van die plaaslike markkennis, 'n gevestigde kliëntebasis kry en deur die regering behandel word soos 'n plaaslike besigheid.

Abba-ooreenkoms

- Abba-ooreenkomste ("Piggybacking") is 'n spesifieke unieke wyse om toe te tree tot die internasionale arena.
- As 'n besigheid 'n unieke produk of diens het wat hulle aan groot plaaslike besighede verkoop wat ook betrokke is in buitelandse markte, kan die besigheid hulle nader om te kyk of hulle die besigheid se produk of diens kan insluit in hul inventaris vir die internasionale markte.
- Dit verminder die besigheid se risiko-koste, want hulle verkoop plaaslik aan die groter besigheid wat dan hulle produk en diens vir hulle internasionaal bemark.

Sleutel-projekte

- Sleutel-projekte is spesifiek vir besighede wat dienste verskaf soos omgewingskonsultasies, argitektuur, konstruksie en ingenieurswese.
- 'n Sleutel-projek is waar die fasiliteit van die grond af opgerig word en daarna aan die kliënt oorhandig word, reg om te begin, draai net die sleutel en die aanleg is operasioneel.

- Dit is 'n baie goeie manier om toe te tree tot internasionale markte, aangesien die kliënt dikwels die regering is en dikwels word die finansiering gedoen deur 'n internasionale finansieringsagent soos die Wêreld Bank.
- Die risiko van nie-betaling word uitgeskakel.

Groenveldbeleggings

- Groenveldbeleggings (Greenfield investing) vereis die grootste betrokkenheid by internasionale besigheid.
- 'n Groenveldbelegging is waar jy grond aankoop, 'n fasiliteit oprig en die besigheid deurlopend in die buiteland bedryf.
- Hierdie tipe belegging is die duurste en hou die grootste risiko in weens regeringsregulasies, vervoerkoste en die vermoë om toegang tot tegnologie en geskoolde arbeid te verkry.

• | Aktiviteit 10.10

VRAAG 1

1.1 Beskryf kortliks die redes waarom die informele sektor verkies om direkte distribusie te gebruik. (6)

1.2 1.2. Lees die volgende scenario en antwoord die vrae wat volg.

BENJA GESONDHEIDSPRODUKTE (BGP)

Die nuwe bemarkingsbestuurder van Benja Gesondheidsprodukte het die volgende maandelike elektroniese bemarkings metodes aan die direkteure voorgestel.

- Deur middel van hul marknavorsing het hulle uitgevind dat 'n groot hoeveelheid van hulle potensiële kliënte toegang het tot een of ander vorm van selfoon.
- Die HUB van BGP het baie volgers as gevolg van sy verskyning op sosiale media.
- 'n Aantal van hulle bestaande kliënte het ingestem om 'n vorm te voltooi waarop hul persoonlike inligting, insluitend hul e-pos adres, op voltooi sal word.
- In 'n inskrywingsvorm vir 'n kompetisie, het bestaande kliënte 'n baie goeie getuigskrif geskryf oor die produkte van BGP.

1.2.1 Identifiseer VIER metodes van elektroniese bemarking uit die bostaande scenario. (8)

1.2.2 Adviseer BGP oor die positiewe impak van die gebruik van elektroniese bemarking. (8)

1.3 Verduidelik die beperkings en regulasies wat buitelandse bemarking beheer. (8)

1.4 Maak voorstelle oor wyses waarop Suid-Afrikaanse besighede kan toetree tot buitelandse markte. (10)

Konsolidasie

VRAAG 1.1: Blokkiesraaisel 1

Voltooi die onderstaande blokkiesraaisel deur die onderstaande inligting te gebruik.

												1								2	
3																					

Dwars

- 3 'n Vorm van advertering van massa-kommunikasie waar die internet gebruik word vir advertensies.
- 4 Hierdie ABBA beginsel word toegepas as die advertensie 'n onderbreking laat kom.
- 5 Tydens hierdie metode is daar direkte kontak waar die verkoper die koper probeer oorhaal om die produk te koop.
- 6 Sekere produkte word strategies geplaas naby die betaalpunke in die gangetjie waardeur die verbruiker moet beweeg.
- 7 'n Verkoops-promosiemetode waar besighede dit stel dat 'n gedeelte van die verkope vir 'n spesifieke liefdadigheid gegee sal word.
- 8 'n Spesiale tipe verkope waar besighede verskeie sosiale promosies en omgewings inisiatiewe kombineer.
- 9 Dit is 'n vorm van publieke steun waar bekende/beroemde persone 'n groot mate van ondersteuning aan 'n besigheid toesê.
- 10 'n Baie algemene manier vir massaverspreiding wat aspekte soos publikasies en koerante insluit.
- 11 Gratis vorm van nie-persoonlike kommunikasie wat die besigheid deur verskeie vorme van massa-media doen.
- 12 Hierdie beleid beskryf alle boodskappe en media wat die besigheid gaan gebruik om effektief met die mark te kommunikeer.

Af

- 1 Dit kom voor waar besighedsvennote saam met mekaar die verkope aanmoedig tot voordeel van beide.
- 2 Hierdie stadium van ABBA is effektief om 'n platform te skep voor die verbruiker die finale keuse maak.

[12 × 2 = 24]
[24]

Konsolidasie

VRAAG 2

2.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (2.1.1 – 2.1.10), byvoorbeeld 2.1.11 D.

- 2.1.1 Dzuwaha Handelaars gebruik... prysbepaling om hul produk te verkoop teen baie lae pryse wanneer die produk aan die mark bekend gestel word en dan die pryse geleidelik te verhoog oor 'n periode van tyd.
- A Penetrasie
 - B Promosie
 - C sielkundige
 - D lok
- 2.1.2 Die effektiwiteit van persoonlike verkope om die produkte van Kamaludien Toerusting te bemark word geïllustreer deur ...
- A afname in produktiwiteit in die produksiefunksie.
 - B onmiddellike verhoging van verkope omdat dit direk aan potensiële kliënte gerig word.
 - C verhoging in personeel-omset omdat die vraag verhoog het.
 - D verhoging in die aantal klagtes deur kliënte omdat oneffektiewe diens gelewer word.
- 2.1.3 Advertering word as suksesvol beskou, omdat ... veroorsaak dat die kliënt die produk koop.
- A aantreklikheid
 - B belangstelling
 - C begeerte
 - D aksie
- 2.1.4 Handelsmerke is belangrik vir Romeo Mode Emporium omdat dit ...
- A besighede in staat stel om kompetend in die industrie te bly.
 - B 'n handelsmerk-identiteit skep vir die besigheid en verbruikers.
 - C die besigheid in staat stel om sy markaandeel te verlaag.
 - D 'n handelsmerk-identiteit vir verbruikers onderhou ten koste van die besigheid.
- 2.1.5 Susan Lombard Tekstiele het die ... beleid toegepas om die produkte op die mees gerieflikste manier by die teikenmark te kry.
- A prys
 - B produk
 - C distribusie
 - D kommunikasie
- 2.1.6 Die rol van openbare betrekkinge by Dippenaar Konstruksie is belangrik omdat openbare betrekkinge ...
- A positiewe publisiteit skep en die effek van negatiewe publisiteit minimaliseer.
 - B die belangrikste faktor is wat bydra tot die winsgewendheid van die besigheid.
 - C positiewe publisiteit laat afneem en die effek van negatiewe publisiteit laat toeneem.
 - D beperkte kennis van die media het.
- 2.1.7 Die radio en televisie kan geklassifiseer word as voorbeelde van ...
- A gedrukte media.
 - B uitsaai-media.
 - C direkte pos.
 - D web-gebaseerde media.
- 2.1.8 Die bemarkingsfunksie van Rajesh Singh Netwerk ...
- A verskaf diverse opleiding vir al sy werknemers.
 - B identifiseer en spreek die behoeftes van kliënte aan.
 - C Pas effektiewe finansiële bestuur toe.
 - D doen aankope vir alle ander departemente.

Konsolidasie

- 2.1.9 Besighede gebruik ... verpakking as hulle komplementêre produkte saam verpak.
 A spesialiteits
 B voordurende veranderende
 C herverkoop
 D kombinasie
- 2.1.10 Hlonela Drukkers maak gebruik van ... as 'n voorbeeld van publisiteit wanneer hulle die wyse waarop kliënte se behoeftes aangespreek word, verbeter.
 A borgskappe
 B onderskrywings
 C sosiale media
 D interne publisiteit
- [10 × 2 = 20]**

VRAAG 3

- 3.1 Identifiseer die korrekte STAPPE van produk-ontwerp soos toegepas deur Chatsworth Meubel Ontwerpers (CMO) in ELKEEN van die stellings hieronder.
- 3.1.1 Die reaksie van die kliënte op CMO se nuwe produk word gemeet tydens hierdie stap.
 3.1.2 CMO pas kreatiewe denke toe en voer 'n SSGB-analise uit om nuwe idees vir produkte te kry.
 3.1.3 Die nuwe produk word bekendgestel en CMO implementeer bemarkings- en advertensieveldtogte.
 3.1.4 CMO besluit of die nuwe produk ontwikkel kan word teen die regte prys vir die teikenmark.
 3.1.5 'n Werklike monster van die produk word getoets in die mark en die nodige aanpassings word deur CMO aangebring. (10)
- 3.2 Brei uit oor die betekenis van die bemarkings-kommunikasiebeleid. (4)
- 3.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

IVIWE DLULANE VERVAARDIGERS (IDV)

Idiwe Dzulane Vervaardigers maak seker dat produkte vervaardig word sodat dit dieselfde standaard het wat betref voorkoms en grootte. Daar word van IDV vereis om fondse te kry om seker te maak dat die besigheid se aktiwiteite effektief bedryf kan word om sodoende die organisatoriese doelwitte te bereik.

- 3.3.1 Identifiseer TWEE bemarkings aktiwiteite wat deur IDV gebruik word. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario.
 Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 3.3.1 te antwoord.

BEMARKINGSAKTIWITEITE	MOTIVERINGS
1.	
2.	

- 3.3.2 Verduidelik TWEE ander bemarkings aktiwiteite wat IDV kan gebruik. (6)
- 3.4 Bespreek TWEE faktore wat prysbepaling beïnvloed. (6)
- 3.5 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg. (6)

LIAM ELIAS HANDELAARS (LEH)

Liam Ellias Handelaars (LRH) vervaardig produkte wat verpak word in die regte verpakking om dit teen beskadiging te beskerm. LEH gebruik verpakking wat die aandag van verbruikers sal trek.

- 3.5.1 Haal TWEE doelwitte van verpakking aan soos toegepas deur LEH. (2)
- 3.5.2 Stel DRIE ander doelwitte van verpakking voor, wat LEH kan gebruik vir hul produkte. (6)

Konsolidasie

VRAAG 4

- 4.1 Lys DRIE voorbeelde van advertensiemediums. (3)
- 4.2 Brei uit oor die betekenis van verkoopspromosies. (6)
- 4.3 Bespreek die rol van openbare betrekkinge in publisiteit. (6)
- 4.4 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

CHUMALEMFUNDO ELEKTRONIKA (CE)

Chumalemfundo Elektronika (CE) loods 'n aanbieding aan hul kliënte, van 'n ekstra televisie teen geen addisionele koste, vir elke televisiestel wat hulle koop. Hierdie verkoopspromosie word gebruik gedurende CE se twintigste verjaardagvieringe.

- 4.4.1 Identifiseer 'n voorbeeld van 'n verkoopspromosie wat CE gebruik. Moriveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)
- 4.4.2 Noem VIER ander voorbeelde van verkoopspromosies wat CE kon gebruik het. (4)
- 4.5 Evalueer die effektiwiteit van persoonlike verkope in die bemarking van die besigheid se produkte. (6)

VRAAG 5 (Opstel: Bemarkingsfunksie)

Die distribusiebeleid is 'n belangrike aspek van die bemarkingsfunksie. Besighede kan kies of hulle eerder gebruik wil maak van direkte kanale of indirekte kanale vir distribusie. Tussengangers speel 'n belangrike rol in die distribusieproses. Sommige vervaardigers verkies om gebruik te maak van die direkte distribusieproses.

Skrif 'n opstel oor die distribusiebeleid en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die verskille tussen die direkte en indirekte kanale van distribusie.
- Verduidelik VIER verskillende tipes tussengangers.
- Bespreek die rol van tussengangers in die distribusieproses.
- Adviseer besighede oor die redes waarom vervaardigers kan verkies om gebruik te maak van direkte distribusiemetodes.

[40]

VRAAG 6 (Opstel: Bemarkingsfunksie)

Besighede moet seker maak dat die komponente van die bemarkings kommunikasiebeleid effektief toegepas word. Verkoopspromosies moedig verkope aan en die ABBA-beginsel kan gebruik word om die sukses van adverteerders te bepaal. Besighede kan persoonlike verkope gebruik om die besigheid se produk te bevorder en hulle moet ook 'n goeie verhouding met die publiek handhaaf om suksesvol te bly.

Skrif 'n opstel oor die Bemarkingsfunksie en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks verkoopspromosies as 'n komponent van die bemarkings kommunikasiebeleid.
- Verduidelik VIER beginsels van advertering.
- Bespreek die effektiwiteit van persoonlike verkope in die bemarking van 'n besigheds produk.
- Adviseer besighede oor die rol van openbare betrekkinge in publisiteit.

[40]

VRAAG 7 (Bemarking in die informele sektor, elektroniese bemarking en buitelandse bemarking)

- 7.1 Definieer elektroniese bemarking. (2)
- 7.2 Lys VYF voorbeelde van elektroniese bemarking. (5)
- 7.3 Beskryf kortliks die voordele van bemarking in die informele sektor. (8)
- 7.4 Verduidelik maniere van indirekte distribusie wat die informele sektor gebruik. (6)
- 7.5 Bespreek hoe die produksiefunksie sy prosesse in lyn kan kry met globale vraag. (8)

[29]

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Breinkaart: Onderwerp 10 – Die bemerkingsfunksie

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud wat behandel is saam te vat. Maak egter seker om die relevante inligting onder elke opskrif te leer.

Bemarkingsaktiwiteite:

- Standaardisering en gradering
- Opberging
- Vervoer
- Finansiering
- Dra van risiko
- Koop en verkoop

Prysbeleid

Belangrikheid

- Definieer die produk
- Oorweeg buigsaamheid
- Beïnvloed verbruiker
- Suit Vervoer in
- Oorweeg BTW

Prystegniese

- Koste-gebaseerd
- Opslagpryse
- Verbruikers-gebaseerd
- Promosie
- Penetrasie
- Sielkundige
- Lok
- Afroom

Faktore wat prysbepaling beïnvloed

- Inset koste
- Vraag
- Teikenmark
- Tipe produk
- Substitute
- Ekonomiese klimaat

Markvorme

- Volmaakte mededinging
- Monopolistiese mededinging
- Oligopolie
- Monopolie

Produkbeleid

Tipe produkte

- Industriële produkte
- Verbruikersgoedere:
 - Geriefsgoedere
 - Uitsoekgoedere
 - Spesialiteitsgoedere
 - Dienste
 - Ongevraagde (Onbeplande) goedere

Produkontwerp – stappe

- Genereer 'n idee
- Evalueer idees
- Toets prototipe
- Besigheidsanalise
- Marktoetsing
- Tegniese implementering
- Kommersialisering

Doel van verpakking

- Beskerm produkte
- Bevorder bemaking
- Bevorder gerief
- Onderskei van ander produkte
- Trek aandag

Vorme van verpakking

- Eenheids
- Dubbele gebruik
- Herverkoop
- Kaleidoskopies
- Spesialiteits
- Kombinasie

Handelsmerke – vereistes

- Aantreklik
- Pas by produk
- Onderskei van ander
- Bevorder beeld
- Gebruik vir uitstalling

Distribusiebeleid

Distibusiekanale

- F – V
- F – KH – V
- F – A – KH – V
- F – GH – KH – V
- F – A – GH – KH – V

Redes vir direkte distribusie

- Beheer
- Bereik eind-verbruiker
- Wins
- Laer pryse
- Inligting

Redes vir indirekte distribusie

- Ervare agente
- Vervoer en opberging
- Minder klagtes van kliënte
- Mark dekking
- Bedrag van investering

Tipes tussengangers

- Groothandelaars
- Agente
 - Koop
 - Verkoop
 - Uitvoer/Invoer
- Kleinhandelaars

Rol van tussengangers

- Opspoor van kopers
- Bevorder produk
- Tref wyer gehoor
- Beter Vervoer
- Laer verspreidingskoste

Kommunikasiebeleid

Komponente

- Verkoopspromosies
- Advertering
- Publisiteit
- Persoonlike verkope

Advertensie media

- Gedrukte
- Uitsaai
- Direkte pos
- Web-gebaseerd

ABBA-beginsel

- Aandag trek
- Belangstelling wek
- Begeerte
- Aksie

Tipes publisiteit

- Interne
- Kompetisies
- Media vrystellings
- Onderskrywings
- Gratis geskenke/monsters
- Sosiale media

Effektiwiteit van persoonlike verkope

- Verbeter verhoudinge
- Verhoog buigsaamheid
- Verhoog verkope
- Gee inligting van verbruikers
- Twee rigting kommunikasie

Bemarking in die informele sektor

Voordele

- Maklik en goedkoop
- Geen opleiding nodig
- Geleenthede vir entrepreneurs
- Meer interaksie met kliënte
- Voorsien goedere en dienste

Redes vir direkte distribusie

- Beheer
- Geen koste van tussengangers
- Laer pryse
- Kry inligting van kliënte

Elektroniese media

Tipes digitale bemarking

- E-pos
- Webtuistes
- Soekenjins
- Selfoon bemarking
- Baniere
- Blogging
- You Tube
- Virale bemarking
- SMS bemarking

Voordele

- Laer koste
- Vinniger
- Kry data by kliënte
- Meer interaksie
- Handelsmerk sigbaarheid

Nadele

- Tegnologie wat faal
- Kompetierende markte
- Voortdurende onderhoud
- Minder buigsame pryse
- Geen internet toegang

Buitelandse bemarking

Beperkinge vir buitelandse bemarking

- Handelsooreenkomste
- Tariewe
- Uitvoer subsidies
- Beskermingsbeleide

Maniere om buitelandse bemarking te betree

- Direkte uitvoer
- Lisensies
- Konsessies
- Vennootskappe
- Gesamentlike ondernemings
- Koop van 'n besigheid
- Abba-ooreenkoms (Piggybacking)
- Sleutel-projekte
- Groenveldbeleggings

11

Die Produksiefunksie



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 11.1 Begrip van produksiestelsels
- Eenheid 11.2 Definiering van produksiebeplanning
- Eenheid 11.3 Verduideliking van veiligheidbestuur
- Eenheid 11.4 Definiering van gehaltebeheer
- Eenheid 11.5 Evaluering van produksiekoste



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet die leerders die volgende kan doen:

- ❖ Definieer massa, lot en stuk produksie
- ❖ Verduidelik/Bespreek die kenmerke van massa-, stuk- en lot- produksie
- ❖ Identifiseer massa-, lot- en stukproduksie uit gegewe scenarios
- ❖ Definieer produksiebeplanning.
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek aspekte wat oorweeg moet word gedurende produksiebeplanning
- ❖ Verduidelik die voordele van produksiebeplanning
- ❖ Verduidelik die betekenis van produksiebeheer
- ❖ Bespreek kortliks/Verduidelik/Bespreek aspekte wat oorweeg moet word gedurende produksie beheer
- ❖ Verduidelik/Bespreek die vereistes vir 'n veilige omgewing
- ❖ Verduidelik/Bespreek die redes waarom besighede veiligheid in die werkplek moet bestuur
- ❖ Verduidelik/Bespreek/Beveel aan die voorkomende maatreëls wat geneem moet word as masjinerie gebruik word
- ❖ Verduidelik die doel van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (no. 85 van 1993)
- ❖ Beveel aan/Stel voor maniere waarop besighede die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (no.85 van 1993) kan toepas
- ❖ Verduidelik die doel van 'n werkplek veiligheidsbeleid
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik/Bespreek aspekte wat ingesluit moet word in die werkplek veiligheidsbeleid
- ❖ Evalueer die werkplek-veiligheidsbeleid
- ❖ Evalueer 'n werkplek-veiligheidsbeleid en maak aanbevelings vir verbetering daarvan
- ❖ Definieer gehaltebeheer
- ❖ Beskryf kortliks gehaltebeheerliggame



Leerdoelwitte

- ❖ Verduidelik totale gehaltebeheer (TGB) as deel van die gehaltebeheerstelsel
- ❖ Verduidelik die betekenis van produksiekoste
- ❖ Beskryf kortliks/Bespreek kortliks/Verduidelik die komponente van produksiekoste
- ❖ Gee voorbeelde van primêre- en oorhoofse koste
- ❖ Verduidelik die betekenis van totale- en vaste koste
- ❖ Bereken die totale-, vaste- en veranderlike koste
- ❖ Bereken eenheidskoste, verkoopprijs en wins
- ❖ Verduidelik die betekenis van die gelykbreekpunt
- ❖ Bereken die gelykbreekpunt.

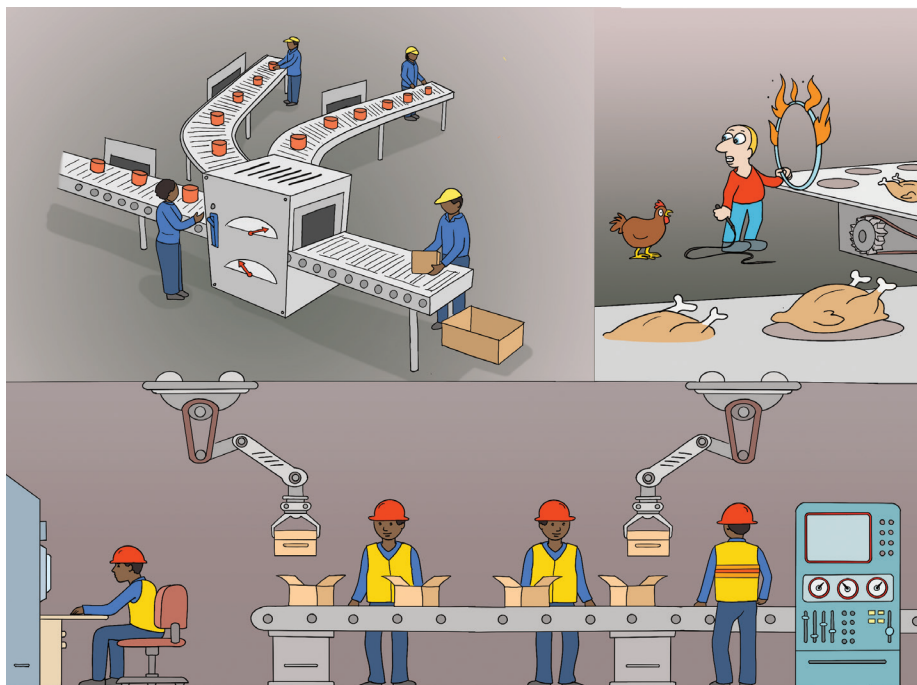


Kernbegrippe

- **Stelsel:** 'n georganiseerde rangskikking van dele om 'n spesifieke uitkoms te bereik
- **Produksiebeplanning:** die plan wat gebruik word in die produksieproses wat koste en tyd sal verminder en uitset sal vermeerder
- **Produksiebeheer:** die bestuur van elke individuele taak en aksie in die produksieproses wat die beste resultate sal verseker
- **Roetebepaling:** die proses om te bepaal wat die beste en goedkoopste volgorde vir bedrywighede sal wees
- **Skedulering:** die proses om uit te werk hoeveel tyd benodig word om elke produksietaak te verrig
- **Lading:** die proses om werk te verdeel tussen werkers en masjiene
- **Uitreiking:** omskakeling van die beplanning in aksie, met instruksies vir die beweging van materiale, gereedskap en toerusting, kontrole van tyd en vloei van aktiwiteite asook toesighouding van die proses
- **Opvolg:** die proses waarmee die besigheid seker maak dat die skedulering en produksieprosesse volgens plan verloop.
- **Inspeksie:** sluit in die kontrole van die gehalte van die proses en die finale produk
- **Regstellende maatreëls:** sluit in enige aanpassing in die beplanningsproses
- **Veiligheidsbestuur:** sluit in alle voorsorgmaatreëls wat nodig is om veiligheid in die werkplek te verseker
- **Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid:** lig die rol uit van gesondheid en veiligheid asook die verantwoordelikheid van alle belanghebbendes wat daarby betrokke is
- **Gehaltebeheer:** sluit in inspeksies van die finale produk om seker te maak dat dit voldoen aan die vereiste standaard.
- **Gehalte-bestuursisteme:** 'n raamwerk wat die besigheid gebruik om alle sleutelprosesse te bestuur en sodoende te verseker dat dit voldoen aan die vereiste standaard
- **SABS:** die Suid-Afrikaanse Buro vir Standaard, 'n liggaam wat standaard in Suid-Afrika bevorder en beheer.

Inleiding

In Graad 10 het on kennis gemaak met die produksiefunksie as deel van die ander besigheidsfunksies. Jy het ook geleer oor gehalte en gehalteaanwysers vir die produksiefunksie. In Graad 11 gaan ons uitbrei op produksie en kyk na produksiestelsels, produksiebeplanning, bestuur van veiligheid, gehaltebeheer en produksiekoste.



Eenheid 11.1 Begrip van die produksiestelsels

Die rol van die produksiefunksie

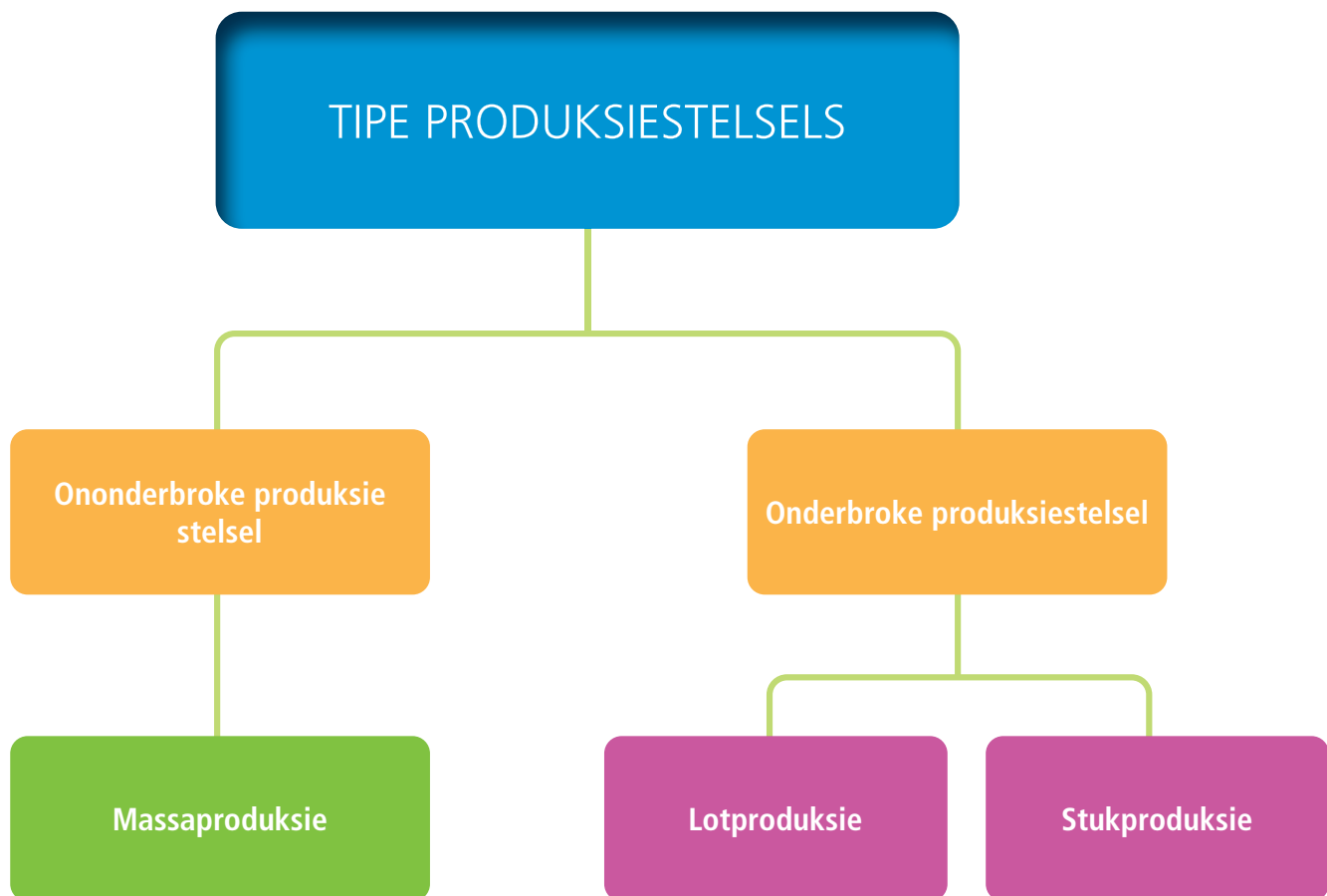
Die produksiefunksie behels al die prosesse waarvolgens die organisatoriese hulpbronne van die besigheid aangewend/ingespan word ten einde die gewenste uitsette (produkte en/of dienste) aan die verbruikers/klante van die besigheid te lewer.

Die vervaardigingsfunksie behels die proses waarmee grondstowwe omskep word in voltooide produkte van hoogstaande gehalte, om aan die behoeftes van verbruikers te voldoen. Om te verseker dat hierdie proses doeltreffend en effektief verloop, moet besighede 'n baie goeie produksie bestuurstelsel in plek stel.

'n Stelsel is 'n georganiseerde ransikking van dele om 'n spesifieke uitkoms te bereik en daarom moet besighede besluit watter produksiestelsel die beste aan hulle behoeftes sal voldoen. Om die beste stelsel te kies moet hulle kyk na drie kriteria, naamlik:

- Die verskeidenheid van die produk
- Die volume van die produk wat vervaardig moet word.
- Die masjinerie en toerusting wat gebruik gaan word.

Daar is twee hoofstipes produksiestelsels – 'n deurlopende/ononderbroke, en 'n onderbroke produksiestelsel. Dit word geïllustreer hieronder.



■ Die twee moontlike produksiestelsels

Besighede moet kies watter stelsel hulle wil gebruik. Kom ons kyk na elkeen in meer besonderhede.

Massaproduksie

Definisie

Massaproduksie staan ook bekend as vloei produksie of ononderbroke produksie. Dit is die vervaardiging van groot hoeveelhede produkte teen 'n konstante tempo. Voorbeelde sluit voorwerpe in soos potlode, motorvervaardiging en gebottelde water.

Kenmerke

Die volgende is die hoof uitstaande kenmerke van die massaproduksiestelsel:

- Groot hoeveelhede gestandaardiseerde produkte vloei deur die sisteem.
- Produkte is identies en gaan deur dieselfde prosesse.
- Produkte beweeg op die monteerbaan of produksielyn tot by die volgende stasie.
- Elke werker is opgelei om 'n spesifieke taak te verrig en spesialiseer in sy werk.
- Die toerusting en masjinerie wat gebruik word is hoogs gespesialiseerd en duur.



- Massaproduksie maak die produksieproses vinniger en verminder produksiekoste.
- Die eenheidskoste van produkte is goedkoper.
- Die massaproduksiestelsel is nie aanpasbaar om nuwe produkte te akkomodeer nie.
- Die hoeveelheid produkte is dieselfde en gehaltebeheer kan beplan en deeglik uitgevoer word.

Voordele van massaproduksie

- Die produksieproses is vinniger, wat die omsettyd vinniger sal maak.
- Die eenheidskoste van produkte is goedkoper en daarom kan die finale prys van produkte verlaag word.
- Die gehalte van produkte is gestandaardiseer en dit is makliker om gehaltebeheer uit te voer.
- Werkers spesialiseer in hulle taak en dit is makliker om hulle daarvoor op te lei.
- Werk kan deurlopend gedoen word deur gebruik te maak van skofte vir die verskillende operateurs.

Nadele van massaproduksie

- Die oprigtingskoste van 'n fabriek is baie duur omdat gespesialiseerde masjinerie gebruik word.
- Die massa produksieproses is nie aanpasbaar nie, en maak nie voorsiening vir unieke produkte nie.
- Indien een masjien onklaar raak, word die hele produksieproses onderbreek.
- Werkers kan verveeld raak, omdat hulle dieselfde taak die hele tyd verrig.
- Die toerusting vereis dikwels gespesialiseerde operateurs wat hoër salarisse verdien.

Lotproduksie

Definisie

Met lotproduksie, gaan produkte deur die produksieproses in lotte (bondels). Dit word vanaf begin tot einde voltooi, voordat daar met 'n nuwe lot (bondel) begin word. Elke lot (bondel) se kenmerke verskil effens van die vorige, omdat kliënte verskillende vereistes stel. Voorbeelde van lotproduksie is die druk van strooibiljette vir verskillende kliënte, gebak soos koeke en ander lekkernye in 'n bakery en die vervaardiging van uniforms en ander klere vir sportspane.

Kenmerke

Die volgende is die hoof uitstaande kenmerke van lotproduksie:

- Produkte word nie deurlopend vervaardig nie, maar eerder in bondels.
- Daar is meer aanpasbaarheid vir 'n verskeidenheid van produkte.
- Die masjinerie wat gebruik word is nie so duur as by massaproduksie nie.
- Werkers spesialiseer in 'n sekere deel van die proses wat hulle produktiwiteit verhoog.
- Die hoeveelheid van die bondels kan maklik aangepas word en sal dus vermorsing verminder.
- Nuwe produkte kan maklik ingesluit word in die produksieproses.
- Die koste kan hoër wees as by massaproduksie, maar nie te hoog nie, omdat groot bondels van dieselfde produkte vervaardig kan word.
- Groter hoeveelhede grondstowwe en voltooide produkte moet opgeberg word om verskillende produkte van die kliënte te akkomodeer.
- Daar kan vertraging voorkom as daar gewag word om een bondel te voltooi voordat daar met 'n nuwe bondel begin word.



Voordele van lotproduksie

- Die oprigtingskoste is laer, omdat die masjinerie nie so duur is as vir massaproduksie nie.
- Die hoeveelhede van die bondels kan beheer word, wat vermorsing sal verminder.
- Die stelsel is meer aanpasbaar en dit is makliker om oor te skakel na nuwe produkte.
- Koste is laer, omdat groot bondels soortgelyke produkte gelyktydig geproduseer kan word.
- Besighede kan die voordeel van grootskaalse aankope benut.

Nadele van lotproduksie

- Dit is nie altyd maklik om gehalte van elke produk te beheer nie en daarom voldoen dit nie altyd aan al die kliënte se standaarde nie.
- Soms word tyd verspil as daar gewag moet word om eers een bondel te voltooi, voordat daar met die volgende een begin kan word.
- Meer opbergspasie is nodig om voltooide produkte te berg.
- Lotproduksie vereis dikwels verskillende masjinerie, wat duur kan wees vir die besigheid.
- Sommige werkers raak ongemotiveerd as hulle slegs spesialiseer in een taak.

Stukproduksie

Definisie

Met stukproduksie is elke taak uniek en vereis gespesialiseerde werkers, met kreatiewe idees en verskillende tegnieke. Voorbeelde van stukproduksie sluit in trourokke, pasgemaakte seilbote en unieke olieverniskilderye.

Kenmerke

Die volgende is die hoof kenmerke van stukproduksie:

- Elke kliënt sal unieke voorskrifte gee wat in die finale produk ingesluit moet word.
- Die masjiene wat gebruik word stem ooreen met algemene masjiene wat vir verskillende produkte gebruik kan word.
- Die koste van items sal hoër wees omdat dit gemaak word volgens kliënte se voorskrifte.
- Die gehalte van produkte is uitstekend omdat produkte vervaardig word volgens voorskrifte.
- Werkers is vaardig en die koste van die werk sal hoër wees.
- Die proses neem langer omdat elke item uniek is.
- Grondstowwe kan nie op grootmaat gekoop word nie en sal duurder wees.

Voordele van stukproduksie

- Werknemers sal nie verveeld raak nie, aangesien elke taak uniek is.
- Die vraag na unieke produkte is dikwels hoër.
- Die gehalte van elke individuele produk is hoog en gehaltebeheer word deurlopend deur die proses uitgevoer.
- Die oprigtingskoste is nie so hoog nie, omdat gestandaardiseerde masjinerie dikwels gebruik word.
- Die besigheid kan hoër pryse vra, omdat produkte volgens spesifieke spesifikasies gemaak word.



Nadele van stukproduksie

- Arbeidskoste is hoog, omdat werkers oor baie hoë vaardighede moet beskik.
- Grondstowwe is duur en kan nie op grootmaat aangekoop word nie.
- Die vervaardigingsproses neem lank, omdat elke item volgens spesifikasies vervaardig moet word.
- Die koste per item is gewoonlik hoër.
- Dit is nie moontlik om die proses te outomatiseer nie.

•• | Aktiviteit 11.1 | Produksiestelsels

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

GEMAKSTOEL ONDERNEMINGS (GSO)

Gemakstoel Ondernemings is 'n onderneming wat spesialiseer in die vervaardiging van handgemaakte gemaklike tuinmeubels volgens elke kliënt se voorskrifte. Die vraag na hulle produk het drasties toegeneem gedurende die afgelope twee maande. Hulle het besluit om nog sewe werkers in diens te neem, en meer produkte by hulle reeks te voeg. Met die nuwe sisteem sal hulle eers 'n aantal produkte vervaardig voordat hulle met 'n nuwe bondel begin.

1.1.1 Identifiseer TWEE produksiestelsel wat van toepassing is op GSO. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

PRODUKSIESTELSEL	MOTIVERINGS
a)	
b)	

(6)

1.1.2 Verduidelik die kenmerke van EEN van die produksiestelsels soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1. (8)

1.2 Bespreek die kenmerke van massaproduksie. (8)



Eenheid 11.2 Produksiebeplanning

Die betekenis van produksiebeplanning

Nadat 'n besigheid besluit het watter produksiebeheerstelsel hulle gaan gebruik, moet hulle die produksieproses beplan.

- Doelwitte moet gestel word vir die produksieafdeling en beleide moet ontwikkel word om hierdie doelwitte te bereik.
- Hulpbronne moet georganiseer word om die effektiwiteit van die werkplek te maksimeer, koste en tyd te verminder en uitset te verbeter.
- Beplanning van die rolle van elke individuele werkenemr, bestelling van voorraad, ens. Alles – tot by die finale lewering van die produkte – moet beplan word.
- Aangesien daar altyd veranderinge in die produksieproses voorkom, moet beplanning baie deeglik en versigtig gedoen word.

Produksiebeplanning moet die volgende aspekte insluit:

- Werklike produksie
- Inventaris/voorraad
- Uitleg van fabriek
- Produksiekoste.

Aspekte om te oorweeg gedurende produksiebeplanning

Produksiebeplanning sluit die volgende stappe in:



- Die produksiebeplanningsproses

Beplanning

Produksiebeplanning is die beplanning van elke aspek van die hele proses. Die volgende aspekte is deel van die beplanningsproses:

- Die proses sluit in die uitleg van die fabriek om te pas by die produksiestelsel.
- Dit moet die vloei van materiale bepaal vir optimale resultate.
- Dit sluit besluite soos die aankoop van materiale, masjinerie en toerusting in.
- Die proses moet begrotings, masjiene en berekening van hoeveel werkers benodig word om die verlangde uitset te kan lewer.

Roetebepaling

Roetebepaling sluit die beplanning in van die volgorde waarin die bedrywighede moet plaasvind. Bestuur moet bepaal wat die beste goedkoopste volgorde in die produksieproses sal wees.

Roetebepaling sal die volgende vrae in ag neem:

- Watter gehalte en tipe grondstowwe gaan gebruik word?
- In watter volgorde gaan die produksieproses geskied?
- Wat is die spesifikasies, byvoorbeeld, die grootte van die finale produk?
- Wat is die koste-ontleding van die hele proses?

Skedulering

Skedulering behels die tydsberekening van die produksieproses. Dit sal ook sekere take prioritiseer en bepaal watter take voltooi moet word voordat die volgende een kan begin.

Skedulering sal die volgende aspekte in ag neem:

- Die roete en lading van beide arbeid en masjinerie.
- Berekening van die tyd wat vereis word om elke aktiwiteit in die vervaardigingsproses af te handel.
- Bepaling wanneer elke aktiwiteit moet begin, en daarna die berekening van hoeveel tyd nodig is om die hele proses te voltooi.
- Bepaling van die tyd wat nodig is vir voorbereiding van grondstowwe, tot en met die tyd wat nodig is vir vervaardiging van voltooiende produkte.
- Bepaling van die tyd benodig vir die aflewering van grondstowwe, en lewering van voltooiende produkte, ens.

Skedulering word deur verskeie faktore beïnvloed soos die kapasiteit en grootte van die besigheid, beskikbaarheid van personeel, masjiene en materiale. 'n Skedule met volledige besonderhede sal verseker dat hulpbronne beter gebruik word en dat daar effektiewe beheer oor die proses uitgeoefen word.

Lading

Lading sluit in die toedeling van elke persoon aan 'n spesifieke taak en/of masjien. Dit word gekoppel aan die uitset wat vereis word om bestellings af te handel, en die voorkoming van die oorlading van werknemers en masjiene.

Die volgende aspekte moet oorweeg word tydens lading:

- Die beplanning van wie verantwoordelik sal wees vir elke aktiwiteit soos geïdentifiseer gedurende die proses van roetebepaling.
- Die toedeling van elke persoon aan 'n masjien.
- Tydens lading word die hoeveelheid tyd bereken wat elke masjien nodig het vir produksie gedurende die dag.
- Dit dui ook aan watter masjiene nie tot volle kapasiteit gebruik word nie.
- Lading word gekoppel aan die uitset wat verlang word om bestellings te kan uitvoer en 'n oorlading van werknemers en masjiene te voorkom.

Die voordele van produksiebeplanning

Die volgende is die voordele as produksiebeplanning goed uitgevoer word:

- Beplanning stel die besigheid in staat om te verseker dat elke masjien en werker tot hul volle kapasiteit benut word en nie ledig gelaat word nie.
- 'n Besigheid kan verseker dat daar die regte hoeveelheid benodigdhede en voorraad op 'n gegewe tyd is.
- Beplanning verminder vermorsing en onnodige koste vir opberging.
- Beplanning sal voorkom dat tyd verspil word en die aantal voltooides produkte vermeerder.
- Die beplanningsproses sluit gehaltekontroles in en verseker dat die korrekte gehalte gelewer word en dat produksietyd afneem.

Die betekenis van produksiebeheer

Produksiebeheer sal elke individuele taak en aktiwiteit gedurende die produksieproses beheer. Dit sal ook die aanvang en voltooiing van elke taak vasstel.

Aspekte om te oorweeg gedurende produksiebeheer

Die volgende stappe sal oorweeg word gedurende die produksie-beheerproses:



- Die produksiebeheerproses

Uitreiking

Hierdie stadium van die proses behels die uitreiking van opdragte om die werklike produksie te laat begin. Dit omskep beplanning in aksie.

Tydens Uitreiking sal opdragte uitgereik word vir:

- Die beweging van materiale, gereedskap en toerusting na die verlangde plekke
- Kontrole van die tyd en koste wat betrokke is in die proses
- Kontrole of die vloeï van werk geskied volgens die roetebeplanning
- Toesighouding oor die hele proses.

Uitreiking is dus die identifisering van die persoon wat die werk gaan doen en om hom/haar te voorsien van spesifikasies en 'n lys van materiale.

Inspeksie

Inspeksie behels die kontrole van die gehalte van die proses en die finale produk. Dit kan gedoen word met gereelde intervalle gedurende die produksieproses en aan die einde. Inspeksie moet die volgende insluit:

- Ewekansige seleksie en toetsing van produkte
- Ondersoek van produkte
- Monsterneming en toetsing van produkte.

Gedurende die beheerproses, word die wetlike en regulatoriese aspekte van prosesse ook gekontroleer om te verseker dat daar voldoen word aan vereiste standaarde.

Opvolg

Gedurende die opvolgproses maak die besigheid seker dat die skedulering en produksiesisteme volgens plan verloop.

Die opvolgproses sal die volgende aspekte evalueer:

- Onbeplande kwessies of probleme.
- Enige misverstande in terme van werksprosesvereistes.
- Aanduïding of aktiwiteite volgens plan verloop.

Opvolg van die proses is noodsaaklik en help om bottelnekke en misverstande te voorkom.

Regstellende maatreëls

Regstellende maatreëls moet enige aanpassings van die beplanningproses insluit. Regstellende maatreëls kan aktiwiteit soos die volgende insluit:

- Onderhoud en herstel van masjiene
- Aanpassings aan roetebeplanning, skedulering en lading.
- Opleiding van werkers en hantering van ander kwessies met personeel
- Oorplasing van werknemers na ander afdelings.

•• | Aktiwiteit 11.2 Produksiebeplanning en beheer

1.1 Votooi die volgende stellings deur die korrekte woord(e) uit die onderstaande blok te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer in jou antwoordboek neer.

**Regstellende maatreëls; inspeksie; opvolg; roetebeplanning;
Skedulering; beplanning; uitreiking; lading**

- 1.1.1** Die proses waar planne in aksie omgesit word staan bekend as ...
- 1.1.2** Bell Bakery gebruik ... om die beste en goedkoopste volgorde tydens produksie te bepaal.
- 1.1.3** Luna Sementvervaardigers moet die gehalte van hul produkte kontroleer deur ...
- 1.1.4** Besighede gebruik ... om die tyd te bereken wat nodig is om elke taak tydens hulle lotproduksie af te handel. (8)
- 2.1** Noem VIER aspekte wat oorweeg moet word tydens produksiebeplanning. (4)
- 2.2** Verduidelik enige DRIE aspekte wat oorweeg moet word gedurende produksiebeheer. (9)

? Het jy geweet

Verskillende kleure op kennisgewingborde toon verskillende betekenisse aan, byvoorbeeld rooi dui op gevaar, groen is veiligheidsverwante inligting wat geen gevaar inhou nie, en blou verskaf net inligting.

Eenheid 11.3 Veiligheidsbestuur

Elke besigheid en fabriek moet veiligheidsmaatreëls vir die werkplek instel. Vir fabrieke is dit des te meer belangrik, omdat hulle gevaarlike chemikalieë, gevaarlike masjiene en skadelike stowwe hanteer/mee werk. Besighede word wetlik verplig om die nodige veiligheidsbeleid en maatreëls in plek te kry.



Redes waarom besighede veiligheid moet bestuur in werkplekke

Die drie hoofredes waarom veiligheid in die werkplek toegepas moet word is dat dit wetlik vereis word (gehoorsaam die wet) moreel (omgee vir werkers), en finansiëel (om nie vervolgt te word of 'n boete te kry nie).

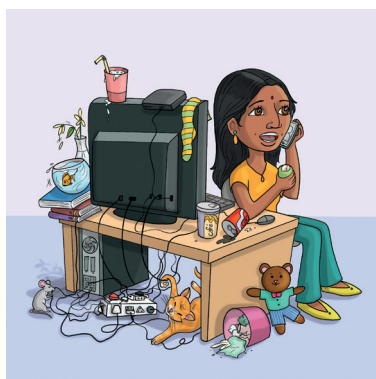
Die volgende is sommige van die redes waarom dit noodsaaklik is vir besighede om veiligheid in die werkplek te bestuur:

- Werkplekongelukke kan beserings en selfs dood veroorsaak wat moontlike finansiële implikasies vir die besigheid kan inhou.
- Werkplekongelukke kan 'n negatiewe impak uitoefen op die beeld van die besigheid.
- Gereelde en ernstige werkplek ongelukke mag selfs veroorsaak dat beleggers besluit om hulle geld te onttrek en in 'n ander onderneming te belê.
- Werknemers kan dalk vertroue in die besigheid verloor en skuif na ander ondernemings.
- Potensiële werknemers kan dalk besluit om eerder 'n werksaanbod van 'n ander onderneming te aanvaar, as as daar te veel ongelukke voorkom.

Vereistes vir 'n veilige omgewing

Vir 'n besigheid om veilig te wees het hulle die volgende nodig:

- 'n veiligheidsbeleid
- Sigbare waarskuwingstekens
- Noodhulptoerusting
- Veilige werksomgewing
- Voorkomende maatreëls vir die hantering van masjinerie.



Veiligheidsbeleid

- Besighede moet hul eie veiligheidsbeleid opstel en die nodige beheermaatreëls tref om dit uit te voer.

Sigbare waarskuwingstekens

- Daar moet sigbare waarskuwingstekens in die werkplek aangebring word.
- Die besigheid moet sy werknemers inlig oor enige potensiële gevare in die besigheid.

Noodhulptoerusting

- Dit word van besighede vereis om 'n volledig toegeruste noodhulpstelle aan te hou op maklik bereikbare plekke.
- Volgens wet, moet ten minste een werknemer opgelei word om noodhulp te kan verleen en hy/sy moet beskikbaar wees op die perseel.

Veilige werksomgewing

- Daar moet geen skadelike stowwe wees wat skade, siektes of beserings aan die werknemers of besoekers kan veroorsaak nie.
- Inligting, instruksies en opleiding moet aan werknemers gegee word.
- Werknemers moet ingelig word oor die potensiële veiligheidsaspekte en skadelike stowwe.

Werkplek veiligheidsbeleid

Doel van werkplek veiligheidsbeleid

Om 'n kultuur van veiligheid in die besigheid te handhaaf, is dit belangrik vir besighede om 'n veiligheidsbeleid in plek te hê. Die veiligheidsbeleid moet uitlig hoe veiligheid bestuur word, wie dit bestuur en hoe dit gemeet word. Die veiligheidsbeleid moet onderskryf word deur die leier van die besigheid, aangesien hulle verantwoordelik is vir die deurlopende sukses van die veiligheidstelsel.

Hierdie dokument lig uit die "wanneer" en "hoe" van veiligheid en moet uit drie hoofafdelings bestaan:

- 'n Verklaring van voorneme (wat die onderneming beplan om te doen): 'n Geskrewe beleidstelling wat aan werkers en enige ander belanghebbende partye van die besigheid, die verbintenis tot veiligheid van die besigheid toon.
- Inligting van die besigheid (of wie betrokke gaan wees): Almal wat gemoeid gaan wees in gesondheids- en veiligheidsaspekte in die besigheid.
- Reëlins (hoe om die beleid te implementeer): 'n Verduideliking oor hoe die besigheid die belangrikste kwessies gaan hanteer gedurende risiko-ontleding.

Aspekte wat ingesluit moet word in die werkplek veiligheidsbeleid

Die volgende aspekte moet ingesluit word in die werkplek-veiligheidsbeleid:

- Die reg wat elke werker het om in 'n veilige en gesonde omgewing te werk, moet erken word.
- Dit moet sigbaar vertoon word aan werkers.
- Daar moet die voorneme wees om te voldoen aan die minimum standarde van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid.
- Dit moet veiligheid as prioriteit met ander doelwitte en beleide van die onderneming stel.
- 'n Datum moet gegee word wanneer die beleid hersien sal word.

- Die beleid moet deur die HUB onderteken word.
- Dit moet die verantwoordelikhede van die bestuur ten opsigte van beroepsgesondheid en veiligheid uitspel.

Evaluering van die werkplek veiligheidsbeleid en aanbevelings vir verbetering

Die gesondheids- en veiligheidsbestuurder vereis dat besighede hul veiligheidsbeleid elke jaar moet **hersien**. Hulle kan egter besluit om dit elke twaalf maande, elke ses maande of selfs meer gereeld hersien indien omstandighede in 'n werkplek vining verander.

Besighede kan verskillende indikatore soos **veiligheidsoudits** gebruik om aktiwiteite te monitor en die ernstige aard van ongelukke in die toekoms te verminder.

Sommige werknemers gebruik vier **SAFE stape** om risiko te assesser.

S: sien die gevaar raak

A: assesser die risiko

F: maak die probleem reg

E: evalueer die resultate.

[Bron: Adapted from <https://www.chas.co.uk/insights/>]

Voorkomende maatreëls wanneer masjinerie hanteer word

Enige masjien, groot of klein kan ernstige beserings veroorsaak. Besighede moet die volgende voorkomende maatreëls instel en seker maak dat werknemers daarby hou:

- Elke werknemer moet bekend wees met die veiligheidsprosedures van die besigheid.
- Bestuur moet daarna streef om 'n kultuur van veiligheid in die werkplek te kweek.
- Die besigheid moet verseker dat alle masjinerie korrek geïnstalleer word en veilig is vir gebruik.
- Alle werknemers moet behoorlik opgelei word oor hoe om masjinerie te gebruik, asook gewaarsku word oor die gevare van die gebruik van masjinerie.
- Gereelde veiligheidskontroles moet uitgevoer word, en masjinerie moet gereeld onderhou en gediens word.
- Werkers moet die nodige beskermende klere en toerusting dra. Dit sluit in items soos oorpakke, veiligheidshelms, swaardiens veiligheidskoene en sweisbrille as hulle werk met masjinerie en toerusting.
- Harde hoede moet altyd gedra word op konstruksiepersele deur alle persone op die perseel.

Die doel van Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (WBGV) (No. 85 van 1993)

Die hoofdoel van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (No.85 van 1993) is om gesondheid, veiligheid en welstand van werknemers te beskerm, en om die beveiliging van ander, hoofsaaklik die publiek wat aan risiko's blootgestel word deur werksaktiwiteite, te verseker.

Doel van WBGV:

- Beskerm die gesondheid, veiligheid en welstand van werknemers
- Lig die rolle en verantwoordelikhede van werkgewers, werknemers, vervaardigers en verskaffers uit wat betref gesondheid en veiligheid in die werkplek.

Die volgende lig die vereistes van WBGV uit:

- Besighede moet 'n veilige werksomgewing vestig, sonder om die gesondheid van werknemers in gevaar te stel.
- Besighede moet gereeld die effektiwiteit van gesondheids- en veiligheidmaatreëls hersien.
- Die rol en verantwoordelikhede van werkgewers, werknemers, vervaardigers en verskaffers moet aan almal bekend wees.
- Besighede moet die rolle en pligte van gesondheids- en veiligheids verteenwoordigers, asook die komitee uitspel.
- Alle gevare en potensiële insidente in die werkplek moet geïdentifiseer en uitgeskakel word asook gekommunikeer word aan alle werknemers.
- Besighede moet die oorsake van ongelukke betreffende werknemers se gesondheid en veiligheid ondersoek.
- Werknemers moet aangemoedig word om saam te werk en al die nodige instruksies volg, asook onveilige situasies rapporteer.
- Die besigheid moet die nodige voorsorg tref rakende die algemene gesondheid en veiligheidskwessies in die werkplek.

Maniere waarop die besigheid kan voldoen aan WBGV

Volgens die Wet het "Alle werkgewers en eienaars van ondernemings 'n wetlike verpligting om die gesondheid en veiligheid van al hul werknemers in die werkplek te verseker". Om hierdie rede moet werkgewers verseker dat hul werkplekke voldoen aan die vereistes van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid.

Maniere waarmee die besigheid kan voldoen WBGV:

- Voorsien werkers met die nodige beskermingsklere en toesting om hulle te beskerm teen potensiële gevare.
- Verseker dat noodhulpstelle beskikbaar is in die werkplek en die fabriek.
- Sorg dat brandblussers in die werkplek of fabriek beskikbaar is. Dit moet ook gereeld en deeglik gediens word.
- Masjinerie moet op 'n gereelde basis gediens word en behoorlike herstelwerk moet gedoen word.

•• | **Aktiwiteit 11.3** Veiligheidsbestuur

Lees die onderstaande scenario en antoord die vrae wat volg.

DAVID KONSTRUKSIE (DK)

David Konstruksie (DK) stel sy werknemers bekend aan die veiligheidsprosedures by die werk. Hulle lei ook die werknemers op oor hoe om die masjinerie korrek te gebruik. DK het 'n werkplek-veiligheidsbeleid ontwikkel, maar sukkel om te voldoen aan al die vereistes van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid(No. 85 van 1993).

- 1.1 Haal TWEE maatreëls aan wat DK tref vir die hantering van masjinerie. (2)
- 1.2 Beskryf kortliks ander voorkomende maatreëls wat DK kan tref het voordat masjinerie gebruik word. (8)
- 1.3 Verduidelik die doel van 'n werkplek-veiligheidsbeleid. (6)
- 1.4 Bespreek aspekte wat ingesluit moet word in die werkplek-veiligheidsbeleid. (8)
- 1.5 Stel maniere voor waarop DK kan voldoen aan WBGV. (6)

Eenheid 11.4 Gehaltebeheer

Die definisie van gehaltebeheer

Besighede moet verseker dat hul produkte voldoen aan die regte standaard, en dat hul produkte altyd dieselfde standaard het. Om te voldoen aan die vereiste standaard moet besighede gereeld gehaltebeheer-toetse uitvoer, voor, gedurende en aan die einde van die proses.

Gehalte moet deel wees van die kultuur van die besigheid. Gehaltebeheer is daarom:

- Die proses waarmee verseker word dat goedere en dienste deurlopend met 'n hoë standaard vervaardig word.
- Die inspektering van die finale produkte word gedoen om te verseker dat dit voldoen aan die vereiste standaard.

Totale Gehaltebeheer (TGB) as deel van die gehaltebeheerstelsel

Totale Gehaltebeheer is 'n integrale sisteem waarvan die metodologie toegepas word deur die hele organisasie. Dit help om gehalte produkte en dienste te ontwerp en te vervaardig.

Dit is 'n stelsel wat in Japan ontwikkel is waarmee die hele besigheid bedryf word om te fokus op die bevrediging van die kliënt se behoeftes en al die besigheid se aktiwiteite. TGB stel die besigheid in staat om produkte en dienste te lewer wat voldoen aan die kliënt se vereistes.

Die volgende aspekte vertoon TGB as deel van 'n gehaltebestuursisteem:

- TGB sluit elke deel van die besigheid in en gehalte word almal – insluitend elke afdeling en werknemer – se verantwoordelikheid.
- Die hoofdoel van TGB is om die gehalte van produkte en dienste te verbeter om te voldoen aan die verwagtinge van die kliënte.

- Deurlopende verbetering is die fondament van TGB. Dit beteken dat alle tegnieke, sisteme, en masjinerie aangewend moet word om deurlopende verbetering te bewerkstellig.
- Gehalte is die verantwoordelikheid van elke werknemer.
- Masjiene en toerusting word gereeld na gegaan.
- Alle insette (insluitend grondstowwe) word deeglik gekontroleer en besprekings word gehou oor hoe om gehalte te verbeter.
- Bestuur maak seker dat elke werknemer verantwoordelik is vir die gehalte van sy/haar werk/aksies.

Rol van gehaltebeheerliggame by die stel van gehaltestandaarde

Verskeie gehaltebeheer liggame neem deel aan die stel en kontrole van standaarde in die verskillende industrië. In hierdie gedeelte gaan ons leer van drie liggame wat betrokke is by gehalte.

Suid-Afrikaanse Buro vir Standaarde (SABS)

Die SABS is 'n nasionale standaardiserings-gesagsliggaam wat deur die regering ingestel is om te verseker dat Suid-Afrikaanse besighede voldoen aan 'n reeks standaarde. Die SABS is verantwoordelik vir die ontwikkeling, onderhouding en publisering van standaarde vir produkte en dienste. Hulle het 'n databasis van meer as 6500 nasionale standaarde en hul hoofkwartier is in Pretoria.

Die SABS verrig verskeie take om gehalte in Suid-Afrika te verseker:

- Stel en publiseer nasionale standaarde.
- Voorsien opleiding oor alle aspekte van standaardisering.
- Voorsien inligting oor internasionale en nasionale standaarde.
- Toets en sertifiseer produkte en dienste gemeet aan sekere standaarde.
- Moniteer en dwing wetlike regulasies af.
- Bevorder ontwerp uitnemendheid.

Besighede se produkte sal die SABS merk mag dra as die produk deeglik getoets word om te verseker dat dit voldoen aan die nodige standaarde. Die SABS merk waarborg dat 'n produk voldoen aan veiligheidsregulasies en daarom moet produkte gereeld getoets word.

Internasionale Organisasie vir Standaardisering (ISO)

Die ISO-sertifisering bevestig dat 'n bestuursisteam, produksiesisteam, diens of dokumentasieprosedure voldoen aan al die vereistes vir standaardisering en gehalteversekering. ISO standaarde is ingestel om internasionale konsekwentheid te verseker. Dit bepaal prosedures wat besighede moet volg om te verseker dat hul finale produk sal hou by die beloftes gemaak aan kliënte, en dat dit voldoen aan kliënte se verwagtinge.

Hieronder vol inligting oor die funksionering van die ISO:

- ISO9000 is 'n stel internasionaal erkende standaarde gestel vir verskillende industrië.
- Iso standaarde word in baie lande oor die hele wêreld gebruik.
- Industrieë kan hul gehaltebeheer-sisteam toets teen internasionale standaarde.
- Akkreditering by die ISO is 'n teken aan kliënte dat die besigheid hul verbintenis tot gehalte ernstig opneem, en deurlopend daarna streef om sy bedrywighede te verbeter.



■ Die SABS logo vir algemene items



■ Dit is die ISO logo

Gehaltesirkels

'n Gehaltesirkel of gehaltebeheersirkel is 'n groep werkers wat dieselfde of soortgelyke werk doen, en op 'n gereelde basis bymekaar kom om werksverwante probleme te identifiseer en op te los. Dit bestaan gewoonlik uit minimum drie en maksimum twaalf lede.

Die rolle van gehaltesirkels word hieronder bespreek:

- Gehaltesirkels is groepe werknemers wat in verskillende afdelings werk, byvoorbeeld produksie, bemarking, aankope en finansiering, maar wat direk of indirek betrokke is by dieselfde produkte of diens.
- Hulle vergader gereeld om te bespreek hoe gehalte, effektiwiteit en produktiwiteit verbeter kan word.
- Hulle analiseer probleme in die produksieproses en hou 'n dinkskrum oor oplossings.
- Werknemers is dikwels die beste toegerus met kennis oor hoe om gehalte te verbeter.
- Tipise onderwerpe wat deur gehaltesirkels bespreek sal word, sluit in die verbetering van veiligheid, verbeterde produkontwerpe asook produksieprosesse.
- Die ideale grootte van 'n gehaltesirkel is tussen drie tot twaalf lede.
- Gehaltesirkels vorm deel van die TGB van 'n besigheid.



Aktiwiteit 11.4 Gehaltebeheer

- | | | |
|-----|--|-----|
| 1.1 | Noem TWEE gehaltebeheerliggame wat relevant is vir alle Suid-Afrikaanse besighede. | (2) |
| 1.2 | Brei uit oor die betekenis van gehaltebeheer. | (4) |
| 1.3 | Verduidelik Totale Gehalte Beheer (TGB) as deel van die gehaltestuurstelsel. | (8) |

Eenheid 11.5 Evaluering van produksiekoste

Die betekenis van produksiekoste

Die hoofdoel van 'n besigheid is om geld te maak. Daarom is dit belangrik dat besighede presies weet hoe om produksiekoste te bereken.

Die totale prys wat betaal word vir grondstowwe, arbeid en ander wat gebruik word om 'n produk te vervaardig of 'n diens te skep, word produksiekoste genoem.

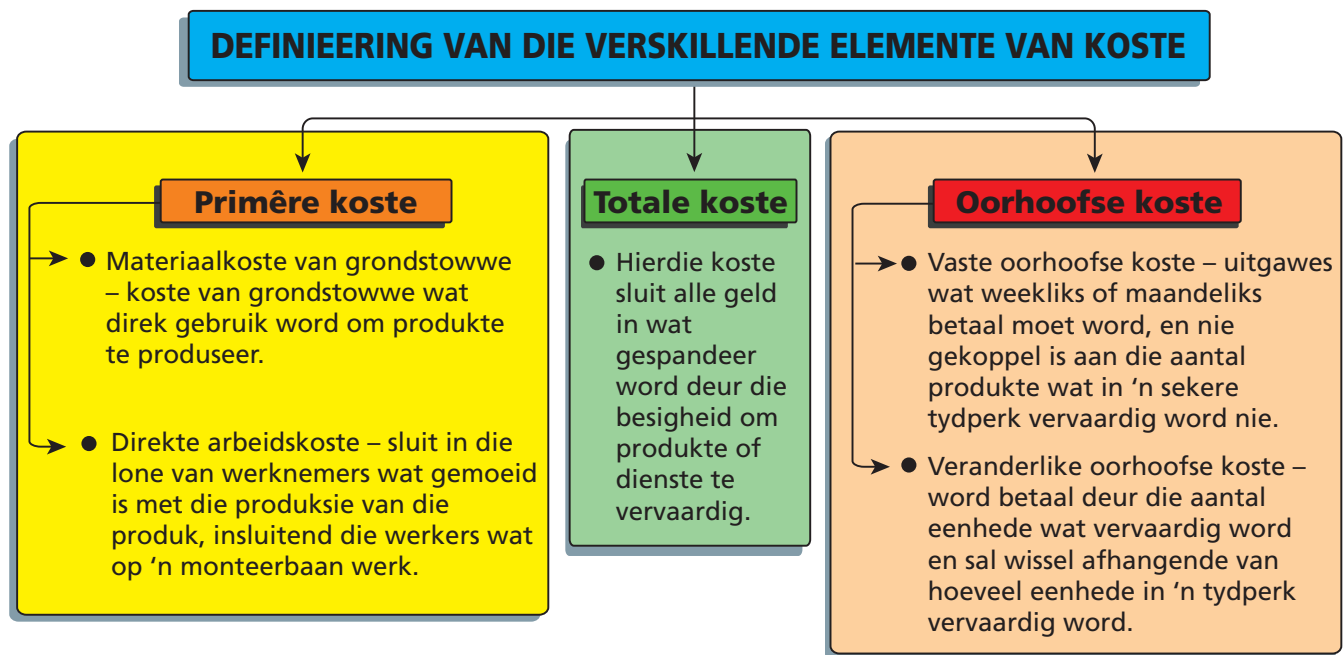
- Die betekenis van totale koste:
Hierdie koste sluit in alle koste wat aangegaan is in die besigheid. Dit sluit in grondstowwe, die bemarking en die produksie van goedere en dienste.
- Die betekenis van vaste koste:
Hierdie koste is nie gekoppel aan die aantal produkte of eenhede wat vervaardig word nie. Vaste koste word bereken oor 'n week of 'n maand.

Komponente van produksiekoste

Daar is twee algemene kategorieë van kostes wat betrokke is in die vervaardigingsproses. Dit is primêre koste en oorhoofse koste.

Primêre koste sluit in direkte koste van grondstowwe + direkte arbeidskoste
 Oorhoofse koste (uitgawes) kan in twee dele verdeel word naamlik vaste koste en veranderlike koste.

Totale koste = Primêre koste + oorhoofse koste (uitgawes)



Die volgende voorbeelde sal die verskillende elemente van koste verduidelik.

Die direkte materiaalkoste

- Grondstowwe is die fisiese komponente wat gebruik word tydens vervaardiging, wat insluit metale, plasitek, hardeware, materiaal en verf insluit.
- Hierdie tipe grondstowwe wissel afhangende van die aard van die besigheid. Byvoorbeeld, in 'n meubelfabriek sal die grondstowwe hout, hardeware en verf wees.

Direkte arbeidskoste

- Direkte arbeid sluit in die lone wat betaal word vir werkers, byvoorbeeld die werkers wat op die produksielyn werk, wat direk betrokke is by die vorming en samestelling of skepping van 'n produk.

Vaste oorhoofse uitgawes

- Voorbeelde van vaste oorhoofse koste wat spesifiek gekoppel word aan die produksiearea waar goedere vervaardig word is:
 - Fabriekshuur
 - Nutsdienste
 - Produksie/toesighouding salarisse, byvoorbeeld die bestuurder, sekretaresse, skoonmaker, ens.
 - Waardevermindering van produksietoerusting
 - Versekering
 - Paaielemente vir voertuie.

Veranderlike oorhoofse koste

Veranderlike koste wissel met die vlak van produksieuitset. Voorbeelde sluit in:

- Elektrisiteit
- Telefoon
- Inderekte grondstowwe wat gom en skroewe insluit wat op grootmaat gekoop word
- Inderekte arbeidskoste soos lone wat op 'n kommissiebasis betaal word.

Die berekening van totale-, vaste- en veranderlike koste

Ons kan die volgende sjabloon gebruik om produksiekoste te bereken:



Neem kennis

Vrae oor berekening kan verdeel word in verskillende vrae, byvoorbeeld, bereken primêre koste of bereken totale produksiekoste. Maak baie seker van wat van jou gevra word om te bereken.

PRODUKSIEKOSTE

PRIMÊRE KOSTE (PK)

Direkte materiaalkoste

Plus: Direkte arbeidskoste

ORHOOFSE KOSTE (OK)

Vaste koste

Plus: Veranderlike koste

TOTALE PRODUKSIEKOSTE (PK + OK)

EENHEIDSKOSTE

Totale produksiekoste gedeel deur die aantal eenhede

Die berekening van eenheidskoste, verkoopsprys en wins

Besighede moet in staat wees om te bereken hoeveel wins hulle gaan maak, maar moet eers weet hoeveel geld gespandeer is (koste) en hoeveel geld hulle ontvang het (inkomste).



Neem kennis

Onthou die formule om eenheidskoste te bereken.
Eenheidskoste =

$$\frac{\text{Totale produksiekoste}}{\text{Aantal eenhede vervaardig}}$$

Om te wins te bepaal word die volgende inligting benodig:

- Wat was die totale koste
- Hoeveel eenhede is verkoop?
- Wat was die **verkoopsprys** per eenheid?
- Wat was die **totale inkomste**?

Die besigheid sal die volgende formule gebruik:

Totale koste = Primêre koste + oorhoofse koste

Verkoopsprys = kosprys + % wins op kosprys

Totale inkomste = verkoopsprys x aantal eenhede verkoop

Wins = totale inkomste – totale koste



Nuwe woorde

Verkoopsprys die prys wat kliënte betaal vir goedere en dienste

Totale inkomste die bedrag geld wat die besigheid ontvang uit die verkope van die produkte en dienste

Gelykbreekpunt

Om die sukses en volhoubaarheid van 'n besigheid te verseker, is dit nodig dat die bestuur moet verstaan wat beteken gelykbreek. Dit beteken dat die selfde hoeveelheid geld wat uit die besigheid uitgevloei het, ook in die besigheid ingevloei het.

Die betekenis van gelykbreekpunt

Die gelykbreekpunt verwys na die inkomste wat nodig is om die totale vaste- en veranderlike uitgawes van die onderneming oor 'n spesifieke periode te dek. Dit beteken dat die onderneming gelykbreek waar totale uitgawes = totale inkomste. Slegs na die gelykbreekpunt begin die besigheid om wins te maak.

Berekening van die gelykbreekpunt

Om die gelykbreekpunt te bereken, moet ons drie faktore in ag neem: vaste koste, verkoopsprys en veranderlike koste per eenheid.

'n Formule word gebruik om die gelykbreekpunt te bereken.

Bydrae marge = verkoopsprys – veranderlike koste per eenheid

$$\text{Gelykbreekpunt} = \frac{\text{vaste koste}}{\text{Bydrae marge}}$$

Kom ons kyk na 'n voorbeeld van die berekening van gelykbreekpunt.

In 'n mobiele lekkergoedwinkel word 12 eenhede vir die maand verkoop. Die veranderlike koste was R25. Die vaste koste van die besigheid was R 2500 vir die maand. Die eenheidsprys was R5 per eenheid. Die verkoopsprys was R60 (R5 × 12). Berekening van die gelykbreekpunt is as volg.

Berekening

1. Berekening van die bydrae marge = verkoopsprys – veranderlike koste

$$= R5 - (R25 \div 12)$$

$$= R5 - R2.08$$

$$= R2.92$$

2. Berekening van gelykbreekpunt.

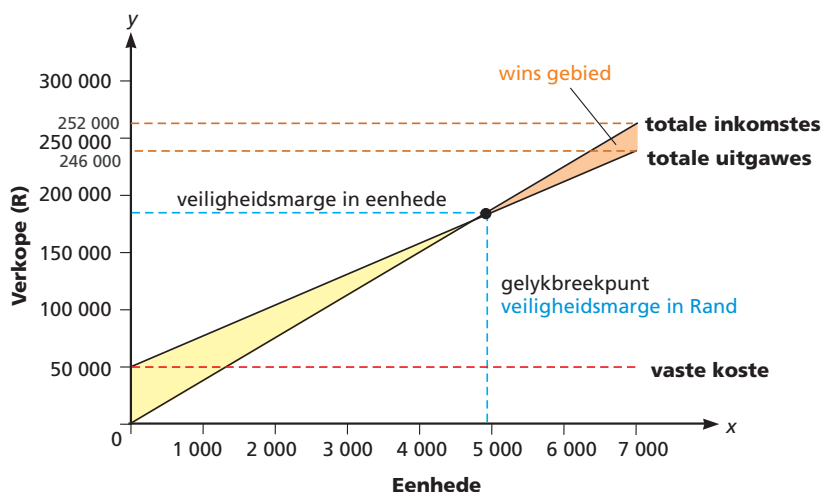
$$\begin{aligned} \text{Gelykbreekpunt} &= \frac{\text{vaste koste}}{\text{bydrae marge}} \\ &= \frac{2500}{2.92} \\ &= 856,2 \text{ eenhede} \end{aligned}$$

Let wel: Die lekkergoedwinkel moet dus 856,2 eenhede verkoop om hulle koste te dek. As hulle meer as 856,2 eenhede verkoop, sal hulle begin om wins te maak.

A Nuwe woorde

Bydrae marge is die aanduiding van hoeveel elke eenheid bygedra het tot die vaste koste

Grafiek van 'n gelykbreekpunt



Let wel:

1. Twee grafieke word getrek, een vir totale inkomste en een vir totale uitgawes.
2. Die gelykbreek ontleding in die bostaande grafiek toon dat die besigheid 5000 eenhede moet verkoop om sy kostes te dek.
3. Slegs as die besigheid meer as 5000 eenhede verkoop, sal dit begin om wins te maak.

Aktiwiteit 11.5 | Produksiekoste en gelykbreekpunt

- 1.1 Identifiseer die produksiekoste-komponent van Lunar Bpk in ELKEEN van die volgende stellings:
 - 1.1.1 Hierdie koste is maandeliks betaalbaar vir die huur van die fabriek.
 - 1.1.2 Kostes wat die lone van werknemers wat werk op die produksielyn insluit.
 - 1.1.3 Die bedrag vir indirekte grondstowwe soos skroewe vir die lessenare.
 - 1.1.4 Totale produksiekoste gedeel deur die aantal eenhede vervaardig. (8)
- 1.2 Verduidelik die betekenis van gelykbreekpunt. (4)
- 2.1 Neem die volgende inligting in ag en antwoord dan die vrae wat volg:

PRODUKSIEKOSTE VAN ELVIS PETERS VERVAARDIGERS (EPV) VIR MEI 2021

Direkte materiaalkoste	R140 000
Koste van fabriekswerkers	R185 000
Versekering	R8 000
Huur	R10 000
Salaris van bestuurder	R30 000
Elektrisiteit	R7 000
Gom en skroewe, op grootmaat gekoop	R3 000
Paaiement vir voertuig	R8 000

EPV het 30 000 speelgoed eenhede vir die maand vervaardig.

- 2.1.1 Bereken die veranderlike koste van EPV vir Mei 2021 (4)
- 2.1.2 Bereken die vaste koste van EPV vir Mei 2021 (5)
- 2.1.3 Bereken die totale produksiekoste van EPV vir Mei 2021. (4)
- 2.1.4 Bereken die eenheidskoste per speelding. (4)

QR-KODE

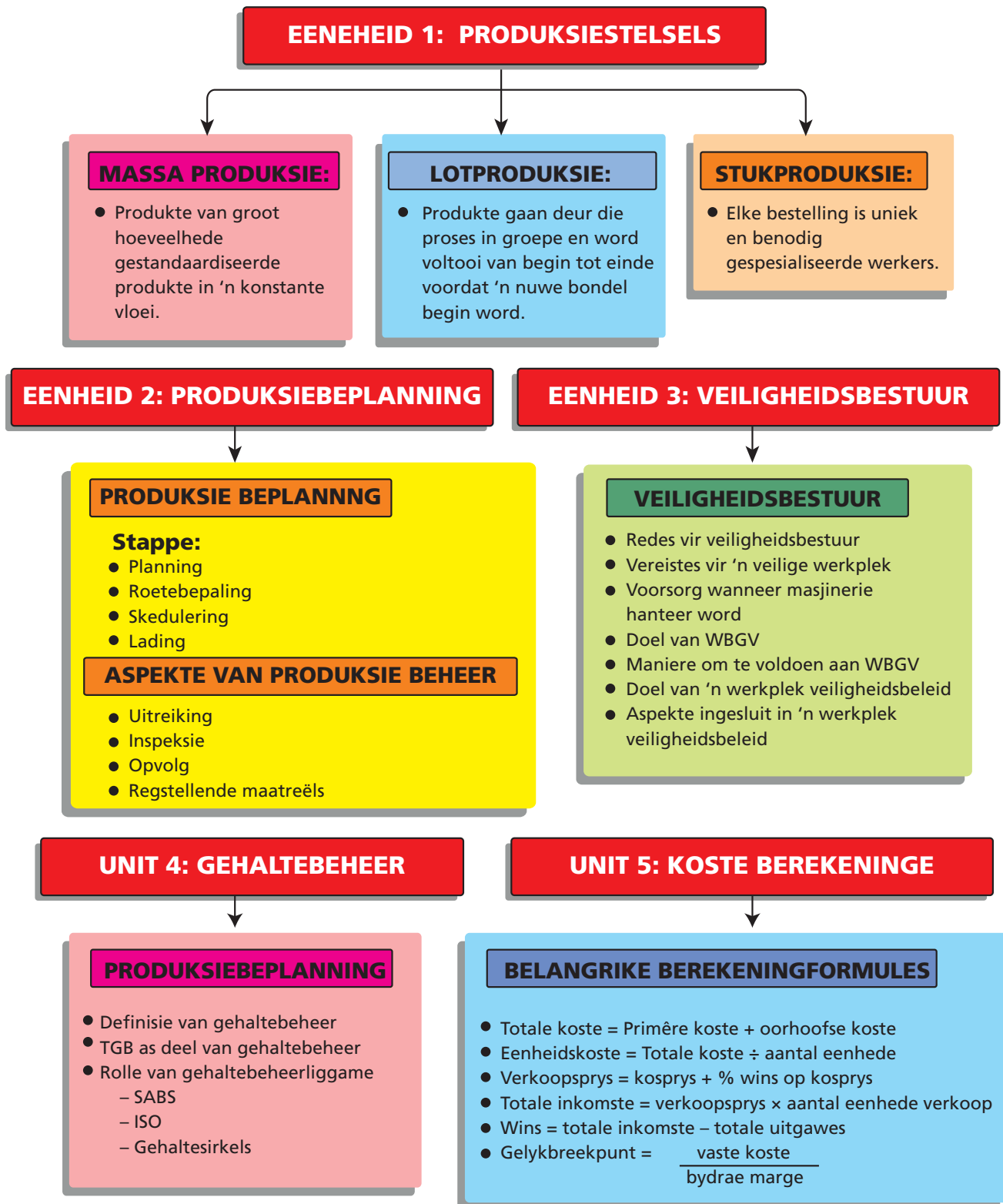
Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Breinkaart: Onderwerp 11 – Die produksiefunksie

Gebruik die breinkaart as 'n gids om al die werk op te som wat in hierdie onderwerp behandel is. Maak seker dat jy die relevante inligting onder elke opskrif leer.



Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Kies die regte beskrywing uit KOLOM B om te pas by die term in KOLOM A..Skryf slegs die letter (A – J) langs die vraagnommer 1.,1.1 – 1.1.5, byvoorbeeld 1.1.6 K.

KOLOM A	KOLOM B
1.1.1 Regstellende maatreëls	A. 'n Groep werkers wat bymekaarkom om werksverwante probleme op te los.
1.1.2 Roetebepaling	B. 'n Internasionale standarde-beheerliggaam.
1.1.3 SABS	C. Die proses om die tyd te bereken wat nodig is om elke produksietaak te verrig.
1.1.4 Gehaltesirkel	D. Bestaan uit vaste en veranderlike koste.
1.1.5 Primêre koste	E. Sluit in die toets van die gehalte van die proses en die finale produk.
	F. 'n Groep werkers wat bymekaar kom om nuwe produkte te ontwerp.
	G. Nasionale standaardiserings-owerheid.
	H. Bestaan uit direkte grondstowwe en direkte arbeidskoste.
	I. Die proses om die beste en goedkoopste opeenvolging van bedrywighede te bepaal.
	J. Sluit in enige aanpassings aan die beplanningsproses.

(10)
(3)

1.2 Noem enige DRIE aspekte om te oorweeg tydens die produksie kontroleproses.

1.3 1.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

SANDRA SE KOEFABRIEK (SKF)

Sandra se Koefabriek bak verskillende tipes koeke waarvoor hulle die masjinerie in die fabriek gebruik. Sandra is die eienaar en sy dra nie kennis van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid nie. Haar vriendin beveel aan dat die besigheid moet streef na 'n kultuur van veiligheid in die werkplek. Sy het ook gesê dat al die werkers opgelei moet word om masjinerie en toerusting korrek te gebruik. SKF moet gereelde toetse ten opsigte van veiligheid uitvoer.

1.3.1 Haal TWEE voorkomende maatreëls aan uit die bostaande scenario. (2)

1.3.2 Verduidelik aan SKF ander voorkomende maatreëls waaraan hulle moet gehoor gee. (6)

1.4 Beveel maniere aan waarop SKF kan voldoen aan die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid. (6)

VRAAG 2

Besighede moet die beste produksiestelsel vir hul fabriek kies. As hulle besluit om die massa-produksiestelsel te gebruik, moet hulle behoorlike produksiebeplanning doen. Aan die ander kant moet hulle nie die veiligheid van die fabriek afskeep nie, en verseker dat al die veiligheidsregulasies ingesluit word in hulle werkplek-veiligheidsbeleid en dit streng volg. Besighede moet hou by die regulasies van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (Wet. 85 van 1993).

Skryf 'n opstel oor die produksiefunksie en gee aandag aan die volgende aspekte.

- Beskryf kortliks die doel van die Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid.(No. 85 van 1993)
- Verduidelik die kenmerke van massaproduksie.
- Bespreek DRIE aspekte wat oorweeg moet word gedurende produksiebeplanning.
- Adviseer die besigheid oor die aspekte wat ingesluit moet word in die werkplek-veiligheidsbeleid.

(40)

12

Professionalisme
en etiek

ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 12.1 Professionalisme en etiek
- Eenheid 12.2 Teorieë van etiek
- Eenheid 12.3 Professionele, verantwoordelike, etiese besigheidspraktyke



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet die leerder die volgende kan doen:

- ❖ Definieer etiese en professionele gedrag
- ❖ Differensieer/Oonderskei tussen **professionalisme** en etiek
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik die beginsels van professionalisme en etiek
- ❖ Verduidelik kortliks die volgende teorieë van etiek en pas dit toe in die werkplek:
 - ❖ Konsekwensiële teorie
 - ❖ Algemene welsyn benadering
 - ❖ Regte benadering
- ❖ Differensieer/Oonderskei tussen 'n goeie en 'n slegte besluit en gee voorbeelde van elk
- ❖ Stel voor/Beveel aan die maniere waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe besigheidspraktyke uitgevoer moet word, byvoorbeeld, betaling van regverdige lone, verskaffing van gehalte goedere en dienste, nie 'n besigheid begin ten koste van iemand anders nie, ens.
- ❖ Verduidelik/Bespreek die voordele/nut van etiese sakeondernemings
- ❖ Gee voorbeelde van etiese besigheidsbedrywighede
- ❖ Evalueer die etiese gedragskode vir enige besigheid en maak aanbevelings vir verbetering
- ❖ Bespreek die verskillende perspektiewe op etiek.



Nuwe woorde

Professionalisme die gespesialiseerde kennis en vaardighede wat gebruik word om 'n spesifieke werk of taak te verrig



Kernbegrippe

- **Etiek:** verwys na die morele beginsels wat 'n persoon se gedrag bepaal, of die morele beginsels wanneer enige aktiviteit uitgevoer word.
- **Professionalisme:** Wanneer mense met spesifieke vaardighede en vermoëns hulle kennis toepas in 'n spesifieke werk of taak.



Kernbegrippe

- **Etiese en effektiewe sakepraktyke:** Skepping van 'n kultuur waar werknemers alle partye in ag neem – terwyl hulle hulle die etiese en wetlike verpligtinge in ag neem – besluite neem en sodanig optree dat dit sal lei tot 'n volhoubare besigheid.
- **Etiese sakepraktyk:** 'n Besigheid se kultuur bepaal die verskil tussen goeie en slegte besluitneming, terwyl etiek daarvoor gaan dat die onderneming die verskil tussen reg en verkeerd ken, en kies om te doen wat reg is.

Inleiding

Professionalisme verwys na mense wat sekere vaardighede en vermoëns gebruik om 'n spesifieke taak/proffessie te beoefen. Etiek gaan daarvoor om te doen wat reg is en besluite te neem in belang van die publiek en die gemeenskap. As professionalisme en etiek gekombineer word in die besigheid, gee dit 'n basis vir werknemers om hul eie kennis, vaardighede en vermoëns te gebruik om in hul eie belang op te tree, maar ook in beste belang van die besigheid.

Eenheid 12.1 Professionalisme en etiek

Betekenis van professionele gedrag



- Professionalisme is wanneer 'n persoon gespesialiseerde kennis en vaardighede benodig om bevoeg te wees om 'n spesifieke taak/proffessie te beoefen. Byvoorbeeld, om 'n dokter, rekenmeester of onderwyser te word.
- Professionele gedrag beteken dat jy trots is op jou werk en altyd voldoen aan die gestelde eise van jou profesie.
- Om professionele gedrag in die werkplek te openbaar vereis dat jy met respek optree teenoor jou kliënte en kollegas en hulle met waardigheid behandel.

Betekenis van etiese gedrag

Etiese gedrag:

- Word gelei deur beginsels van wat reg, verkeerd en aanvaarbaar is deur te kyk na wat die gemeenskap en die individu beskou as goeie waardes.
- In die werkplek word dit van werknemers verwag om op te tree volgens die gedragkode. Byvoorbeeld, dokters, verpleegsters, prokureurs, rekenmeesters en onderwysers het almal beheerliggame wat in beheer is van die **gedragkode** vir daardie profesie.
- Beteken die hoogste wetlike en morele standaard as daar in kontak gekom word met alle belanghebbendes.



Die verskil tussen professionalisme en etiek

PROFESSIONALISME	ETIEK
Verwys na wanneer 'n persoon oor sekere kennis en vaardighede moet beskik vir 'n spesifieke taak of profesie.	Stem ooreen met 'n stel waardes wat moreel aanvaarbaar is binne 'n besigheid of organisasie.
Stel standaard van verwagte gedrag	Vorm deel van 'n gedragkode wat moreel aanvaarbaar is binne die besigheid of organisasie.
Pas die gedragkode toe in die profesie of besigheid	Vorm deel van die gedragkode om werknemers te lei om hulself eties korrek te gedra.
Fokus daarop om die reputasie van die besigheid of profesie in stand te hou.	Fokus op die ontwikkeling van 'n morele kompas vir besluitneming.
Sluit in die riglyne vir voorkoms, gedrag, kommunikasie, gesindheid, rolle en verantwoordelikhede van werknemers binne die besigheid of organisasie.	Sluit in die navolging van die beginsels van wat reg en verkeerd is, in besighedsbedrywighede.

A Nuwe woorde

Gedragkode is 'n stel reëls en verantwoordelikhede van 'n organisasie of besigheid waarby die werknemers moet hou

Morele kompas is 'n persoon se vermoë om te besluit wat reg en verkeerd is, en daarvolgens optree

Die beginsels van professionalisme en etiek

Bevoegdheid



- Dit is wanneer werknemers hul kennis, vaardighede en vermoëns in hul gebied van kundigheid tot voordeel van die organisasie, gemeenskap en omgewing gebruik.
- 'n Voorbeeld van bevoegdheid is wanneer 'n pianis die klavier baie goed bespeel.

Integriteit



- Integriteit beteken om alle werkverwante take op die korrekte manier uit te voer, selfs al word jy nie gemonitor nie.
- Dit beteken dat alle werknemers werk en optree met integriteit, eerlikheid en volgens aanvaarde standaard van professionele gedrag en die wet.

Respek



- Respek is die gedrag, prestasie en manier waarop werknemers hulself in die werkplek gedra.
- Werknemers wat in 'n omgewing werk waar daar respek is, sal 'n positiewe gesindheid openbaar en gemotiveerd wees om hul beste te lewer.

Objektiwiteit



- Werknemers moet objektief bly en regverdig optree sonder enige bevoordeling of gunste.

Vertroulikheid



- Dit verwys na die nie-openbaarmaking van enige vertroulike inligting van 'n kliënt of die besigheid, sonder hul toestemming nie.

Deursigtigheid



- Besighede moet aandag gee aan **deursigtigheid** en eerlik en volledig alle verlangde inligting gee wat verlang word.

Konflik van belange



- Werknemers moet 'n situasie vermy waar daar 'n konflik van belange is in die besighedsomgewing.
- Dit is 'n situasie waar die besorgdheid of doelwitte van twee verskillende partye onversoenbaar is.
- 'n Situasie waarin 'n persoon in 'n posisie is om persoonlike voordeel te trek uit optrede of besluite wat in hul amptelike hoedanigheid geneem word.

Verbintenis



- Werknemers moet die waardigheid en regte van ander in die werkplek respekteer, asook die beeld van die profesie of besigheid waarbinne hulle werk.

Omgee



- Besighede of groot organisasies moet sosiale verantwoordelikheid beoefen om te verseker dat hulle teruggee aan arm gemeenskappe.

Omgewingsverantwoordelikheid



- Besighede moet bedryf word op 'n wyse wat seker maak dat daar omgesien word na die omgewing sodat dit volhoubaar is en bewaar word vir toekomstige geslagte.

QR-KODE

Etiek in die werkplek

<https://www.youtube.com/watch?v=0mUxMpMTT28>

Eenheid 12.2 Teorieë van etiek

Die volgende teorieë van etiek is gebaseer of die beginsels van integriteit, objektiwiteit, omgee en deursigtigheid. Hierdie teorieë gee leiding aan individue en besighede wanneer hulle die regte morele besluite moet maak.

Teorieë van etiek wat in die werkplek aangewend word

Konsekweniële terorie

- Die **konsekweniële teorie** stel voor dat aksie goed of sleg is, afhangende van die uitkoms daarvan. Dit probeer antwoorde kry op die etiese vraag oor reg en verkeerd en hoe om by die antwoord daarvan uit te kom.
- Dit vraag of iets gedoen moet word of nie, sal afhang van die verwagte resultaat van die aksie.
- As die verwagte uitkoms goed is, dan is dit die eties korrekte ding om te doen, terwyl as die uitkoms sleg is, is dit eties verkeerd om dit te doen.

A Nuwe woorde

Konsekweniële teorie
 'n teorie wat die reg of verkeerdheid van 'n handeling beoordeel op grond van die gevolge van daardie handeling

A Nuwe woorde

Algemene welsyn benadering verwys na aksies wat geneem word of beleide wat in plek gesit word om nie slegs 'n sekere goep individue te bevoordeel nie maar die hele gemeenskap

regte benadering hierdie benadering bepaal dat ons waardigheid gebaseer is op om vermoë om vryelik te kies hoe ons ons lewens wil leef en dat ons ook 'n morele reg vir ons keuses om gerespekteer te word as vrye, gelyke en rasonale mense, maar ook die morele plig het om ander op dieselfde wyse te respekteer

Die Algemene welsyn benadering

- Die **algemene welsyn benadering** maak seker dat die besigheid se waardes en etiese beginsels in lyn is met die gemeenskap waarbinne hulle bedryf word.
- Dit erken dat etiese waardes verskil van gebied tot gebied en van land tot land.

Die regte benadering

- Die fokus van die **regte benadering** is op die individu se regte – waar mense met respek en waardigheid behandel moet word.
- Besighede moet nie hul missie of produkte op mense afdwing nie.
- Werknemers wat in 'n besigheid werk, moet hoegenaamd nie sleg behandel word nie.

Goeie en slegte besluite (met voorbeelde)

Tipe besluit	Verduideliking	Voorbeeld
<p>Goeie besluite</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Goeie besigheidsbesluite word gewoonlik geneem nadat daar baie oor 'n situasie gedink is en al die etiese beginsels wat daaraan gekoppel word, in ag geneem is. • Hierdie besluite is die wat besighede nie sal berou nie en dit sal 'n positiewe impak op die bedrywighede van die besigheid uitoefen. • Dit is in die beste belang van die individue en besighede om hulle instink te volg nadat hulle oor al die feite beskik om hierdie besluite te neem. 	<p>'n Voorbeeld van 'n goeie besluit is wanneer 'n opkomende besigheid (na deeglike oorweging en beplanning) besluit om sy perseel te vergroot om addisionele besighedsbedrywighede te akkomodeer. Op die langtermyn sal sodanige besluit die besigheid se waarde en wins verhoog.</p>
<p>Slegte besluite</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Swak besigheidsbesluite word gemaak op die ingewing van die oomblik, sonder kritiese analisering en raadpleging tydens die proses. • Die insette van alle rolspelers is nie oorweeg wanneer hierdie besluite gemaak word nie. • As besighede nie al die korrekte inligting in ag geneem het nie, sal hulle waarskynlik spyt wees oor hierdie besluite. 	<p>'n Voorbeeld van sodanige besluit is wanneer die besighede personeel aanstel in poste waarvoor hulle nie die nodige opleiding het nie. Hierdie besluite mag daartoe lei dat die besigheid verliese lei, omdat die werknemer(s) nie in staat is om hul werk op die vereiste vlak te doen nie.</p>

•• | **Aktiwiteit 12.1**

1.1 Brei uit oor die betekenis van professionele gedrag. (2)

1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

SALLY REKENMEESTERS (SR)

Sally Rekenmeesters (SR) fokus daarop dat hul besigheid se waardes en etiese beginsels in lyn is met die van die gemeenskap waarin hulle sake bedryf. Hulle verwag ook van hul werknemers om te alle tye, professioneel op te tree.

1.2.1 Identifiseer die teorie van etiek wat deur SR toegepas word. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)

1.2.2 Verduidelik twee ander teorieë van etiek wat toegepas kan word in die werkplek. (6)

1.2.3 Onderskei tussen goeie en slegte besluite en gee voorbeelde van elk. (8)

Eenheid 12.3 Professionele, verantwoordelike, etiese sakepraktyke

Besluitneming op alle bestuursvlakke in die besigheid moet gegrond word op professionele en etiese waardes. Dit beklemtoon die **verantwoordelikheid** wat besighede het teenoor hulle kliënte en personeel. Dit verseker ook dat die besigheid vir die bedryf van hul dag-tot-dag aktiwiteite 'n raamwerk van etiese waardes gebruik.

Maniere waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe sakepraktyk uitgevoer moet word

- Besighede moet alle werknemers gelyk behandel, ongeag hul ras, kleur, ouderdom, geslag, gestremdheid, ens.
- Die Missieverklaring van 'n besigheid moet die waardes van gelykheid en respek insluit.
- Die werkplek moet 'n veilige, regverdige omgewing wees waar werknemers hul werk kan doen sonder om verneder of blootgestel te word.

Hier volg 'n paar maniere waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe sakepraktyk uitgevoer moet word:

- Die besigheid moet seker maak dat hulle regverdige lone en salarisse betaal word aan alle werknemers in ooreenstemming met die vereistes van WBDV.
- Werknemers moet vergoed word vir oortyd en werk op publieke vakansiedae.
- Die besigheid moet werknemers respekteer en hulle met waardigheid behandel deur erkenning te gee vir werk wat goed gedoen is.

A Nuwe woorde

Verantwoordelikheid die wetlike en morele verpligting van die besigheid ten opsigte van die ekonomiese, sosiale en fisiese omgewing waarbinne dit funksioneer.

•• | **Aktiwiteit 12.2**

Blokkiesraaisel

vervolg.

Dwars

1. Wyse waarop take eties korrek uitgevoer word in die besigheid.
5. Die beginsel wat leiding gee oor reg en verkeerd en aanvaarbare gedrag.
7. Trots op jou werk en voldoen altyd aan verlangde standaarde van jou profesie.
8. Hierdie teorie bepaal of 'n taak gedoen gaan word of nie, gebaseer op die uitkoms van jou aksie.
9. Aanwending van kennis en ervaring tot voordeel van die organisasie.
10. Gesindheid waarmee alle take uitgevoer word.

Af

2. Besluite wat gemaak word op die ingewing van die oomblik sonder enige etiese oorwegings
3. Hierdie teorie verseker dat besighede se etiese waardes in lyn is met die gemeenskap waar binne dit funksioneer.
4. Voer take nougeset uit selfs al word jy nie gemoniteer nie.
6. Deurdagte besluite met inagneming van etiese beginsels.

Voorbeelde van etiese sakepraktyke

Oor die algemeen streef besighede daarna om meer eties op te tree deur gebruik te maak van die volgende sakepraktyke.

Besighede streef na die volgende:

- Sluit aan by Business Unity Suid-Afrika (BUSA) en die Instituut vir Etiek Suid-Afrika om seker te maak dat hulle voldoen aan al die vereiste etiese standaarde en beginsels.
- Probeer om onwettige sakepraktyke te vermy deur in lyn met die gedragkode op te tree.
- Vestig korporatiewe sosiale verantwoordelikeheids inisiatiewe as deel van die besigheid se visie en missie.
- Maak gebruik van regverdige advertensiepraktyke.
- Stel beleide en prosedures in plek om vertroulikheid te handhaaf.
- Voer saketransaksies deursigtig en eerlik uit.
- Om aan hulle werknemers regverdige lone en salarisse te betaal.

A Nuwe woorde

Korporatiewe bestuur die struktuur of reëls, praktyke en prosesse wat gebruik word om die rigting aan te dui vir bestuur in die onderneming

Aanspreeklikheid om die direkteure en amptenare verantwoordelik te hou teenoor die aandeelhouers vir hulle besluite en aksies

Etiese perspektiewe 'n individu se vermoë om 'n etiese dilemma te hanteer deur gebruik te maak van sy/haar verwysingsraamwerk en morele kompas om 'n geskikte oplossing te vind

'n Kode van etiek vir 'n besigheid

- **Korporatiewe bestuur** is die raamwerk van reëls en praktyke wat verseker dat die Raad van Direkteure verseker dat **aanspreeklikheid**, regverdigheid, en deursigtigheid in al die maatskappy se verhoudinge toegepas word.
- Kyk hieronder na 'n voorbeeld van 'n besigheid se kode van etiek.

ONS GLOBALE GEDRAGSKODE: TREE OP MET INTEGRITEIT

	Respek <small>in die werkplek</small>
	Vertroue <small>in die markomgewing</small>
	Regverdigheid <small>in on sakeverhoudinge</small>
	Eerlikheid <small>in besigheidgedrag</small>
	Doel <small>in ons wêreld</small>

QR-KODE

Etiese Perspektiewe



<https://www.youtube.com/watch?v=3nWcVOh9f34>

Verskillende perspektiewe op etiek

'n **Etiese perspektief** is die raamwerk of verwysing wat 'n individu of besigheid gebruik om 'n probleem te interpreteer, en op te kom met 'n relevante oplossing daarvoor.

- Etiek word universeel beoefen. Alle mense het 'n inherente morele kompas wat hulle help om die verskil tussen reg en verkeerd, aanvaarbare besluite of gedrag in die besigheid en gemeenskap te vertoon.
- Die manier waarop 'n werknemer etiese perspektiewe beskou, word bepaal deur hul kultuur, geloof, onderwys en agtergrond.
- Die werknemer se agtergrond beïnvloed die manier waarop hy/sy reageer op etiese dilemmas in die besigheid.
- In etiek is daar geen absolute reg en verkeerd nie. Besighede sal hul etiese dilemmas hanteer volgens wat hulle beskou as aanvaarbaar of nie, volgens hulle etiese kode en die besigheid se gedragskode.
- Besighede is geregtig om te besluit watter tipe gedrag verwag kan word van sy werknemers en kliënte.

Aktiwiteit 12.3 Opsteltipe vraag

Besighede moet etiese en professionele gedrag in die werkplek aanmoedig soos gelei deur die teorieë van etiek wat van toepassing is op werkplekke. Hulle moet ook verseker dat hulle in alle bedrywighede, professionele en etiese gedrag beoefen om kompetent en volhoubaar te bly.

Skryf 'n opstel oor professionalisme en etiek waar jy aandag gee aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van professionele en etiese gedrag.
- Onderskei tussen professionalisme en etiek.
- Bespreek enige DRIE teorieë van etiek wat van toepassing is op die werkplek.
- Beveel maniere aan waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe sakepraktyke uitgevoer moet word. [40]

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Noem DRIE teorieë van etiek wat van toepassing is op die werkplek. (3)
- 1.2 Identifiseer die beginsels van etiek en professionalism wat toegepas is deur die werknemers van Bella Nova Handelaar in ELKEEN van die stellings hieronder:
 - 1.2.1 Die werknemers het nie die kliënt se inligting met ander gedeel nie. (2)
 - 1.2.2 Hulle het gereeld werkswinkels bygewoon om hulle vaardighede te verbeter. (4)
- 1.3 Verduidelik die verskillende perspektiewe van etiek. (6)
- 1.4 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

SONSONDERGANG BEMARKINGS AGENTSKAP (SMA)

Sonsondergang Bemarkings Agentskap bied advertensiepakette aan vir klein besighede. SMA betaal regverdige lone aan hul werknemers en bou sodoende 'n positiewe beeld op. Hulle behandel ook al hulle werknemers gelyk.

- 1.4.1 Haal TWEE maniere aan waarmee SMA effektief hul gedrag in hul sakepraktyke op 'n professionele, verantwoordelike, etiese wyse bedryf in die bostaande scenario. (2)
- 1.4.2 Verduidelik die voordele van 'n etiese sakeonderneming. (6)
- 1.5 Beveel maniere aan waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe sakepraktyke uitgevoer moet word. (6)

VRAAG 2

Besighede moet 'n duidelike begrip kry van die onderskeid tussen professionalisme en etiek. Hulle moet ook in staat wees om die beginsels van professionalisme en die voordele van 'n etiese sakeonderneming. Daar is verskeie maniere waarop professionele, etiese en effektiewe sakepraktyke deur besighede uitgevoer moet word.

Wenk

Hierdie is 'n voorbeeld van 'n opsteltipe vraag en toon die verskillende maniere aan wat inhoud geassesseer kan word.

Skryf 'n opstel oor etiek en professionalisme waarin jy aandag gee aan die volgende aspekte:

- Onderskei tussen professionalisme en etiek.
- Verduidelik DRIE beginsels van professionalisme.
- Bespreek die voordele van etiese sakeondernemings.
- Beveel maniere aan waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe sakepraktyke uitgevoer moet word. (40)

Breinkaart: Onderwerp 12 – Professionalisme en etiek

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud op te som wat in hierdie onderwerp behandel is. Maak seker dat jy die relevante inhoud onder elke opskrif leer.



<p>Etiese kodes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Korporatiewe bestuur • Aanspreeklikheid 	<p>Professionalisme en etiek</p> <ul style="list-style-type: none"> • 'n Stel standaarde van verwagte gedrag van werknemers • Etiek • Beginsels van reg en verkeerd en aanvaarbaar in die gemeenskap 	<p>Teorieë van etiek</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsekwensiële • Algemene welsyn benadering • Regte benadering
<p>Beginsels van professionalisme en etiek</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bevoegdheid • Integriteit • Respek • Objektiviteit • Vertroulikheid • Deursigtigheid • Verbintenis 	<p>Etiese en effektiewe sakepraktyke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gelykheid • Regverdige lone • Respekvolle behandeling • Goeie produk/diens • Regverdige mededinging 	

Instruksies en inligting

1. Daar word van jou verwag om hierdie taak te voltooi om jou begrip van die volgende onderwerpe te toon:
 - Kreatiewe denke en probleemoplossing
 - Stres, krisis en bestuur van verandering
 - Bemerkingsaktiwiteit
 - Produksiefunksie
2. Die aanbieding bestaan uit twee dele: 'n teoretiese gedeelte en 'n mondelinge gedeelte.
3. Lees die instruksies by elke vraag en reageer toepaslik.
4. Versamel **VYF** relevante bronne vir elke onderstaande aktiwiteit om jou aanbieding te ondersteun.
5. Jy moet by die indieningsdatum hou om onnodige penalisasie te voorkom
6. Die rubriek moet aangeheg word by die taak en sal gebruik word om die taak asseeser.
7. Dit sal van jou verwag word om die voltooide taak aan jou klasmaats aan te bied en punte sal daarvoor toegeken word.

VRAAG 1

1. Doen navorsing oor stres in die werkplek en gebruik die inligting om vraag 1.1 en 1.2 te antwoord:
 - 1.1 Noem enige VYF oorsake van stres in die werkplek.
 - 1.2 Beveel VYF maniere aan waarop werknemers stres in die werkplek kan bestuur.
 - 1.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

MONDE KREATIEF (MK)

Monde Kreatief spesialiseer in die stiling en kunsrigting in die advertensiebedryf. Die bestuur van MK wil die struktuur van die besigheid verander sodat hulle nog dienste kan byvoeg. Sommige werknemers is gekant teen verandering, omdat hulle voel dit onnodig is om die besigheid se struktuur te verander.

- 1.3.1 Noem die probleemoplossings tegniek wat Mk kan gebruik om die struktuur van die besigheid te verander.
 - 1.3.2 Adviseer Mk oor hoe hulle die probleemoplossings tegniek, genoem in VRAAG 1.3.1, kan toepas.
 - 1.3.3 Beskryf kortliks enige VYF van John P Kotter se 8 stappe vir bestuur van verandering, wat MK kan toepas in die werkplek.
 - 1.4 Veronderstel jy wil 'n nuwe produk ontwikkel. Antwoord die volgende vrae oor jou nuwe produk:
 - 1.4.1 Verduidelik hoe jy die stappe van produkontwikkeling sal toepas om die nuwe produk te ontwerp.
 - 1.4.2 Bespreek die doel van verpakking.
 - 1.5 Regverdig die effektiwiteit van persoonlike verkope as beste metode om besigheidsprodukte te bemark.
 - 1.6 Stel aan die produksiebestuurder VYF veiligheidsregulasies voor wat hy/sy in die fabriek moet toepas.

DEEL 1: Rubriek om Gr 11 aanbieding te assesser

KIRTERIA VIR ASSESSERING	Vlak 0	Vlak 1	Vlak 2	Vlak 3	Vlak 4	Vlak 5	TOTAAL
Redes vir stres in die werkplek	Leerder het geen oorsaak van stres genoem	Leerder het slegs EEN oorsaak van stres genoem	Leerder het TWEE oorsaak van stres genoem	Leerder het DRIE oorsaak van stres genoem	Leerder het VIER oorsaak van stres genoem	Leerder het VYF oorsaak van stres genoem	5
Bestuur van stres in die werkplek	Leerder het geen manier genoem om stres in die werkplek te hanteer nie.	Leerder het slegs EEN manier genoem hoe om stres in die werkplek te hanteer	Leerder het TWEE aanbevelings gemaak oor maniere hoe om stres in die werkplek te hanteer	Leerder het DRIE aanbevelings gemaak oor maniere hoe om stres in die werkplek te hanteer	Leerder het VIER aanbevelings gemaak oor maniere hoe om stres in die werkplek te hanteer	Leerder het VYF aanbevelings gemaak oor maniere hoe om stres in die werkplek te hanteer	5
Identifisering en toepassing van die probleemoplossings tegniek	Leerder het nie die tegniek korrek geïdentifiseer nie & ook nie verduidelik hoe om dit in die werkplek toe te pas nie.	Leerder het nie die kragveldontleding geïdentifiseer, maar nie verduidelik hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas nie. OF leerder het nie die tegniek geïdentifiseer nie, maar EEN feit verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas	Leerder het die kragveldontleding geïdentifiseer en EEN feit verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas. OF leerder het nie die tegniek geïdentifiseer nie, maar DRIE feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas	Leerder het die kragveldontleding geïdentifiseer en TWEE feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas. OF leerder het nie die tegniek geïdentifiseer nie, maar DRIE feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas	Leerder het die kragveldontleding geïdentifiseer en DRIE feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas. OF leerder het nie die tegniek geïdentifiseer nie, maar VIER feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas	Leerder het die kragveldontleding geïdentifiseer en VIER feite verskaf hoe om die tegniek in die werkplek toe te pas	
John P Kotter se 8 stappe vir die bestuur van verandering	Leerder het geen stappe van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, bespreek nie	Leerder het slegs EEN stap van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, kortliks bespreek	Leerder het TWEE stappe van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, kortliks bespreek	Leerder het DRIE stappe van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, kortliks bespreek	Leerder het VIER stappe van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, kortliks bespreek	Leerder het VYF stappe van John P Kotter se stappe vir die bestuur van verandering, kortliks bespreek	5
Toepassing van die stappe van produkontwerp	Leerder het nie die stappe van produkontwerp bespreek nie.	Leerder het slegs EEN stap van produkontwerp bespreek	Leerder het TWEE stappe van produkontwerp bespreek	Leerder het DRIE stappe van produkontwerp bespreek	Leerder het VIER stappe van produkontwerp bespreek	Leerder het VYF stappe van produkontwerp bespreek	5
Doel van verpakking	Leerder het geen feite verskaf oor die doel van verpakking nie	Leerder het slegs EEN feit verskaf oor die doel van verpakking	Leerder het TWEE feite verskaf oor die doel van verpakking	Leerder het DRIE feite verskaf oor die doel van verpakking	Leerder het VIER feite verskaf oor die doel van verpakking	Leerder het VYF feite verskaf oor die doel van verpakking	5

KIRTERIA VIR ASSESSERING	Vlak 0	Vlak 1	Vlak 2	Vlak 3	Vlak 4	Vlak 5	TOTAAL
Effektiwiteit van persoonlike verkope	leerder het nie die effektiwiteit van persoonlike verkope geregverdig nie	Leerder verskaf slegs EEN feit oor die effektiwiteit van persoonlike verkope	Leerder verskaf TWEE feite oor die effektiwiteit van persoonlike verkope	Leerder verskaf DRIE feite oor die effektiwiteit van persoonlike verkope	Leerder verskaf VIER feite oor die effektiwiteit van persoonlike verkope	Leerder verskaf VYF feite oor die effektiwiteit van persoonlike verkope	5
Die veiligheidsregulasies wat die produksiebestuurder moet toepas in die fabriek	Leerder het geen veiligheids-regulasie verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas nie.	Leerder het slegs EEN veiligheids-regulasie verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas	Leerder het TWEE veiligheids-regulasies verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas	Leerder het DRIE veiligheids-regulasies verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas	Leerder het VIER veiligheids-regulasies verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas	Leerder het VYF veiligheids-regulasies verskaf wat die produksiebestuurder in die fabriek moet toepas	5
TOTAAL VIR DIE AANBIEDING VAN DEEL 1							40

DEEL 2: Rubriek om die mondelinge gedeelte van die aanbieding te assesser vir graad 11

KRITERIA	Vlak 0	Vlak 1	Vlak 2	Vlak 3	Vlak 4	Vlak 5	TOTAAL
Verskeidenheid van VYF relevante bronne wat gebruik is om die aanbieding te voltooi	Geen relevante bronne was gebruik om die taak te voltooi nie.	Leerder het slegs EEN relevante bron verskaf wat gebruik was om die taak te voltooi	Leerder het TWEE relevante bronne verskaf wat gebruik was om die taak te voltooi	Leerder het DRIE relevante bronne verskaf wat gebruik was om die taak te voltooi	Leerder het VIER relevante bronne verskaf wat gebruik was om die taak te voltooi	Leerder het VYF relevante bronne verskaf wat gebruik was om die taak te voltooi	5
Vaardigheid in aanbieding	Geen poging is aangewend nie.	MaaK goeie oogkontak en vind dit moeilik om terugvoer te hanteer.	MaaK goeie oogkontak maar vind dit moeilik om terugvoer te hanteer.	MaaK goeie oogkontak, maar domineer die bespreking (Geen terugvoer nie)	MaaK goeie oogkontak, het belangrike aspekte van die aanbieding uitgelig, vrae op 'n professionele wyse hanteer en het nie die bespreking oorheers nie	MaaK goeie oogkontak, het belangrike aspekte van die aanbieding uitgelig, vrae op 'n professionele wyse hanteer en het nie die bespreking oorheers nie	5
TOTAAL VIR DIE AANBIEDING VAN DEEL 2							10

GROOT TOTAAL	
Deel 1	40
Deel 2	10
Totaal	50

JUNIE VRAESTEL 1

PUNTE: 150

TYD: 2 UUR

Instruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye

Lees die volgende instruksies noukeurig voordat jy die vrae beantwoord.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoofonderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Beantwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Beantwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies by elke vraag noukeurig en neem kennis van wat vereis word.
LET WEL: SLEGS die eerste TWEE vrae in AFDELING B en die EERSTE vraag in AFDELING C sal gemerk word.
- Nommer die antwoorde korrek volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is. Geen punte sal toegeken word vir antwoorde wat verkeerd genommer is nie.
- Tensy instruksies anders gegee word, moet alle vrae in vol sinne wees.
- Gebruik die puntetoekenning by elke vraag om die aard van elke vraag asook die lengte en diepte van die antwoord te bepaal.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir punte- en tydtoekenning wanneer jy die vraag beantwoord.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	30	20 minute
B DRIE direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Beantwoord enige TWEE.)	2	40	35 minute
	3	40	35 minute
	4	40	35 minute
C TWEE opsteltipe vrae KEUSE (Beantwoord enige EEN.)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		150	120 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag of 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer (1.1.1 – 1.1.5) in jou ANTWOORDBOEK, BYVOORBEELD 1.1.6 D.

1.1.1 'n Besigheid wat lae vlakke van produktiwiteit ervaar as gevolg van baie afwesighede van werknemers, word geraak in die ... omgewing.

- A. mikro
- B. mark
- C. makro
- D. eksterne

1.1.2 Die Suid-Afrikaanse regering voorsien ... deur die befondsing van plaaslike besighede om hul produkte in ander lande te verkoop.

- A. beskermingsbeleid
- B. tariewe
- C. handelsooreenkomste
- D. uitvoersubsidies

1.1.3 Pinky Meisies doen deurlopend navorsing om algemene gedragspatrone te ondersoek. Dit kan beskou word as die hantering van ...

- A. tekort van voorrade
- B. sosio-kulturele faktore
- C. verandering in verbruikersgedrag
- D. mededinging

1.1.4 Direkte grondstofkoste is koste wat ...

- A. verander saam met die aantal eenhede wat verander
- B. die koste van die natuurlike hulpbronne wat gebruik word in die produksie van die werklike produk
- C. wissel saam met produksie, byvoorbeeld waardevermindering en huur
- D. die koste van arbeid wat gebruik word om die werklike produk te vervaardig

1.1.5 SABC uitsendings is 'n voorbeeld van 'n besigheid in die ... sektor.

- A. primêre
- B. sekondêre
- C. tersiêre
- D. informele

(5 × 2) (10)

1.2. Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

kopiereg	staking	vennootskap	groothandelaar	oligopolie
patent	monopolie	sloerstaking	gesamentlike ondernemings	agent

1.2.1 Eskom is die enigste verskaffer van elektrisiteit en beheer sy pryse. Hierdie markvorm staan bekend as ...

1.2.2 Modem Konneksies en Phindi Vesels het besluit om 'n nuwe maatskappy te stig wat residensiële telefone sal installeer. Dit is 'n voorbeeld van ...

1.2.3 Sandy werk as 'n ... as sy goedere namens 'n ander besigheid verkoop.

1.2.4 TDK se werknemers het besluit om oor te gaan tot 'n ... om 'n verlies van salarisse te vermy.

1.2.5 GG Vervaardigers het Hemmer Vervaardigers verhoed om outomatiese leersitplekke te vervaardig deur die verkryging van 'n ... reg vir hul produkte. (5 × 2) (10)

- 1.3. Kies die regte beskrywing uit KOLOM B wat pas by die term in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A – J) langs die vraagnommer (1.3.1 – 1.3.2) in die ANTWOORDBOEK neer, bv. 1.3.6.K.

KOLOM A		KOLOM B	
1.3.1	Magsverhoudinge	A	kostes wat betaal moet word onegag van die aantal eenhede wat vervaardig word.
1.3.2	Veranderlike oorhoofse koste	B	kan gestig word as die onderneming honderd of meer werknemers het.
		C	kan her-gebruik word vir ander doeleindes as die stoor van die oorspronklike produk.
1.3.3	Werkplekforums	D	kom voor wanneer 'n werkgewer seker maak dat die werknemers nie die perseel kan betree nie.
1.3.4	Kaleidoskopiese verpakking	E	kan gestig word wanneer besighede vyftig werknemers het.
		F	direkteure beskik oor die vermoë om beleggers te oorreed om aandele in die maatskappy te koop.
1.3.5	Uitsluiting	G	kostes wat verander saam met die aantal eenhede wat vervaardig word.
		H	die werkgewer verhoed stakende werknemers om die perseel te betree.
		I	besighede kan hul werknemers en die gedrag van ander besighede beïnvloed.
		J	'n advertensie van 'n sportgeleentheid wat gedurig verander. .

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A

[30]

AFDELING B

Beantwoorde ENIGE TWEE vrae in hierdie afdeling.

VRAAG 2: BESIGHEIDSOMGEWINGS

- 2.1 Noem enige VIER voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besighede affekteer. (4)
- 2.2 Beskryf kortliks die voordele van besighede wat betrokke is in die marko-omgewing. (6)
- 2.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

SIBUSISO INKORPORASIES (SI)

Sibusiso Inkorporasies sukkel om rigting en goeie leiding aan werknemers te gee. Sommige werknemers het ook 'n negatiewe gesindheid teenoor hulle kollegas.

- 2.3.1 Identifiseer TWEE uitdagings van die mikro-omgewing wat SI ervaar. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 2.3.1 te antwoord.

UITDAGINGS VAN DIE MIKRO-OMGEWING	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

- 2.3.2 Stel EEN strategie voor om met ELKE uitdaging van die mikro-omgewing te handel, soos geïdentifiseer in VRAAG 2.3.1. (2)

- 2.4 Beskryf die volgende tipes etiese wangedrag:

2.4.1 Wanbestuur van werkplekfondse

2.4.2 Seksuele teistering

(4)

- 2.5 Verduidelik die negatiewe impak van rowery op besighede. (6)

- 2.6 Bespreek maniere waarop besighede betrokke kan raak in die makro-omgewing. (6)

- 2.7 Adviseer besighede oor die verhouding tussen die primêre, sekondêre en tersiêre sektore. (6)

[40]

VRAAG 3: BESIGHEIDSROLLE

- 3.1 Beskryf kortliks enige DRIE kenmerke van massaproduksie. (6)

- 3.2 Identifiseer die produksiesisteme wat Acer Afrika gebruik in ELKEEN van die stellings hier onder:

- 3.2.1** Daar word instruksies aan werknemers gegee om eers die vervaardiging van 'n sekere groep produkte af te handel, voordat hulle begin om die volgende groep te vervaardig. (2)
- 3.2.2** Sommige produkte word vervaardig volgens die verbruikers se voorskrifte. (2)
- 3.3** Verduidelik enige TWEE aspekte wat oorweeg moet word gedurende produksiebeheer. (6)
- 3.4** Brei uit oor die betekenis van totale gehaltebeheer (TGB), as deel van die gehaltebestuurstelsel. (6)
- 3.5** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

PETROCHEMIESE INDUSTRIE (PI)

Mnr Soga is die nuut aangestelde HUB van Petrochemiese Industrie. Hy het kundige werknemers uit verskillende departemente genader om aan hom te advies te gee oor hoe om die gehalte van hul produkte te verbeter. Hy het seker gemaak dat sy produkte se gehalte getoets en goedgekeur word deur 'n Suid-Afrikaanse instituut. Die bestuur van PI maak seker dat hulle voldoen aan veiligheidsregulasies.

- 3.5.1** Identifiseer twee gehaltebeheerliggame wat PI gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 3.5.1 te antwoord.

GEHALTEBEHEERLIGGAME	MOTIVERING
1.	
2.	

- 3.5.2** Verduidelik aan die bestuur van PI die vereistes vir 'n veilige omgewing in die werkplek. (6)
- 3.6** Beveel voorkomde maatreëls aan wat besighede moet toepas vir die gebruik van masjinerie. (6)

[40]

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

BESIGHEIDSOMGEWINGS

- 4.1** Beskryf kortliks TWEE funksies van vakbonde. (4)
- 4.2** Beskryf die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge. (4)
- 4.3** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

BRENNA BESTE KITSKOS (BBK)

Brenna Beste Kitskos verkoop kitskos aan jong mense. Sommige van BBK se kliënte neem hul kos saam na Blou Bioskoop om dit te eet terwyl hulle fliëk. Die bestuur van BBK en Blou Bioskoop het besluit om 'n nuwe besigheid te vorm, genaamd BTB. Die nuwe besigheid was so suksesvol dat hulle ook aandele gekoop het van Jerry Bioskoop, maar sonder sy goedkeuring.

- 4.3.1** Identifiseer twee maniere waarop BBK aangepas het by die aanpassings van die makro-omgewing. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (6)
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 4.3.1 te antwoord.

AANPASSINGS BY DIE MAKRO-OMGEWING	MOTIVERINGS
1.	
2.	

- 4.4** Stel maniere voor waarmee besighede 'n direkte invloed kan uitoefen op die omgewing. (6)

BESIGHEIDSROLLE

- 4.5** Brei uit oor die betekenis van distribusie. (6)
- 4.6** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

NDILEKA VERVAARDIGERS (NV)

Die bestuur van Ndileka Vervaardigers het genoem dat hulle pryse aangepas het as gevolg van die styging in vervoer- en arbeidskoste. Hulle het ook gesê dat hul pryse afhanklik is van die vlakke van inkomste van hulle kopers.

4.6.1 Identifiseer TWEE faktore wat NV se prysbepaling beïnvloed. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 4.6.1 te antwoord.

FAKTORE WAT PRYSBEPALING BEÏNVOED	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

4.7 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

RASHID VERVAARDIGERS (RV)

Die bestuur van Rashid Vervaardigers wil bereken wat die koste is om een deur te vervaardig. Hy moet die volgende kostes in ag neem vir sy berekening:

- Vaste koste per maand beloop R11 200
- Veranderlike koste beloop R10 625
- Hy vervaardig 50 deure per maand

4.7.1 Definieer die betekenis van produksiekoste.

(2)

4.7.2 Bereken die eenheidskoste van een deur. Toon alle berekeninge.

(6)

[40]

TOTAAL AFDELING B

[80]

AFDELING C

Beantwoord EEN vraag uit hierdie afdeling.

LET WEL: Dui die VRAAGNOMMER van elke vraag wat jy kies, duidelik aan. Die antwoord op ELKE vraag moet bo-aan 'n NUWE bladsy begin, bv. VRAAG 5 op 'n NUWE bladsy, VRAAG 6 op 'n NUWE bladsy.

VRAAG 5: BESIGHEIDSOMGEWINGS

Besighede wat met hul belanghebbendes interaktief is, vind dit maklik om uitdagings van die besigheidsumgewings te hanteer. Die mark en makro-omgewings kan slegs beïnvloed word deur verskillende tipes invloedswerwing. Sommige besighede onderneem sosiale verantwoordelikheds projekte om hulself daardeur te bevoordeel.

Skryf 'n opstel oor invloedswerwing en sosiale verantwoordelikheid en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van invloedswerwing.
- Verduidelik DRIE tipes invloedswerwing.
- Bespreek die voordele van netwerkvorming.
- Adviseer besighede oor projekte wat onderneem kan word as deel van sosiale verantwoordelikheid.

[40]

VRAAG 6: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

Besighede is terdeë bewus van die feit dat die vervaardiging van gehalte produkte belangrik is, om hul markaandeel te verhoog. Publisiteit speel 'n belangrike rol om die besigheid se doelwitte te bereik. Sommige besighede verkies om handelsmerke aan hul produkte te koppel en dit deur middel van persoonlike verkope te verkoop.

Skryf 'n opstel oor die besigheidsumgewings waarin jy die volgende aspekte insluit:

- Brei uit oor die betekenis van publisiteit.
- Verduidelik die belangrikheid van produkontwikkeling.
- Bespreek die belangrikheid van handelsmerke vir besighede en verbruikers.
- Adviseer besighede oor die effektiwiteit van persoonlike verkope as die beste bemarkings kommunikasiebeleid.

[40]

TOTAAL AFDELING C

[40]

GROOTTOTAAL

[150]

JUNIE VRAESTEL 2

PUNTE: 150

TYD: 2 UUR

Instruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye

Lees die volgende instruksies noukeurig voordat jy die vrae beantwoord.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoofonderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Beantwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Beantwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies by elke vraag noukeurig en neem kennis van wat vereis word.
LET WEL: SLEGS die eerste TWEE vrae in AFDELING B en die EERSTE vraag in AFDELING C sal gemerk word.
- Nommer die antwoorde korrek volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is. Geen punte sal toegeken word vir antwoorde wat verkeerd genommer is nie.
- Tensy instruksies anders gegee word, moet alle vrae in vol sinne wees.
- Gebruik die puntetoekenning by elke vraag om die aard van elke vraag asook die lengte en diepte van die antwoord te bepaal.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir punte- en tydtoekenning wanneer jy die vraag beantwoord.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	30	20 minute
B DRIE direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Beantwoord enige TWEE.)	2	40	35 minute
	3	40	35 minute
	4	40	35 minute
C TWEE opsteltipe vrae KEUSE (Beantwoord enige EEN.)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		150	120 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag of 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer (1.1.1 – 1.1.5) in jou ANTWOORDBOEK, BYVOORBEELD 1.1.6 E.

- 1.1.1** Die ... maatskappy bied noodsaaklike dienste, soos water en elektrisiteit teen billike pryse.
A maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid
B staatsbeheerde
C publieke
D private
- 1.1.2** Aandele van Herber Eiendomme Bpk word vir die eerste keer as sekuriteite aan die publiek aangebied. Dit is 'n voorbeeld van ... aanbod.
A primêre
B tersiêre
C formele
D sekondêre
- 1.1.3** Nuwe besigheidsbeleide en prosedures kan gereguleer word as 'n voorbeeld van 'n ... rede van verandering.
A mark
B makro
C interne
D eksterne
- 1.1.4** Die werknemers van Flora Teëls pas die beginsel van ... toe deur vining te reageer op die versoeke van kliënte.
A professionalismisme
B etiek
C kliëntediens
D professionalismisme en etiek
- 1.1.5** Die ... probleemoplossingstegniek word toegepas wanneer besighede hul strukture wil verander.
A Dinkskrum
B Leë stoel
C Nominale groep
D Kragveldontleding

(5 × 2) (10)

1.2. Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

	Vennootskap	gedrags	interne	goeie	etiese
	Eenmansaak	swak	privaat	persoonlike aanspreeklikheid	eksterne

- 1.2.1** Rudzani Handelaar het die ... kode toegepas toe hulle geskikte mense in diens geneem het om die vakante posisie te vul.
- 1.2.2** Tumi Koop en Braai is 'n ... besigheid wat onbepaalde aanspreeklikheid het.
- 1.2.3** Ntombi Vervaardigers het sommige van hulle afvalmateriaal in die rivier weggegooi. Dit is 'n voorbeeld van 'n ... besluit.
- 1.2.4** 'n ... maatskappy vereis dat direkteure aanspreeklik is vir die skulde van die besigheid.
- 1.2.5** 1.2.5 Gesonde etiese praktyke is deel van die ... van die besigheid. (5 × 2) (10)

- 1.3** Kies die regte beskrywing uit KOLOM B wat pas by die term in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A – J) langs die vraagnommer (1.3.1 – 1.3.2) in die ANTWOORDBOEK neer, bv. 1.3.6.K.

KOLOM A		KOLOM B	
1.3.1	Beginsels van etiek	A	aandeelhouders sal hul privaat besittings asook die geld wat in die besigheid geïnvesteer het, verloor.
1.3.2	Kreatiewe denke	B	sluit die aantal direkteure van die maatskappy in.
1.3.3	Beperkte aanspreeklikheid	C	respekteer die beeld van die besigheid
		D	sluit die aantal aandeelhouders van die maatskappy in.
1.3.4	Probleemoplossingsiklus	E	gebruik roetine metodes om probleme op te los.
		F	gebruik nie-roetine woorde om probleme op te los.
1.3.5	Kennisgewing van inkorporasie	G	gebruik om besigheidsprobleme op te los.
		H	gebruik om nuwe idees in die werkplek te stimuleer.
		I	aandeelhouders sal slegs die bedrag geld verloor wat in die besigheid geïnvesteer is.
		J	iniseer KMI projekte vir gemeenskappe.

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A

[30]

AFDELING B

Beantwoord ENIGE TWEE vrae in hierdie afdeling.

VRAAG 2: BESIGHEIDSGELEENTHEDE

- 2.1** Noem enige DRIE aspekte wat in die prospektus ingesluit moet word. (3)
- 2.2** Identifiseer die tipe verkrygings van 'n besigheid wat op Tshepo Handelaars (TH) van toepassing is, in ELKEEN van die onderstaande stellings:
- 2.2.1** TH het die reg verkry om dieselfe produk as Zahid Handelaars aan te bied in ruil vir 'n persentasie van sy bruto maandelikse verkope asook tantieme. (2)
- 2.2.2** Die bestuur van TH het Marie konsultante versoek om hul nuwe werknemers op te lei. (2)
- 2.3** Beskryf kortliks enige DRIE kontraktuele verpligtinge van EEN van die verkryging van 'n besigheid soos geïdentifiseer in VRAAG 2.2.1 en 2.2.2. (6)
- 2.4** Verduidelik enige TWEE voordele van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme. (6)
- 2.5** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

BRAAM LOGISTIEK (BL)

Braam logistiek bestaan uit 'n minimum van een en 'n maksimum van tien lede. BL is geregistreer by die Registrateur van Maatskappye.

- 2.5.1** Identifiseer die ondernemingsvorm wat Braam Logistiek verteenwoordig. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)
- 2.5.2** Beskryf die impak van die ondernemingsvorm soos geïdentifiseer in VRAAG 2.5.1 op besighede. (6)
- 2.6** Bespreek die kenmerke van koöperasies. (6)
- 2.7** Adviseer besighede oor die redes waarom entrepreneurs kan besluit om 'n bestaande besigheid te koop. (6)

[40]

VRAAG 3: BESIGHEIDSROLLE

- 3.1** Gee VYF voorbeelde van 'n krisis in die werkplek. (5)
- 3.2** Identifiseer die teorieë van etiek wat van toepassing is op Gigi Ontwerpers in ELKEEN van die stellings hier onder:
- 3.2.1** Werknemers word as deel van menseregte, met respek en waardigheid behandel in die werkplek. (6)
- 3.2.2** Goeie aksies word beskou as eties omdat dit 'n positiewe effek op die werknemers het. (6)
- 3.3.3** Die besigheid se waardes en etiese beginsels is in lyn met dié van die gemeenskap waarbinne hulle sake bedryf. (6)
- 3.3** Definieer die term probleemoplossing. (2)
- 3.4** Verduidelik die verskille tussen konvensionele en nie-konvensionele oplossings. (8)
- 3.5** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

MARIS VERVAARDIGERS (MV)

Maris Vervaardigers het 'n afname in verkope opgemerk as gevolg van swak gehalte produkte. MV het 'n groep kundiges genader om oplossings te verskaf om die gehalte van hul produkte te verbeter.

- 3.5.1** Identifiseer die probleemoplossings tegniek wat MV gebruik het. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)
- 3.5.2** Adviseer die bestuur van MV oor ander maniere waarop hulle die tegniek soos in VRAAG 3.5.1 geïdentifiseer, kan aanwend. (4)
- 3.6** Bespreek die vereistes vir 'n goeie etiese kode. (6)
- 3.7** Adviseer besighede oor die voordele van samewerking met ander, om probleme op te los. (6)

[40]

VRAAG 4: VERSKEIE ONDERWERPE

BESIGHEIDSGELEENTHEDE

- 4.1** Stel VIER aspekte wat ingesluit moet word in die Memorandum van Inkorporasie. (4)
- 4.2** Verduidelik die uitdagings van die stigting van 'n maatskappy bo ander ondernemingsvorme. (6)
- 4.3** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

NICKY VIS & SKYFIES (NVS)

Nicky is die eienaar van 'n Nicky Vis & Skyfies konsessie. NVS het baie afsetpunte in Gauteng. Adrian het Nicky versoek dat sy hom moet toelaat om die naam van haar franchise te gebruik.

- 4.3.1** Identifiseer die franchise-gewer en die franchise-nemer in die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (4)
- Gebruik die tabel as 'n GIDS om VRAAG 4.3.1 te antwoord.

NAAM	FRANCHISE-GEWER & FRANCHISE-NEMER	MOTIVERINGS
Nicky		
Adrian		

- 4.3.2** Verduidelik aan Adrian die nadele van konsessies. (6)

BESIGHEIDSROLLE

- 4.4** Onderskei tussen professionalisme en etiek. (6)
- 4.5** Verduidelik maniere waarop professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe besigheidspraktyk uitgevoer moet word. (4)
- 4.6** Bespreek die voordele van kreatiewe denke in die werkplek. (4)
- 4.7** Beveel maniere aan waarop besighede krissise in die werkplek kan hanteer. (6)

[40]

TOTAAL AFDELING B

[80]

AFDELING C

Beantwoord ENIGE EEN(1) vraag in hierdie afdeling

VRAAG 5: BESIGHEIDSGELEENTHEDE (Ondernemingsvorme)

Baie entrepreneurs verkies om 'n publieke maatskappy te stig ter wille van uitbreiding en groei. Ander verkies egter om 'n privaat maatskappy te stig om sodoende die registrasie van 'n prospektus te vermy. Entrepreneurs moet die korrekte prosedure volg vir die registrasie van 'n maatskappy.

Skryf 'n opstel oor ondernemingsvorme en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die betekenis van 'n prospektus.
- Verduidelik die verskille tussen 'n privaat maatskappy en 'n publieke maatskappy.
- Bespreek die prosedure vir die stigting van maatskappye.
- Adviseer entrepreneurs oor die wetlike verpligtinge van die naam van maatskappye.

[40]

VRAAG 6: BESIGHEIDSROLLE (Stres en bestuur van verandering)

Besighede word die meeste geraak deur veranderinge in die eksterne omgewing wat dit nodig maak om nuwe maniere te vind om dinge te doen. Sommige werknemers kan nie verandering in werkplek hanteer nie, wat lei tot hoë stresvlakke. Baie besighede verkies dit om John P Kotter se 8 stappe van bestuur van verandering in die werkplek te gebruik.

Skryf 'n opstel oor stres en bestuur van verandering en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die belangrikheid van die bestuur van stres in die werkplek.
- Verduidelik enige DRIE eksterne redes vir verandering.
- Bespreek John P Kotter se 8 stappe van die bestuur van verandering in die werkplek.
- Beveel strategieë aan oor hoe om die volgende kwessies te hanteer:
 - Globalisering
 - Regstellende aksie

[40]

TOTAAL AFDELING C

[80]

GROOTTOTAAL

[150]

13

Assessering van entrepreneuriese eienskappe in die besigheid



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 13.1 Eienskappe van 'n entrepreneur
- Eenheid 13.2 Assessering van 'n besigheid teen die eienskappe van 'n entrepreneur



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik die eienskappe van 'n entrepreneur
- ❖ Identifiseer die eienskappe van 'n entrepreneur uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings, ens. en assessee 'n besigheid teen heirdie eienskappe
- ❖ Identifiseer/Stel/Noem kern suksesfaktore, soos volhoubaarheid/winsgewendheid/kliënte basis, ens.
- ❖ Beveel aan/Stel voor areas vir verbetering uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings
- ❖ Stel strategieë voor wat kan verseker dat die besigheid winsgewend en volhoubaar bly, byvoorbeeld deeglike beplanning, gesonde finansiële bestuur, effektiewe bestuur van skaars hulpbronne en werknemers, onderhouding van 'n standvastige kliëntebasis, tree eties op en kom sosiale verantwoordelikheid na.



Kernbegrippe

- **Entrepreneur:** iemand wat 'n besigheids idee omskep in 'n sakeonderneming.
- **Volhoubaar:** die besigheid moet in staat wees om aan te hou bestaan sonder om skade te doen aan die omgewing of die gemeenskap waarbinne dit sake doen.
- **Kliëntebasis:** suksesvolle besighede het 'n lojale kliëntebasis wat altyd hul goedere/dienste koop.
- **Goeie bestuur:** daardie prosesse en instellings wat goeie resultate lewer om in die behoeftes van die gemeenskap te voorsien terwyl hulle die beste gebruik maak van die hulpbronne tot hulle beskikking.
- **Stabiele werkersmag:** die mate waarin werkers in diens van 'n organisasie bly sonder buitensporige personeelomset.

Inleiding

In hierdie onderwerp gaan ons die entrepreneurs eienskappe hersien soos wat dit volledig in Graad 10 behandel is. Daarna gaan ons 'n bestaande besigheid asseseseer om te bepaal of hierdie eienskappe in die besigheid geïnkorporeer is.

Entrepreneurs het sekere eienskappe wat bydra tot hul kanse om suksesvol te wees in die bestuur van hul eie besighede.

Eenheid 13.1 Eienskappe van 'n entrepreneur

'n Entrepreneur is iemand wat 'n besigheidsidee omskap in 'n sakeonderneming. Entrepreneurs is selfstandig en sorg vir hul eie indiensneming en inkomste. Hulle is altyd op soek na idees om hul besighede te verbeter en 'n mededingende voordeel te verkry.

'n Entrepreneur is ook passievol oor hul besigheid en 'n kundige in hul ervaringsveld.

Behoeftes aan verantwoordelikheid

- Entrepreneurs hou daarvan om te bewys dat hulle innoverend, hardwerkend en verantwoordelik is, om sodoende hul eie inkomste te genereer.
- Suksesvolle entrepreneurs is nie bang om verantwoordelikheid te neem vir hul eie besluite en aksies wat hulle in die besigheid neem nie.
- Entrepreneurs sukkel om vir iemand anders te werk en bevele van bestuurders te gehoorsaam, want hulle wil in beheer wees.
- Hulle verkies om die skeppers van hul eie toekoms te wees.

Neem berekende risiko's

- 'n Entrepreneur is gewillig om deurdagte risiko te neem wat 'n mate van onsekerheid insluit.
- Die meeste entrepreneurs neem risiko's met finansiële sekuriteit as hulle 'n nuwe sakeonderneming begin.
- Entrepreneurs neem berekende risiko's terwyl hulle opweeg wat hulle moontlik kan verloor, voordat hulle die besluit neem.
- Hulle waag hul eie geld wanneer hulle 'n besigheid begin omdat hulle die wins wat hulle kan maak in die vooruitsig stel.
- Hulle is aanpasbaar indien dit blyk dat hulle die verkeerde besluit gemaak het.

Goeie bestuurs- en leierskapsvaardighede

- 'n Entrepreneur het goeie bestuursvaardighede soos beplanning, motivering en beheer.
- Entrepreneurs moet in staat wees om ander mense te inspireer om in hulle visie te glo.
- Hulle is goeie leiers wat ander kan motiveer en inspireer om hulle beste te kan lewer.
- Hulle is goeie kommunikeerders wat opgelei is om konflik op te los en entoesiasme by ander te kweek.
- Entrepreneurs weet wat hulle sterkpunte is en kry ander om hul sterkpunte aan te vul.

A Nuwe woorde

Wingsgewendheid lewer 'n voordeel of geldelike gewin

Selfvertroue entrepreneurs glo in hulself en glo dat hulle hul doelwitte kan bereik.

Passie 'n sterk geloof in iets hê en entoesiasme toon om die beste uitkoms te verkry

Geleentheid gapings in die mark waaarmee 'n entrepreneur geld sal kan maak.

Kreatiwiteit kom na vore met iets nuut, of om dinge op 'n nuwe manier te doen.

Kliënt-gefokus die ontwikkeling van produkte en dienste met die verbruiker in gedagte

Uithouvermoë wanneer 'n entrepreneur nie tou opgooi nie ten spyte van uitdagings en probleme.

Omhels om 'n geloof, teorie, geleentheid doelbewus en entoesiasies aan te gryp.

Risiko's word geklassifiseer as onvoorsiene gebeurtenisse wat 'n negatiewe impak op 'n besluit mag uitoefen.

Hoë vlakke van energie

- Hoë vlak van energie en goeie gesondheid is absoluut noodsaaklik.
- Entrepreneurs moet etoesiasme uitleef om die beste oplossing te kry.
- Om 'n besigheid te begin en bestuur vereis 'n baie groot mate van energie, asook die moontlikheid om op die besigheid se doelwitte te fokus.
- Hulle fisiese energie en toewyding stel hulle in staat om vir baie ure hard te werk om veeleisende kliënte tevrede te hou.
- Suksesvolle entrepreneurs skram nie weg van die stres wat kom met die bestuur van 'n eie besigheid en die maak van moeilike besluite nie.

Droom met 'n duidelike visie

- 'n Entrepreneur het 'n visie van die pad vorentoe en weet wat hulle in die lewe wil bereik.
- Hulle het 'n duidelike visie en is in staat om langtermyn doelwitte te bereik.
- 'n Entrepreneur kan 'n droom omskakel in 'n sakeplan en kan hulle visie aan ander oordra.

Vertrou in jou vermoë om suksesvol te wees

- 'n Entrepreneur moet selfvertrou hê, in hulself glo en glo dat doelwitte bereik kan word.
- Hulle is positief en fokus op dinge wat kan werk eerder as dinge wat verkeerd kan gaan.
- Hulle het 'n gesonde opinie van hulself en 'n sterk en selfgeldende persoonlikheid.
- Hulle is gefokus en gedetermineerd om hul doelwitte te bereik.

Aanpasbaarheid

- Die besigheidsomgewing verander gedurig, daarom moet entrepreneurs by hierdie veranderinge kan aanpas.
- Entrepreneurs is in staat om aan te pas by verskillende omstandighede.
- Hulle is gewillig om na ander se idees te luister en te erken as hulle verkeerd was.
- Entrepreneurs verander saam met die tye deur hul vaardighede en kennis oor die nuutste tegnologie of markneigings te verbeter.

Wilskrag om struikelblokke te oorkom

- Daar is baie struikelblokke op entrepreneurs se pad soos byvoorbeeld nuwe mededingers.
- Hulle verstaan dat hulle voor verskillende tipes uitdagings te staan sal kom.
- 'n Entrepreneur moet die wilskrag hê om struikelblokke te oorkom en nie maklik opgee nie.

Sien geleenthede raak

- 'n Suksesvolle entrepreneur kan nuwe geleenthede raaksien en het die vermoë om dit te omskep in sakegeleenthede.
- Suksesvolle entrepreneurs kan gapings in die mark identifiseer en geld daaruit maak.
- Hulle is in staat om lewensvatbare geleenthede te identifiseer, wat nie altyd maklik is om raak te sien nie.

Toon deursettingsvermoë

- 'n Entrepreneur toon deursettingsvermoë deur aan te hou totdat hul die doelwit bereik het.
- Suksesvolle entrepreneurs het 'n positiewe gesindheid teenoor mislukings en sien probleme as geleenthede.
- Die meeste suksesvolle entrepreneurs was eers suksesvol nadat hulle 'n paar keer misluk het.

Organisatoriese vaardighede

- Entrepreneurs moet beskik oor uitstekende organisatoriese vaardighede.
- Voorbeelde van organisatoriese vaardighede is tydbestuur, beplanning en leierskap.
- Entrepreneurs moet ook beskik oor die vaardigheid om hul eie besigheid te bestuur.

Passie

- 'n Entrepreneur is passievol en entoesiasies oor hul produk en besigheid.
- Passie vir die besigheid sal entrepreneurs gemotiveerd hou as dinge skeef loop.
- Passie word geïllustreer deur die feit dat dit vir 'n entrepreneur moeilik is om net weg te stap vanaf mislukkings en terugslae.

'n Hoë mate van toewyding

- Entrepreneurs moet toegewyd bly om iets deur te sien ten spyte van moeilikhede.
- Hulle is nie bang om opofferings te maak om hul drome te verwesenlik nie.
- Goeie entrepreneurs het hoë standaarde en kan nie middelmatigheid verdra nie.
- Hulle is toegewyd aan die besigheidsidee en werk hard om hul doelwitte te bereik.
- Hierdie is mense wat 'n kombinasie van versindheid en oriëntasie het.

Produk en kliënt

- 'n Kenmerk van 'n entrepreneur is om produkte of dienste te ontwikkel wat die lewe vir mense makliker sal maak.
- 'n Entrepreneur wat gefokus is op 'n produk en kliënt, is iemand wat die behoeftes en begeertes van hul kliënte verstaan.

Kreatiwiteit

- 'n Entrepreneur gebruik kreatiewe denkvaardighede om hul uitdagings te omskep in sakegeleenthede sodat hul mededingend kan bly.
- Kreatiwiteit vereis verbeelding om selfs die mees obskure idees uit te dink.
- Dit stel entrepreneurs in staat om buite die grense van tradisionele oplossings te dink.
- Entrepreneurs kom navore met iets nuut wat nogtans potensiaal vir sukses het.

•• | Aktiwiteit 13.1

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

ELSABE GESONDHEIDSPRODUKTE (EGP)

Betty, die bestuurder van Elsabe Gesondheidsprodukte (EGP) identifiseer 'n gaping in die mark vir sportaanvullings. Sy het begin om formules te ontwikkel en te meng vanuit 'n klein huis in Brakpan.

Betty is entoesiasies oor fiksheid. Sy erken dat sy gefokus het op die verkoop van die produk en uitstekende kliëntediens, eerder as om net wins te maak. Sy het die besigheid laat groei met min vooruitsigte vir die bereiking van die doelwitte wat sy vir haarself gestel het.

Sy sê dat mense klein moet begin, daaruit leer, selfs al misluk hulle totdat hulle dit regkry, en dit dan op groter skaal doen, en dit dan telkens weer herhaal! Sy was optimisties oor haar sportaanvullings en het haar verkoopspan vergroot.

Sy het aan haar verkoopspan 'n groot kommissie aangebied sonder 'n basiese salaris, en het elke oggend, vyf dae per week, 'n uur-lange vergadering gehad om terugvoer van die mark te kry, en die verkoopspan geïnspireer om na vore te kom met nuwe idees vir produkte. Betty het voorgestel dat haar personeel groot drome moet hê vir verskeie handelsmerke en internasionale mededinging.

•• | **Aktiwiteit 13.1**

1.1.1 Identifiseer AGT entrepreneurseienskappe van Betty, die bestuurder van EGP in die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord

ENTREPRENEURS EIENSKAPPE	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

(24)

Eenheid 13.2 Assessering van 'n besigheid teen die eienskappe van 'n entrepreneur

Die persoonlike eienskappe wat waargeneem word by entrepreneurs, maak hulle suksesvol. Wanneer hul besigheide groter word, moet entrepreneurs personeel in diens neem wat hul passie en dryfkrag weerspieël. 'n Suksesvolle besigheid inkorporeer entrepreneuriese eienskappe in die manier van sake doen.

Wenk

Kyk eerste na die entrepreneurs eienskappe wat by die eienaar van die besigheid waargeneem word. Kyk daarna na watter eienskappe die eienaar van die besigheid nie het nie.



•• | **Aktiwiteit 13.2**

- Besoek 'n suksesvolle entrepreneur in jou area en voer 'n onderhoud met hom/haar gemeet teen SEWE eienskappe van 'n suksesvolle entrepreneur soos uiteengesit in AFDELING 13.1.
- Ontwikkel 'n onderhoudskedule wat gebruik kan word om die besigheid te assesser teen die eienskappe van 'n entrepreneur.
- Vrae moet op sodanige wyse gestruktureer word dat die entrepreneur in staat is om op ELKE entrepreneurseienskap te kan reageer.
- Gebruik die onderstaande voorbeeld om uit te brei oor jou vrae vir die onderhoud.
- Deel jou bevindings met die res van die klas.

EIENSKAPPE VAN 'N ENTREPRENEUR	REAKSIES VAN DIE ENTREPRENEUR
Aanpasbaarheid	Wat doen jy om relevant in jou industrie te bly met tegnologie wat gereeld verander?
Deursettingsvermoë	Hoe sal jy dit hanteer as jy misluk in sommige van die doelstellings wat jy gestel het?

Sleutel suksesfaktore in 'n besigheid

Daar is verskeie suksesfaktore wat bydra tot die sukses van 'n besigheid. Sommige van hierdie faktore is:

Sleutel suksesfaktore in 'n besigheid	
Strategiese fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Strategiese fokus sluit in leierskap, bestuur en beplanning.
Wingsgewendheid	<ul style="list-style-type: none"> • Suksesvolle besighede bestuur hul finansiële sake effektief om 'n opbrengs op belegging te verseker. • 'n Wingsgewende besigheid lok meer beleggers wat kan lei tot uitbreiding van die besigheid.
Volhoubaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Suksesvolle besighede is volhoubaar. • Die besigheid moet kan voortgaan om te funksioneer sonder om enige skade aan die omgewing of gemeenskap waarin dit werk te veroorsaak. • Besighede hou aan om te bestaan ten spyte van al die veranderinge en al die uitdagings wat hulle bedreig. • Hulle hanteer en doen verslag oor die drievoudige basislyn, d.w.s. wins, mense en planeet. • Sodanige besighede trek en behou werknemers makliker omdat hulle bekend is.
Kennis van die mark	<ul style="list-style-type: none"> • Kennis van die mark is om al die verskillende aspekte te ken wat 'n moontlike impak op die besigheid mag uitoefen. Dit sluit in 'n gedetailleerde studie van aktiwiteite wat 'n onderneming kan insluit in sy kernaktiwiteite sodat daardie waarde aan die mark gelewer kan word.
Sterk kliëntebasis	<ul style="list-style-type: none"> • Suksesvolle besighede het 'n sterk kliëntebasis en soek gereeld maniere om hul hul kliëntebasis te vergroot. • Dit kan slegs gebeur as hulle die behoeftes van hul kliënte konsekwent bevredig en uitstekende diens lewer.
Goeie leierskap	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Goeie leier is 'n bron van inspirasie en 'n motiveerder. • Goeie leiers bring energie, entosiasme, en dringendheid in die werkplek wat deursuur deur die besigheid en die personeel motiveer.
Etië, beheer en goeie bestuur	<ul style="list-style-type: none"> • Besigheidsetië is die toepassing van die besigheid se morele waardes. • 'n Onetiese, korrupte besigheid is nie volhoubaar nie. Personeel en kliënte neem kennis van die besigheid se reputasie en sal nie aanhou om besighede wat swak bestuur word, te ondersteun nie.
Stabiele werkerskorps	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Stabiele werkerskorps wat kundiges in hul veld is, is produktief. • 'n Gemotiveerde, gelukkige, goed opgeleide personeel ondersteun 'n suksesvolle besigheid. • Dit is baie duur om voortdurend nuwe personeel te werf en op te lei om personeel wat weg is te vervang.
Unieke produk of diens	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Suksesvolle besigheid bied unieke produkte aan. • Goedere en diens moet voorsien in die behoeftes en begeertes van die kliënte. • Daar moet iets spesiaal en anders aan 'n besigheid wees om sukses te behaal waar ander gefaal het. Die produk en diens hoef nie uniek te wees nie, maar iets omtrent die besigheid moet die kliënte laat kennis neem en praat oor die besigheid. • Mondelinge (word-of-mouth) bemarking is die mees effektiefste.

Het jy geweet

Die term etië het sy oorsprong in die Griekse woord "ethos" wat beteken karakter

Areas vir verbetering

Besighede kom soms sekere suksesfaktore kort om die besigheid effektief te kan bestuur. Hierdie areas moet verbeter word gegrond op die assessering wat hulle gedoen het. Hulle moet eerstes dit identifiseer en dan navore kom met strategieë om die geïdentifiseerde areas te verbeter. 'n Besigheid wat wil verbeter moet sekere aspekte oorweeg as hulle hierdie areas vir verbetering wil identifiseer.

- Evalueer die prys van elke produk gereeld.
- Bedryf sake met 'n plan, gebaseer op die visie en moenie daarvan afwyk nie.
- Maak seker dat uitstaande gelde verskuldig aan die besigheid stiptelik ingevorder word.
- Beperk die besigheid se uitgawes tot die minimum.
- Stel doelwitte met haalbare mylpale en tydlyne.
- Evalueer die voordele van verhoging in verkope teenoor die koste van bemarking.
- Identifiseer en implementeer die tegnologie wat nodig is om besighedsbedrywighede en groei te ondersteun.
- Identifiseer die teikenmark en wat die besigheid vir hulle doen.
- Doen navorsing en kategoriseer mededinging en neem kennis van hul sterkpunte en swakpunte.
- Onderskei die besigheid teenoor mededingers en kommunikeer hierdie feit in verkope en bemarkingsprogramme.
- Pas die beste kliënte op.
- Ken die behoeftes van kliënte bv. kry gereelde terugvoer deur middel van opnames en direkte interaksie met hulle.
- Gereelde onderhoudsessies waar hulle die strukture, visie, afleweringmetodes, ens. hersien.

Strategieë wat besighede kan gebruik om te verseker dat hulle winsgewend en volhoubaar bly

Hier onder volg 'n paar strategieë wat besighede kan gebruik om probleem areas te verbeter wat hulle geïdentifiseer het.

Deeglike beplanning

- Beplanning is belangrik om effektief te wees. Tyd is geld, en beplanning vir die effektiewe aanwending van hulpbronne, lewer die beste resultate.

Gesonde finansiële bestuur

- Gesonde finansiële bestuur en goeie rekenkundige praktyke is die beste manier waarop 'n besigheid winsgewend kan bly.

Effektiewe bestuur van skaars hulpbronne en werknemers

- Baie projekte misluk omdat besighede te veel investeer in óf te veel óf te min hulpbronne.

Onderhouding van 'n vaste kliëntebasis

- Behoud van kliënte is 'n belangrike aspek van 'n besigheid, aangesien dit kan verseker dat hulle winsgewend en volhoubaar bly. 'n Besigheid moet 'n goeie ervaringe aan hul kliënte bied en bou aan vaste kliënte verhoudinge.

Wees eties

- 'n Etiese besigheid tree sosiaal verantwoordelik op en doen die regte ding, selfs al word dit nie deur die wet vereis nie.

Handhaaf sosiale verantwoordelikheid

- Opnames toon dat kliënte daarvan hou om besighede te ondersteun wat die gemeenskap waarbinne hulle sake bedryf, ondersteun. Voorbeelde sluit in koffie en sjokolade handelsmerke wat regverdige handel ondersteun.

• | Aktiwiteit 13.3 Suksesfaktore en areas vir verbetering

Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:



Lush is 'n suksesvolle internasionale besigheid met meer as 750 winkels. Die entrepreneur, Mark Constantine, het Lush in sy kombuis begin in die VK in 1995.

Constantine het geglo dat jy die faktore moet verstaan wat jou sukses beïnvloed. Lush vermy dit om die omgewing te beskadig en gebruik verpakkinge wat so klein as moontlik is. Lush gebruik eko-vriendelike verpakking om produkte tydens vervoer te beskerm.

Lush hou jaarliks 'n "Mafia vergadering" waar hulle ontslae raak van een derde van hul produkte wat nie goed presteer nie en wat die besigheid baie geld kos. Dit het werknemers aangemoedig om nuwe en innoverende idees te deel en om 'n voorsprong bo hul mededingers te kry.

Lush verkies werknemers wat van nature vriendelik is en gemaklik met die kliënte praat en hulle nie druk om te koop nie. Dit is hoe Lush verseker dat hul kliënte bereid is om baie meer te betaal vir higiëniese produkte. Lush het nie inligting oor kliënte se inkopies-ervarings nie.

- 1.1 Identifiseer VIER suksesfaktore uit die gevallestudie. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande gevallestudie.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

SUKSEFAKTORE	MOTIVERINGS
1.	
2.	
3.	
4.	

(12)

- 1.2 Maak voorstelle aan Lush oor areas wat hulle kan verbeter gegrond op die bostaande gevallestudie.

(4)

Wenk

Hierdie opdrag is vir verrykking (nie vir eksamendoeleindes nie)

•• | **Aktiwiteit 13.4**

Analiseer 'n suksesvolle besigheid – Verrykings aktiwiteit

- 1.1 Kies 'n suksesvolle besigheid wat jy ken, of lees oor dit of kry inligting op die internet.
- 1.2 Skryf 'n paragraaf oor die agtergrond van die besigheid, hoe dit begin het en gegroei het.
- 1.3 Lys en verduidelik alle faktore wat die besigheid suksesvol gemaak het.
- 1.4 Stel 'n paar maniere voor waarop jy dink die besigheid kan verbeter. Gee redes vir jou voorstelle.
- 1.5 Deel jou bevindinge met jou klas.

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Stel DRIE sleutel suksesfaktore vir 'n sakeonderneming voor. (3)
- 1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

NDODA SE HUISWERKSENTRUM

Me Ndoda was vir baie jare 'n onderwyseres wat besef het dat baie kinders sukkel om hul huiswerk te voltooi. Sy het haar onderwyspos gelos ten midde van onsekerheid en 'n huiswerksentrum geopen, om daarmee ouers en kinders te help om daaglik hul huiswerk te voltooi. Me Ndoda het vorendag gekom met opwindende nuwe maniere om seker te maak dat kinders dit geniet om hul skriftelike huiswerk te voltooi.

- 1.2.1 Identifiseer TWEE entrepreneurseienskappe van Me Ndoda in die bostaande scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.2.1 te antwoord.

ENTREPRENEURS EIENSKAPPE	MOTIVERINGS
1.	
2.	

- (6)
- 1.2.2 Verduidelik DRIE ander entrepreneurseienskappe. (9)
- 1.3 Beskryf VIER strategieë wat die besigheid kan gebruik om seker te maak dat hulle winsgewend en volhoubaar bly. (12)

Breinkaart: Onderwerp 13 – Assessering van entrepreneurseienskappe in die besigheid

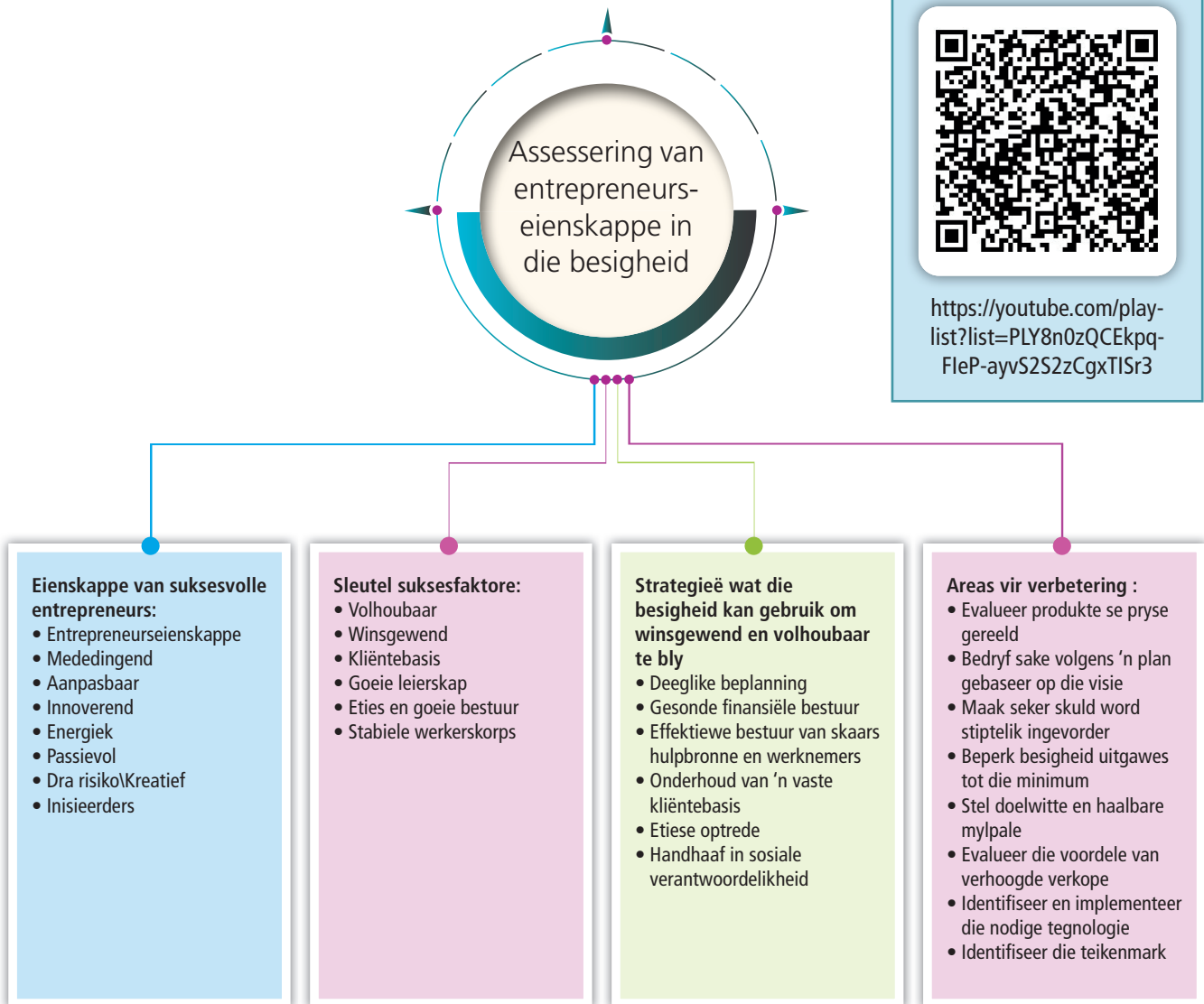
Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van die onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die relevante inhoud onder elke opskrif leer.

QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpg-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>



14

Burgerskap en verantwoordelikhede



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 14.1 Die rolle van burgers
- Eenheid 14.2 Konsepte van besigheids-gemeenskappe
- Eenheid 14.3 Rolle wat individuele instellings kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet die leerder die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik/Bespreek die redes waarom besighede betrokke raak in sosiale programme, byvoorbeeld, nakoming met BBSEB, die gebrek aan gekwalifiseerde werkers, die effek van MIV/Vigs, ens.
- ❖ Definieer die term burgerskap
- ❖ Beskryf kortliks die regte en verantwoordelikhede van burgers, byvoorbeeld, die reg tot onderwys, veiligheid, besit van eie eiendom
- ❖ Beskryf kortliks die rolle van burgers en verduidelik hoe besighede kan bydra tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe.
- ❖ Identifiseer inisiatiewe wat besighede neem om sosio ekonomiese ontwikkeling te doen uit gegewe scenarios/gevallestudies, ens.
- ❖ Beveel ander rolle aan wat besighede kan speel om by te dra tot sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe
- ❖ Stel voor/Beveel rolle aan wat die volgende individue en instellings kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe:
 - ❖ Individuele besigheidspraktisyns
 - ❖ Burgerlike samelewing
 - ❖ Nie-regerings organisasies
 - ❖ Gemeenskaps gebaseerde organisasies



Kernbegrippe

- **Burgerskap:** die status van 'n persoon om deel te wees van 'n land met al die regte, voorregte en verpligtinge daaraan verbonde.
- **Regte:** die voorregte van iemand volgens morele en wetlike aanspraak om te besit of iets te doen.
- **Verantwoordelikhede:** die plig wat iemand het om te voldoen aan sommige pligte of om korrek op te tree in sekere situasies.
- **Burgerlike samelewing:** die kollektiewe naam wat gegee word aan organisasies en assosiasies wat nie deel is van die regering nie.
- **Nie-regerings organisasies (NGOs):** mense wat hulself groepeer in 'n organisasie om pligte in die gemeenskap te verrig wat nie deur die regering gedoen word nie.
- **Gemeenskapsgebaseerde organisasies (GBOs):** mense vorm vrywillige groepe om dienste te lewer op plaaslike vlak.

Inleiding

In Graad 10 het ons die betekenis van sosiale verantwoordelikheid en Korporatiewe Maatskaplike Verantwoordelikheid (KMV) geleer. Ons het ook geleer oor die inisiatiewe wat besighede neem om sommige sosio-ekonomiese kwessies aan te spreek.

Hierdie jaar gaan ons uitbrei op hierdie kennis asook die verantwoordelikheid van ander belanghebbendes, soos privaat burgers, NROs en GBOs wat omsien na die welsyn van ander. Daar word ook van hulle verwag om sommige sosio-ekonomiese kwessies wat 'n groot uitdaging vir besighede en gemeenskappe bied, aan te spreek.



Neem kennis

Die betekenis van NROs en GBOs sal later volledig in hierdie onderwerp verduidelik word.

Eenheid 14.1 Die rolle van burgers

Die betekenis van burgerskap

Burgerskap kan gedefinieer word as 'n wetlike status of verhouding tussen 'n individu en 'n land waarby elk geregtig is op spesifieke wetlike regte en pligte.

Burgerskap kan verkry word deur te voldoen aan wetlike vereistes van 'n nasionale, staats- of plaaslike regering. 'n Nasie verleen sekere regte en voorregte aan sy burgers.



A Nuwe woorde

Regte is die reëls wat help om almal gelyk te maak.

QR-KODE

Bekendstelling van Burgerlike Akademie



https://www.youtube.com/watch?v=DB_aDiTQww8&t=4s

A Nuwe woorde

Verantwoordelikhede Dit is die dinge wat die regering van ons verwag om te doen.



Regte van burgers

Die Handves van Menseregte is van toepassing op elke burger van Suid-Afrika. Hierdie sluit die volgende **regte** in:

- Eiendom
- Privaatheid
- Respek/waardigheid
- Gelykheid
- Vryheid van spraak en uitdrukking
- Inligting wat op jou betrekking het
- Vryheid van assosiasie
- Vryheid van keuse van handel/beroep
- Vryheid van denke en geloof
- Vryheid van beweging
- Gesondheidsorg/kos/water en sosiale bystand
- Regverdige arbeidspraktyke
- Onderwys en opleiding/universele reg tot basiese onderrig
- Veiligheid/sekuriteit en beskerming van lewe
- Toegang tot arbeidshof/instellings
- Vryheid van slawerny, serwituut op gedwonge arbeid
- Die reg om te stem
- Vryheid van keuse van jou eie taal/deelname aan jou eie kulturele lewe.

Verantwoordelikhede van burgers

Daar word van Suid-Afrikaanse burgers verwag om hul regte uit te oefen op 'n verantwoordelike wyse. Met elke reg kom daar ook 'n verantwoordelike. Verantwoordelike mense weet wat hul regte is en respekteer ook die regte van ander. Om verantwoordelik te wees beteken dat jy omgee vir ander mense se regte.

Die volgende is sommige regte en verantwoordelikhede van burgers:

REG	VERANTWOORDELIKHED
<ul style="list-style-type: none"> • Vryheid van spraak en uitdrukking 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermoedingsloosheid, verspreiding van leuens en belediging van ander.
<ul style="list-style-type: none"> • Gelykheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Behandel elke ander persoon gelyk en regverdig.
<ul style="list-style-type: none"> • Respek/waardigheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Behandel mense met respek en waardigheid, groet hulle hartlik en praat hoflik met hulle.
<ul style="list-style-type: none"> • Onderwys 	<ul style="list-style-type: none"> • Woon gereeld skool by, leer en werk hard.
<ul style="list-style-type: none"> • Veiligheid/sekuriteit en beskerming van lewe 	<ul style="list-style-type: none"> • Moenie ander seermaak/boelie/intimideer nie. • Los konflik of 'n vreedsame wyse op.
<ul style="list-style-type: none"> • Eie eiendom 	<ul style="list-style-type: none"> • Respekteer ander se eiendom, beskerm beide privaat en publieke eiendom.
<ul style="list-style-type: none"> • Vryheid van denke en geloof 	<ul style="list-style-type: none"> • Respekteer ander se oortuigings en opinies en hulle reg om dit uit te spreek. • Doen dit al verskil jy lynreg daarmee.

Die rolle van burgers

Elke individu is belangrik en ewe aanspreeklik vir sekere rolle en verantwoordelikhede as hulle in 'n gekulturele samelewing bly. Individue het 'n rol as buurman/vrou, eienaar van 'n huis of 'n huurder, ens.

Die basiese verpligtinge van 'n individu sluit in respek, samewerking en deelname. Hier volg 'n paar rolle wat individue as verantwoordelike burger kan aanneem:

Professionele persone:

- Gesondheidswerkers soos dokters, verpleegsters, arbeidsterapeute, fisioterapeute, veeartse, ens moet 'n jaar verpligte gemeenskapsdiens lewer, voordat hulle kan registreer by hulle professionele raad.
- Sommige professionele persone soos prokureurs doen **pro bono** werk waar hulle hul dienste gratis aanbied vir werklose persone.

Individue:

- Gee hulle tyd, byvoorbeeld, die jong studente wat gehelp het om die boeke van die biblioteek van Universiteit van Kaapstad te red na die verwoestende brande.
- Raak betrokke deur goeie dade vir mense te doen wat dit nodig het, soos om inkopies vir ouer persone te doen.
- Neem deel aan fondsinsamelings en liefdadigheidsaksies soos "Sisters with Blisters".
- Neem verantwoordelikheid vir die omgewing deur plastiek te herwin by 'n plaaslike herwinningsentrum.

A Nuwe woorde

Pro Bono beteken om iets te doen tot voordeel van die publiek

•• | Aktiwiteit 14.1

- 1.1 Brei uit oor die betekenis van burgerskap. (4)
- 1.2 Identifiseer die regte van 'n burger in ELKEEN van die stellings hieronder:
 - 1.2.1 Thembi respekteer die opinies en oortuigings van ander selfs al stem sy nie saam daarmee nie. (2)
 - 1.2.2 Jacky, die bestuurder by Sikzo Juice maak seker dat konflik in die werkplek op 'n vreedsame wyse opgelos word. (2)
- 1.3 Noem enige ander DRIE regte en verantwoordelikhede van burgers. (6)
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.3 te antwoord.

REGTE	VERANTWOORDELIKHEDE
1.	
2.	
3.	

(6)

Eenheid 14.2 Konsepte van besigheids gemeenskappe

Die betekenis van besigheidsburgerskap

Besigheidsburgerskap word normaalweg gesien as korporatief wat beteken dat alle besighede verantwoordelik moet wees en betekenisvolle bydraes tot die gemeenskap moet maak.

Die doel is om 'n hoër lewensstandaard en lewensgehalte te help skep vir die gemeenskappe rondom hulle, maar steeds winsgewend te bly vir die aandeelhouers.

Suksesvolle besighede moet 'n sterk fondament lê vir korporatiewe burgerskap deur hulle daartoe te verbind om eties op te tree, en 'n balans te handhaaf tussen die behoeftes van die aandeelhouers, die gemeenskap en die omgewing. Hierdie praktyke lok kliënte en vestig 'n handelsmerk- en besigheidslojaliteit.

Redes waarom besighede betrokke moet raak by sosiale programme

Daar is verskeie redes waarom besighede betrokke kan raak in sosiale programme. Hier volg sommige van die redes:

- Besighede wil beleggers en kliënte lok.
- Besighede moet voldoen aan wette soos BBSEB (No. 53 van 2003).
- Internasionale eise en invloede.
- Programme kan gemeenskappe help ophef en sosio-ekonomiese kwessies aanspreek.
- Die vestiging van sosiale netwerke in gemeenskappe sal sosiale integrasie vermeerder.
- Besighede kan die welstand van gemeenskappe en werknemers bevorder.
- Die beeld van die besigheid sal verbeter deur hulle betrokkenheid in sosiale programme.
- Soms is daar 'n gebrek aan gekwalifiseerde werkers.
- Hulle wil die sosio-ekonomiese kwessie van MIV/Vigs aanspreek.

Bydraes van besighede tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe

Besighede kan op baie maniere bydra tot die gemeenskap. Kom ons kyk na sommige maniere waarop besighede kan bydra tot sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe:

- Hulle kan werksgeleenthede skep vir lede van die gemeenskap.
- Deur onderwys en opleiding van hul werknemers, sal produktiwiteit verhoog word.
- Besighede kan geld spandeer om die gemeenskap op te hef deur hul KMV programme .
- Besighede kan betrokke raak in MIV/Vigs projekte vir hul werkers en die gemeenskap.
- Betaal gereeld belasting om die land se infrastruktuur te onderhou en noodsaaklike goedere en dienste te lewer.
- Voorsien addisionele metodes om die ekonomie te versterk en sodoende die land as geheel te ontwikkel.
- Verlaag die vlakke van armoede deur mense op te lei om entrepreneurs te word.
- Gee donasies aan verdienstelike sosiale sake.



■ Sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe

•• | **Aktiwiteit 14.2** **Betrokkenheid van besighede om gemeenskappe te ontwikkel**

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

BONJALO BANK BPK (BBB)

Bonjalo Bank Bpk (BBB) gebruik van hulle surplus wins om die skoolbus te subsidieer wat kinders vervoer vanaf die plaaslike dorpie na die skool. BBB bied ook kursusse in entrepreneurskap aan vir werklose jong persone in die gemeenskap waarbinne hulle sake bedryf. Hulle werk ook saam met die plaaslike munisipaliteit om MIV/Vigs gedragsveranderende programme en veldtogte aan te bied.

- 1.1.1 Haal DRIE inisiatiewe aan wat BBB onderneem om sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskap te doen, uit die bostaande scenario. (3)
- 1.1.2 Adviseer die bestuur van BBB oor ander inisiatiewe wat hulle kan doen om die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskap te bevorder. (6)

Eenheid 14.3 Rolle wat individue en instellings kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe

Individue en instelling moet ook bydra tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe. In hierdie eenheid gaan ons kyk na die rol van die volgende individue en instelling se bydrae tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe:

- Individuele besigheidspraktisyns
- Burgerlike samelewing
- Nie-regerings organisasies (NROs)
- Gemeenskapsgebaseerde organisasies (GBOs)

Die rol van individuele besigheidspraktisyns

Besighede speel 'n belangrike rol in die ekonomiese ontwikkeling en welvaart van 'n land. Sukses in besighede word oorgedra na die ekonomiese welstand van 'n onderneming en sy werknemers deur middel van werkskepping en bied verhoogde lewensgehalte vir die land se burgers.

Sommige voorbeelde van besighede se bydraes tot die sosio-ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe is:

- Ontwikkelingsprogramme veral vir swart agtergeblewe groepe.
- MIV/Vigs en gesondheidsorg ondersteuning.
- Ondersteuning van skole en opvoedkundige bystand deur middel van beurse.
- Vaardigheidsontwikkeling vir werkloses.

Die rol van burgerlike gemeenskap

Burgerlike gemeenskap kan gedefinieer word as 'n kollektiewe naam wat gegee word aan organisasies en assosiasies wat nie deel vorm van die regering nie. Burgerlike gemeenskap sluit in verskillende groepe soos professionele, belangegroep, geloofsgroep en organisasies van vrywillers.

Die rol van burgerlike gemeenskap kan as volg verduidelik word:

- Bied 'n noodsaaklike diens namens die regering aan.
- Moniteer regeringsbeleid en aksies en hou die regering aanspreeklik.
- Sien om na die behoeftige, hulpelose en gemarginaliseerde mense deur ontwikkeling, onderwys, projekte, ens.
- Beveg sosio-ekonomiese kwessies soos MIV/Vigs, armoede, werkloosheid, korrupsie, ens.

Nie-regerings organisasies

'n Nie-regerings organisasie (NRO) is heeltemal anders as regeringsowerhede. 'n NRO sal 'n wetlike memorandum opstel asook 'n volledige struktuur vir lede, en word gestruktureer deur 'n groep mense wat een of ander sosiale saak op groot skaal bedryf. Hul werk is gebonde aan meer riglyne, beginsels en strategieë. NROs se werk word op groot skaal gedoen.

Nie-regerings organisasies (NROs) speel 'n belangrike rol in vandag se samelewing. Hulle moet die tekortkominge van die regering aanvul in dienste en sosiale beskerming van burgers.

NROs word befonds uit verskillende bronne soos die regering, die plaaslike lotterij, besighede en ander organisasies. Sommige voorbeelde van NROs in Suid-Afrika sluit in:

- Kinderlyn
- Familie lewensentrum (FAMSA)
- Kankervereniging van Suid-Afrika (CANSAS)
- DBV
- Meals on Wheels
- Save the rhino.

'n Nie-winsgewende organisasie funksioneer onafhanklik van enige regering. Die doel van 'n NRO is om sosiale en politiese kwessies aan te spreek. Hulle kan ook akkomodasie voorsien aan en vlugteling.

NROs benodig bystand van burgers, besighede en die regering om hul projekte te onderhou en te kan volhou.



■ Sommige NROs in Suid-Afrika

QR-KODE

Suid-Afrikaanse NRO help meisie om vooruit te kom



<https://m.youtube.com/watch?v=eb075ISlghA>

Gemeenskapsgebaseerde organisasies (GBOs)

Gemeenskapsgebaseerde organisasies (GBOs) is plaaslike nie-winsgewende organisasies wat ten doel het om die gemeenskap waarbinne hulle is te verbeter. GBOs is dikwels vrywilliger-gebaseerd en kry baie min befondsing vanaf die regering.

GBOs word gevorm deur informele groepe mense wat goeie aksies uitvoer soos om rehabilitasie sentrums in hul gemeenskap te bedryf.

Daar is baie voorbeelde, sommige word hier onder gelys:

- Blind SA
- Guardian Angels
- Inkanyezi HIV/Aids programme
- Dagsorgsenrums
- Ouethuise in die gemeenskap.

Obakeng Disability Organisation

ABOUT US
Obakeng Disability Organisation is a registered community based and women operated NPO. Our aim is to provide care and support to those who are living with physical, mental and multiple disabilities.

WE PROVIDE

- * Love and a safe environment
- * Nutritional food
- * Warm clothing
- * Stimulating physical and mental activities
- * Community disability rights awareness campaigns
- * Skills development to empower the unemployed

OUR MOTIVATION
We love seeing the difference in the lives of the people we have helped, as they become happier, healthier and more independent.

Please donate:
Food items
Clothes and Shoes
Books
Transportation
Building Material
Toiletry Items
Monetary Funds

for more info
073 251 1538

Mamhe Village
Tsung
North West Province

DISABILITY AWARENESS EMPLOYMENT OPPORTUNITIES POVERTY ERADICATION

Facebook.com/ObakengDisOrg

- 'n Voorbeeld van 'n plakkaat wat deur 'n GBO gebruik is, waarin hulle donasies van die publiek vra.

Verskille tussen NRO's en GBO's

Nie-regerings organisasies (NROs)	Gemeenskaps-gebaseerde organisasies (GBOs)
<ul style="list-style-type: none"> 'n NRO stel 'n wetlike memorandum op asook 'n volledige struktuur vir lede 	<ul style="list-style-type: none"> 'n GBO het geen wetlike gebruike, pligte of memorandum nie.
<ul style="list-style-type: none"> NROs werk wetlik en op groot skaal 	<ul style="list-style-type: none"> GBOs werk informeel en binne kleiner grense
<ul style="list-style-type: none"> Die werk van NROs is geallokeer tot 'n groter area. 	<ul style="list-style-type: none"> GBOs werk binne 'n spesifieke area, en op kleiner skaal

Ooreenkomste tussen NROs en GBOs

- Die werk wat NROs en GBOs doen, verskil heeltemal van die wat deur regeringsowerhede gedoen word.
- Hulle word nie deur mense verkies om ontwikkeling te doen nie.
- Hierdie organisasies se werk word gedoen deur vrywilligers en help met die verbetering van mense se lewens.
- Hulle verkry fondse vanaf elite mense in die samelewing, beroemdes, individue en korporasies.



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>



Aktiwiteit 14.3

Rolle van die verskillende belanghebbendes in gemeenskapsontwikkeling

Alle burgers van die land het regte en verantwoordelikhede wat erken en gerespekteer moet word. Hulle moet ook sekere rolle vervul in hul gemeenskappe. Besighede het ook die verantwoordelikheid om by te dra tot die ekonomiese en sosiale ontwikkeling van hul gemeenskappe. Die burgerlike gemeenskap moet ook bydra tot die sosiale ontwikkeling van hul gemeenskappe.

Skryf 'n opstel oor burgerskap en verantwoordelikhede en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die rol van burgers se bydrae tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe.
- Verduidelik die verantwoordelikheid van burgers in vergelyking met hul regte.
- Bespreek die rol wat burgerlike gemeenskap kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe.
- Maak voorstelle van inisiatiewe wat besighede kan neem om by te dra tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe. (40)

Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die lys hier onder te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer neer.

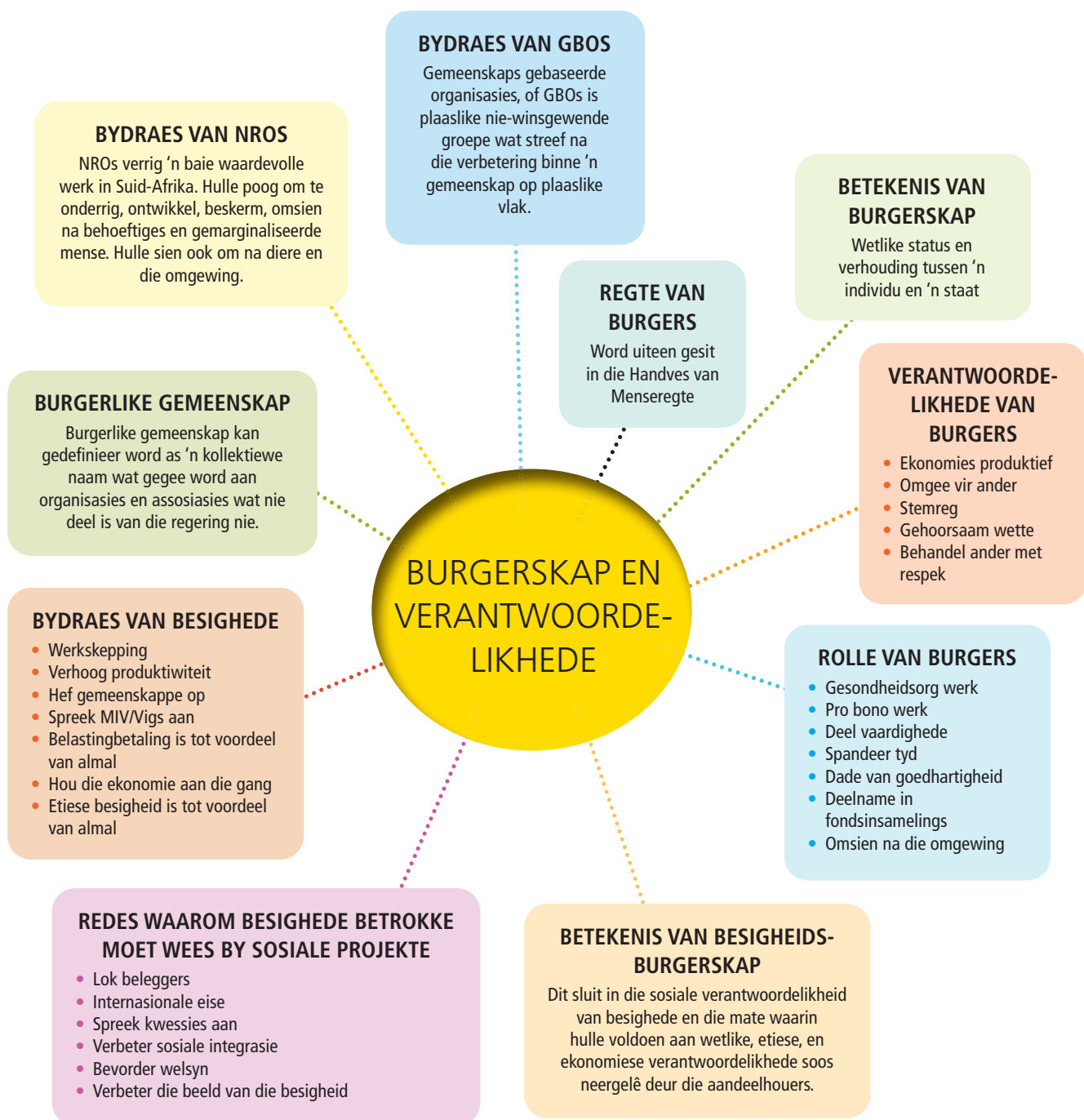
Burgerskap; CANSA; Regering se Swartboekie; Handves van Menseregte;
 NROs; ouetehuse in die gemeenskap; GBOs; Besigheids burgerskap

Konsolidasie

- 1.1.1 Die status van 'n persoon wat deel is van 'n land met al sy regte, voorregte en pligte staan bekend as ...
- 1.1.2 Die regte van burgers in Suid-Afrika is opgeteken in ...
- 1.1.3 'n Voorbeeld van 'n NRO is ...
- 1.1.4 Plaaslike nie-winsgewende groepe wat werk om verbeteringe teweeg te bring in 'n gemeenskap op plaaslike vlak, staan bekend as ... (8)
- 1.2 Verduidelik die rolle van Gemeenskapsgebaseerde organisasies in die ontwikkeling van gemeenskappe. (6)

Breinkaart: Onderwerp 14 – Burgerskap en verantwoordelikhede

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van die onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die relevante inhoud onder elke opskrif leer.



15

Omskakeling van 'n besigheidsplan na 'n aksieplan



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 15.1 Die doel van 'n besigheidsplan
- Eenheid 15.2 Beplanningsinstrumente



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik/Bespreek die doel van 'n besigheidsplan
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van 'n aksieplan
- ❖ Bespreek/Verduidelik/Beskryf die belangrikheid van 'n aksieplan
- ❖ Brei kortliks uit/Noem die stappe van 'n aksieplan/stappe om te volg wanneer 'n aksieplan opgestel word
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik bespreek die projekbeplanning stappe
- ❖ Definieer die volgende beplanningsinstrumente:
 - ❖ Gantt-kaart of Werkindelingstrukture (WIS)
 - ❖ Tydlyne
 - ❖ Projekbeplanning
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die belangrikheid van tydlyne en Gantt-kaart/WBS
- ❖ Trek 'n Gantt-kaart op deur inligting te gebruik van 'n scenario/gevallestudie
- ❖ Omskep 'n besigheidsplan in aksieplan deur die besigheidsplan van Graad 10 te gebruik.



Kernbegrippe

- **Besigheidsplan:** 'n formele geskrewe dokument wat die doelwitte van 'n besigheid beskryf asook die metodes hoe om die doelwitte te bereik.
- **Aksieplan:** 'n Kontrolelys van die stappe wat geneem moet word om die gestelde doelwitte te bereik.
- **Gantt-kaart:** 'n staafgrafiek wat visuele tydlyne aandui oor hoe die take geskedueer is.
- **Tydlyne:** 'n opeenvolging van verwante gebeurtenisse wat in 'n kronologiese orde op 'n lyn geplaas word, sodat daar tred gehou kan word met die aktiwiteite.
- **Werkindelingstrukture (WIS):** dit verdeel die besigheidsplan in kleiner projekfasies en wys presies wat gedoen moet word.

Inleiding

In hierdie onderwerp gaan ons fokus hoe om die besigheidsplan wat jy in Graad 10 ontwikkel het om te skakel in 'n aksieplan. Ons gaan ook 'n volledige beskrywing gee van die beplanningswerktuie wat wys hoe om 'n besigheidsplan om te skakel in 'n aksieplan.

Enheid 15.1 Die doel van 'n besigheidsplan

Napoleon Hill get gesê "Beplan jou werk en werk met jou plan". Hierdie feit is van toepassing as 'n nuwe besigheid begin word. 'n Besigheidsplan is 'n formele geskrewe dokument wat die doelwitte van die besigheid bevat.

Die besigheidsplan sluit ook die tydraamwerke in om die doelwitte te bereik en dit dien as 'n padkaart wat rigting aan die besigheid gee.



? Het jy geweet

'n Een bladsy besigheidsplan is baie gewild in die sakewêreld. Dit staan bekend as "The Pitch", uitvoerende opsomming of die besigheidsmodel.

Die besigheidsplan sluit die volgende aspekte van die besigheid in:

Die doel van die besigheidsplan is om:

- Insig van die mark en mededinging te verkry.
- Befondsing van beleggers te kry.
- Realistiese doelwitte en mikpunte te stel.
- Die regte talent om die besigheid se visie vorentoe te neem te identifiseer.
- Die regte besluite te neem en die besigheid te bestuur
- Met die verskillende rolspelers die besigheidsplanne te kommunikeer.

Die betekenis van 'n aksieplan

'n Aksieplan is 'n gedetailleerde plan wat al die aksies beskryf wat nodig is om te doen sodat die besigheid die doelwitte kan bereik. 'n Aksieplan lys die aktiwiteite wat uitgevoer moet word. Ons benodig 'n aksieplan om die besigheidsplan te implementeer en te wys hoe aktiwiteite georganiseer moet word om doelwitte te bereik.

Die aksieplan beskryf watter hulpbronne nodig is om die doelwitte te bereik. Die aksieplan lys ook die tydlyne om die doelwitte te bereik.

Die belangrikheid van 'n aksieplan

Effektiewe aksieplanne breek langtermyn doelwitte af in kleiner, beheerbare stappe sodat die besigheid geleidelik kan beweeg tot by sy gestelde doelwitte. Om 'n aksieplan op te stel help om fokus te behou.

Sonder 'n aksieplan mag die besigheid dalk betrokke raak in aktiwiteite wat nie in lyn is met die doelwitte nie. Die aksieplan verseker dat die aksies en besluite in lyn is met die bereiking van die besigheid se doelwitte.

'n Aksieplan is belangrik om die volgende redes:

- Maak dit moontlik om projekte binne 'n gegewe tyd af te handel.
- Maak dit moontlik vir besighede om aktiwiteite te prioritiseer volgens hulle belangrikheid.
- Dit kan die verantwoordelike persoon help om meer georganiseerd te wees.
- Help werknemers om te fokus op die regte aktiwiteite.
- Kan gebruik word as 'n beheermeganisme waarteen standarde en prestasie gemeet kan word.

Stappe om te volg as 'n aksieplan opgetrek word

Die stappe om te volg wanneer 'n aksieplan opgestel word kan as volg beskryf word:



Vrae om te vra wanneer 'n aksieplan opgestel word

Die eerste fase om 'n aksieplan op te stel is gebaseer op die volgende vrae:



Kom ons kyk na die voorbeeld.

VOORBEELD

Jou besigheid wil uitbrei en jy het 'n nuwe produk ontwikkel om by te voeg by die katalogus. Jy wil hierdie nuwe produk bekendstel en uitvind of jou huidige kliëntebasis sou belang stel om die nuwe produk te koop.

Kyk na die stappe wat gevolg word om die aksieplan op te stel.

Stappe	
1	Stel 'n geskikte ontwerp voor vir die nuwe produk
2	Kies 'n advertensieagentskap om drie stelle ontwerpe voor te berei
3	Kry grafiese ontwerpers om die werk te doen
4	Druk kopië van die ontwerpe
5	Finaliseer die navorsings vraelys, teikenmark vir navorsing en die span.
6	Wys personeel aan wat die navorsing moet doen.
7	Allokeer datums en tye.
8	Doen die navorsing
9	Versamel die vraelyste en prosesseer die inligting.
10	Bied bevindinge aan op bestuursvlak saam met aanbevelings.

VOORBEELD

vervolg.

Gebruik twee van die take uit die kontrolelys en ken spertye toe aan elk, die stappe in jou aksieplan sal as volg lyk:

WAT moet gedoen word?	WIE is verantwoordelik?	WANNEER moet dit voltooi wees	BEWYSE/ Aflewerbaar
Kry kunstenaars om die ontwerp en teks voor te berei.	Me Guga	21 Augustus	3 ontwerpe gelewer
Finale plek, personeel, datums en tye	Me Ariston	3 September	Lys van plekke met datums, tye en personeellede gefinaliseer.

'n Projek is 'n reeks van take wat nodig is om te voltooi om 'n spesifieke uitkoms te bereik. Besigheidsprojekte word gewoonlik gedoen deur 'n span werknemers.

Projekbeplanning stappe



Die volgende projekbeplanning stappe sal verseker dat die projek suksesvol afgehandel word.

- Definieer die omvang van die plan wat gedoen moet word, byvoorbeeld, definieer wat die doel, eerste en laaste aktiwiteit moet wees.
- Identifiseer die ondersteuners van die projek.
- Verdeel die projek in aktiwiteite.
- Stel tydraamwerke saam om te bepaal hoeveel tyd aan elke aktiwiteit toegeken moet word.
- Stel mylpale/doelwitte, byvoorbeeld, bepaal wat is die hoofitem wat voltooi moet word.
- Bepaal wie die persoon wat verantwoordelik is om besluite te neem.
- Bereken die finansiële, menslike en tegniese hulpbronne wat benodig word vir die aktiwiteit.
- Plot die aktiwiteitskedule op 'n Gantt-kaart.
- Voer die projekplan uit.
- Monitor die proses.
- Kommunikeer en hersien die projek se vordering.
- Hou rekord van alle aktiwiteite.

•• | Aktiwiteit 15.1 **Projekbeplanningstappe**

Lees die volgende scenario en antwoord die vrae wat volg.

MADDY KONSTRUKSIE (MK)

Maddy konstruksie het die tender gekry om 'n brug te bou oor die Oranjerivier.

1.1 Beskryf kortliks die projekbeplanning stappe wat MK moet volg. (8)

1.2 Trek 'n aksieplan op wat MK gaan volg.
Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.2 te antwoord.

Aksiestappe (Wat moet gedoen word?)	Verantwoorde- likhede (Wie gaan dit doen?)	Tydlyn (Wanneer moet dit gedoen wees?)
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

(15)

Eenheid 15.2 Beplanningsinstrumente

Projekbeplanning

Beplanningsinstrumente stel entrepreneurs in staat om hul besigheidsplan om te skakel na 'n aksieplan. Die volgende beplanningsinstrumente gaan in besonderhede bespreek word:

- Gantt-kaarte en Werkindeling strukture (WIS)
- Tydlyne
- Projekbeplanning

'n Goeie projek bestuurder sal: (Verryking):

- Elke hoofaktiwiteit afbreek in kleiner aktiwiteite.
- Die hulpbronne identifiseer soos mense, begroting, en tyd wat nodig sal wees.
- 'n Skedule voorberei wat die hoofaktiwiteite die plan aandui.
- Terugwaarts werk om tydraamwerkte te bepaal.
- Besluit wie gaan betrokke wees by elke aktiwiteit en wanneer.
- Ken 'n begroting toe vir elke deel van die aksieplan.
- Stel 'n geprojekteerde inkomstestaar op vanaf die besigheidsplan om finansiële inligting te voorsien.
- Ontwikkel kontrole metodes om probleme uit te lig.
- Identifiseer risiko's en beplan vir onvoorsiene gebeurtenisse.
- Hersien en monitor die plan gereeld.

QR-KODE

Projekbestuurder binne 5:
Wat is 'n Gantt-kaart?



<https://www.youtube.com/watch?v=fB0wSDm-V3Sw&t=114s>

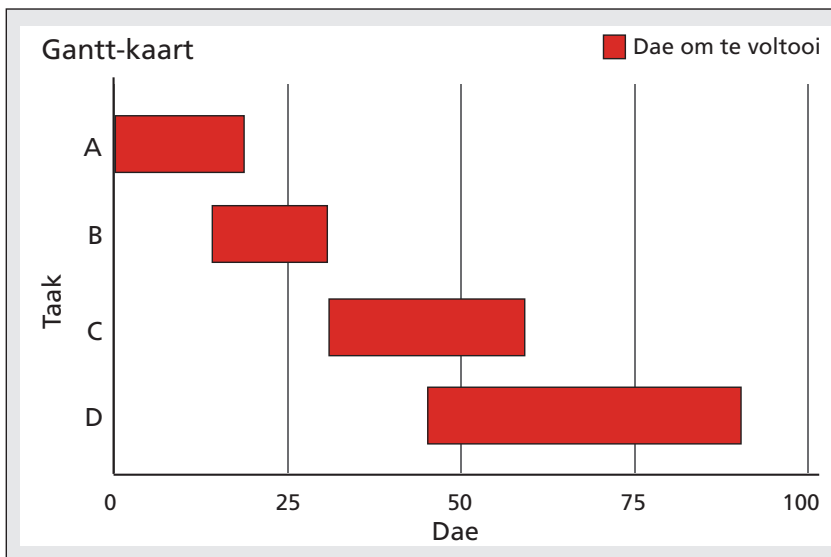
Inligting oor Gantt-kaarte en Werkindelingstrukture (WIS)

'n Gantt-kaart

- Is 'n tipe staafgrafiek wat visueel voorstel wat die begin- en einddatums van die projekte is.
- Dit word gebruik om die skedule van die tydlyn van die projek te bepaal, en te lys wat die take/elemente is wat moet gebeur en in watter volgorde.
- Dit wys wat gedoen moet word deur die projek te verdeel in kleiner dele.
- Illustreer die datums vir die begin en einde van die taak/elemente van die projek, en beeld die aktiwiteite uit teenoor die datums.
- Toon die tydsduur van elke taak/element.
- Toon die afhanklike verhouding tussen take/elemente.

Hier is 'n voorbeeld van 'n Gantt-kaart

Taak	Begindatum	Einddatum
A	01/01/2015	20/01/2015
B	15/01/2015	01/02/2015
C	01/02/2015	01/03/2015
D	15/02/2015	01/04/2015
Taak	Dae om te voltooi	
A	19	
B	17	
C	28	
D	45	



Neem kennis

'n Gantt-kaart toon die huidige voltooiing status van aktiwiteite om bestuurders in te lig of alles volgens plan verloop.

Die Werkindelingstrukture (WIS)

- Hierdie elemente vorm saam die WIS van 'n projek en kan voltooi word as individuele take of as deel van 'n groep take.
- Wys al die take wat gedoen moet word.
- Word verdeel in vlakke waar daar op elke vlak meer inligting gegee word.
- Vorm ook die basis vir die fases van die aksieplan. Hierdie elemente moet logies geskakel word en moet al die belangrikse inligting bevat.

'n Werkindelingstrukture (WIS) het vier belangrike stappe.



Inligting oor tydlyne

'n Tydlyn rangskik beide die verlede asook verwagte toekomstige gebeure van 'n projek en wat benodig word om dit binne 'n spesifieke tyd te kan bereik. Tydlyne:

- Is visuele voorstellings van kronologiese inligting. Dit lys al die aktiwiteite wat gedoen moet word en die volgorde van datums waarin dit voltooi moet word.
- Help spanlede om te weet watter mylpale bereik moet word en wanneer.
- Toon die datums en die gebeurtenisse gekoppel aan sekere punte.
- Het 'n titel en gebruik 'n reeks datums op 'n liniêre skaal om die sperdatum op datum vir voltooiing van die korttermyn doelwitte en take aan te dui. Hulle toon normaalweg die geprojekteerde datums eerder as die werklike datums.
- Toon nie die tydsduur van 'n projek nie, maar toon eerder 'n verloop van tyd.
- Dit word verdeel in gelyke spasies wat dae, weke, maande kan aandui en die inskrywings moet korrek en goed georganiseerd wees.

Hier is 'n voorbeeld van 'n tydlyn.



•• | Aktiviteit 15.2 Beplanningsinstrumente

Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

TJ ROOMYS (TJR)

TJ Roomys (TJR) gaan die volgende aktiwiteite gedurende Februarie doen. Tom gaan die besigheid gedurende die eerste week registreer. Gedurende die tweede week gaan Jerry die huur van die gebou organiseer. In die derde week sal Tom, 'n rekenmeester vir die besigheid werk.



Trek 'n Gantt-kaart op deur gebruik te maak van die inligting van die bostaande scenario. Gebruik die tabel as 'n GIDS om die vraag te antwoord.

AKTIWITEIT	WEEK			PERSOON VERANTWOORDELIK

Die belangrikheid van Gantt-kaarte, WIS en tydlyne

- Hierdie instrumente help die personeel om datums te projekteer en planne op te stel om die gestelde doelwitte te bereik.
- Hulle is krities belangrik vir projekbestuurders wat probeer om te voldoen aan die behoeftes van die kliënt en dit te oortref.
- Projekbestuurders gebruik dit as beplanningsinstrumente om hul werk gedoen te kry, waarvan baie vir op 'n spesifieke onderneming of produk van toepassing is.
- Tydlyne dien as beplanningsinstrumente wat help om die sperdatum/datum van voltooiing vir elke korttermyn doelwit en taak aan te toon.
- Tydlyne hou inligting in 'n opeenvolgende volgorde van datums waarop die aktiwiteit gedoen moet word.

•• | Aktiwiteit 15.3 Opsteltipe vraag

Entrepreneurs besef die belangrikheid van die opstel van 'n aksieplan om die besigheid se doelwitte te bereik. Hulle belangrik die aksieplan en projekbeplanning stappe is. Baie besighede is nie vertrou met Gantt-kaarte nie.

Skryf 'n opstel oor die omskakeling van 'n besigheidsplan na 'n aksieplan deur volgende aspekte te bespreek.

- Beskryf kortliks die stappe wat gevolg moet word met die opstel van 'n aksieplan.
- Verduidelik die belangrikheid van 'n aksieplan.
- Bespreek die projekbeplanning stappe.
- Adviseer besighede oor die belangrikheid van Gantt-kaarte.

(40)

Breinkaart: Onderwerp 15 – Omskakeling van 'n besigheidsplan na 'n aksieplan

Gebruik die breinkaart as 'n opsomming van die inhoud van die onderwerp. Maak seker om die relevante inligting onder elke opskrif te leer.



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte

<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Definieer die betekenis van 'n aksieplan. (2)
- 1.2 Beskryf kortliks enige DRIE projekbeplanning stappe. (6)
- 1.3 Verduidelik die doel van 'n besigheidsplan. (4)

VRAAG 2

- 2.1 Identifiseer die tipe beplanningsinstrumente wat Sive Konstruksie gebruik in ELKEEN van die stellings hieronder:
- 2.1.1 Jack, die projekbestuurder, toon die datums vir voltooiing vir elkeen van die korttermyn doelwitte, op 'n liniêre skaal aan.
- 2.1.2 Gugu, die projek ingenieur, gebruik 'n staafgrafiek om aan te toon hoe lank take gaan duur teenoor die verloop van tyd. (4)

VRAAG 3

- 3.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

POLKA HANDELAARS (PH)

Polka het 'n besigheidsplan ontwikkel wat 'n omvattende oorsig gee oor haar voorgestelde besigheid. Sy wil dit omskakel in 'n aksieplan deur 'n tydlyn te gebruik as haar beplanningsinstrument.

- 3.1.1 Stel die stappe wat Polka moet volg om die aksieplan vir haar besigheid op te stel. (6)
- 3.1.2 Adviseer Polka oor die belangrikheid van tydlyne. (6)

16

Begin 'n besigheid gebaseer op 'n aksieplan



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 16.1 Oorwegings voor die begin van 'n besigheid
- Eenheid 16.2 Inligting oor befondsing van besighede



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leeders die volgende kan doen:

- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die faktore wat oorweeg moet word voordat 'n besigheid begin word, byvoorbeeld, kultuur van die organisasie, omgewingsverandering, kliëntediens, besigheidsgroei, kostebesparings, ens.
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek apekte wat oorweeg moet word wanneer 'n besigheid begin word, byvoorbeeld strategie, bedrywighede, produktiwiteit, grootte van die besigheid, ens.
- ❖ Analiseer die bogenoemde faktore uit scenarios/gevallestudies en maak aanbevelings vir verbeteringe.
- ❖ Verduidelik/Bespreek redes waarom besighede befondsing nodig het.
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik bronne van befondsing
- ❖ Verduidelik/Bespreek/Beskryf faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed, byvoorbeeld, die aard van finansiering, die bedrag kapitaal benodig, risiko, die koste van finansiering, ens.



Kernbegrippe

- **Strategie:** 'n langtermyn plan van aksie om 'n doel te bereik.
- **Bedrywighede:** die verskillende aktiwiteite wat besighede gebruik om hul doelwitte te bereik en suksesvol te wees.
- **Produktiwiteit:** die effektiwiteit van produksie in terme van die koers van uitset per eenheid inset.
- **Kostebesparing:** die planne wat besighede beraam om te sny op die koste/uitgawes van die besigheid.
- **Besigheidsgroei:** die uitbreiding van die grootte van die besigheid.
- **Risiko:** 'n kredietverskaffer sal altyd in aanmerking neem hoe veilig die belegging is, deur te kyk na faktore wat die terugbetaling van die skuld in gevaar stel.

Inleiding

In Graad 10 het jy kennis gemaak met die belangrikheid van 'n besigheidsplan. In Onderwerp 15, het jy geleer hoe om 'n besigheidsplan om te skakel in 'n aksieplan. Dit is belangrik om kennis te neem dat entrepreneurs nie 'n besigheid sal kan begin, sonder 'n goed gestruktureerde besigheidsplan en 'n aksieplan nie.



'n Goeie besigheidsplan en 'n aksieplan is net die begin. Volgens statistiek misluk 90% van alle besighede wat begin. Maak die regte keuses.

Eenheid 16.1 Oorwegings voordat 'n besigheid begin word

Faktore wat oorweeg moet word voordat 'n besigheid begin word

Dit is nodig vir entrepreneurs om die volgende faktore in ag te neem voordat enige besigheid begin word:

- Die kultuur van die organisasie
- Omgewingsveranderinge
- Kliëntediens
- Besigheidsgroei
- Kostebesparings.

Kom ons kyk na elk van die bogenoemde faktore in meer besonderhede.

Die kultuur van die organisasie

Die kultuur van die organisasie is sy persoonlikheid. Die onderneming se kultuur is 'n kombinasie van sy visie, waardes, werksomgewing en interne gedrag.

- Entrepreneurs moet besluit wat die kultuur van die besigheid gaan wees voordat dit begin.
- Hulle moet hul personeel oplei om die kultuur van die besigheid te ken, byvoorbeeld, hulle moet weet wat behels die klededragkode/kliëntediens, ens.
- Hulle moet ook seker maak dat die personeel die kultuur ken en sorg dat hul gedrag nie die beeld van die besigheid skade aandoen nie.

Omgewingsveranderinge

Besighede word bedryf in 'n dinamiese en onvoorspelbare omgewing wat voortdurend verander en baie uitdagings bied aan besighede. Omgewingsveranderinge vereis dat besighede altyd aanpas en die oorspronklike plan hersien.

Kom ons kyk na sommige van die redes vir omgewingsveranderinge:

- Die ekonomie fluktueer daaglik op en af, wat meebring dat die besigheid sommige van hul bedrywighede moet aanpas.
- Nuwe mededingers wat die mark betree, dryf sommige van die bestaande besighede uit die mark uit.
- Nuwe tegnologie dwing besighede om sommige van hulle oorspronklike planne te verander.

Kliëntediens

'n Goeie kliëntediens vereis van entrepreneurs:

- Om die potensiële kliënte voor aanvang te identifiseer.
- Goeie verhoudinge te bou met kliënte.
- Die markplan aanpas om by die kliënt se behoeftes te pas.

Besigheidsgroei

Die entrepreneur moet:

- Bepaal wat die grootte en die groei van die besigheid is voordat hulle begin met die besigheid.
- 'n Geskikte strategie ontwerp om 'n groter groep werknemers te beheer.
- Die grootte en groei van die besigheid sal bepaal wat die mees geskikte vorm van eienaarskap vir die besigheid is.
- Baie besighede wil te vining groei, wat dan probleme kan veroorsaak soos 'n tekort aan infrastruktuur en befondsing.
- Die langtermyn visie oor die grootte van die besigheid moet weerspieël word in die organogram van die besigheid.

Kostebesparings

- Besighede kan deelneem aan 'n gesamentlike advertensieveldtog met ander besighede wat komplementêre produkte verkoop en sodoende koste bespaar.
- Besighede kan koste bespaar deur hergebruik van drukker inkpatrone asook die aankoop van goeie toerusting.
- Tydelike werknemers of onafhanklike kontrakteurs kan gebruik word, wat koste sal spaar.
- Besighede kan koste bespaar deur krities te kyk na aspekte soos versekering, krediet, aanlyn transaksies, ens.

Aspekte waarna gekyk moet word wanneer 'n besigheid begin word

Entrepreneurs moet die volgende aspekte in gedagte hou wanneer hulle die besigheid begin:

- Strategie
- Bedrywighede
- Produktiwiteit
- Grootte van die besigheid

Strategie

- 'n Strategie is 'n plan van aksie wat deur die entrepreneur uitgevoer moet word.
- Sisteme en prosesse moet in plek wees sodat die besigheid sy doelwitte kan bereik.
- Besighede moet verseker dat strategië soos bemaking/bestuur/openbare betrekkinge geïmplementeer word en deurlopend hersien word.

Bedrywighede

- Besighede moet aktiwiteite implementeer soos uiteengesit in die aksieplan.
- Bedrywighede moet geïmplementeer word en personeel moet in diens geneem en opgelei word.
- Hulpbronne moet bekom word en deurlopend bestuur word.
- Daar moet konstante monitering en evaluering plaasvind om te verseker dat hulpbronne effektief gebruik word.

Produktiwiteit

- Produktiwiteit is hoe effektief produksie plaasvind, in terme van die koers van uitset per eenheid inset.
- Besighede moet verseker dat daar 'n hoë koers van produktiwiteit in al hul bedrywighede is.
- Verseker dat koste verlaag en uitset verhoog om sodoende wins te maksimeer.

Grootte van die besigheid

- Besighede moet besluit oor die mees geskikte grootte om suksesvol bedryf te word.
- Hoe groter die besigheid, hoe moeiliker word dit bestuur.
- Die sukses van die besigheid is dikwels afhanklik van die bestuur en die personeel.
- Dit mag dalk moeiliker wees om die gehalte van die werk te kontroleer, asook die produktiwiteitsvlakke van die werknemers.

•• | **Aktiwiteit 16.1** Oorwegings voordat 'n besigheid begin word

1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

SMAAKLIKE PANNEKOEKE (SP)

Smaaklike Pannekoeke is 'n nuut gestigte besigheid wat spesialiseer in die verkoop van pannekoeke. Peter, die eienaar van SP het navorsing gedoen om sy teikenmark te identifiseer. Hy het ook sommige van sy oorspronklike planne aangepas, as gevolg van nuwe tegnologie. Peter het 'n geskikte strategie ontwikkel oor die bestuur van 'n groter groep werknemers.

1.1.1 Identifiseer DRIE faktore wat Peter moet oorweeg voordat hy met sy besigheid begin. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 1.1.1 te antwoord.

FAKTORE	MOTIVERINGS
a)	
b)	
c)	

(9)

1.2 Bespreek DRIE ander aspekte wat Peter moet oorweeg voordat hy begin met die besigheid. (9)

Wenk

Daar sal geen punte gegee word vir motivering indien jy die faktor verkeerd identifiseer nie.



Eenheid 16.2 Befondsing van besighede

Redes waarom besighede befondsing nodig het

Daar is baie redes waarom besighede fondse nodig het. In hierdie eenheid gaan ons kyk na sommige van die algemene redes.



■ Jy kort geld om geld te maak

Redes waarom besighede befondsing nodig het kan die volgende insluit:

- Moet voorsiening maak vir die aanvangskostes van die besigheid soos aankoop van perseel/masjinerie, grondstowwe, ens.
- Daar moet genoeg geld wees om die besigheid te bedryf soos die betaling van werknemers/verskaffer en grondstowwe, ens.
- Betaal vir kostes van insette soos lone, telefoon en ander uitgawes.
- Geld is nodig om die besigheid uit te brei wanneer die bestellings/verkope verhoog en 'n groter perseel benodig word.

Bronne van befondsing

Besighede moet kennis dra van verskillende bronne om 'n spesifieke behoefte van die besigheid te finansier. Die volgende bronne is beskikbaar vir befondsing:

- **Banklening**
 - Besighede kan aansoek doen om geld te leen by die bank.
 - Die bank sal hulle kredietwaardigheid kontroleer voordat die lening goedgekeur word.
 - Die bank sal die bedrag spesifiseer asook die tydsduur van die lening.
 - Die rentekoers kan 'n vaste bedrag wees vir die tydperk van die lening of 'n veranderlike koers wat in lyn is met huidige rentekoerse wat aangebied word.
- **Oortrokke fasiliteit**
 - Besighede met 'n lopende bankrekening kan met die bank reël vir 'n oortrokke fasiliteit.
 - Met hierdie tipe befondsing sal die bank die besigheid toelaat om meer geld uit die bankrekening te onttrek, as wat gedeponeer is.
 - Die bank sal 'n limiet stel op die bedrag waarmee die besigheid oortrokke mag gaan.
 - Die besigheid betaal rente op die bedrag van die geld wat hulle onttrek asook vir die tydperk wat hulle oortrokke is.
- **Handelskrediet**
 - Handelskrediet is 'n ooreenkoms tussen die verskaffer en die besigheid.
 - Verskaffer gee aan besighede gewoonlik tussen een tot drie maande grasie om hulle rekening af te los.
 - Besighede kan nuwe produkte verkoop of vervaardig om sodoende in staat te wees om hulle skulde af te los in die vasgestelde tydperk.
- **Ekwiteitskapitaal**
 - Die kapitaal wat bygedra is deur die eienaar van die besigheid staan bekend as ekwiteitskapitaal.
 - Sodra die eienaar addisionele fondse in die besigheid inbring verhoog die ekwiteit.
 - Hoe groter die eienaar se belang in die besigheid is, hoe groter is die potensiaal van wins en dit sal groter toewyding van die eenaar verseker.
- **Geleende kapitaal**
 - Indien 'n besigheid geld leen, staan dit bekend as geleende kapitaal.
 - Die besigheid moet die verhouding tussen eie en geleende kapitaal in die besighedsplan aandui.
 - Die solventheid van die besigheid word bepaal deur die verhouding van ekwiteitskapitaal en geleende kapitaal.
 - Dit is baie belangrik dat die besigheid te alle tye solvent moet wees.

- **Bruikhuur en huurkoop**
 - Besighede kan sekere bates huur, soos toerusting en tegnologie wat deur 'n ander party besit word.
 - Besighede verkies soms om sekere items te huur in plaas daarvan om dit te koop.
 - In die kontrak word die huurpaaient vasgestel.
 - Besighede kan huur verkies, omdat dit makliker is om finansiering vir huur te bekom eerder as om 'n duur bate te koop.
- **Toelaes**
 - Onder sekere omstandighede kan besighede kwalifiseer vir bystand van die regering om te begin.
 - 'n Toelaag beteken dat die besigheid befondsing vanaf die regering sal kry.
 - Toelaes is normalweg 'n goedkoper bron van befondsing.
- **Waagkapitaal**
 - Die kredietverskaffer van hierdie soort befondsing, sal kapitaal voorskiet om die besigheid te begin in ruil vir aandele in die onderneming.
 - Soms kan die waagkapitalis ook versoek vir 'n posisie in die bestuur van die besigheid of 'n posisie op die raad van direkteure.
- **Engelbefondsing**
 - Soms sal 'n welaf entrepreneur finansiële hulp aanbied, in ruil vir 'n aandeel in die besigheid.
 - Hierdie tipe befondsing hou 'n groot risiko in vir die belegger.

•• | **Aktiwiteit 16.2**

- 1.1** Verskeie opsies word as moontlike antwoorde gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer neer.
- 1.1.1** As die bank laat PL Bpk toelaat om meer geld uit hulle lopende bankrekening te onttrek as wat hulle gedeponeer het, staan dit beken as ...
- A handelkrediet
 - B banklening
 - C oortrokke bank
 - D toelaag
- 1.1.2** Jason handelaars kwalifiseer vir 'n ... as die regering aan hulle befondsing voorsien om 'n skryfbehoeftewinkel te begin.
- A handelkrediet
 - B banklening
 - C oortrokke bank
 - D toelaag
- 1.1.3** Samira het ... kapitaal bygedra as eienaar van Samira Konsultante.
- A waagkapitaal
 - B engelbefondsing
 - C geleende kapitaal
 - D ekwiteitskapitaal
- 1.1.4** Mnr Straus 'n welgestelde entrepreneur voorsien ... in ruil vir 'n aandeel in Majid Handelaars.
- A waagkapitaal
 - B engelbefondsing
 - C geleende kapitaal
 - D ekwiteitskapitaal
- (8)
- 1.2** Bespreek die redes waarom besighede befondsing nodig het. (8)

Faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed

Besighede moet verskeie aspekte oorweeg, voordat hulle finansiering bekom. Dit kan verskeie aspekte insluit soos die bedrag van die geld benodig is, die koste van finansiering, en die doel waarvoor die fondse nodig word.

Die aard van die finansiering

Sommige soorte finansiering soos aandele en skuldbriewe, is nie beskikbaar vir sekere ondernemingsvorme soos eenmansake en vennootskappe nie. Aandele en skuldbriewe kan slegs deur maatskappye uitgereik word. Eenmansake en vennootskappe sal gebruik maak van ander vorme van finansiering.

Die bedrag kapitaal benodig

Hoe groter die bedrag kapitaal is wat benodig word, hoe minder opsies is beskikbaar. Groter bedrae moet by banke bekom word, of die eienaar moet eie fondse gebruik. Die regering of NROs sal slegs toelaat vir kleiner bedrae beskikbaar stel.

■ Geld groei nie aan bome of val uit die lug uit nie.



Risiko

Die bank/waagkapitalis sal altyd in berekening bring hoe veilig hul belegging is, deur na al die faktore te kyk wat die terugbetaling van die skuld in gevaar stel. Dit is altyd moeiliker vir 'n nuwe besigheid om fondse/ekstra fondse te bekom as wat dit vir 'n bestaande besigheid wat reeds 'n goeie kredietrekord opgebou het.

Koste van finansiering

Die koste van finansiering word normaalweg gemeet aan die rente wat betaalbaar is vir die fondse. Besighede moet altyd al die opsies opweeg, voordat hulle kies watter opsies die mees bekostigbare is.

Periode van finansiering

Vir korttermyn finansiering soos die betaling van krediteure, aankoop van voorraad, ens, kan besighede 'n bank oortrekking gebruik. Aan die ander kant, as besighede 'n bate soos toerusting moet koop, sal 'n banklening meer geskik vir die doel wees.

Breinkaart: Onderwerp 16 – Begin van 'n besigheidsonderneming

Gebruik die breinkaart as 'n opsomming om die inhoud van die onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die relevante inhoud onder elke opskrif leer.



Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Voltooi de volgende stellings deur gebruik te maak van die woord(e) in die onderstaande lys. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer neer.

**ekwiteitskapitaal; handelskrediet; belasting oorwegings
engelbefondsing; waagkapitaal; koste van finansiering**

- 1.1.1 Verskaffers gee besighede ... wanneer hulle toegelaat word om op 'n later stadium vir aankope te betaal.
- 1.1.2 Tammy Handelaars moet die ... oorweeg voordat die lening aangegaan word deur te kyk na die rente wat daarop betaalbaar is.
- 1.1.3 Die bedrag van geld wat in die besigheid geïnvesteer word deur die eienaar, staan bekend as ... (6)

VRAAG 2

2.1 Identifiseer die faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed in ELKEEN van die onderstaande stellings:

- 2.1.1 Daar is min opsies beskikbaar om 'n besigheid te finansier wat groot kapitaal bedrae benodig.
- 2.1.2 Dit is moeiliker vir nuwe besighede om ekstra kapitaal te bekom, as vir bestaande besighede.
- 2.1.3 Hulle benodig geld om toerusting te koop. (6)

VRAAG 3

Nuwe besighede benodig addisionele kapitaal om hul besighede suksesvol te bedryf. Hulle moet verskeie faktore in ag neem as hulle 'n besigheid wil begin. Hulle moet ook deeglike kennis dra van die verskillende bronne van befondsing. Sommige besighede het nie kennis van die faktore wat die keuse van finansiering beïnvloed nie.

Skryf 'n opstel oor die begin van 'n besigheidsonderneming en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die redes waarom besighede befondsing nodig het.
- Verduidelik enige VIER aspekte wat oorweeg moet word wanneer 'n nuwe besigheid begin word.
- Bespreek die volgende bronne van befondsing:
 - » Oortrokke fasiliteit
 - » Bruikhuur en verhuring van aankope
- Adviseer besighede oor die volgende faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed:
 - » Die aard van finansiering
 - » Tydperk van finansiering

[40]



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

17

Aanbieding van besigheidsinligting



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 17.1 Aanbieding van besigheidsinligting
- Eenheid 17.2 Faktore om te oorweeg met die voorbereiding van 'n aanbieding
- Eenheid 17.3 Stappe in verslagskrywing



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet jy die volgende kan doen:

- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik die belangrikheid van die aanbeiding van besigheidsinligting.
- ❖ Differensieer/Onderskei tussen verbale en nie-verbale aanbiedings en gee voorbeelde van elk.
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik/bespreek tipes visuele hulpmiddele
- ❖ Identifiseer die bogenoemde visuele hulpmiddele uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings
- ❖ Verduidelik/Bespreek hoe 'n aanbieder die volgende visuele hulpmiddele moet voorberei:
 - Transparante/skyfies
 - Plakkate
 - Uitdeelstukke
- ❖ Verduidelik/Bespreek/Beveel aan watter faktore moet 'n aanbieder oorweeg wanneer 'n aanbieding voorberei word.
- ❖ Verduidelik die redes waarom besigheidsaanbiedings in geskrewe formaat moet wees.
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik tipes geskrewe inligting
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik/beveel aan die stappe in verslagskrywing
- ❖ Analyseer krities 'n besigheidsverslag en stel areas vir verbetering voor
- ❖ Beskryf kortliks/Stel/Verduidelik faktore wat oorweeg moet word met die samestelling van 'n strooibiljet
- ❖ Verduidelik hoe om op vrae oor werk en aanbiedings te reageer/terugvoer te hanteer aan die einde van 'n aanbieding op 'n nie-agressiewe en professionele wyse.



Kernbegrippe

- **Verbale aanbiedings:** die gebruik van spraak deur die aanbieder om die boodskap aan die belanghebbendes/gehoor oor te dra.
- **Nie-verbale aanbiedings:** die aanbieding van inligting aan die gehoor sonder om gesproke woorde te gebruik.
- **Visuele hulpmiddele:** grafieke/prente/beelde wat help om 'n punt duidelik te maak/aanbieding te verbeter.
- **Blaaiborde:** 'n groot stuk papier wat sodanig gebind is dat dit aan die bo-kant omgeblaai kan word om die volgende bladsy te vertoon, en word gebruik saam met 'n staander.
- **Grafieke:** diagramme wat die verhouding toon tussen twee of meer stelle syfers.
- **Tabelle:** 'n stel feite en syfers wat in kolomme en rye geranskik is.
- **Diagramme:** illustrasies van inligting deur die gebruikmaking van tegniese visualisering.
- **Plakkate:** 'n groot vel papier/karton wat sekere produkte of gebeurtenisse bemark, en gebruik kan word in openbare plekke soos teen pale/mure.
- **Uitdeelstukke:** gedrukte inligting wat aan die gehoor voorsien word saam met die aanbieding.
- **Transparante/skyfies:** 'n visuele aanbieding van data/oudio/video op die skerm.
- **Besigheidsverslae:** formele geskrewe dokumente wat die feitelike inligting uitlig aan die belanghebbendes van 'n besigheid.
- **Strooibiljet:** 'n dun stukkie papier waarop besighede hulle produkte en dienste adverteer.

Inleiding

In Graad 10 het jy kennis gemaak met hierdie onderwerp. Aanbiedings van besigheidsinligting wat verskeie tipes visuele hulpmiddele insluit en riglyne hoe om 'n besigheidsverslag te skryf. Ons sal 'n volledige analise van hierdie onderwerp in Graad 11 en 12 doen.

Entrepreneurs moet hul besigheidsplanne aan verskeie belanghebbendes en potensiële beleggers voorlê. Entrepreneurs moet weet hoe om die besigheidsinligting aan te bied op 'n professionele wyse om die besigheid se beeld/handelsmerk te beskerm.

Eenheid 17.1 Aanbieding van besigheidsinligting

Suksesvolle besighede kry altyd nuwe maniere waarop hulle besigheidsinligting aanbied en probeer dit vermy om dieselfde styl van aanbieding te gebruik. Hulle is deurgaans besig om inligting op te dateer en die verskillende tipes gehore in gedagte te hou as hulle voorberei vir 'n aanbieding.



A Nuwe woorde

Strategieë 'n plan van aksie om 'n doel te bereik

Aktiveer maak dit moontlik vir mense om iets te doen

Die belangrikheid van die aanbieding van besigheidsinligting

- Besigheidsinligting voorsien die bestuur van inligting/data rakende belangrike markte.
- Dit stel besighede in staat om geleenthede en bedreigings te identifiseer.
- Laat bestuur toe om nuwe **strategieë** te ontwikkel sodat mededinging in die mark getroef kan word.
- **Aktiveer** besighede om hul finansiële prestasies te deel met interne en eksterne belanghebbendes.
- Lok en behou beleggers en verbeter die beeld van die besigheid.
- Werknemers word ingelig oor die besigheid se bedrywighede en die vereiste prestasie.
- Verhoog verkope en winsgewendheid.

Tipes aanbiedings

Daar is twee tipes aanbiedings, naamlik: verbale en nie-verbale aanbiedings. Besigheidsinligting kan verbaal of nie-verbaal aangebied word afhangende van die tipe inligting wat oorgedra oor aan die bestemde gehoor.

Verskille tussen verbale en nie-verbale aanbiedings

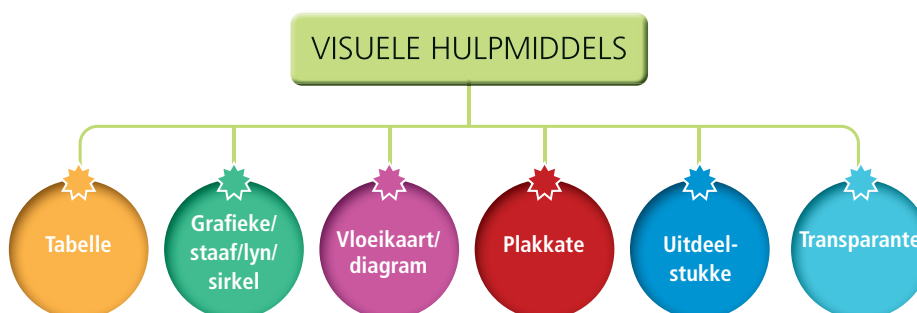
Wenk

Jy moet die voorbeelde van beide verbale en nie-verbale aanbiedings ken, sodat jy in staat is om die tipe aanbiedings te identifiseer uit gegewe stellings/scenarios/gevallestudies.

Verbale aanbiedings	Nie-verbale aanbiedings
<ul style="list-style-type: none"> • 'n Verbale aanbieding verwys na die gebruik van spraak deur die aanbieder om die boodskap oor te dra aan die belanghebbendes. • Voorbeelde : <ul style="list-style-type: none"> » Mondelinge aanbiedings » Opgeneemde aanbiedings » Vraag en antwoord sessies 	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Nie-verbale aanbieding verwys na die gebruik van geskrewe woorde om die boodskap aan die belanghebbendes oor te dra. • Voorbeelde: <ul style="list-style-type: none"> » Besigheidsverslae » Vraelyste » Finansiële verslae » Brosjures » Uitdeelstukke

Tipes visuele hulpmiddels

Visuele hulpmiddels verwys na ondersteuningsmateriaal soos tabelle, grafieke, sektor diagramme en plakkate word gebruik, bykomend tot gesproke inligting. Visuele hulpmiddele help aanbieders om volledige inligting oor die onderwerp aan te bied. Hulle maak die aanbieding meer interessant vir die gehoor.



Tipes visuele hulpmiddele

Tabelle

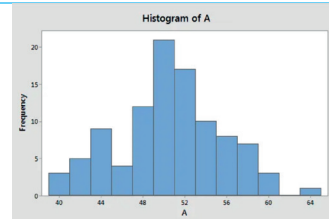
- 'n Tabel is 'n stel feite en syfers wat in kolomme en rye geransik is.
- Die inligting in die tabel word gebruik om **kontrasterende** data te vergelyk.

Pos	Team	Pld	W	D	L	GF	GA	GAvg	Pts
1	Team A	2	1	0	1	3	1	3.000	3
2	Team B	2	1	0	1	6	3	2.000	3
3	Team C	2	1	0	1	1	6	0.167	3

Pos	Team	Pld	W	D	L	GF	GA	GD	Pts
1	Team B	2	1	0	1	6	3	+3	3
2	Team A	2	1	0	1	3	1	+2	3
3	Team C	2	1	0	1	1	6	-5	3

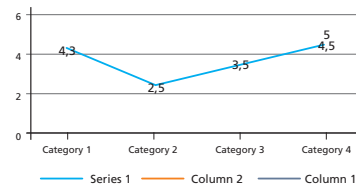
Staafigrafiek

- 'n Staafigrafiek is 'n diagram wat die verwantskap toon, tussen twee of meer stelle data.
- Dit is gewoonlik bruikbaar wanneer jy data oor 'n spesifieke tydperk wil vergelyk.



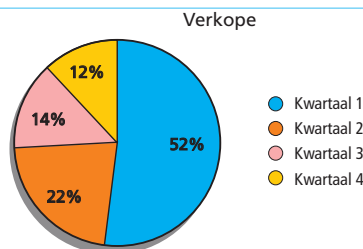
Lyngrafiek

- 'n Lyngrafiek is 'n diagram, gewoonlik 'n lyn of kurwe, wat die verwantskap aantoon tussen twee of meer stelle syfers of afmetings.
- Dit gee 'n aanduiding van hoe neigings verander het met die verloop van tyd.



Sirkelgrafiek/sektordiagram

- 'n Sirkelgrafiek is 'n sirkel wat in segmente verdeel is wat sekere persentasies voorstel.
- Dit word gebruik om grafies die verhouding van stelle data in verhouding met mekaar te illustreer.



Vloeikaart/Diagram

- 'n Vloeidiagram is 'n simboliese voorstelling van inligting deur gebruik te maak van visuele tegnieke.
- Dit word gebruik om prosesse/verhoudings te illustreer.



Plakkate

- Plakkate is dikwels 'n groot vel papier/karton wat gebruik word om sekere produkte of gebeurtenisse te bemark.
- Dit word gewoonlik vertoon op openbare plekke soos straatpale/mure.



Uitdeelstukke

- Uitdeelstukke is kopieë van 'n aanbieding waar die inhoud van al die skyfies vertoon word in 'n enkele/veelvuldige bladsye.



Transparante

- 'n Transparant is 'n dun vel deurskynende buigbare materiaal.
- Dit is velle plastiek wat die aanbieder gebruik om inligting op te skryf.



A Nuwe woorde

Kontrasterend iets verskil van iets anders

Wenk

Jy moet in staat wees om hierdie visuele hulpmiddele te identifiseer uit gegewe scenarios/gevallestudies/stellings.

QR-KODE

Samevattende vrae



<https://forms.gle/XjFy9t7ZxAbN8q3N6>

Vorbereiding van visuele hulpmiddele

Om visuele hulpmiddele te gebruik wat die gehalte van 'n aanbieding sal verhoog vereis dat die aanbieder die visuele hulpmiddele moet voorberei voor die aanbieding. Die keuse van die tipe hulpmiddel sal afhang van die doel van die aanbieding en die tipe inligting wat aangebied gaan word.



A Nuwe woorde

Weerhou keer jouself om iets te doen

VISUELE HULPMIDDELS



Riglyne hoe om transparante voor te berei

- Maak 'n opsomming van die teks wat op die transparant aangebring gaan word.
- Hou die inligting van die transparant kort en eenvoudig.
- **Weerhou** jouself daarvan om vol sinne te gebruik, gebruik slegs kernbegrippe
- Kies die regte lettertipe en grootte wat maklik leesbaar is.
- Kies kontrasterende kleure vir die transparant.
- Maak seker dat die transparant genoeg oop spasies het.

Riglyne oor hoe om plakkate voor te berei

- Gebruik die opskrif van die plakkaat om die aandag van die leser te trek.
- Die plakkaat moet ontwerp word om aantreklik en opvallend te wees.
- Mense moet dit maklik vind om die plakkaat te lees.
- Hou die plakkaat eenvoudig en sonder onnodige inligting.
- Sluit 'n paar woorde in op die plakkaat.
- Gebruik 'n lettertipe wat groot is en uitstaan.
- Sluit grafiese beelde in wat op 'n afstand groot en sigbaar is.
- Gebruik kontrasterende kleure op die plakkaat.

Riglyne hoe om uitdeelstukke voor te berei

- Die uitdeelstukke moet die aanbieding komplementeer en gebruik word om opsommende notas in te plaas.
- Berei 'n voorblad voor wat die titel en die inligting van die aanbieder insluit.
- Sluit 'n indeks bladsy in, met verskillende vlakke van inligting
- Die uitdeelstuk moet die inligting insluit soos definisies/tabelle/illustrasies.
- Beperk die inhoud tot 2 – 4 bladsye.
- Gee erkenning aan bronne wat gebruik is om die uitdeelstuk saam te stel.
- Maak seker dat daar genoeg kopieë gedruk word vir verspreiding.



■ Uitdeelstukke verskaf gedetailleerde inligting oor die aanbieding

•• | Aktiwiteit 17.1 Besigheidsinligting en visuele hulpmiddele

- 1.1 Identifiseer die tipe visuele hulpmiddele wat Lee gebruik het tydens sy besigheidsaanbieding aan die raad van direkteure in ELKEEN van die onderstaande stelling:
 - 1.1.1 Lee gebruik 'n simboliese voorstelling wat die inligting verteenwoordig deur 'n visuele tegniek te gebruik om die prosesse wat sy department gevolg, het te illustreer.
 - 1.1.2 'n Stel feite en syfers geranskik in kolomme en rye om die verkope van die afgelope drie jaar te vergelyk.
 - 1.1.3 Lee gee gedrukte inligting van die raad van direkteure saam met sy aanbieding.
 - 1.1.4 Lee gebruik 'n twee dimensionele skets om te toon hoe neigings verander het oor die afgelope tien jaar.

(8)

QR-KODE

Voorbereiding van uitdeelstukke



https://www.youtube.com/watch?v=Eusutde2HNU&ab_channel=GreggU

Enheid 17.2 Faktore wat oorweeg word as 'n aanbieding voorberei word

Die sukses van enige aanbieding vereis dat die aanbiedings voor die tyd voorberei moet word. Aanbieders moet verskeie faktore oorweeg wat hulle in staat sal stel om sinvolle aanbiedings te kan maak. Hulle is in staat om moontlike uitdagings wat gedurende die aanbieding mag voorkom, te identifiseer.

Aanbieders moet die volgende faktore oorweeg wanneer hulle 'n aanbieding voorberei:

- Kry 'n duidelik insig oor die doel van die aanbieding.
- Skryf die struktuur van die belangrike inligting neer wat met die gehoor gedeel moet word.
- Maak seker dat die hoofdoel van die aanbieding aangespreek word.
- Maak jouself vertrouwd met die inhoud sodat daar 'n gladde verloop is tydens die aanbieding.
- Kry inligting oor die agtergrond van die gehoor, sodat jy kan aansluit by hulle belangstellingsveld.
- Gebruik eenvoudige taal tydens die aanbieding.
- Maak eers 'n rofwerk konsep van die aanbieding, begin met die inleiding, liggaam en finale samevatting.
- Vat die hoofpunte saam in jou opsomming en skakel jou gevolgtrekking met die oorspronklike doel van die aanbieding.
- Sluit visuele hulpmiddels in vir jou aanbieding.
- Oefen die aanbieding sodat jy seker is dat jy dit in die voorgeskrewe tyd sal kan aanbied.
- Berei voor vir moontlike vrae wat die gehoor mag vra aan die einde van die aanbieding

Besigheidsaanbiedings

Dit is nodig vir besighede om geskrewe verslae te lewer oor hul finansiële status, verkope en wins. Hierdie verslae moet aangebied word aan die onderskeie belanghebbendes soos die aandeelhouders/kliënte/werknemers/krediteure/regering/gemeenskap, ens.



Redes waarom besigheidsaanbiedings in geskrewe formaat moet wees

A Nuwe woorde

Beeld die algemene indruk wat die publiek het van 'n persoon, organisasie, of produk.

- Geskrewe verslae voorsien die organisasie van die geleentheid om die korporatiewe **beeld** van die organisasie te bemark.
- Die inhoud van geskrewe besigheids aanbiedings is aanpasbaar en veranderinge kan maklik bygewerk word.
- Nuwe/resente inligting kan maklik bygevoeg word by die aanbieding.
- Geskrewe aanbiedings maak die interaksie tussen die aanbieder en die gehoor/aandeelhouders makliker.
- Aandeelhouders/gehoor kan na die aanbieding weer interaksie met die aanbieding kry.

Tipes geskrewe inligting

In hierdie afdeling gaan ons leer van die verskillende tipes geskrewe besigheids aanbiedings. Dit sluit die volgende in:



Besigheidsverslae

- 'n Formele geskrewe verslag wat uitgereik word aan die besigheid se aandeelhouders bestaande uit 'n volledige oorsig oor die status van die organisasie.
- Besigheidsverslae se doel is om aan aandeelhouders inligting te gee oor die maatskappy se aktiwiteite en finansiële verslae.



Besigheidsplan

- 'n Besigheidsplan is 'n formele geskrewe dokument wat die doelwitte van die besigheid, die metodes om dit te bereik, die tydraamwerk waarbinne dit bereik moet word, bevat.
- Besigheidsplanne kan op interne of eksterne aspekte fokus.
- Planne wat ekstern gefokus is gee 'n konsep van doelwitte wat belangrik is vir belanghebbendes buite die besigheid.
- Planne wat intern gefokus is sal meer fokus op intermedieëre doelwitte wat nodig is om eksterne doelwitte te bereik.



Informeel verslae

- Informele verslae verskaf data/inligting aan belanghebbendes rakende sekere gebeurtenisse en sluit nie enige addisionele insette in nie.
- Die fokus van hierdie verslae is om aan belanghebbendes terugvoer te gee oor sekere aktiwiteite/sake.



Navorsingsverslae

- Navorsingsverslae is dokumente wat die prosesse uitlig, data en bevindings gee van 'n **sistematiese** ondersoek.
- Dit dien as 'n eerstehandse verslag van 'n navorsingsproses en word beskou as 'n objektiewe en akkurate bron van inligting.



Analitiese verslae

- Analitiese verslae help die bestuur om die besigheid se besluite te evalueer, gebaseer op data/inligting wat verkry is.
- Die verslae maak ook aanbevelings aan bestuur gebaseer op die data/inligting.



A Nuwe woorde

Sistematies om iets te doen op 'n beplande wyse

•• | **Aktiwiteit 17.2**

- 1.1 Lys enige DRIE tipes visuele hulpmiddele. (3)
- 1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

Globale Mobiele Spesialiste (GMS)

Globale Mobiele spesialiste ervaar 'n skerp afname in verkope as gevolg van die negatiewe impak van die Covid-19 pandemie. Die direkteure van GMS het 'n verslag ingesluit waarin hulle verslag doen en aanbevelings maak oor hoe om die besigheid se verkope te verbeter.

- 1.2.1 identifiseer die tipe geskrewe inligting wat die direkteure van GMS gebruik het. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)
- 1.2.2 Verduidelik TWEE ander tipes van geskrewe verslae. (6)
- 1.3 Adviseer besighede oor die redes waarom besigheids-aanbiedinge in geskrewe formaat moet wees. (6)

Eenheid 17.3 Stappe in verslagskrywing

Belanghebbendes maak daarop staat dat besigheidsverslae hulle op hoogte sal hou van die risiko's wat geassosieer word met hul beleggings. Hierdie verslae moet 'n **samevattende** dokument wees, gebaseer op betroubare data en inligting. Om 'n verslag saam te stel wat aan die vereistes van die belanghebbendes sal voldoen verg 'n sekere vaardigheid wat bekom kan word deur genoeg oefening.

Riglyne oor die stappe van verslagskrywing:

Stap 1	Besluit oor die opdrag	<ul style="list-style-type: none"> • Om te besluit oor die opdrag help beide die skrywer as die lesers om te verstaan waarom die verslag belangrik is, en wat hulle hoop om te bereik. • Stel vroeg al konkrete terme wat sal help om die struktuur van die verslag te bepaal, en sodoende die besprekings op koers te hou deur die hele skryfproses.
Stap 2	Doen navorsing	<ul style="list-style-type: none"> • Die meeste verslae sal 'n versameling van data vereis wat direk gekoppel is aan die onderwerp. • Die interpretering van die data en formateer dit dan op so 'n wyse dat die leser dit sal verstaan, vorm 'n baie belangrike aspek van die verslag.
Stap 3	Skryf 'n uiteensetting	<ul style="list-style-type: none"> • Die volgende stap is om die struktuur van die verslag saam te stel. • Die mees belangrike ding om te doen wanneer die struktuur geskryf word, is om alle nodige afdelings in te sluit en alles te elimineer wat nie direk bydra tot die doel van die verslag nie.
Stap 4	Skryf die eerste konsep	<ul style="list-style-type: none"> • Om die eerste konsep te skryf is een van die mees belangrikste fases in die samestelling van 'n suksesvolle rapport. • Die doel van die eerste konsep is om al die hoof elemente van die inligting op papier te kry. • Die primêre doel is om die data te organiseer en te analiseer in 'n rofwerk konsep wat uiteindelik sal lei tot die finale produk.

A Nuwe woorde

Samevattend werk saam op 'n verenigde manier

Stap 5	Analiseer data en teken bevindings aan	<ul style="list-style-type: none"> Die fokus van elke verslag is die afdeling met bevindinge/aanbieding van data wat geïnterpreteer is. Die afdeling met bevindings van die verslag gee altyd waardevolle inligting rakende die onderwerp/kwessie wat aangespreek is, selfs al is die resultate nie ideaal is nie.
Stap 6	Beveel 'n rigting vir aksie aan.	<ul style="list-style-type: none"> Die finale afdeling van die verslag is die gedeelte met die aanbevelings. Nadat die data ondersoek en die uitkoms geanaliseer is, moet die rapport idees bevat van watter aksies geneem moet word, gebaseer op die bevindinge.
Stap 7	Redigeer en versprei	<ul style="list-style-type: none"> Die finale stap van die geskrewe verslag is om dit te deeglik te redigeer en daarna dit aan die aandeelhouders/gehoor te versprei. Dit moet geredigeer word vir taalfoute, spelfoute en tikfoute. Vra iemand om dit te proeflees/hul opinie te gee oor die leesbaarheid van die inhoud.

[Bron: Aangepas uit <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/how-to-write-a-report>, Datum geassesseer: 25 April 2021, Uitgewer: Indeed Editorial Team]

Besigheidsverslae en areas om te verbeter

Na die verspreiding van enige besigheidsverslae, moet die outeur reflekteer oor die effektiwiteit daarvan. Hy/sy moet bepaal of die verslag die verlangde doelwitte bereik het. 'n Eerlike/betroubare refleksie sal die outeur voorsien van die nodige inligting oor hoe om sy/haar volgende besigheidsverslag te verbeter.

Oorweeg die volgende areas vir verbetering van die besigheidsverslag:

- Bepaal of die korrekte terme en verwysings ingesluit was in die verslag.
- Pas die terme of verwysings aan om te lyn te kom met die doelwitte van die besigheidsverslag.
- Verseker dat die verslag die mees resente data en inligting insluit.
- Verseker dat die struktuur van die besigheidsverslag al die afdelings van die besigheidsverslag insluit.
- Bepaal of die eerste konsep die data korrek georganiseer en geanaliseer het vir die rofwerk konsep van die besigheidsverslag.
- Oorweeg of die bevindinge die geïdentifiseerde kwessies voldoende aangespreek het.
- Oorweeg of die aanbevelings in lyn was met die bevindinge.
- Kry terugvoer vanaf die gehoor/aandeelhouders vir toekomstige verslae.

Hantering van vrae/terugvoer na 'n aanbieding op 'n nie-agressiewe en professionele wyse

Aan die einde van 'n aanbieding moet 'n aanbieder voorbereid wees om vrae te antwoord van die gehoor/aandeelhouders. Die gehoor/aandeelhouders moet toegelaat word om vrae te vra om meer duidelikheid by die aanbieder te kry. Die aanbieder moet voorbereid wees om sulke vrae **hartlik** te beantwoord.

Wenk

Moenie die terugvoer aan die einde van die aanbieding verwar met die faktore wat die aanbieder moet oorweeg voordat hy/sy die aanbieding maak nie.

A Nuwe woorde

Hartlik op 'n vriendelike wyse

Oorweeg die volgende faktore as daar gereageer word op vrae aan die einde van 'n aanbieding:

- Luister met aandag na elke vraag en maak seker dat jy die vraag korrek interpreteer.
- Her-fraseer die vraag as jy meer duidelik daarvoor wil kry.
- Antwoord slegs die vraag wat gevra is, nadat jy seker is van wat gevra is.
- By die beantwoording van vrae moet jy slegs reageer op die vraag, en nie op die persoon wat die vraag gevra het nie.
- Wees voorbereid om erkenning te gee aan goeie vrae deur die waarde daarvan tot die aanbieding uit te wys.
- Moet nie probeer om vrae te antwoord as jy nie die antwoord ken nie, en erken dit aan die gehoor.
- Moenie bang wees vir foute wat gedurende die aanbieding gemaak is, en uitgewys word deur iemand in die gehoor nie.
- Bly beleefd/hoflik/professioneel wanneer jy op vrae reageer.
- Weerhou jou daarvan om betrokke te raak in debatte/argumente met die persoon wat die vraag gevra het.

QR-KODE

Hoe om vrae te hanteer



https://www.youtube.com/watch?v=ha1efqW-4h0&ab_channel=Howcast

Faktore wat oorweeg moet word as 'n strooibiljet saamgestel word

'n Strooibiljet is 'n dun velletjie papier waarop die besigheid hulle produkte of dienste adverteer. Die hoofdoelwit van die ontwikkeling van 'n strooibiljet, is om die besigheid se produkte of dienste te bemark. Strooibiljette word gewoonlik versprei in groot hoeveelhede in openbare plekke. Die koste verbonde aan die ontwerp en verspreiding van strooibiljette is relatief laag wanneer dit met ander vorme van advertering vergelyk word.

Die volgende faktore moet oorweeg word wanneer strooibiljette saamgestel word:

- Besluit oor die hooftema van die strooibiljet.
- Maak die sentrale tema opvallend/aantreklik vir die leser.
- Die strooibiljet moet bestaan uit grafiese ontwerpe en woorde.
- Beperk die aantal woorde op die strooibiljet.
- Gebruik kleur en groot lettertipes vir die belangrikste inligting.
- Verseker dat die uitleg van die strooibiljet aantreklik en opvallend is.
- Verskaf inligting oor produkte/dienste.
- Sluit kontak besonderhede van die besigheid in.
- Proeflees die strooibiljet voordat dit gedruk word.



■ Strooibiljette bemark produkte/dienste

Aktiwiteit 17.3 Opsteltipe vraag oor aanbieding van inligting

Daar word van besighede verwag om 'n aanbieding aan verskeie belanghebbendes te doen oor hul finansiële state. Besighheidsinligting kan verbaal of nie-verbaal aangebied word. Aanbieders kan visuele hulpmiddele gebruik om die gehalte van hul aanbieding te verhoog. Hulle moet ook verskillende faktore in ag neem voordat hulle 'n aanbieding doen.

Skryf 'n opstel oor die aanbieding van inligting waarin jy aandag gee aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die belangrikheid van die aanbieding van besighheidsinligting.
- Onderskei tussen verbale en nie-verbale aanbiedings en gee voorbeelde van elk.
- Verduidelik hoe 'n aanbieder die volgende visuele hulpmiddele moet voorberei:
 - Plakkate
 - Uitdeelstukke.
- Adviseer besighede oor die faktore wat oorweeg moet word voor die aanbieding.

[40]

Breinkaart: Onderwerp 17 – Die aanbieding van besighheidsinligting

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inligting van die onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die relevante inligting onder elke opskrif leer.

TIPES GESKREWE INLITING

- **Besighheidsverslae:**
Formele geskrewe verslag wat deur die organisasie aan belanghebbendes gegee word om aan hulle 'n volledige verslag te gee oor die status van die organisasie.
- **Navorsingsverslae:**
Dokument wat die prosesse, data en bevindinge van 'n sistematiese ondersoek beskryf.
- **Analitiese verslae:**
Dit is 'n verslag wat bestuur help om die besigheid se besluite wat gebaseer is op versamende data/inligting, te evalueer.
- **Informele verslae:**
'n Verslag wat die belanghebbendes voorsien van data/inligting oor sekere gebeure, sonder addisionele insette.
- **Besighheidsplan:**
Formele geskrewe dokument wat die doelwitte van die besigheid bevat, die metodes van hoe dit bereik moet word, en die tydraamwerk waarbinne dit bereik moet word.

DIE BELANGRIKHEID VAN DIE AANBIEDING VAN BESIGHEDSINLITING

- Gebruik om inligting/data te bekragtig.
- Kan verbaal en nie-verbaal wees.
- Voorsien bestuur van inligting oor belangrike markte.
- Stel bestuur in staat om meer kennis te kry om mededingende bemarkings strategieë.
- Deel die finansiële prestasie van die besigheid met die belanghebbendes

Verbale aanbiedings

- 'n Verbale aanbieding maak dit vir 'n aanbieder moontlik om woorde te gebruik om die boodskap oor te dra aan belanghebbendes.

Nie-verbale aanbiedings

- 'n Nie-verbale aanbieding verwys na die gebruik van geskrewe woorde om die boodskap oor te dra aan die belanghebbendes.

FAKTORE WANNEER 'N AANBIEDING VOORBEREI WORD

- Kry duidelikheid oor die doel van die aanbieding.
- Skryf 'n struktuur vir die belangrikste inligting.
- Maak seker dat die hoofdoel in jou inleiding ingewerk word.
- Sluit slegs belangrike en betroubare inligting in.
- Sorg dat jy vertrouwd is met die inhoud van die aanbieding.
- Oefen die voordrag van jou aanbieding.
- Berei jouself voor vir moontlike vrae om duidelikheid te kry.

FAKTORE WAT OORWEEG MOET WORD AS 'N STROOIBILJET SAAMGESTEL WORD

- Besluit op die hooftema.
- Maak die sentrale tema opvallend vir die leser.
- Gebruik 'n kombinasie van woorde en grafiese beelde.
- Beperk die aantal woorde op die strooibiljet.
- Gebruik kleur en groot letterskrif vir die belangrikste inligting.
- Maak seker dat die uitleg aantreklik en opvallend is.

STAPPE IN VERSLAGSKRYWING

1. Besluit oor opdrag.
2. Doen navorsing.
3. Skryf 'n uiteensetting.
4. Skryf 'n eerste konsep.
5. Analyseer data en teken bevindinge aan.
6. Beveel 'n riging aan.
7. Redigeer en versprei.

VOORBEREIDING VAN VISUELE HULPMIDDELE:

Transparante

- Som die inhoud op
- Hou alle inligting kort en eenvoudig
- Sluit slegs sleutel konsepte in
- Kies die regte lettertipe

PLAKKAAT

- Gebruik die opskrif om aandag van die leser te trek.
- Dit moet vining en maklik kan lees. Hou dit eenvoudig en sonder enige onnodige inligting.

TIPES VISUELE DATA

- **Tabelle:**
'n stel feite en syfers geransik in kolomme en rye.
- **Staaftgrafiek:**
'n diagram wat die verband tussen twee of meer stelde data aantoon.
- **Lyngrafiek:**
Is 'n diagram, gewoonlik 'n lyn of kurwe, wat die verband aantoon tussen twee of meer stelde syfers of meetings.
- **Sirkelgrafiek:**
Is 'n sirkel wat verdeel word in segmente wat sekere persentasies verteenwoordig.
- **Vloeikaart:**
Is 'n simboliese voorstelling van inligting deur visuele tegnieke te gebruik.

REDES WAAROM BEIGHEDS AANBIEDINGS IN GESKREWE FORMAAT MOET WEES

- Voorsien die organisasie van 'n geleentheid om die korporatiewe beeld te bemark
- Die inhoud is aanpasbaar en kan maklik aangepas word.
- Nuwe/resente inligting kan maklik bygevoeg word
- Maak dit makliker vir die aanbieder om interaktief met die belanghebbendes te wees.
- Belanghebbendes/gehoor kan makliker interaktief met die besighheids aanbieding na afloop van die aanbieding.

UITDEELSTUKKE

- Uitdeelstukke moet die aanbieding komplementeer met opsommende notas.
- Berei 'n voorblad voor met 'n titel en inligting van die aanbieder.
- Sluit 'n indeks bladsy in met verskillende vlakke van inligting.
- Die uitdeelstukke moet die inligting insluit soos definisies/tabelle/illusturasies.

HOE OM OP VRAE TEE REAGEER/ TERUGVOER TE HANTEER NA 'N AANBIEDING

- Luister eers en reageer dan
- Hou antwoorde kort en op die punt af
- Wees hofflik en vol selfvertroue
- Gee erkenning aan goeie vrae

Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5).
- 1.1.1 'n ... aanbieding verwys na die gebruik van spraak deur die aanbieder om die boodskap oor te dra aan belanghebbendes.
- A. dormante
 - B. lewendig
 - C. verbale
 - D. nie-verbale
- 1.1.2 Thandi gebruik 'n ... grafiek om aan te toon hoe die modeneigings verander het oor die afgelope vyf jaar.
- A. lyn
 - B. staaf
 - C. analitiese
 - D. informatiewe
- 1.1.3 Donovan gebruik ... om sy aanbieding te komplementeer met opsommende notas.
- A. plakkate
 - B. vloekaarte
 - C. sirkelgrafieke
 - D. uitdeelstukke
- 1.1.4 Aanbieding van besigheidsinligting stel bestuur in staat om meet te weet oor mededingende ... strategieë.
- A. produksie
 - B. bemarking
 - C. analitiese
 - D. ondersteunende
- 1.1.5 Gail het 'n strooibiljet vir haar kollega aangestuur om dit te ... voordat dit gedruk word.
- A. ontwerp
 - B. proeflees
 - C. skandeer
 - D. e-pos

(5 × 2) (10)

VRAAG 2

- 2.1 Stel VIER tipes geskrewe inligting. (4)
- 2.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

CALEB SAGTEWARE OPLOSSINGS (CSO)

Caleb Sagteware oplossings het 'n nuwe toepassing ontwikkel om die prosessering van data op te dateer. Die sagteware ontwikkelaar gebruik 'n simboliese verteenwoordiging van prosesse wat gebruik word vir die toepassing, om 'n aanbieding te maak aan die bestuur van CSO.

- 2.2.1 Identifiseer die tipe visuele hulpmiddel wat deur CSO gebruik is. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (3)
- 2.2.2 Verduidelik enige TWEE ander tipe visuele hulpmiddele. (6)
- 2.3 Bespreek hoe die aanbieder die volgende visuele hulpmiddele moet voorberei:
- Skyfies (4)
 - Plakkate (4)
- 2.4 Adviseer besighede oor die redes waarom besigheids aanbiedings in geskrewe formaat moet wees. (6)

Konsolidasie

VRAAG 3

Baie faktore moet oorweeg word as 'n besigheidsaanbieding voorberei word. Soms word besigheids inligting aan die belanghebbendes aangebied in die vorm van 'n geskrewe verslag. 'n Belangrike deel van die aanbieding is die terugvoer sessie aan die eindes om te verseker te dat aanbieders kan verbeter op hul volgende aanbieding.

Skryf 'n opstel oor die aanbieding van inligting en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die faktore wat die aanbieder moet oorweeg as 'n aanbieding voorberei word.
- Verduidelik die stappe in verslagskrywing.
- Bespreek die maniere waarop die aanbieder terugvoering op 'n nie-agressiewe professionele wyse kan hanteer.
- Beveel areas vir verbetering van 'n besigheidsverslag aan vir die aanbieder.

[40]



QR-KODE

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkpq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

VOORBEELD
BESIGHEIDSTUDIES
GRAAD 11
KWARTAAL 3
SBA TAAK
PROJEK

BESIGHEIDSTUDIES

Graad 11

Kwartaal 3

Skool: _____

Taak: 04

PROJEK

Punte: 50

Datum ingehandig: _____ Datum ontvangs: _____

Van van leerder: _____

Naam van leerder: _____

BESIGHEIDSGELEENTHEDE:

- Entrepreneursvaardighede en suksesfaktore
- Omskep 'n besigheidsplan in 'n aksieplan
- Begin 'n besigheid gebaseer op 'n aksieplan
- Aanbieding van besigheidsinligting

FINALE PUNT: 50

INSTRUKSIES AAN LEERDERS

1. Hierdie projek sal die volgende onderwerpe assesseeer:
 - Entrepreneursvaardighede en suksesfaktore
 - Omskep 'n besigheidsplan in 'n aksieplan
 - Begin 'n besigheid gebaseer op 'n aksieplan
 - Aanbieding van besigheidsinligting
2. Hierdie projek is 'n individuele taak.
3. Lees die instruksies by elke vraag, voordat jy op die gepaste wyse daarop reageer.
4. Dit word van jou verwag om projek volledig te voltooi en by jou onderwyser in te handig.
5. Punte sal verbeur word vir plagiaat.
6. Hou by die voorskrifte vir inhandiging om onnodige penalisasie te voorkom.

VRAAG 1

- 1.1 Besoek 'n plaaslike entrepreneur en versoek hom/haar om inligting te verskaf op die vrae oor eienskappe van entrepreneurs en suksesfaktore.
 - 1.1.1 Beskryf kortliks jou entrepreneurs eienskappe en verduidelik hoe hierdie eienskappe bydrae tot die sukses van jou besigheid. (5)
 - 1.1.2 Stel enige DRIE areas wat kan verbeter voor, en verduidelik hoe jy dit gaan verbeter. (5)
- 1.2 Ontleed sy/haar plan van aksie en verduidelik die stappe wat hy/sy moet volg wanneer 'n aksieplan opgestel word. (5)
- 1.3 Adviseer hom/haar oor die stappe wat in gedagte gehou moet word wanneer 'n projek beplan word. (5)
- 1.4 Verduidelik die aspekte wat hy/sy moet oorweeg wanneer die 'n nuwe besigheid beplan en opgerig word. (5)
- 1.5 Noem die bronne van kapitaal wat die entrepreneur gebruik het, toe hy/sy die nuwe besigheid opgerig het. Stel ander bronne voor. (5)
- 1.6 Beskryf die faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed. (5)
- 1.7 Bespreek redes waarom hy/sy befondsing nodig het. (5)
- 1.8 Die aanbidding van besigheidsverwante inligting moet akkuraat en bondig wees. Dit is ook belangrik dat die aanbieder professioneel moet reageer op terugvoer en vrae aan die einde van die aanbidding.
 - 1.8.1 Verduidelik faktore wat die aanbieder moet oorweeg wanneer die aanbidding voorberei word. (5)
 - 1.8.2 Bespreek enige VYF tipes visuele hulpmiddels wat die aanbieder kan oorweeg vir die aanbidding. (5)

[50]

Rubriek om die graad 11 projek te assesseer

KRITERIA VIR ASSESSERING	Vlak 0	Vlak 1	Vlak 2	Vlak 3	Vlak 4	Vlak 5	Totaal
Entrepreneurs-eienskappe en suksesfaktore	Leerder se antwoord is irrelevant tot die vraag.	Leerder het EEN entrepreneurs-eienskap uitgelig en verduidelik hoe hierdie eienskappe bygedra het tot EEN suksesfaktor in die besigheid	Leerder het TWEE entrepreneurs-eienskappe uit-gelig en verduidelik hoe hierdie eienskappe bygedra het tot TWEE sukses-faktore in die besigheid	Leerder het DRIE entrepreneurs-eienskappe uit-gelig en verduidelik hoe hierdie eienskappe bygedra het tot DRIE sukses-faktore in die besigheid	Leerder het VIER entrepreneurs-eienskappe uit-gelig en verduidelik hoe hierdie eienskappe bygedra het tot VIER sukses-faktore in die besigheid	Leerder het VYF entrepreneurs-eienskappe uit-gelig en verduidelik hoe hierdie eienskappe bygedra het tot VYF sukses-faktore in die besigheid	5
Areas vir verbetering	Leerder het nie 'n area wat moet verbeter uitgewys nie.	Leerder het EEN area wat moet verbeter uitgewys, maar nie verduidelik hoe om dit te verbeter nie	Leerder het nie areas wat moet verbeter uitgewys nie en SLEGS gefokus hoe om dit te verbeter	Leerder het EEN area wat moet verbeter uitgewys, en verduidelik hoe om dit te verbeter	Leerder het TWEE areas wat moet verbeter uitgewys, en verduidelik hoe om dit te verbeter	Leerder het DRIE areas wat moet verbeter uitgewys, en verduidelik hoe om dit te verbeter	5
Ontleding van die aksieplan en stappe om 'n aksieplan op te stel	Leerder het nie die aksieplan ontleed, of stappe genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel nie	Leerder het die aksieplan ontleed en EEN stap genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel.	Leerder het die aksieplan ontleed en TWEE stappe genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel.	Leerder het die aksieplan ontleed en DRIE stappe genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel.	Leerder het die aksieplan ontleed en VIER stappe genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel.	Leerder het die aksieplan ontleed en VYF stappe genoem wat gevolg moet word om 'n aksieplan op te stel.	5
Stappe wat oorweeg moet word met projekbeplanning	Leerder het nie enige stappe genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek nie.	Leerder het EEN stap genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek	Leerder het TWEE stappe genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek	Leerder het DRIE stappe genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek	Leerder het VIER stappe genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek	Leerder het VYF stappe genoem om in ag te neem met die beplanning van 'n projek	5
Aspekte om te oorweeg wanneer die oprigting van 'n besighede-onderneming oorweeg word	Leerder het nie aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede nie	Leerder het EEN aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede.	Leerder het TWEE aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede.	Leerder het DRIE aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede.	Leerder het VIER aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede.	Leerder het VYF aspekte genoem wat oorweeg moet word met die oprigting van besighede.	5

KRITERIA VIR ASSESSERING	Vlak 0	Vlak 1	Vlak 2	Vlak 3	Vlak 4	Vlak 5	Totaal
Bronne van befondsing	Leerder het geen bronne van befondsing genoem nie.	Leerder het EEN bron van befondsing genoem	Leerder het EEN bron van befondsing genoem en nog 'n ander EEN voorgestel	Leerder het EEN bron van befondsing genoem en nog TWEE ander voorgestel	Leerder het TWEE bronne van befondsing genoem en nog TWEE ander voorgestel	Leerder het DRIE bronne van befondsing genoem en nog TWEE ander voorgestel	5
Faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed	Leerder het geen faktore beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed nie	Leerder het EEN faktor beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed	Leerder het TWEE faktore beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed	Leerder het DRIE faktore beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed	Leerder het VIER faktore beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed	Leerder het VYF faktore beskryf wat die keuse van befondsing beïnvloed	5
Redes waarom besighede befondsing nodig het	Leerder het NIE redes bespreek waarom besighede befondsing nodig het nie	Leerder het EEN rede bespreek waarom besighede befondsing nodig het.	Leerder het TWEE redes bespreek waarom besighede befondsing nodig het.	Leerder het DRIE redes bespreek waarom besighede befondsing nodig het.	Leerder het VIER redes bespreek waarom besighede befondsing nodig het.	Leerder het VYF redes bespreek waarom besighede befondsing nodig het.	5
Faktore wat oorweeg moet word as 'n aanbieding voorberei/ontwikkel word	Leerder het nie enige feite verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings nie	Leerder het EEN feit verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings	Leerder het TWEE feite verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings	Leerder het DRIE feite verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings	Leerder het VIER feite verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings	Leerder het VYF feite verskaf wat oorweeg moet word met die voorbereiding van aanbiedings	5
Tipes visuele hulpmiddele	Leerder het geen tipes visuele hulpmiddel bespreek nie	Leerder het slegs EEN tipe visuele hulpmiddel bespreek	Leerder het slegs TWEE tipes visuele hulpmiddele bespreek	Leerder het slegs DRIE tipes visuele hulpmiddele bespreek	Leerder het slegs VIER tipes visuele hulpmiddele bespreek	Leerder het slegs VYF tipes visuele hulpmiddele bespreek	5
TOTAAL PUNTE:							50

Kontroletoeets

PUNTE: 100

TYD: 1,5 UUR

Intruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit VYF bladsye

Lees die volgende instruksies deeglik voordat die vrae beantwoord word.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoofonderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Antwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Antwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies vir elk van die vrae deeglik en neem kennis van wat vereis word.
- Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat gebruik is in die vraestel. Geen punte sal toegeken word indien antwoorde verkeerde genommer word nie.
- Beantwoord vrae in vol sinne, tensy daar ander instruksies gegee word.
- Gebruik die punte toekenning en aard van elke vraag om te bepaal wat die lengte en diepte van elke antwoord moet wees.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir die punte en tyd toekenning wanneer elke vraag beantwoord moet word.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	20	20 minute
B Drie direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Antwoord enige TWEE.)	2	20	
	3	20	
	4	20	40 minute
C TWEE opsteltipe vrae KEUSE (Antwoord enige EEN.)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		100	90 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag op 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die nommer (1.1.1 – 1.1.5).

1.1.1 'n ... is 'n persoon wat sy/haar eie besigheid begin en bestuur.

- A direkteur
- B entrepreneur
- C uitvoerende bestuurder
- D waagkapitalis

1.1.2 Die hoofdoel van 'n nie-regerings organisasie is om ... aan te spreek.

- A leweringstekorte van die regering
- B besigheidspraktisyns te raadpleeg
- C gemeenskapsleiers by te staan
- D gemeenskapsgebaseerde organisasies te help

1.1.3 'n ... is 'n stel feite en figure wat in kolomme en rye geranskik is.

- A staafgrafiek
- B verslag
- C navorsingsverslag
- D tabel

1.1.4 Aanbeiders gebruik groot en vet lettertipe wanneer hulle ... voorberei.

- A plakkate
- B uitdeelstukke
- C transparante
- D besigheidsplanne

1.1.5 Plastiekvelle wat die aanbieder kan gebruik om inligting op te skryf word genoem ...

- A Uitdeelstukke
- B PowerPoint skyfies
- C Brosjures
- D Transparante

(5 × 2) (10)

1.2. Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

beplanning	nie-verbaal	gemeenskapsgebaseerde organisasie		
aanbiedings	verbaal	besigheidsplan	produktiwiteit	beheer
gemeenskapsgedrewe organisasie		aksieplan		

1.2.1 Die ... dien as 'n rigtingwyser wat rigting vir die besigheid aandui.

1.2.2 Sanele moet ... oorweeg wanneer hy 'n besigheid beplan en graag wil begin.

1.2.3 Gail gebruik ... aanbiedings wanneer sy die verslag mondelings aanbied oor die finansiële resultate van die besigheid.

1.2.4 Besighede kan seker maak dat hulle winsgewend en volhoubaar bly deur behoorlike ...

1.2.5 Instellings soos ... kan 'n belangrike rol speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe.

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A

[20]

AFDELING B

VRAAG 2 BESIGHEIDSOMGEWINGS

2.1 Noem VYF sleutel suksesfaktore wat verband hou met entrepreneurskap. (5)

2.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

JONAS SONKRAG SPESIALIS (JSS)

Jonas Sonkrag Spesialis is 'n besigheid wat sonpanele installeer. JSS het finansiële verliese gely gedurende fase vyf van die harde inperkings tydperk in 2020, maar het nie opgegee op sy besigheid nie.

2.2.1 Identifiseer die eienskap wat van toepassing is op 'n entrepreneur in die bostaande scenario. (3)

2.2.2 Verduidelik TWEE ander eienskappe van 'n entrepreneur. (6)

2.3 Beskryf DRIE strategieë wat besighede kan gebruik om te verseker dat hulle winsgewend en volhoubaar bly. (6)

[20]

VRAAG 3 BESIGHEIDSGELEENTHEDE

3.1 Lys TWEE bronne van befondsing. (2)

3.2 Identifiseer die faktore wat Geely moet oorweeg voordat sy haar besigheid begin in die volgende stellings:

3.2.1 Sy het 'n langtermyn visie vir haar besigheid ontwikkel. (2)

3.2.2 Sy het 'n gesamentlike reklameveldtog saam met 'n ander besigheid geloods. (2)

3.2.3 Sy het goeie verhoudinge met kliënte gevestig. (2)

(3 × 2) (6)

3.3 Bespreek die belangrikheid van 'n aksieplan. (6)

3.4 Adviseer besighede oor die redes waarom besigheidsaanbieding in 'n geskrewe formaat moet wees. (6)

[20]

VRAAG 4 BESIGHEIDSGELEENTHEDE

4.1 Noem DRIE faktore wat die keuse van befondsing beïnvloed. (3)

4.2 Brei uit oor die betekenis van 'n aksieplan. (4)

4.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

WAVECREST KONSTRUKSIE INGENIEURS (WKI)

Wavecrest Konstruksie Ingenieurs het die tender gekry om 1000 huise te bou. Die bestuurspan het 'n vergadering met die werknemers gehou en hulle voorsien van 'n instrument om alle aktiwiteite te lys wat nodig is om die projek teen die vasgestelde datum te voltooi.

4.3.1 Identifiseer die beplanningsinstrument wat van toepassing is op die bestaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)

4.3.2 Bespreek TWEE ander beplanningsinstrumente wat die besigheid kan gebruik. (6)

4.4 Adviseer besighede oor die faktore wat oorweeg moet word om 'n strooibiljet saam te stel. (4)

[20]

TOTAAL AFDELING B

[20]

AFDELING C

VRAAG 5 BESIGHEIDSGELEENTHEDE (AANBIEDING VAN BESIGHEIDSINLIGTING)

Besighede word versoek om verslae oor hulle prestasie te skryf. Sommige besighede gebruik die regte stappe van verslagskrywing om akkurate inligting aan belanghebbendes oor te dra. Bestuurders moet ook al die aspekte ken wat hulle in gedagte moet hou met die voorbereiding van 'n aanbieding. Baie besighede adviseer hulle aanbieders om terugvoer vanaf die gehoor, op 'n nie-agressiewe en professionele manier te hanteer.

Skryf 'n opstel oor die aanbieding van inligting en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die belangrikheid van die aanbieding van besighheidsinligting.
- Verduidelik die stappe van verslagskrywing.
- Bespreek die aspekte wat die aanbieder in gedagte moet hou met die voorbereiding van aanbiedings.
- Adviseer aanbieders oor hoe hulle terugvoer moet hanteer op 'n nie-agressiewe en professionele wyse aan die einde van 'n aanbieding.

[40]

VRAAG 6 BESIGHEIDSROLLE (BURGERSKAPROLLE EN VERANTWOORDELIKHEDE)

Elke landsburger het sekere regte en verantwoordelikhede. Sekere omstandighede in gemeenskappe vereis dat besighede betrokke moet raak in sosiale programme. Besighede dra by tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe op verskeie maniere. Instelling dra ook by tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe.

Skryf 'n opstel oor die rolle en verantwoordelikhede van burgers en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die verantwoordelikhede van Suid-Afrikaanse burgers.
- Verduidelik hoe besighede kan bydra tot die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van hul gemeenskappe.
- Beskryf DRIE redes waarom besighede betrokke sal raak in sosiale programme.
- Stel rolle voor wat die volgende instellings kan speel in die sosiale en ekonomiese ontwikkeling van gemeenskappe:
 - burgerlike gemeenskap
 - nie-regerings organisasies.

[40]

TOTAAL AFDELING C

[40]

GROOTTOTAAL

[100]

18

Inleiding tot die menslike hulpbronsfunksie



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 18.1 Werwing en seleksie
- Eenheid 18.2 Induksie en plasing
- Eenheid 18.3 Salarisbepalingsmetodes
- Eenheid 18.4 Implikasies van wetgewing op die menslike hulpbronsfunksie



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik die rol van die menslike hulpbronsfunksie
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van werwing
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die werwingsprosedure
- ❖ Bespreek/Verduidelik die komponente van posonteleiding
- ❖ Differensieer/Onderskei tussen taakbeskrywing en taakspesifikasie as komponente van taakontleding
- ❖ Verduidelik/Bespreek die interne en eksterne metodes van werwing
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die seleksieprosedure
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die doel van 'n onderhoud
- ❖ Bespreek kortliks/Verduidelik/Bespreek die rol van die onderhoudvoerder gedurende 'n onderhoud
- ❖ Noem/Beskryf kortliks aspekte van die inhoud van 'n indiensnemingskontrak.
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die wetlike vereistes/ regsaspekte van 'n indiensnemingskontrak
- ❖ Analiseer 'n indiensnemingskontrak uit gegewe scenarios en maak aanbevelings vir verbetering
- ❖ Definieer/Brei uit oor die betekenis van induksie
- ❖ Brei uit oor die betekenis van plasing
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die prosedure by plasing
- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek verskillende salarisbepalingsmetodes, byvoorbeeld stukwerk en tydverwante
- ❖ Onderskei tussen stukwerk en tydverwante salarisbepalingsmetodes
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik byvoordele van werknemers



Leerdoelwitte

- ❖ Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die implikasies van die volgende wette op die menslike hulpbronsfunksie:
 - ❖ Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) (no. 66 van 1995)
 - ❖ Wet op Basiese diensvoorwaardes (WBDV) (Wet 75 van 1997)
 - ❖ Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (Wet 55 van 1998)
 - ❖ Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en Siektes (COIDA) No. 61 van 1997
- ❖ Identifiseer die bogenoemde wette uit scenarios en beveel maniere aan waarop die menslike hulpbronsfunksie kan voldoen aan hierdie wette.



Wenk

Leer hierdie hoofstuk goed, want dit vorm die basis vir die Graad 12 inhoud oor hierdie onderwerp.



Kernbegrippe

- **Werwing:** verwys na die proses om 'n kandidaat op te spoor met die nodige vaardighede vir die vakante posisie
- **Seleksie:** beteken om die kandidate se kwalifikasie en opleiding te verifieer, kyk na die krediet geskiedenis en kriminele rekord asook om verwysings te kontak.
- **Kontrakte:** verwys na formele, wettige, bindende ooreenkomste tussen twee mense of tussen 'n werkgewer en 'n werknemer.
- **Induksie:** die proses waar die suksesvolle kandidaat bekend gestel word aan die nuwe werkplek en kollegas.
- **Plasing:** gekose kandidate word op plekke geplaas/posisies aangestel waar hulle optimaal sal funksioneer en waarde toevoeg tot die besigheid.
- **Salarisse:** 'n vaste maandelikse betaling word gemaak deur 'n werknemer in ruil vir werk gedoen.
- **Voordele:** werkgewers betaal aan die werknemers 'n addisionele bedrag geld.
- **Interne werwing:** die proses waar die geskikte kandidaat binne die organisasie gewerf word om die posisie te vul.
- **Eksterne werwing:** die proses om die geskikte kandidaat buite die organisasie te soek om die vakante posisie te vul.
- **Onderhoudvoerder:** die individu wat die onderhoud voer met die voornemende werknemer.
- **Bruto salaris:** verwys na die werknemer se salaris voordat enige aftrekkings gemaak word.
- **Netto salaris:** verwys na die geld wat die werknemer huis toe neem, nadat alle aftrekkings gemaak is.
- **Stukwerk vergoeding:** geld wat aan werknemers betaal word volgens die aantal items of eenhede wat vervaardig is.
- **Tydverwante vergoeding:** geld wat aan werknemers betaal word vir die tyd wat hulle aan die werk spandeer het.
- **WBDV:** Wet op Basiese diensvoorwaardes (WBDV) (Wet 75 van 1997)
- **WGI:** Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (Wet 55 van 1998)
- **COIDA:** Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en Siektes (COIDA) No. 61 van 1997

Inleiding

In graad 10 het ons geleer van die menslike hulpbronsfunksie as deel van die agt besigheidsfunksies en die aktiwiteite van die besigheid.

Hierdie jaar gaan daar meer besonderhede verskaf word oor die menslike hulpbron aktiwiteite, soos werwing, keuring, induksie, plasing, salarisbepaling en byvoordele van werknemers. Hierdie funksie verseker dat vakante posisies binne die besigheid gevul word met geskikte gekwalifiseerde kandidate.

Dit word van die menslike hulpbronsfunksie verwag om te voldoen aan wetgewing wanneer hulle aanstellings maak en werknemers in die werkplek bestuur. Ons sal 'n volledige beskrywing gee van die implikasies van hoe huidige wetgewing die menslike hulpbronsfunksie raak.

Jy moet moeite doen om hierdie onderwerp goed te verstaan, want dit word weer in Graad 12 aangebied.



Eenheid 18.1 Werwing en seleksie

Die betekenis van werwing

- Dit is die proses wat deur die besigheid gebruik word om 'n vakante posisie binne die besigheid te identifiseer.
- Die doel is om kandidate te trek wat die beskik oor die vereiste kwalifikasies, kennis en ervaring sodat hulle in die vakante posisie aangestel kan word.

Wenk

Hierdie deel van die werk moet deeglik geleer en verstaan word want dit is belangrik vir Graad 12.

Wewingsprosedure

- Die wewingsprosedure begin met die voorbereiding van dit taakanalise, wat insluit taakbeskrywing en taakspesifikasie.
- Die taakbeskrywing word voorberei deur die menslike hulpbronbestuurder (MHB) om die behoeftes van die besigheid te identifiseer.
- Om in staat te wees om die geskikte applikante na die besigheid te trek, sal die MHB die vereistes en die sleutelprestasië areas spesifiseer vir die vakante posisie.
- Die MHB besluit dan oor die wewingsmetode wat die besigheid gaan gebruik om seker te maak dat die beste kandidaat gevind sal word vir die posisie.
- Daar kan van interne of eksterne werwing gebruik gemaak word vir werwing.
- As die besigheid nie die geskikte kandidaat vind deur interne werwing nie, sal die MHB voorberei om werwing deur eksterne metodes te doen.
- Die geskikte bron van werwing sal bepaal word vir eksterne werwing waarna die MHB 'n advertensie sal voorberei vir indiensneming. Dit word dan in geselekteerde media geplaas om te verseker dat geskikte kandidate sal aansoek doen vir die vakature.

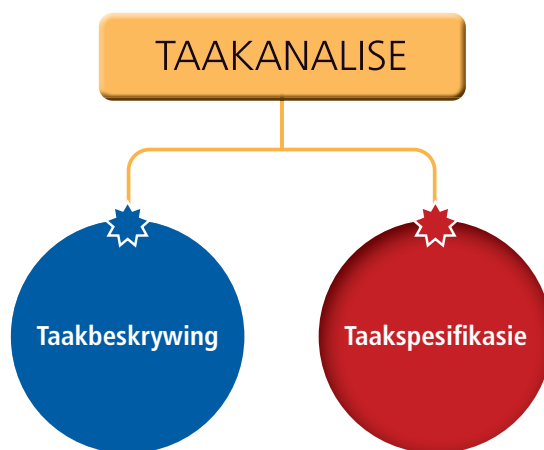
Komponente van taakanalise

Die betekenis van taakanalise

- Taakanalise verwys na die proses wat gebruik word om inligting te bekom oor die pligte, verantwoordelikhede, nodige vaardighede, uitkomstes en werkomgewing van die posisie.
- Taakanalise bestaan uit taakbeskrywing en taakspesifikasie.

Wenk

Dit is belangrik om die verskil te ken tussen taakbeskrywing en taakspesifikasie.



Taakbeskrywing	Taakspeksifikasi
'n Gedokumenteerte beskrywing van die posisie en die werk of pligte wat gedoen moet word.	'n Gedokumenteerte beskrywing van die vereiste vaardighede, kwalifikasies en ervaring wat nodig is vir die posisie.
Dit word beskryf as die aard, tipe van pligte, verantwoordelikhede geassosieer met 'n spesifieke posisie.	Dit word beskryf as die persoonlike eienskappe, vaardighede en kwalifikasies benodig vir 'n spesifieke posisie.
Sleutelprestasie areas en pligte van 'n sekere posisie, soos die titel van die posisie en werksvoorwaardes, word beskryf in die taakbeskrywing.	Sleutel aspekte soos kwalifikasies wat benodig word, ongewone werksversoeke (soos om oor Kerstyd te werk) en gewilligheid om te reis, word in die werkspeksifikasi beskryf.

Wenk

Hierdie afdeling kan jou help om punte vir opstelle te kry. Ken die volgende goed:

- Ken die verskil tussen interne en eksterne werwing
- Wees in staat om ten minste vier voorbeelde van elke tipe werwing te gee.



Metodes van werwing

- Om te verseker dat die mees geskikte werknemer aangestel word in die vakante posisie in 'n besigheid, kan die besigheid twee werwingsmetodes gebruik.
- Hierdie metodes van werwing is interne werwing en eksterne werwing.

Interne werwing	Eksterne werwing
Dit is die proses wat die besigheid gebruik om die vakante posisie intern in die besigheid te adverteer.	Dit is die proses wat besighede gebruik om die vakante posisie in die besigheid, eksterne te bemark.
Die volgende is bronne van interne werwing wat die besigheid kan gebruik: <ul style="list-style-type: none"> • Interne e-posse, intranet, webtuistes vir personeel. • Mond tot mond • Besigheds nuusbriewe, omsendbriewe • Interne aanbevelings of verwysings vanaf die bestuur. • Kennisgewingborde in die besigheid • Interne bulletins • Aanbevelings van huidige werknemers • Roofwerwing binne-in die besigheid of organisasie databasis 	Die volgende is bronne van eksterne werwing wat die besigheid kan gebruik: <ul style="list-style-type: none"> • Werwingsagentskappe • Kennisgewingborde • Gedrukte media, byvoorbeeld koerante, strooibiljette. • Elektroniese media, byvoorbeeld radio, TV • Sosiale media, byvoorbeeld sosiale netwerke, internet, besigheid se webtuiste. • Roofwerwing • Professionele assosiasies • Netwerking • Opvoedkundige/Opleidings instellings • Plakkate

Seleksie

Om 'n geskikte kandidaat te kies om die vakante posisie te vul, is vir die besigheid net so belangrik soos die werwingsproses. Die mees geskikte kandidaat om die vakante posisie te vul word geïdentifiseer, op 'n kortlys geplaas en die geleentheid gegee om 'n onderhoud by te woon.

Seleksieprosedure

Die seleksieprosedure bestaan uit die volgende stappe:

Stap 1	Aansoekvorms/curriculum vitae en gesertifiseerde kopieë van persoonlike dokumente/IDs/bewys van kwalifikasies word ontvang.
Stap 2	Sif/bepaal watter aansoeke voldoen aan die minimum versistes vir die posisie en skei dit van die res.
Stap 3	Voorlopige onderhoude word gehou as daar baie geskikte aansoeke ontvang is.
Stap 4	Kontrolering van verwysings vind plaas om die inligting op die CV te verifieer.
Stap 5	Stel 'n kortlys saam van potensiële kandidate wat geïdentifiseer word.
Stap 6	Die kandidate op die kortlys mag onderwerp word aan verskeie tipe keuringstoetse soos bv. 'n vaardigheidstoets.
Stap 7	Nooi die kandidate op die kortlys na 'n onderhoud.
Stap 8	'n Geskrewe aanbod vir indiensneming word gemaak aan die geselekteerde kandidaat na die onderhoudsproses .

Wenk

Hierdie afdeling kan jou help om 'n paar punte te kry as jy die prosedure goed ken. Maak seker jy leer dit en hou jou aantekeninge ook vir Graad 12.

QR-KODE

Werwing en seleksie



<https://www.youtube.com/watch?v=r-VcHu-wZxE>

A Nuwe woorde

Onderhoudsproses hierdie proses vind plaas tussen die werkgewer en die voornemende kandidaat voor indiensneming om te bepaal of die kandidaat geskik is vir die posisie

Onderhoude

Die betekenis van onderhoude

- 'n Onderhoud is 'n sinvolle gesprek wat plaasvind tussen die onderhoudvoerder/onderhoud paneel en 'n ondervraagde of applikant.
- Die hoofrede vir 'n onderhoud, is om te bepaal of die kandidaat geskik is vir die spesifieke posisie in die organisasie of besigheid.
- Onderhoude mag ook gehou word vir ander doeleindes soos vir prestasiebeoordeling van werknemers wat die organisasie wil verlaat.

Die doel van 'n onderhoud

- Assesseer die algemene karakter, sterkpunte en swakpunte van die kandidaat.
- Bepaal of die kandidaat geskik is vir die posisie gebaseer op vaardighede, ervaring en kwalifikasies.
- Stel die werkgewer in staat om die mees geskikte kandidaat te kies.
- Verseker dat die inligting wat die kandidaat verskaf het, pas by die vereistes van die posisie.
- Voorsien die werkgewer van 'n geleentheid om inligting te deel tussen die besigheid en die kandidaat.
- Assesseer die geskiktheid van 'n kandidaat vir die vakante posisie deur sy/haar temperament te evalueer.



QR-KODE

Onderhoudtegnieke – doen dit reg



<https://www.youtube.com/watch?v=guUOmfq303s>

Die rol van die onderhoudvoerder tydens die onderhoud

- Verseker dat daar aan elke kandidaat die selfde hoeveelheid tyd toegestaan word tydens hul onderhoud.
- Verseker dat die lede van die onderhoudspaneel aan die kandidaat voorgestel word met die aanvang van die onderhoud.
- Stel die kandidaat op sy gemak.
- Verduidelik die doel van die onderhoud aan die kandidaat en die onderhoudspaneel.
- Vra dieselfde vrae aan al die kandidate.
- Teken die response van al die kandidate op die vrae aan, vir toekomstige verwysing, as daar moontlik dispute mag ontstaan.
- Maak seker dat die kandidaat nie mislei word of doelbewus verkeerde inligting kry nie.
- Gee aan die kandidaat ook die geleentheid om vrae te vra.
- Sluit die onderhoud af deur die kandidaat te bedank vir die bywoning van die onderhoud.

Wenk

Hierdie vraag word gereeld gevra in eksamens. Onthou om hierdie gedeelte goed te leer. Lees die vraag deeglik en skryf slegs die antwoorde wat relevant is vir hierdie afdeling.

Wenk

As jy hierdie inhoud goed ken, jy kan goeie punte vir jou toetse en eksamens kry.

A Nuwe woorde

Toelaes spesiale voordele wat aan werknemers toegeken word soos selfoon-, motor- en reistoelaes

Indiensnemingskontrakte

Die betekenis van 'n indiensnemingskontrak

'n Indiensnemingskontrak is 'n wettige bindende ooreenkoms tussen die werkgever en werknemer.

Inhoud van die indiensnemingskontrak

'n Indiensnemingskontrak moet die volgende aspekte insluit:

- Die werkgever se besonderhede soos naam, adres, kontaknommers, ens.
- Persoonlike inligting rakende die werknemers se vergoeding, soos wekeliks of maandelikse betaling.
- Aftrekkings van werknemers (verplichtend, nie-verplichtend)
- Verlof, byvoorbeeld siek-, kraam-, jaarlikse- en aannemingsverlof.
- Byvoordele, voordele, **toelaes**.
- Titel en posisie van die pos, taakbeskrywing, byvoorbeeld pligte en werksomstandighede.
- Taakspesifikasie, byvoorbeeld formele kwalifikasies, gewilligheid om te reis.
- Tydsduur van die kontrak, besonderhede van beëindiging, tydsduur van indiensneming, aanvangsdatum van indiensneming.
- Proeftydperk (indien van toepassing) asook duur daarvan.
- Werksure, byvoorbeeld normale ure en oortyd.
- Plek waar werknemer meeste van die tyd gaan deurbring.
- Handtekening van die werkgever en werknemer.
- Lys van dokumente wat deel is van die kontrak, byvoorbeeld aanstellingsbrief, gedragskode.

Wetlike/regsvereistes van 'n indiensnemingskontrak

- Beide die werkgewer en werknemer moet instem tot enige veranderinge van die kontrak.
- Gedurende die indiensneming tydperk kan aspekte van die kontrak heronderhandel word, indien nodig.
- Geen verandering mag eensydig aan die indiensnemingskontrak gemaak word deur enige party nie.
- Die kontrak moet onderteken word deur beide die werkgewer en werknemer.
- 'n Gedragskode en etiese kode moet ingesluit word in die indiensnemingskontrak.
- Die terme en voorwaardes moet aan die werknemer verduidelik word.
- Die kontrak mag nie enige bepalinge bevat wat in stryd is met die Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV) (no. 75 van 1997) nie.

• | Aktiwiteit 18.1 Werwing en seleksie

- 1.1 Kies die korrekte antwoord en skryf slegs die letter (A – D) lngs die vraagnommer neer, byvoorbeeld 1.1.6 D.
- 1.1.1 Die prosedure waar alle CV's ontvang en geëvalueer word teen gestelde kriteria word genoem ...
- opleiding
 - seleksie
 - plasing
 - werwing
- 1.1.2 Sloane Sweets het die kwalifikasies en ervaring wat vereis word vir hulle pos in die advertensie gelys, dit staan bekend as ...
- taakanalise.
 - taakbeskrywing.
 - taakspeksifikasie.
 - seleksie.
- 1.1.3 Die rol van die onderhoudvoerder tydens die onderhoud is om ...
- mislei die kandidaat doelbewus.
 - verduidelik hoe hy/sy foute in die verlede hanteer het.
 - lede van die onderhoudspaneel bekend stel aan die kandidaat.
 - ken sy/haar sterkpunte en swakpunte en voorbereid wees om dit te bespreek.
- 1.1.4 Die vulling van 'n pos met bestaande werknemers staan bekend as ...
- advertering.
 - interne werwing.
 - eksterne werwing.
 - taakspeksifikasie.
- 1.1.5 Sparks Meubelwinkel maak gebruik van eksterne advertering deur 'n advertensie van 'n vakante posisie te plaas in ...
- interne e-posse.
 - Sondagkoerant.
 - intranet.
 - onderneming se nuusbriewe.

Wenk

Hou die volgende ingedagte wanneer meervoudige keusevrae beantwoord word:

- Lees deur die stelling en al die opsies.
- Die VIER opsies waaruit jy die korrekte antwoord moet kies, bevat die volgende elemente:
 - » TWEE baie opsigtelike foutiewe antwoorde
 - » EEN afleier wat naby aan die korrekte antwoord is.
 - » EEN korrekte antwoord.
- Onderstreep die kernwoord in die stelling
- Elimineer die TWEE baie opsigtelike foutiewe antwoorde
- Lees weer deur die stelling en die antwoorde wat oorbly.
- Kies die korrekte antwoord uit die oorblywende antwoorde.
- Moet geen antwoorde ooplaat nie.

Eenheid 18.2 Induksie en plasing

Die verwelkoming van nuwe werknemers in die besigheid of organisasie is 'n proses wat sal verseker dat nuwe werknemers insakel in hul nuwe werksomgewing en so vining as moontlik effektief kan funksioneer.



Nuwe omgewings kan baie stresvol wees vir werknemers, daarom moet die menslike hulpbronsfunksie seker maak dat nuwelinge ondersteun word en weet by wie om hulp te kry.

Die betekenis van induksie

- Nuwe werknemers word bekend gestel aan hul nuwe fisiese werksomgewing, die kultuur van die organisasie, produkte en dienste.
- Nuwe werknemers word ingelig oor die prosesse en prosedures van die besigheid.
- Daar word seker gemaak dat die werknemer 'n basiese kennis dra wat van hom/haar in sy werk verwag word, hul role en verantwoordelikheid in die nuwe werk verstaan.

Die doel van induksie

- Nuwe werknemers word aan bestuur en hul kollegas bekend gestel sodat verhoudinge op die verskillende vlakke gebou kan word.
- Nuwe werknemers word verwelkom deur hulle bekend te stel aan hulle fisiese werkplek.
- 'n Toer, uitleg van die gebou, asook ander algemene inligting moet aan die nuwe werknemer gegee word met hul aankoms.
- Maak seker dat die nuwe werknemer bewus is van die organisatoriese struktuur en aan wie hy/sy moet verslag doen.
- Gee aan nuwe werknemers die geleentheid om vrae te vra, sodat hulle rustiger kan voel en hul stresvlakke verminder word.
- Maak seker dat nuwe werknemers insakel in hul nuwe werksomgewing en so gou as moontlik hard kan werk.

Plasing

Die betekenis van plasing

- Suksesvolle kandidate word geplaas in die vakante posisie waar hulle effektief sal wees en die meeste waarde toevoeg tot die besigheid.
- Die gekoste kandidate word in 'n spesifieke posisie geplaas
- Die vereiste kwalifikasies, vaardighede en persoonlikheid van die gekoste kandidaat word gepas by die vereistes van die posisie.

Plasingsprosedure

- Die werkgever moet die verantwoordelikhede en verwagtinge van die nuwe werk aan die werknemer stipuleer.
- Die werkgever kan dan deur psigonometriese toesing die sterkpunte en swakpunte, vaardighede en belangstellings van die nuwe werknemer bepaal.
- Daarna pas die werkgever die verwagtinge van die posisie en die bevoegdheid en vermoëns van die werknemers bymekaar.

•• | Aktiwiteit 18.2 Induksie en Plasing

1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

BUBBLES MEUBELWINKEL (BMW)

Sive is die nuut aangestelde bedryfsbestuurder van Bubbles Meubelwinkel. Die menslike hulpbronbestuurder het Sive aan sy mede kollegas bekend gestel, en hom op 'n toer deur die geboue van die besigheid geneem.

- 1.1.1 Identifiseer die menslike hulpbronaktiwiteit in die bostaande scenario. (2)
- 1.1.2 Haal TWEE doelwitte van die menslike hulpbronaktiwiteit aan soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1. (2)
- 1.1.3 Verduidelik ander doelwitte van die menslike hulpbronaktiwiteit, soos geïdentifiseer in VRAAG 1.1.1. (6)
- 1.2 Bespreek die bestuur van BMW se plasingsprosedure. (6)



Wenke

Neem kennis van die volgende kognitiewe werkwoorde en hoe punte vir jou antwoorde toegeken sal word:

- Brei uit – skryf jou antwoord in vol sinne – split punte sal vir die antwoord toegeken word.
- Differensieer – jou antwoord mag in tabelvorm wees – split punte sal toegeken word.
- Verduidelik – skryf vol sinne – split punte sal vir die antwoord toegeken word.
- Adviseer – skryf vol sinne so goed soos jy kan – twee punte word aan die einde van die sin toegeken.

Eenheid 18.3 Salarisbepalingsmetodes

Besighede gebruik verskillende metodes soos stukwerk en tydverwante salarisbepaling om voltydse en deeltydse werknemers te betaal. Hierdie metodes moet in lyn wees met die voorwaardes van die Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV), waarna later in die hoofstuk gekyk sal word.

Beskrywing van salarisbepalings metodes

- Nie alle werknemers in die onderneming kry salaris nie, sommige ontvang lone.
- Besighede maak gebruik van verskillende stelsels om hul werknemers te betaal.
- Daar word gebruik gemaak van twee salarisbepalings metodes, naamlik die stukwerk metode en die tydverwante metode.



Wenk

STUKWERK	TYDVERWANTE
<p>Met hierdie salarisbepalings metode word werkers betaal volgens die aantal items wat vervaardig is, byvoorbeeld, 'n werkers sal betaling ontvang vir die aantal pare tekkies wat hy/sy deur die dag gemaak het.</p> 	<p>Met verwysing na die tydverwante metode, word werkers betaal vir die tyd wat gespandeer is aan die werk of 'n taak.</p> 

Die verskil tussen stukwerk en tydverwante salarisbepalings metodes

STUKWERK	TYDVERWANTE
Werkers word betaal volgens die aantal items/eenhede geproduseer/aksie verrig	Werkers word betaal vir die tyd wat hulle spandeer het by die werk of om die taak te voltooi.
Werkers word nie betaal vir die aantal ure gewerk nie, ongeag hoe lank dit geneem het om die items te maak.	Werkers met dieselfde kwalifikasies en ervaring word met dieselfde salaris skale vergoed, ongeag die hoeveelheid werk wat gedoen is.
Die sisteem word gebruik in fabrieke, hoofsaaklik in die tekstiel- of tegnologie industrieë.	Die private en publieke-sektor besighede maak gebruik van hierdie betalingsmetode.

Werknemers voordele



Voordele van werknemers word aan werknemers betaal as addisionele voordele en is nie ingesluit in salaris en lone nie. Hierdie voordele bestaan uit 'n verskeidenheid moontlikhede en is 'n belangrike deel van die vergoedingspakket wat aan die werknemers gebied word.

Beskrywing van werknemers voordele

Daar is twee tipes voordele naamlik, verpligte en nie-verpligte voordele. Dit is verpligtend vir alle besighede om by te dra tot die Werkloosheid Versekeringsfonds (WVF). Nie-verpligte voordele is voordele wat werknemers kry wat nie deel vorm van die werknemer se primêre vergoedingspakket nie. Hierdie staan bekend as byvoordele of voordele.

- Voorbeelde van byvoordele is:
 - toelaes, byvoorbeeld motor/reis/behuising/selfoon/klere
 - **begrafnisvoordele**
 - **prestasie-gebaseerde aansporings**
 - uitreiking van bonusaandele
 - **personeelafslag**/gratis of goedkoop etes/kantien fasiliteite
 - **pensioen/voorsieningsfonds**
 - mediesefonds
 - Werkloosheidsversekeringsfonds
 - behuising toelaes/subsidies.

•• | Aktiviteit 18.3

Besighede gebruik die werwingsprosedure om vakante posisies in die werkplek te vul. Sommige besighede verkies om interne werwing te gebruik, terwyl ander eksterne werwing gebruik. Die onderhoudvoerder moet deeglik bewus wees van sy/haar rol as onderhoudvoerder. Besighede moet ook induksie met nuwe werknemers doen.

Skrif 'n opstel oor werwing, onderhoude en induksie en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die werwingsprosedure as 'n meslike hulpbronaktiwiteit.
- Verduidelik die verskille tussen interne en eksterne werwing.
- Bespreek die rol van die onderhoudvoerder tydens 'n onderhoud.
- Adviseer die besigheid oor die doel van induksie.

[40]

A Nuwe woorde

Pensioenfonds is 'n fonds bestaan uit bydraes van die werkgever en die werknemer sodat die werknemer pensioen sal ontvang as hy/sy aftree.

Begrafnisvoordele spesiale voordele soos 'n kontantbetaling wat die werknemer uitbetaal in die geval van afsterwe van die werknemer.

Prestasie-gebaseerde aansporings word betaal aan werknemers wanneer hulle meer as die verwagte prestasie gelewer het tydens die jaar se diens.

Personeelafslag is voordele wat aan werknemers toegestaan word as 'n addisionele deel van hulle vergoedingspakket

Verskil tussen bruto en netto salaris

Bruto salaris is wat die onderneming aan die werknemer betaal voor enige aftrekkings. Netto salaris is wat die werknemer ontvang na aftrekkings.

Eenheid 18.4 Implikasies van wetgings op die menslike hulpbronsfunksie

Besighede moet voldoen aan die wette rakende die menslike hulpbronsfunksie in hulle hantering van werknemers. Die menslike hulpbronsfunksie moet aandag gee aan die volgende wette:

- Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) (No. 66 van 1995)
- Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV) (No. 75 van 1997)
- Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (No 55 van 1998)
- Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -Siektes (COIDA) (No 61 van 1997)..

Die implikasies van WAV op die menslike hulpbronsfunksie

- Die menslike hulpbronsfunksie moet die regte prosedures volg soos voorgeskryf deur die Kommissie vir konsolidasie, Mediasie en Arbitrasie (KVBA) en die Arbeidshof, voordat hulle werknemers ontslaan.
- Werkers moet toegelaat word om werkplekforums te stig wat hulle belange sal verteenwoordig.
- Die MHB moet seker maak dat onderhandelinge en werknemers deelname plaasvind in die werkplek.
- Werknemersregte soos gestipuleer in die Handves van Menseregte moet beskerm word, sodat sosiale geregtigheid, ekonomiese ontwikkeling en arbeidsvrede in die werkplek sal heers.

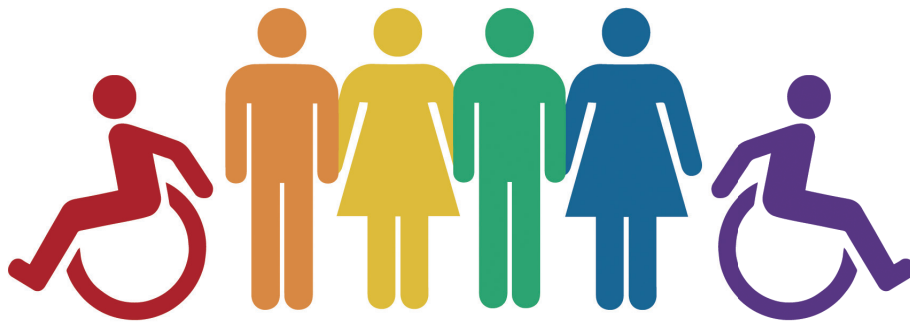
Die implikasies van die WBDV op die menslike hulpbronsfunksie

- Werknemers mag slegs 9 ure per dag in 'n 5-dag werksweek werk, of 8 ure per dag in 'n 6-dag werksweek.
- Daar mag nie meer as 10 ure per week oortyd gewerk word nie.
- Werknemers moet toegelaat word om 'n breek van 60 minute te kry nadat hulle 5 ure gewerk het.
- Werknemers kry ses weke betaalde siekverlof in 'n siklus van 36 maande.
- Die menslike hulpbronsfunksie mag nie kinders onder die ouderdom van 16 jaar in diens neem nie.
- Werknemers moet dubbele betaling kry indien hulle gedurende publieke vakansiedae of Sondae werk.

[Bron: WKDO kern notas Gr 11, 2020]



Die implikasies van WGI op die menslike hulpbronfunksie



WERKNEMERS GELYKHEID EN DIVERSITEIT

- Die menslike hulpbronbestuurder moet seker maak dat gelyke geleenthede aangemoedig word in die werkplek.
- Die menslike hulpbronfunksie moet diversiteit bevorder deur regstellende aksie toe te pas.
- Die menslike hulpbronfunksie moet gelyke indiensnemingsplanne opstel wat aantoon hoe regstellende aksie in die werkplek geïmplementeer gaan word.
- Om te verseker dat gelyke indiensnemingsplanne geïmplementeer en gereeld gemoniteer word, moet 'n bestuurder in die werkplek aangestel word.
- Die menslike hulpbronbestuurder moet verslag doen aan die Departement van Arbeid oor die vordering met die implementering van die gelyke indiensnemingsplan.

Die implikasies van COIDA op die menslike hulpbronfunksie

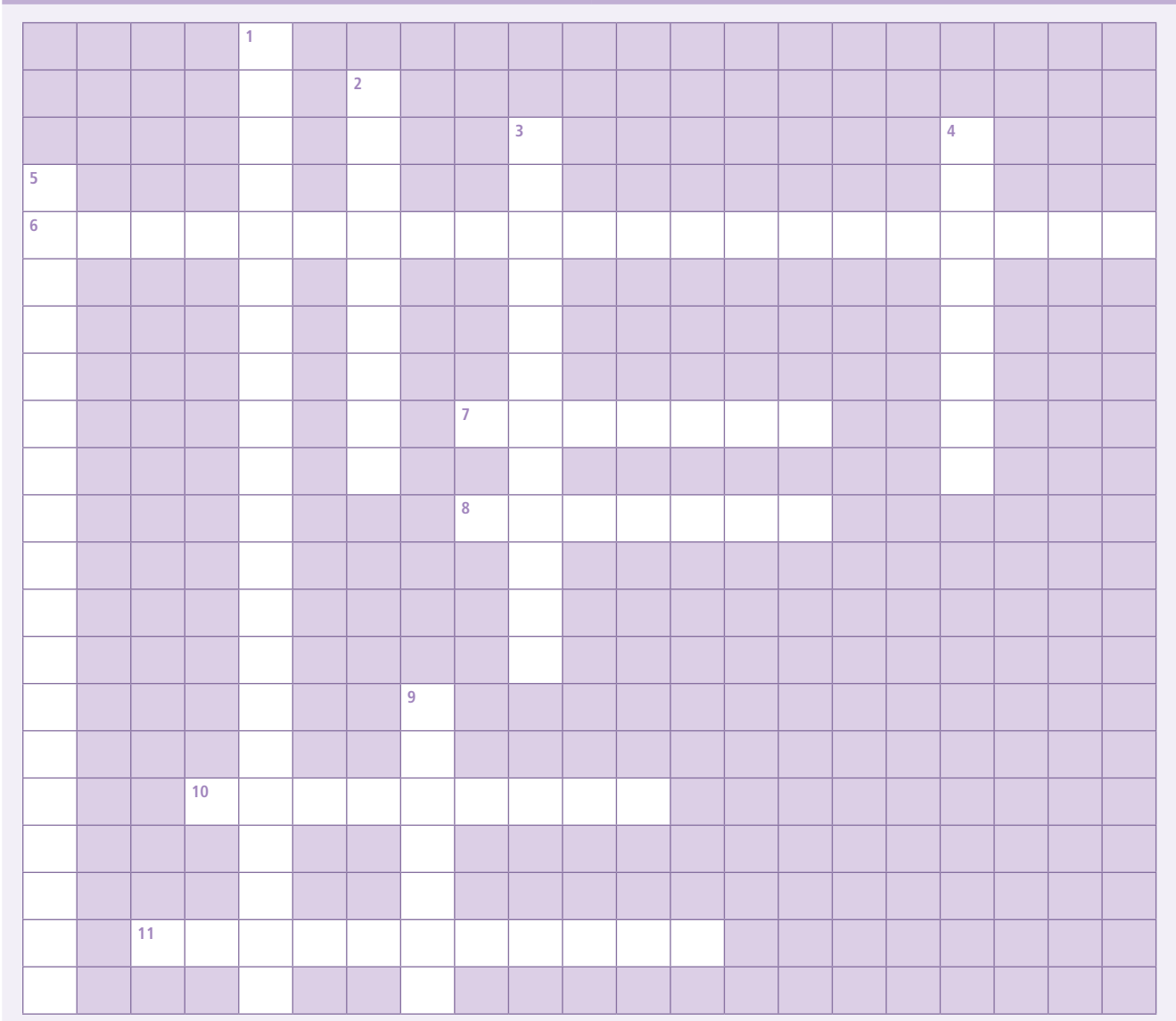
- Alle bestuurders in die besigheid moet bewus wees van die bepalings, en betrokke wees by die toepassing van hierdie wet.
- Die MHB moet seker maak dat alle bestuurders gereeld enige opdaterings van hierdie wetgewing ontvang.
- COIDA het te doen met ongelukke wat in die werkplek voorkom en is van toepassing op die MH omdat hulle fokus op die bestuur van menslike hulpbronne.
- As 'n ongeluk gebeur in die werkplek, sal dit die verantwoordelikheid van die MH funksie wees om met die beseerde werknemer en die Vergoedingsfonds te kommunikeer.
- Die berekening van die premie wat die besigheid maandeliks moet bydra aan die Vergoedingsfonds, is die MH funksie se verantwoordelikheid.



Wenk

Sorg dat jy hierdie gedeelte van die werk goed ken. Leer die implikasies van elke wet op die menslike hulpbronfunksie.

•• | **Aktiwiteit 18.4** Menslike hulpbronsfunksie



Dwars

- 6. Werknemers word vergoed volgens die tyd wat hulle aan 'n taak spandeer het.
- 7. 'n Eksterne bron wat gebruik word om 'n vakante pos in te adverteer.
- 8. Gekose kandidate word op die regte plek aangewend waar hulle die meeste waarde toevoeg vir die besigheid.
- 10. 'n Prosedure wat plaasvind tussen die onderhouvoerder en die aansoeker
- 11. Tydens hierdie proses word inligting bekom oor die take, pligte, vaardighede en werksomgewing van 'n pos.

Af

- 1. 'n Wettige bindende ooreenkoms tussen die werkgewer en werknemer.
- 2. Hierdie kontroles word gebruik om die inhoud van die kandidaat se CV te verifieer.
- 3. 'n Voorbeeld van 'n byoordeel.
- 4. Die proses waarin werknemers bekend gestel word aan hulle werksomgewing.
- 5. Werknemers word vergoed volgens die aantal eenhede wat hulle vervaaridg het.
- 9. Die proses wanneer die geskikte kandidate gesoek word vir 'n vakante posisie.

Breinkaart: Onderwerp 18 – Inleiding tot die menslike hulpbronfunksie

Die breinkaart som die inhoud op wat in hierdie onderwerp aangespreek is. Hierdie breinkaart sal jou help om al die aspekte van die werk te onthou wat jy volledig geleer het. Maak seker jy leer die relevante inhoud vir elke item.



Konsolidasie

VRAAG 1

1.1 Pas die term/begrip in kolom A met die verduideliking in kolom B. Skryf slegs die letter langs die nommer in jou boek.

Kolom A	Kolom B
1.1.1 Werwing	A tipe eksterne werwingsmetode
1.1.2 Taakbeskrywing	B 'n spesifieke posisie word aan geselekteerde kandidate toegeken
1.1.3 Stukwerk	C die proses waar nuwe werknemers aan verskeie aspekte van die besigheid bekendgestel word.
1.1.4 Roofwerwing	D geskrewe beskrywing van die kwalifikasies en ervarings wat 'n vereiste is vir die posisie
1.1.5 Plasing	E die werknemer se salaris na aftrekkings
	F betaal werknemers vir die aantal ure gewerk
	G geskrewe beskrywing vir die posisie en die vereistes daarvoor
	H die proses wat gebruik word om 'n vakante posisie in die besigheid te vul
	I tipe interne werwingsmetode
	J betaal werknemers vir die aantal items wat vervaardig is

5 × 2 (10)

VRAAG 2

2.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

MKL STAALKONSTRUKSIE (MSK)

MKL Staalkonstruksie vergoed hulle werknemers volgens die aantal hekke wat vervaardig is. Hulle bied ook byvoordele aan om die werkers te motiveer en te behou. MSK bied aan Tido, 'n ervare sweiser, 'n indiensnemingskontrak aan.

- 2.1.1 Identifiseer die salarisbepalingsmetode wat MSK gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (3)
 - 2.1.2 Verduidelik die verskil tussen verpligte en nie-verpligte werknemers voordele en gee EEN voorbeeld van elk. (6)
 - 2.1.3 Verduidelik hoe MSK die wetlike vereistes vir 'n indiensnemingskontrak moet toepas op die indiensnemingskontrak. (6)
- 2.2 Adviseer die menslike hulpbronbestuurder oor die implikasies van die Wet op Arbeidsverhoudinge op sy/haar department. (6)

VRAAG 3

Menslike hulpbronbestuurder moet die regte seleksieprosedure volg om te voorkom dat hulle kandidate aanstel wat nie geskik is nie. Hulle moet ook seker maak dat hulle op hoogte is met die doel van 'n onderhoud. Die korrekte plasingprosedure sal aan nuwe werknemers leiding gee hoe om hul pligte uit te voer soos verwag van hulle. Menslike hulpbronbestuurders moet ook voldoen aan die bepalinge van die Wet op Basiese Diensvoorwaardes/WBDV.

- Skryf 'n opstel oor die menslike hulpbronfunksie en gee aandag aan die volgende aspekte:
- Beskryf kortliks die seleksieprosedure as 'n menslike hulpbronaktiwiteit.
 - Verduidelik die doel van 'n onderhoud.
 - Bespreek die plasingprosedure as 'n menslike hulpbronaktiwiteit.
 - Adviseer die menslike hulpbronbestuurder oor die implikasies van die Wet op Basiese Diensvoorwaardes op sy/haar department. (40)

19

Spandinamika en konflikbestuur



ONDERWERP OORSIG

- Eenheid 19.1 Inligting oor spanwerk
- Eenheid 19.2 Definieer konflikbestuur



Leerdoelwitte

Aan die einde van hierdie onderwerp moet leerders die volgende kan doen:

- ❖ Verduidelik/Bespreek die belangrikheid van spanwerk
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik die stadiums van spanontwikkeling:
 - Vormfase
 - Stormfase
 - Normfase
 - Prestasie fase
 - Ontbinding/rou fase
- ❖ Identifiseer die stadiums van spanontwikkeling uit gegewe scenarios/stellings/gevallestudies
- ❖ Verduidelik kortliks/Bespreek die redes waarom besighede gebruik maak van spandinamika teorieë
- ❖ Beskryf/Verduidelik/Bespreek die volgende spandinamika teorieë:
 - Belbin-rol-teorie
 - Jung se teorie
 - MTR-I benadering
 - Magerison-McCann Profiele
 - Groep-konsensus
- ❖ Identifiseer die bogenoemde teorieë uit gegewe scenarios
- ❖ Vergelyk die aard van die bogenoemde teorieë
- ❖ Definieer die term konflik
- ❖ Identifiseer die oorsake van konflik uit gegewe scenario's/ gevallestudies
- ❖ Kies een van die bogenoemde konflikbestuur teorieë en regverdig die redes waarom besighede dit moet gebruik om besighedsprobleme op te los
- ❖ Beskryf kortliks/Noem/Verduidelik die funksies van werkplekforums
- ❖ Verduidelik die verskille tussen vakbonde en werkplekforums



Kernbegrippe

- **Span:** 'n groep mense wat georganiseerd saamwerk
- **Spanwerk:** 'n gesamentlike aksie deur 'n groep mense waar elke persoon daarna streef om 'n gemeenskaplike doelwit te bereik.
- **Span dinamika:** kragte wat 'n invloed uitoefen op die span se gedrag, prestasie en reaksies.
- **Vormingfase:** die eerste fase van spanontwikkeling. Dit begin wanneer die span mekaar vir die eerste keer ontmoet.
- **Normfase:** die derde fase van spanontwikkeling. 'n Span beweeg in die normfase in as hulle begin om meer effektief as 'n span, saam te werk.
- **Prestasiefase:** die vierde fase van spanontwikkeling. Die span funksioneer op die hoogste vlak van prestasie en groei.
- **Rou of ontbindingfase:** die vyfde fase van span ontwikkeling. Die ontbindingfase kom voor aan die einde van die projek wanneer die span ontbind en in verskillende rigtings gaan.
- **Konflik:** dit is verskille of onenigheid of disharmonie of botsings tussen persone.
- **Konflikbestuur:** die planne wat ons maak om konflik te voorkom of op te los.
- **Konsensus:** die proses wat deur 'n groep gebruik word om saam te stem, nadat feite bespreek is en die groep saamstem oor die beste besluit.
- **Grief:** 'n Bekommernis of klagte by die werk, byvoorbeeld, diskriminasie of werkslading.
- **Kontemporêre teorie:** konflik is onvermydelik en 'n natuurlike resultaat van verandering. Dit kan voordelig vir die besigheid wees as dit reg bestuur word.

Inleiding

In Graad 10 het ons geleer oor verhoudings en spanprestasie in die werkplek. Ons het ook geleer dat sommige spanne goed saamwerk, terwyl ander minder effektief is. Ons het kennis gemaak met faktore wat spanne se verhoudinge kan beïnvloed, asook die kriteria vir suksesvolle spanne. In hierdie onderwerp gaan ons kyk na die fases van spanontwikkeling en die spandinamika teorieë. Ons sal ook kyk na konflikbestuur en konflikoplossings tegnieke.

Eenheid 19.1 Inligting oor spanwerk

Die belangrikheid van spanwerk

Spanwerk bring 'n gevoel van eenheid wat spanlede in staat stel om gemeenskaplike belangstellings en verantwoordelikhede te deel. Dit verminder stres en stel hulle in staat om te streef na die bereiking van 'n gemeenskaplike doelwit. Sommige voordele van spanwerk is verhoogde produktiwiteit en werkbevrediging, bemagtiging van werknemers, verbeterde gehalte en organisatoriese effektiwiteit.

Die fases van spanontwikkeling

Spanne gaan deur verskillende fases van ontwikkeling, voordat hulle konsensus bereik en optimaal presteer. Spanleiers wat die fases van spanontwikkeling verstaan, is in staat om die spanlede effektief te lei en te bestuur. Daar is vyf fases van spanontwikkeling – wat volledig in graad 12 behandel sal word. Die teorie rondom die fases van spanontwikkeling is ontwikkel deur Bruce Ruckman in 1965. Volgens hierdie teorie, is daar vyf hoof fases in die ontwikkeling van suksesvolle spanne, en spanne sal slegs hulle top prestasie kan lewer as hulle beweeg deur al vyf fases.

Fase 1 Vormingfase	<ul style="list-style-type: none"> Die eerste fase wanneer spanlede mekaar leer ken. Spanlede is bewus van hulself. Spanlede openbaar goeie gedrag, omdat hulle in 'n nuwe groep is. Spanlede beplan hulle taak en nuwe rolle.
Fase 2 Stormfase	<ul style="list-style-type: none"> Die stormfase word dikwels gekenmerk deur konflik. Spanlede raak aktief betrokke by die voorgestelde taak. Spanlede maak oop teenoor mekaar en konfronteer mekaar se idees. Daar mag dalk 'n magstryd wees vir die posisie as die spanleier.
Fase 3 Normfase/ afhandeling/ versoening	<ul style="list-style-type: none"> Spanlede kom tot 'n ooreenkom en bereik konsensus. Rolle en verantwoordelikhede word duidelik aanvaar. Spanlede het ambisie om saam te werk vir die sukses van die span. Spanlede is gemotiveerd en is trots op hul werk.
Fase 4 Prestasiefase/ werk as span saam na 'n doelwit	<ul style="list-style-type: none"> Spanlede raak bewus van strategieë en doelwitte van die span. Hulle hou koers sonder die inmenging van die leier. Leiers deleger en hou toesig oor die prosesse en prosedures. Alle lede kan die besluitnemingsproses hanteer sonder toesig.
Fase 5 Rou of ontbinding	<ul style="list-style-type: none"> Die fokus is op die voltooiing van die taak/beëindiging van die projek. Die opbreek van die span is traumaties, want sommige spanlede vind dit moeilik om weer as individue te funksioneer. Alle take moet eers afgehandel wees, voordat die span finaal ontbind.

Spandinamika teorieë

Spandinamika is gedrags- en emosionele kragte wat 'n span se prestasie en rigting beïnvloed. Spandinamika teorieë gee riglyne oor hoe werknemers saamwerk en hoe 'n span in die werkplek bestuur moet word. Suksesvolle besighede gebruik spandinamika teorieë om take te verdeel en verantwoordelikhede aan verskillende spanlede toe te ken.

Redes waarom besighede gebruik maak van spandinamika teorieë

Spandinamika teorieë word gebruik om:

- Te verduidelik hoe mense saam funksioneer in 'n span op grond van hul persoonlikheidstipes.
- Kies die regte persone om saam 'n span te vorm.
- Ken take toe volgens die rolle van die spanlede.
- Maksimeer prestasie as take toegeken word volgens die vermoëns en vaardighede van die spanlede.
- Verminder konflik tussen spanlede.

Spandinamika teorieë

Ons sal kyk na die volgende vyf tipes spandinamika teorieë:



Belbin-rol-teorie

Volgens die Belbin-rol-teorie neig spanlede om verskillende rolle aan te neem wanneer hulle deel van 'n span is. Belbin het nege sleutelrolle geïdentifiseer wat in 'n gebalanseerde span voorkom. Belbin het hierdie nege rolle verdeel in drie groepe. Dit word verduidelik in die tabel:

Kategorie	Belbin rolle	Beskrywing
Aksie-georiënteerde rolle	Implementeerder	<ul style="list-style-type: none"> • Implementeerdes is gedissiplineerde, betroubaar en kry dinge gedoen. • Implementeerders is goed-georganiseer en kan 'n idee laat werk in die praktyk.
	Vormer	<ul style="list-style-type: none"> • Vormers is energiek en daag die span uit om te verbeter en vorentoe te beweeg.
	Voltooier-afronder	<ul style="list-style-type: none"> • Voltooier-afronders is betroubare perfeksioniste wat spertyd gedrewe is.
Denke-georiënteerde rolle	Planter	<ul style="list-style-type: none"> • Planters is kreatiewe inoverters en goeie probleemoplossers
	Moniteerder-evalueerder	<ul style="list-style-type: none"> • Moniteerder-evalueerders is analities, sien die groter prentjie, strategies en onemosioneel.
	Spesialis	<ul style="list-style-type: none"> • Spesialiste het kundige kennis en vaardighede om probleme op te los.

Kategorie	Belbin rolle	Beskrywing
Mens-georiënteerde rolle	Koördineerder	<ul style="list-style-type: none"> Koördineerders is spanleiers en moedig spanlede aan om te fokus op hul taak.
	Spanwerker	<ul style="list-style-type: none"> Spanwerkers is ondersteunend, diplomaties, gee om vir individue, en bekik oor goeie luister vaardighede.
	Navorsers-ondersoeker	<ul style="list-style-type: none"> Navorsers-ondersoeker sal nuwe idees ondersoek en is goed met netwerking.

Belbin-rol-teorie kan gebruik word in besighede om 'n gebalanseerde span saam te stel voordat die projek begin. Dit kan ook gebruik word om interpersoonlike verskille op te los in 'n bestaande span.

Insig gebaseer op Jung se teorie

Carl Jung, 'n sielkundie het 'n boek in 1921 gepubliseer waarin hy gesê het dat sekere persoonlikheidstipes sekere gedragspatrone volg. Die meeste mense aanvaar een of twee gedragspatrone. Ons kan die Jungiaanse teorie gebruik om te verstaan wat sekere spanlede tot aksie laat oorgaan en sodoende die produktiwiteit van die span vermeerder.

? Het jy geweet

Jung se teorie is soos ons linker en regter hande. Ons gebruik albei hande, maar vir een van ons hande, het ons 'n natuurlike voorkeur. Jung het geglo ons is gebore met 'n voorkeur vir 'n sekere gedragspatroon, maar dat ons omgewing ons voorkeure kan beïnvloed.

Ekstrovertiese of introvertiese persoonlikheids tipes



Ekstroverte persoonlikheids tipes

- Ekstroverte fokus hul energie op die buitewêreld van mense en gebeure.
- Hulle geniet dit om nuwe mense te ontmoet
- Is vriendelik en verbaal vaardig.
- Word gemotiveer deur faktore van buite.
- Is gemaklik in onbekende situasies.
- Energiek en entoesiasies.

Introverte persoonlikheids tipes

- Introverte fokus hul energie na binne op hulle gedagtes en refleksies.
- Verkies om met mense om te gaan wat hulle ken.
- Nie gemaklik tussen vreemdelinge nie.
- Gebrek aan selfvertroue in onbekende situasies.
- Introverte is dikwels stil tydens vergaderings.

Jung het gesê dat elke mens 'n natuurlike neiging het tot een van die vier funksies. Dit is intuïisie, denke, gewaarwording en gevoel en dat die teenoorgestelde funksie beloon sal word. Die Jungiaanse teorie is suksesvol aangewend om effektiewe spanne te bou.

Jung het 'n raamwerk ontwikkel vir die vier funksionele tipes en twee pare teenoorgesteldes.

	Denke Evalueer situasies en besluit logies oor oorsake en gevolge.	
Intuïsie Gebruik feite om die groter prentjie te sien. Ontdek nuwe idees en geleenthede.	OF	Gevoel Gebruik gevoel om duidelikheid oor inligting te kry en besluite te neem.
	Gevoel Gebruik gevoel en baseer jou oordeel op jou eie opinies en oortuigings. Heg waarde aan harmonie en spangees.	



Neem kennis

Spanrolle kan verskil van die een situasie na die ander, afhangende van die druk van die werksomgewing.

MTR-I Bestuur van Spanrolle (aanwyser) benadering

Meyers het die MTR-I-benadering in 1990 ontwikkel, gebaseer op Jung se teorie van persoonlikhede. Die MTR-I-benadering ondersoek die rolle wat elke spanlid vervul.

Die MTR-I-instrument identifiseer agt rolle binne 'n span, wat 'n aanduiding is van wat elke persoon op 'n spesifieke tydstip doen:

Agt rolle van die MTR-I instrument	
Afrigter	<ul style="list-style-type: none"> Skep harmonie en instemming in die span. Bou verhoudinge en skep 'n positiewe atmosfeer. Kyk goed na die welstand van spanlede.
Begeleier	<ul style="list-style-type: none"> Is goed georganiseerd Is goed met beplanning Hou daarvan om in 'n goed-gestruktureerde omgewing te werk
Stryder	<ul style="list-style-type: none"> Gee belangrike idees, gedagtes en oortuigings. Is waarde gedrewe en probeer die aandag van die ander spanlede te fokus op die kwessies wat hulle as belangrik beskou.
Kurator	<ul style="list-style-type: none"> Is goed met die versameling van inligting. Bring helderheid oor idees en inligting. Is goed met die skepping van 'n duidelike prentjie oor 'n sekere situasie.
Verkenner	<ul style="list-style-type: none"> Probeer nuwe maniere kry om dinge te doen. Is goed met die ontdekking en ontsluiting van nuwe geleenthede deur verder te kyk as net die waarskynlike oplossing.
Innoveerder	<ul style="list-style-type: none"> Het 'n goeie verbeelding en is kreatief

Agt rolle van die MTR-I instrument

Wetenskaplike	<ul style="list-style-type: none"> • Is goed met die verskaffing van verduidelikings van hoe en waarom dinge gebeur. • Versamel en analiseer inligting om feite te kry wat duidelike verduidelikings van 'n spesifieke situasie gee.
Vormer	<ul style="list-style-type: none"> • Kry dinge gedoen en kry dit vining gedoen. • Is aksie-georiënteerd en doelwit gedrewe. • Motiveer die goep dikwels om te begin werk.

Magerison-McCann Span Bestuur Sisteem Profiele

In 1984 het die doktors Magerison en McCann navorsing gedoen oor die vraag, "Hoekom is sommige spanne suksesvol terwyl ander misluk?". Hulle het opgemerk dat dit maklik is om spanlede in te sluit wat kennis en ervaring het.

Volgens hierdie teorie, vaar mense beter met dinge waarvan hulle van hou. 'n Span sal suksesvol wees as 'n mens 'n span kan saamstel waar die voorkeure van spanlede, en die regte vaardighede, van ander lede, mekaar komplementeer en balanseer.

Magerison en McCann het die voorkeurrelle binne spanne as volg geïdentifiseer:

Magerison en McCann se rolle binne spanne

Verlaggewer-Aviseerder	<ul style="list-style-type: none"> • Geniet dit om inligting te versamel en te gee. • 'n Persoon wat ondersteunend, verdraagsaam en kundig is.
Skepper-Innoveerder	<ul style="list-style-type: none"> • Hou van nuwe idees en verskillende maniere om take aan te pak. • 'n Persoon met verbeelding en kreatiwiteit.
Verkenner-Bevorderaar	<ul style="list-style-type: none"> • Geniet dit om nuwe geleenthede te ondersoek. • 'n Oorredende en uitgaande persoon.
Asseseerder-Ontwikkelaar	<ul style="list-style-type: none"> • Verkies dit om met alternatiewe idees te werk. • 'n Analitiese en objektiewe persoon.
Organiseerder-Implementeerder	<ul style="list-style-type: none"> • Hou daarvan om te dryf, vorentoe te gaan en resultate te behaal. • 'n Persoon wat resultaat-georiënteerd is en vining besluite kan neem.
Samevatter-Produseerder	<ul style="list-style-type: none"> • Verkies dit om sistematies te werk. • 'n Praktiese, effektiewe persoon wat hou van 'n plan.
Kontroleerder-Inspekteerder	<ul style="list-style-type: none"> • 'n Persoon wat hou van detail en baie noukeurig werk. • Hou nie van interaksie met mense nie.
Ophouer-Onderhouder	<ul style="list-style-type: none"> • Hou daarvan om staandaarde en waardes instand te hou. • 'n Lojale persoon met 'n sterk sin vir reg en verkeerd.
Koördineerder	<ul style="list-style-type: none"> • Koördineer en integreer die werk van ander.



Groepkonsensus

Konsensus is 'n metode waar alle groeplede daarna streef om 'n ooreenkoms te bereik. Die inset van al die lede word verkry om die besluit aanvaarbaar vir almal te maak. Groepkonsensus lei die groep oor hoe om besluite te maak deur die proses van besluitneming om konsensus te bereik.

Die stappe in die groepkonsensus proses is soos volg:

Stappe van die groepkonsensus proses	
Stap 1	<ul style="list-style-type: none"> Groeplede bespreek die kwessie met mekaar en definieer die probleem. Groeplede gee hulle gevoel en idees oor die kwessie gedurende hierdie stadium
Stap 2	<ul style="list-style-type: none"> Daar vind besprekings en oorwegings plaas van elke voorstel en alle lede word betrek. Die groep evalueer en toets die voorgestelde plan. 'n Voorstel word gemaak gebaseer op die groepbespreking.
Stap 3	<ul style="list-style-type: none"> Die groepliteerder vra of daar konsensus is. Dit beteken dat die fasiliteerder vra of die groep gewillig is om die voorstel te aanvaar.
Stap 4	<ul style="list-style-type: none"> As die groep saamstem om die voorstel te aanvaar, is konsensus bereik. Die groep neem 'n besluit.
Stap 5	<ul style="list-style-type: none"> Toets of almal saamstem, indien nie, bespreek weer die voorstel. As die groep nie gewillig is om die voorstel te aanvaar nie, word bekommernisse geopper en bespreek.
Stap 6	<ul style="list-style-type: none"> Groeplede maak nuwe voorstelle.
Stap 7	<ul style="list-style-type: none"> Die fasiliteerder vra weer of daar konsensus is. As die groep die voorstel aanvaar is konsensus bereik. As die groep die voorstel verwerp, moet dit weer verander word totdat die groep by 'n punt uitkom waar almal die voorstel aanvaar.



Neem kennis

Konsensus versus stem

Om te stem is die wyse om te besluit of die meerderheid 'n saak ondersteun. Om oor iets te stem sluit die insette van minderhede uit. Wanneer konsensus bereik word, word elke lid se inset geag as deel van die oplossing en geen idees gaan verlore nie.

•• | Aktiwiteit 19.1

- 1.1 Beskryf kortliks die redes waarom besighede span dinamiek teorieë gebruik. (6)
- 1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

CHIKA KONSULTANTE (CK)

Chika Konsultante is bekend vir diensgehalte wat hulle aan verskeie kliente lewer.

Die bestuur van CK fokus op individuele ontwikkeling deur hul persoonlike potensiaal te maksimeer om sodoende effektief by te dra tot 'n span.

- 1.2.1 Identifiseer die spandynamika teorie wat CK in die bostaande scenario gebruik het. (3)
Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario.
- 1.2.2 Verduidelik DRIE ander spandynamika teorieë. (9)

•• | Aktiwiteit 19.2 Verrykings aktiwiteit (nie eksamineerbaar nie)

- 1.1 1.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

GELIEFDE TWEDEHANDSE MOTORS (GTM)

By GTM word die omset gedryf deur 'n suksesvolle span met 'n gevestigde klientebasis. Die bestuurder weet uit sy jarelange ondervinding in die industrie, dat 'n goeie verkoops persoon belangrik is om die besigheid se doelwitte te bereik.

Die bestuurder is ook daarvan bewus dat die verkoops span nie goed saamwerk as groep nie en dat kohesie ontbreek. Verkoopmense is kompetend en territoriaal. Die bestuurder wil 'n sterk span opbou, wat goed saamwerk, verskillende rolle en verantwoordelike aanvaar, en toegewyd is om die omset te verbeter.



TE KOOP

Kies enige vier spandynamika teorieë en gee advies aan die bestuur van GTM oor hoe hulle die geselekteerde teorie kan gebruik as 'n riglyn om die verkoops span as 'n groep te laat saamwerk.

Eenheid 19.2 Definieer konflikbestuur

Die definisie van konflik

Konflik word gedefinieer as 'n verskil tussen individue. Dit kan wissel van 'n geringe verskil van opinie tot 'n volskaalse wen-of-verloor, emosioneel belaaide, konfronterende onenigheid.



Konflik kan lei tot stres en lei tot skinder, vermyding, en vyandigheid. Konflik trek werknemers se aandag van hul werk af, en moet opgelos word. Konflik kan beskou word as 'n negatiewe situasie, alhoewel, as die konflik reg bestuur word kan dit lei tot beter spanprestasie.

Oorsake vir konflik in 'n besigheid

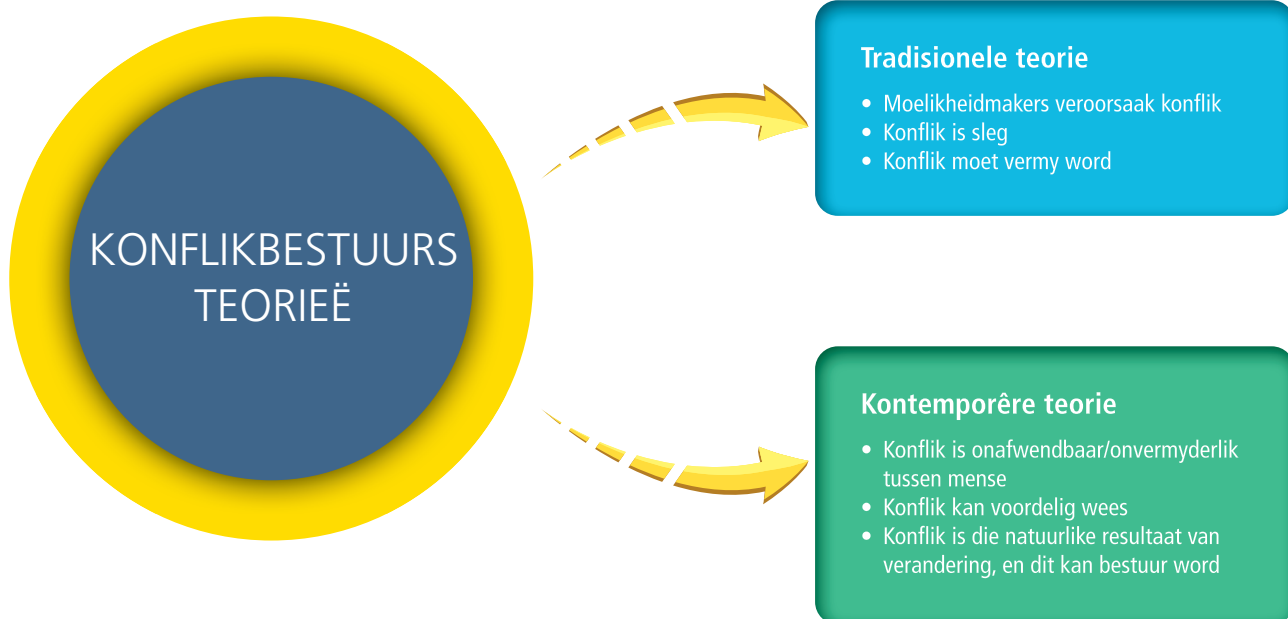
- Gebrek aan behoorlike kommunikasie tussen die leiers en die lede.
- Verskille in agtergrond, kultuur, waardes, oortuigings en taal.
- Beperkte hulpbronne in die besigheid.
- Verskille in doelwitte, mikpunte vir groepe en individue.
- Onregverdige werkslading tussen werknemers.
- Persoonlike verskille tussen groepe en individue.
- Verskillende opinies en prioriteite tussen werknemers.
- Stres wat nie bestuur word nie, en lei tot ongelukkigheid en nog meer stres.
- Swak organisasie, leierskap en administratiewe prosedures en sisteme.
- Verwarring oor skedules en spertye.
- Nie-nakoming van reëls en prosedures.
- Wangedrag en onaanvaarbare verwagtinge.
- Mededinging en onrealistiese verwagting.
- Onduidelikheid oor rolle en verantwoordelikhede.
- Konstante verandering in die werkplek.
- Onregverdige behandeling van werkers en begunstiging van sommige werknemers deur die bestuur.
- Gebrek aan vertrouwe tussen werkers.
- Verskillende gesindheid, waardes of oortuiginge.
- Onenigheid oor behoeftes, doelwitte, prioriteite en belangstellings.
- Teenstrydigheid in bestuursbesluite.
- Gebrek aan nodige inligting om 'n taak goed te doen.
- Stereotipering en vooroordeel.
- Gebrek aan spanwerk tussen werknemers.

Die definisie van konflikbestuur

Konflik kan gedefinieer word as 'n botsing van opinies/idees/standpunte in die werkplek. Dit kan ook gedefinieer word as 'n verskil tussen twee of meer partye in die werkplek.

Konflikbestuur teorieë

Konflikbestuur teorieë word gebaseer op twee teorieë. Dit is die tradisionele teorie en die kontemporêre teorie. Die tradisionele teorie neem aan dat konflik sleg is, veroorsaak word deur moeilikheidmakers en vermy moet word. Die kontemporêre teorie erken dat konflik tussen mense onvermydelik is.



Redes waarom besighede die konflikbestuursteorieë moet gebruik om probleme op te los

Tradisionele teorie

Besighede gebruik die tradisionele teorie as:

- Besluite vinnig geneem moet word en individue/werkers nie beskik oor die nodige kennis nie.
- Daar met ernstige kwessies gehandel moet word, byvoorbeeld, kriminele aktiwiteite.

Hierdie teorie kan lei tot 'n wen-verloor situasie.

Kontemporêre teorie

Besighede pas die kontemporêre teorie toe as:

- Ander mense se insig kan lei tot 'n positiewe uitkoms.
- Kreatiewe denke in die werkplek aangemoedig word deur twee opponerende idees te gebruik, eerder as om een bo die ander te kies.
- Denke plaasvind/verken opinies saam.

Hierdie teorie kan lei tot 'n wen-wen situasie.

Die funksie van werkplekforums

'n Werkplekforum is 'n verkose organisasie wat bestaan uit werknemers in 'n spesifieke werkplek. Werkplekforums kan gevorm word wanneer daar 100 of meer werknemers is. As werknemers besluit om sodanige forum te stig, moet dit verteenwoordigend wees van al die werknemers in die werkplek. Hierdie groep van verteenwoordigers staan bekend as 'n werkplekforum.

Die funksie van die forum is om werknemers in die werkplek te verteenwoordig, en om met die bestuur te konsulteer en te onderhandel oor sake wat die werknemers raak. Die doel van die werkplekforum is om eensydige besluitneming deur werkgewers te verhoed, of te verminder oor sake wat die werknemers raak.

Werkplekforums se doel is om deelname van werknemers aan besluitneming in die werkplek, aan te moedig. Hulle speel 'n aktiewe rol in die oplos van konflik wat mag voorkom tussen werkgewers en werknemers. Hulle doelwit is om konflik op te los voordat dit lei tot ander meer ernstige probleme in die werkplek.

Werkplekforums:

- Verhoed eensydige besluite wat die werkgewers neem oor sake wat die werknemers raak.
- Moedig deelname van werknemers aan in besluitneming.
- Het die reg om werkgewers te konsulteer oor:
 - Herstrukturering van werksmetodes
 - Herstrukturering van werksfunksies
 - Aflegging van werkers
 - Samesmelting en oordrag van eienaarskap
 - Posgradering
 - Kriteria vir merietes en bonusse
 - Gesondheid en veiligheidsmaatreëls
 - Maatreëls om regstellende aksie proramme te vestig
 - Gedeeltelike of totale sluiting van die besigheid.
- Bevorder die belange van alle werknemers in die werkplek
- Verhoog effektiwiteit in die werkplek deur samewerking.
- Kan gekonsulteer word deur 'n werkgewer om konsensus oor werksomstandighede te kry.

Tensy daar anders besluit word in 'n kollektiewe ooreenkoms, moet 'n werkgewer die werkplekforum konsulteer voordat die volgende verander word:

- Dissiplinêre kodes en prosedures
- Werkplek gedragreëls
- Maatreëls om onregverdige diskriminasie te monitor.
- Reëls oor sosiale voordeelskemas.

Die verskille tussen vakbonde en werkplekforums

- 'n Vakbond onderhandel oor salarisse en lone, terwyl 'n werkplekforum nie onderhandel oor vergoeding nie.
- 'n Vakbond kan 'n staking organiseer onder sekere omstandighede, terwyl 'n werkplekforum dit nie kan doen nie.
- 'n Vakbond is 'n regspersoon wat kan dagvaar en gedagvaar word in sy eie naam.
- Nie-vakbond lede kan ook aan werkplekforums behoort.

•• | Aktiwiteit 19.3 Konflikbestuur

- 1.1 Definieer die term konflik (2)
- 1.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

CHEEKY SJOKOLADES (CS)

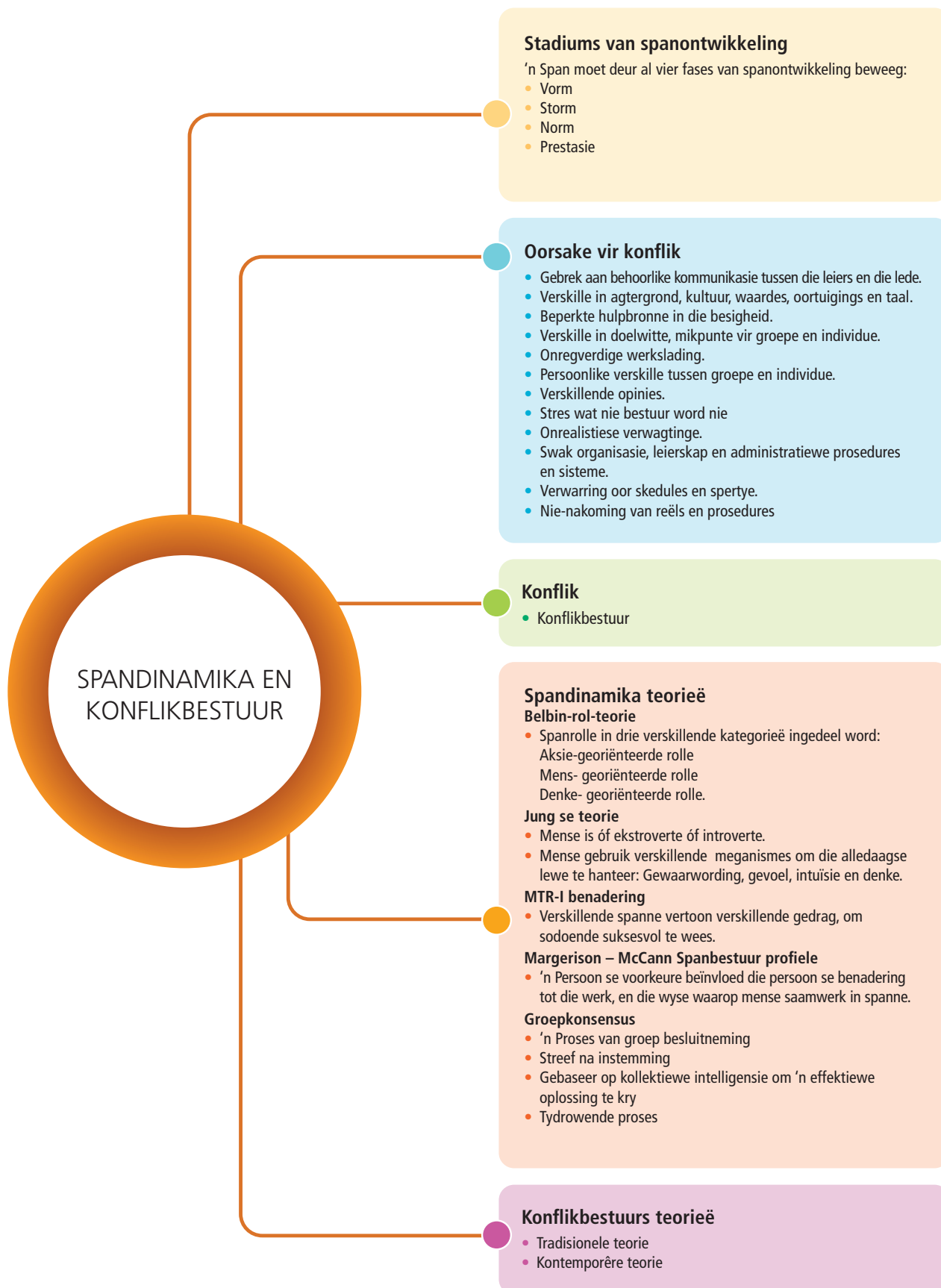
Cheeky Sjokolades het 200 werknemers in diens. Die werknemers is ongelukkig oor die tekort aan hulpbronne. Daar is oor 'n gebrek aan kommunikasie tussen die bestuur en die personeel. Bestuur het voorgestel dat hulle 'n werkplekforum gebruik word om die konflik in die werkplek op te los.



- 1.2.1 Haal TWEE oorsake van konflik aan uit die bostaande scenario. (2)
- 1.2.2 Verduidelik ander oorsake van konflik in die werkplek. (8)
- 1.2.3 Bespreek die funksies van werkplekforums. (4)

Breinkaart: Onderwerp 19 – Spandinamika en konflikbestuur

Gebruik die breinkaart as 'n gids om die inhoud van die onderwerp saam te vat. Maak seker dat jy die inhoud onder elke opskrif leer.



Konsolidasie

VRAAG 1

- 1.1 Lys enige DRIE spandinamika teorieë. (3)
- 1.2 Beskryf kortliks die redes waarom besighede spandinamika teorieë gebruik. (6)

VRAAG 2

- 2.1 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

HERDINK & HERGEBRUIK (HH)

Lesedi, Siya en Kobe het 'n herwinningsprojek begin wat bekend staan as Herdink & Hergebruik. Lesedi het altyd die ander lede se idees bevraagteken omdat hy die bestuurder wil wees. Die spanlede het uiteindelik tot 'n ooreenkoms gekom en konsensus bereik om vorentoe te beweeg.

- 2.1.1 Identifiseer TWEE stadiums van spanontwikkeling wat HH ervaar het. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario.

Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids om VRAAG 2.1.1 te antwoord

STADIUMS VAN SPANONTWIKKELING	MOTIVERINGS
1.	
2.	

- 2.1.2 Verduidelik TWEE ander stadiums van spanontwikkeling. (6)

VRAAG 3

- 3.1 Bespreek die volgende konflikbestuur teorieë: (4)
- 3.1.1 tradisionele teorie (4)
- 3.1.2 kontemporêre teorie (4)
- 3.2 Verduidelik die verskille tussen vakbonde en werkplekforums. (6)

 **QR-KODE**

Skandeer hierdie kode vir 'n oorsig oor die inhoud van hierdie onderwerp rakende die spesifieke kernleerpunte



<https://youtube.com/playlist?list=PLY8n0zQCEkppq-FleP-ayvS2S2zCgxTISr3>

NOVEMBER EKSAMENVRAESTEL 1

PUNTE: 150

TYD: 2 URE

Instruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye

Lees die volgende instruksies noukeurig voordat jy die vrae beantwoord.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoofonderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Beantwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Beantwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies by elke vraag noukeurig en neem kennis van wat vereis word. LET WEL: SLEGS die eerste TWEE vrae in AFDELING B en die EERSTE vraag in AFDELING C sal gemerk word.
- Nommer die antwoorde korrek volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is. Geen punte sal toegeken word vir antwoorde wat verkeerd genommer is nie.
- Tensy instruksies anders gegee word, moet alle vrae in vol sinne wees.
- Gebruik die puntetoekenning by elke vraag om die aard van elke vraag asook die lengte en diepte van die antwoord te bepaal.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir punte- en tydtoekenning wanneer jy die vraag beantwoord.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	30	30 minute
B DRIE Direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Beantwoord enige TWEE.)	2	40	30 minute
	3	40	30 minute
	4	40	30 minute
C TWEE opsteltipe vrae KEUSE (Beantwoord enige EEN.)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		150	120 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag of 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

- Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer (1.1.1 – 1.1.5) in jou ANTWOORDBOEK, byvoorbeeld 1.1.6 D.

- Een van die komponente van die markomgewing.

- A missie
- B polities
- C sosiale
- D mededingers

- 1.1.2** Maxi Meubels en Maxwell Stoele het ingestem om saam te werk om hul besighede se doelwitte te bereid. Dit word genoem ...
A samesmelting
B verkryging
C alliansie
D oorname
- 1.1.3** 'n Persoon se intellektuele eiendom word beskerm deur ... wetgewing.
A kopiereg
B patent
C handelsmerk
D rowery
- 1.1.4** Tussengangers bedryf sake in die ... sektor van die ekonomie.
A mark
B primêre
C sekondêre
D tersiêre
- 1.1.5** Besighede het ... beheer oor die markomgewing.
A volle
B beperkte
C geen
D volledige

(5 × 2) (10)

- 1.2** Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

publieke	standaardisering	beheer	promosie	natuurlike	produksie
penetrasie	psigografie	demografie	oorhoofse	veranderlike	

- 1.2.1** Uitputting van ... hulpbronne dwing Woza myne om toe te maak.
- 1.2.2** Bondi Fone betaal hulle maandelikse huur as deel van hul ... koste.
- 1.2.3** Tammy Takkies gebruik ... prysbepaling as hulle die einde-van-die-reeks uitverkoop hou.
- 1.2.4** Die inspeksie van die finale produk om te verseker dat produkte voldoen aan die vereiste standaard word genoem gehalte ...
- 1.2.5** Die leefstyl en voorkeure van Wushi Winkels se teikenmark is nagevors en is 'n voorbeeld van ...

(5 × 2) (10)

- 1.3** Kies die regte beskrywing uit KOLOM B wat pas by die term in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A – J) langs die vraagnommer (1.3.1 – 1.3.2) in die ANTWOORDBOEK neer, bv. 1.3.6.K.

KOLOM A		KOLOM B	
1.3.1	Inflasie	A	Offer intensiewe aan werknemers gebied om hulle te behou
1.3.2	Gehaltesirkels	B	'n Georganiseerde assosiasie van werkers wat gestig word om die regte en belange van die werknemers te beskerm
1.3.3	Byvoordele	C	Algemene groei van die bevolking in die land
1.3.4	Skedulering	D	Die wyse waarop materiale moet beweeg van een punt na 'n ander tot by die voltooiing van die produk.
1.3.5	Werkplekforum	E	Algemene verhoging in die pryse van goedere en dienste van die land.
		F	Vergader gereeld om te bepaal hoe gehalte en produktiwiteit kan verbeter.
		G	Bepaal die tyd wat nodig is om elke aktiwiteit te verrig asook te bepaal wanneer die proses voltooi moet wees.
		H	Word aangebied deur besighede as deel van prestasie bevordering.
		I	Verteenwoordigers van werknemers wat afgevaardig word om namens die werknemers in die besigheid op te tree.
		J	'n Groep interne kundiges word versoek om die gehalte van produkte te verbeter.

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A:

[30]

AFDELING B

VRAAG 2: BESIGHEIDSOMGEWINGS

- 2.1** Noem enige TWEE voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat 'n impak op besighede het. (2)
- 2.2** Identifiseer die uitdagings van die mikro-omgewing wat Sebenza Handelaars in ELKEEN van die volgende stellings ervaar:
- 2.2.1** Werknemers van Sebenza Handelaars kla gedurig oor die gebrek aan inligting in die besigheid. (6)
- 2.2.2** Die HUB van Sebenza Handelaars het nie 'n duidelike beeld van die rigting waarheen die besigheid oppad is nie. (6)
- 2.2.3** Sommige werknemers wil nie gehoor gee aan die reëls van die besigheid nie. (6)
- 2.3** Verduidelik enige TWEE tipes invloedwerwing, behalwe verskansing teen inflasie. (6)
- 2.4** Verduidelik maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm deur te fokus op:
- 2.4.1** Strategiese alliansie ooreenkomste (4)
- 2.4.2** Maatskappy verteenwoordigers se invloed. (4)
- 2.5** Bespreek hoe besighede invloedwerwing kan geruik om inflasie te beveg. (6)
- 2.6** Bespreek die voordele van netwerkvorming. (4)
- 2.7** Adviseer besighede oor maniere waarmee mededinging in die markomgewing voorkom kan word. (8)

[40]

VRAAG 3: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

- 3.1** Brei uit oor die betekenis van advertering. (4)
- 3.2** Beskryf kortliks DRIE vereistes van 'n goeie handelsmerk. (6)
- 3.3** Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

GESONDE STAFIES (GS)

Gesonde Stafies spesialiseer in die vervaardiging van gesondheidsstafies vir plaaslike gesondheid winkels. GS het seker gemaak dat hulle identiese produkte in groot hoeveelhede vervaardig met dieselfde produksieproses. GS vervaardig ook gesigdoekies om te voorsien in die behoeftes van ander kliënte. Hulle maak seker dat een groep gesigdoekies voltooi is, voordat hulle begin met die produksie van die volgende groep. Daar word van SG se werknemers verwag om voorkomende veiligheidsmaatreëls na te kom as hulle masjinerie gebruik.

- 3.3.1** Identifiseer twee tipe produksiesisteme wat GS gebruik. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (6)
- 3.3.2** Verduidelik die voorkomende maatreëls wat GS se werknemers moet toepas vir die gebruik van masjinerie. (6)
- 3.4** Verduidelik die doel van induksie as 'n aktiwiteit van die menslike hulpbronfunksie. (6)
- 3.5** Bespreek die redes waarom vervaardigers verkies om die indirekte metode van distribusie te gebruik. (6)
- 3.6** Lees die volgende scenario en antwoord die vrae wat volg:

SOSO HANDELAARS (SH)

Soso Handelaars het vir Greg in diens geneem as die opsigter van die verkoopafdeling. Greg moes verskeie psigometrieuse toetse deurloop wat sy sterkpunte, swakpunte en vaardighede bepaal het.

- 3.6.1** Noem die menslike hulpbronaktiwiteit wat SH gebruik het in die bostaande scenario. (2)
- 3.6.2** Adviseer die bestuur van SG oor die stappe van die menslike hulpbronaktiwiteit soos geïdentifiseer in VRAAG 3.6.1. (4)

[40]

VRAAG 4: VERSKEIE ONDERWERPE

BESIGHEIDSOMGEWINGS

4.1 Noem enige TWEE projekte wat die besigheid kan onderneem as deel van hul sosiale verantwoordlikheid. (2)

4.2 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

HELDER HANDELAARS (HH)

Helder Handelaars is bekend vir hulle gehalte produkte. HH sukkel om geskikte werknemers te kry om vakante posisies te vul, aangesien baie van hulle nie kan lees of skryf nie. Sommige van hulle produkte word vanaf ander lande na Suid-Afrika ingevoer teen pryse wat baie laer is as die normale waarde van die goedere.

4.2.1 Identifiseer TWEE sosio-ekonomiese kwessies wat 'n uitdaging aan HH bied. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die bostaande scenario. (6)

Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids om VRAAG 4.2.1 te antwoord.

SOSIO-EKONOMIESE KWESSIES	MOTIVERINGS

4.4.2 Bespreek die negatiewe impak op EEN van die sosio-ekonomiese kwessies soos geïdentifiseer in VRAAG 4.2.1. (6)

4.3 Evalueer die redes waarom besighede betrokke raak in invloedwerwing. (6)

BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

4.4 Brei uit oor die betekenis van publisiteit. (4)

4.5 Beskryf kortliks die doel van verkoopspromosies. (6)

4.6 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg:

DROOM JUWELIERS (DJ)

Josh en Danny is twee werknemers van Droom Juweliers. Josh word vergoed volgens die aantal ure wat aan die werk bestee word en Danny volgens die aantal ringe wat gemaak word. DJ maak seker dat hulle produksiebeplanning doen, voordat die werklike produksie begin.

4.6.1 Identifiseer TWEE salarisbepalings metodes wat DJ gebruik in die bostaande scenario. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)

Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 4.6.1 TE ANTWOORD.

SALARISBEPALINGS METODES	MOTIVERINGS
Josh	
Danny	

4.6.2 Adviseer die bestuur van DJ oor die voordele van produksiebeplanning. (4)
[40]

TOTAAL AFDELING B: [80]

AFDELING C

VRAAG 5: BESIGHEIDSOMGEWINGS

Werkgewers en werknemers gebruik die bepalings van die Wet op Arbeidsverhoudinge om hulle te lei om vrede en harmonie in die werkplek te verseker. Die vakbonde en werkgever organisasies moet voorkomende maatreëls instel om onnodige stakings in die werkplek te voorkom. Besighede moet goed vertrouwd wees met tipes nywerheidsaksies.

Skryf 'n opstel oor die Wet op Arbeidsverhoudinge en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge
- Verduidelik TWEE tipes nywerheidsaksies, behalwe stakings.
- Bespreek die negatiewe impak van stakings op besighede.
- Adviseer besighede oor die funksies van vakbonde.

[40]

OF

VRAAG 6: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

Suksesvolle besighede gebruik eksterne werwingsmetode om geskikte werknemers te werf. Hulle volg die korrekte seleksieprosedure en verseker dat die onderhoudvoerder weet wat sy/haar rol is tydens onderhoud. Die menslike hulpbronsfunksie moet voldoen aan die vereistes van die Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) wanneer aanstellings gemaak word.

Skryf 'n opstel oor die menslike hulpbronsfunksie en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die werwingsprosedure.
- Verduidelik die seleksieprosedure as deel van die menslike hulpbronaktiwiteite.
- Bespreek die rol van die onderhoudvoerder tydens 'n onderhoud.
- Adviseer die menslike hulpbronbestuurder oor die implikasies van die Wet op Gelyke Indiensneming met die maak van aanstellings.

[40]

TOTAAL AFDELING C

[40]

GROOTTOTAAL

[150]

NOVEMBER EKSAMENVRAESTEL 2

PUNTE: 150

TYD: 2 UUR

Instruksies en inligting

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye

Lees die volgende instruksies noukeurig voordat jy die vrae beantwoord.

- Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings en dek TWEE hoofonderwerpe.
AFDELING A: VERPLIGTEND
AFDELING B: Bestaan uit DRIE vrae.
Beantwoord enige TWEE van die drie vrae in hierdie afdeling.
AFDELING C: Bestaan uit TWEE vrae.
Beantwoord enige EEN van die twee vrae in hierdie afdeling.
- Lees die instruksies by elke vraag noukeurig en neem kennis van wat vereis word. LET WEL: SLEGS die eerste TWEE vrae in AFDELING B en die EERSTE vraag in AFDELING C sal gemerk word.
- Nommer die antwoorde korrek volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is. Geen punte sal toegeken word vir antwoorde wat verkeerd genommer is nie.
- Tensy instruksies anders gegee word, moet alle vrae in vol sinne wees.
- Gebruik die puntetoekenning by elke vraag om die aard van elke vraag asook die lengte en diepte van die antwoord te bepaal.
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n gids vir punte- en tydtoekenning wanneer jy die vraag beantwoord.

AFDELING	VRAAG	PUNTE	TYD
A Objektiewe-tipe vrae VERPLIGTEND	1	30	30 minute
B DRIE Direkte/indirekte tipe vrae KEUSE (Beantwoord enige TWEE.)	2	40	30 minute
	3	40	30 minute
	4	40	30 minute
C TWEE opsteltipe vrae KEUSE (Beantwoord enige EEN.)	5	40	30 minute
	6	40	30 minute
TOTAAL		150	120 minute

- Begin die antwoord van ELKE vraag of 'n NUWE bladsy, byvoorbeeld VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy, ens.
- Jy mag 'n nie-programeerbare sakrekenaar gebruik.
- Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

- 1.1** Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde vir die volgende vrae. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A – D) langs die vraagnommer (1.1.1 – 1.1.5) in jou ANTWOORDBOEK, BYVOORBEELD 1.1.6 D.

1.1.1 Besighede kan kreatiewe denke in die werkplek bevorder deur ...

- A** salarisverhoging vir werknemers
- B** gebruikmaking van kundiges se dienste
- C** aanmoeding van spanwerk
- D** plasing van voorstellehouers oral in die werkplek

- 1.1.2** Die ondernemingsvorm waar die eienaar(s) belasing in hul persoonlike hoedanigheid betaal.
- A** Privaat en publieke maatskappye
 - B** Beslote korporatasie ven vennootskappe
 - C** Vennootskappe en privaat maatskappye
 - D** Eenmansaak en vennootskap
- 1.1.3** 'n Agt stappe sisteem vir die bestuur van verandering is ontwikkel deur ...
- A** Meredith Belbin.
 - B** John P. Kotter.
 - C** Kurt Lewin.
 - D** Margerison-McCann.
- 1.1.4** Watter EEN van die volgende word beskou as onetiese bemerking?
- A** Adverteer slegs in die Sondagkoerant
 - B** Adverteer slegs op televisie
 - C** Gee misleidende name aan goedere
 - D** Adverteer jou produk as die beste op die mark
- 1.1.5** Die ... spandinamika teorie definieer spanrolle in terme van die bydrae wat elke spanlid tot die span kan maak.
- A** Jung se teorie
 - B** Margerison-McCann
 - C** MTR-I- benadering
 - D** Belbin-rol-teorie (5 × 2) (10)

1.2 Voltooi die volgende stellings deur die woord(e) in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.2.1 – 1.2.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

kreatiewe denke; probleemoplossing; organisatoriese kultuur; besigheidsgroei;
 plakkaat; strooibiljet; inisiële; oprigtingskoste; sekondêre; tantieme

- 1.2.1** 'n Proses om die regte strategie te vind om op besigheidsuitdagings te reageer, word genoem ...
- 1.2.2** Jonny Handelaars oorweeg die ... as hulle beplan om deurlopende opleiding toe te pas om te verseker dat werknemers opgelei sal bly, voordat hulle begin.
- 1.2.3** Die deurlopende fooi wat aan die eienaar van 'n bate betaal moet word vir die gebruik van sy handelsmerk staan bekend as ...
- 1.2.4** Die gebruik van teksraampies indien spasie dit toelaat, moet oorweeg word as 'n ... ontwerp word.
- 1.2.5** Mbezi Hardeware reik 'n ... aanbod uit as hulle die publiek uitnooi om addisionele aandele te koop. (5 × 2) (10)

1.3 Kies die regte beskrywing uit KOLOM B wat pas by die term in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A – J) langs die vraagnommer (1.3.1 – 1.3.2) in die ANTWOORDBOEK neer, bv. 1.3.6.K.

KOLOM A	KOLOM B
1.3.1 Die regte benadering	A Die besigheidspraktyk om 'n derde party te huur om sekere dienste te verrig.
1.3.2 Roetine denke	B 'n Formele geskrewe klagte gerig aan die senior bestuurder
1.3.3 Uitkontraktering	C Staafgrafieke wat die datums vir aanvang en einde van projekte aantoon.
1.3.4 Tydlyne	D 'n Verskil tussen twee partye
1.3.5 Konflik	E Maak gebruik van vorige besluite om hulle te lei in besluitneming.
	F Ranskik beide vorige en toekomstige verwagte gebeurtenisse van die projek in volgorde.
	G 'n Lisensie om die naam en idee te gebruik van 'n bestaande besigheid.
	H Verkenning van nuwe idees om dinge beter te doen.
	I Behandel alle kliënte en werknemers met respek en waardigheid.
	J Besigheid se waardes en etiese beginsels is in lyn met die van die gemeenskap.

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A

[30]

AFDELING B

VRAAG 2: BESIGHEIDSGELEENTHEDE

- 2.1 Stel VYF aspekte wat ingesluit moet word in 'n prospektus. (5)
- 2.2 Beskryf kortliks die kontraktuele implikasies van huur as een van die verkrygings van 'n besigheidsonderneming. (6)
- 2.3 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg.

KASIVE PENDELDIENS (KP)

Kaley en Sive het so pas 'n nuwe besigheid begin bekend as Kasive Pendeldiens. Kaley en Sive het 'n aksieplan opgestel vir hul besigheid. Hulle het die take gelys wat verrig moet word. Hulle het ook besluit wat die spertyd vir elke aktiviteit is. Kaley en Sive voer gereeld kontroles uit om te sien of vordering gemaak word.

- 2.3.1 Haal DRIE stappe aan wat KP gebruik het om die aksieplan op te stel. (3)
- 2.3.2 Verduidelik die stappe wat KP moes gevolg het met die opstelling van die aksieplan. (4)
- 2.4 Verduidelik redes waarom entrepreneurs kan besluit om 'n bestaande besigheid te koop. (6)
- 2.5 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vrae wat volg. (6)

KASIVE PENDELDIENS (KP)

Kaya en Sive het seker gemaak dat die verskillende aktiviteit volgens plan verloop om hul doelwitte te bereik. Hulle het kostes verminder en utsette vermeerder om sodoende wins te maksimeer. Hulle wil ook die besigheidsinligting aan die verskillende belanghebbendes aanbied.

- 2.5.1 Identifiseer TWEE aspekte wat KP in oorweging geneem het toe hulle die besigheid begin het. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario. (6)
- Gebruik die tabel as 'n GIDS om VRAAG 2.5.1 te antwoord.

ASPEKTE VIR OORWEEG BY STIGTING VAN BESIGHEID	MOTIVERINGS
1.	
2.	

- 2.5.2 Adviseer KP oor die belangrikheid van die aanbieding van besigheidsinligting. (4)
- 2.6 Bespreek enige TWEE voordele van die stigting van 'n maatskappy teenoor ander ondernemingsvorme. (6)
- [40]**

VRAAG 3: BESIGHEIDSROLLE

- 3.1 Definieer die betekenis van kreatiewe denke. (2)
- 3.2 Identifiseer die probleemoplossings tegniek in ELKEEN van die volgende stellings:
- 3.2.1 Papier Handelaar wil die struktuur van hulle onderneming verander en het die voordele en nadele gelys. (4)
- 3.2.2 Hulle het kundiges versoek om 'n vraelys in te vul oor hoe om die besigheid se komplekse probleme op te los. (4)
- 3.3 Beskryf kortliks maniere waarop Papier handelaars EEN van die PROBLEEMOPLOSSINGS TEGNIEKE wat in VRAAG 3.2 geïdentifiseer is, op te los. (6)
- 3.4 Bespreek die voordele van kreatiewe denke in die werkplek. (6)

3.5 Lees die onderstaande scenario en antwoord die vra wat volg:

NZAMO GELEENTHEDE (NG)

Carmine, een van Nzamo Geleentehede se werknemers ly aan werksverwante stres. Sy werk baie lang ure sonder om pouses te neem. Carmine neem altyd werk huis toe om haar dagtake af te handel. Sy het nie goeie verhoudinge met haar kollegas wat ander oortuigings en waardes as sy het nie. Carmine se baas is onbevoeg om die konflik in die werkplek te hanteer. Die bestuur van NG wil John P Kotter se 8 stappe van die bestuur van verandering in die werkplek toepas.

- 3.5.1 Haal DRIE oorsake van Carmine se stressors aan uit die scenario. (3)
 - 3.5.2 Brei uit oor die betekenis van stres. (4)
 - 3.5.3 Verduidelik die belangrikheid van die bestuur van stres in die werkplek. (6)
- 3.6 Beskryf enige TWEE fases van spanontwikkeling. (6)
- [40]**

VRAAG 4: VERSKEIE ONDERWERPE

BESSIGHEIDSGELEENTHEDE

- 4.1 Brei uit oor die betekenis van Memorandum van Inkorporasie. (4)
- 4.2 Identifiseer die ondernemingsvorm in ELKEEN van die onderstaande stellings:
 - 4.2.1 Mabuse Bpk vervaardig eksklusiewe meubels.
 - 4.2.2 Rose se Skoonheidsalon spesialiseer in manikure en pedikure.
 - 4.2.3 Petersen en Delaware Prokureurs bied hulp aan hul kliënte vir siviele sake. (6)
- 4.3 Verduidelik die voordele van die ondernemingsvorm soos geïdentifiseer in VRAAG 4.2.1. (4)
- 4.4 Bespreek TWEE bronne van befondsing. (6)

BESIGHEIDSROLLE

- 4.5 Noem VIER oorsake van konflik in die werkplek. (4)
- 4.6 Identifiseer die teorie van etiek wat Musa Konsultante in ELKEEN van die stellings hier onder toepas:
 - 4.6.1 Musa Konsultante baseer hul besluit of iets gedoen moet word, op die verwagte resultaat van die aksie.
 - 4.6.2 Hulle behandel hulle werknemers met respek en integriteit. (4)
- 4.7 Lees die stelling hier onder en antwoord die vrae wat volg. (6)

Die Suid-Afrikaanse burgers het die reg tot Vryheid van spraak en uitdrukking. Hulle het ook die reg tot respek en waardigheid. Baie Suid-Afrikaners beoefen hulle reg tot Vryheid van denke en geloof.

- 4.7.1 Verduidelik die verantwoordelikhede van Suid-Afrikaanse burgers van die regte wat in die bostaande stelling genoem is. (6)
- Gebruik die onderstaande tabel as 'n GIDS om VRAAG 4.7.1 te antwoord.

REGTE VAN BURGERS	VERANTWOORDELIKHEDE
1. Vryheid van spraak en uitdrukking	
2. Reg tot respek en waardigheid	
3. Vryheid van denke en geloof	

- 4.8 Adviseer besighede oor die funksies van vakbonde. (6)
- [40]**

TOTAAL AFDELING B: [80]

AFDELING C

VRAAG 5: BESIGHEIDSGELEENTHEDE

Deur aanbiedings van besigheidsinligting verseker besighede dat inligting met alle belanghebbendes gedeel word. 'n Effektiewe aanbieding word voorafgegaan deur inagneming van sekere faktore. Visuele hulpmiddele kan gebruik word om die gehalte van die aanbieding te verbeter. Aan die einde van 'n aanbieding moet daar op 'n gepaste wyse met die terugvoer gehandel word.

Skryf 'n opstel oor die aanbieding van inligting en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Brei uit oor die verskille tussen verbale en nie-verbale aanbiedings.
- Verduidelik die faktore wat aanbieders moet oorweeg as hulle voorberei vir 'n aanbieding.
- Bespreek die volgende visuele hulpmiddele om die gehalte van aanbiedings te verbeter:
 - Transparante
 - Uitdeelstukke
- Adviseer die aanbieder oor hoe om terugvoer te hanteer aan die einde van die aanbieding op 'n nie-agressiewe en professionele wyse.

[40]

OF

VRAAG 6: BESIGHEIDSROLLE

Etiese en professionele gedrag in die werkplek word aangemoedig. Besighede verwag van werknemers om gelei te word deur hulle morele kompas wanneer hulle besluite neem. Besighede moet seker maak dat hul dag-tot-dag bedrywighede uitgevoer word op 'n etiese en professionele wyse om sodoende volhoubaarheid vir die besigheid te verseker.

Skryf 'n opstel oor professionalisme en etiek en gee aandag aan die volgende aspekte:

- Beskryf kortliks die verskille tussen professionalisme en etiek.
- Verduidelik enige VIER beginsels van professionalisme en etiek.
- Bespreek die voordele wanneer 'n besigheidsonderneming eties bedryf word.
- Beveel maniere aan waarop professionele, etiese en effektiewe besigheidspraktyke uitgevoer moet word.

[40]

TOTAAL AFDELING C

[40]

GROOTTOTAAL

[150]

WOORDELYS

A

Aandele is een van 'n aantal gelyke dele waarin die maatskappy se kapitaal verdeel word, wat die houer daarvan geregtig maak op 'n gedeelte van die wins.

Aanspreeklikheid om die direkteure en amptenare verantwoordelik te hou teenoor die aandeelhouders vir hulle besluite en aksies

Aflegging die vermindering van die aantal werkers in reaksie op ekonomiese probleme om sodoende die bedryfskoste te verminder.

Afroomprys 'n besigheid vra aanvanklik die hoogs moontlike prys wat verbruikers sal betaal, en verminder dan geleidelik die pryse oor 'n tydperk.

Aftakelend is iets wat uitputtend/dreinerend/vermoeiend is.

Agente is die mense/besighede wat betrokke is in die bemarkingsproses

Aksieplan 'n Kontrolelys van die stappe wat geneem moet word om die gestelde doelwite te bereik.

Aktiveer maak dit moontlik vir mense om aan die gang te kom.

Algemene welsyn-benadering verwys na aksies wat geneem word of beleide wat in plek gesit word om nie slegs 'n sekere goep individue te bevoordeel nie, maar die hele gemeenskap

Arbeidsbeperkings arbeidswette wat ingestel word deur die regering om die uitbuiting van werknemers in die werkplek te verhoed.

B

Bedrywighede die verskillende aktiwiteite wat besighede gebruik om hul doelwitte te bereik en suksesvol te wees.

Beeld die algemene indruk wat die publiek het van 'n persoon, organisasie, of produk .

Begrafnisvoordele spesiale voordele soos 'n kontantbetaling wat die werkgewer uitbetaal in die geval van afsterwe van die werknemer.

Belanghebbende party wat 'n belang het in 'n maatskappy en hulle kan die besigheid affekteer, of deur die besigheid geaffekteer word.

Bemarking aktiwiteite wat 'n onderneming onderneem om die koop en verkoop van 'n produk of diens te bevorder.

Bemarkingskommunikasie sluit in hoe produkte of dienste gekommunikeer word aan die teiken- mark.

Beperkte aanspreeklikheid die tipe wetlike struktuur van die organisasie waarvolgens die eienaar(s) se aanspreeklikheid

vir skuld/verliese van die besigheid nie die bedrag wat die eienaar(s) in die besigheid geïnvesteer het, sal oortref nie.

Besigheids groei die uitbreiding van die grootte van die besigheid.

Besigheidsplan 'n formele geskrewe dokument wat die doelwitte van 'n besigheid beskryf asook die metodes hoe om die doelwitte te bereik.

Besigheidspraktyk enige strategie of aktiwiteit wat deur die besigheid gebruik word om sy operasionele doelwitte te bereik.

Besigheidsverslae formele geskrewe dokumente wat die feitelike inligting uitlig aan die belanghebbendes van 'n besigheid.

Bestuur van besigheidsverwante krisis onbeplande situasies wat in die dag-tot-dag bedrywighede van die besigheid opduik en wat hanteer moet word.

Bestuur van verandering is 'n proses wat organisasies gebruik om die proses van verandering te fasiliteer en te implementeer deur middel van interne en eksterne prosesse.

Bevolkings groei die koers waarteen die bevolking in die land toeneem.

Blaaiborde 'n groot stuk papier wat sodanig gebind is dat dit aan die bo-kant omgeblaai kan word om die volgende bladsy te vertoon, en word gebruik saam met 'n staander.

Bosbou die industrie wat bome aanplant, versorg en die woude bestuur.

Bruto salaris verwys na die werknemer se salaris voordat enige aftrekkings gemaak word.

Buitelandse bemarking invoere en uitvoere wat die omvang van potensiële kopers insluitend internasionale kopers verhoog. Besighede moet prosesse en sisteme in plek kry wat in lyn is met internasionale regulasies oor hoe produkte aan buitelandse kopers bemark mag word.

Burgerlike samelewing die kollektiewe naam wat gegee word aan organisasies en verenigings wat nie deel is van die regering nie.

Burgerskap die status van 'n persoon om deel te wees van 'n land met al die regte, voorregte en verpligtinge.

Bydrae marge is die aanduiding van hoeveel elke eenheid bygedra het tot die vaste koste

C

COIDA Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -Siektes (WVBBS) (No. 61 van 1997)

D

Demografie die kenmerke van die bevolking soos ouderdom, geslag, ras, opvoedkundige agtergrond, inkomstevlakke, ens.

Diagramme illustrasies van inligting deur die gebruikmaking van tegniese visualisering.

Direkte distribusie laat die vervaardiger/diensverskaffer toe om direk te onderhandel met die eindverbruiker.

Direkteure mense wat verkies is tot die raad van 'n maatskappy deur die aandeelhouders om die aandeelhouders se belang te verteenwoordig.

Distribusie hoe die besigheid sy produkte tot by die verbruiker neem.

Drievoudige basislyn daar is DRIE sleutelaspekte vir besighede om verantwoordelik op te tree en volhoubaar te wees – Planeet, Mense en Wins/Profyt.

E

Enmansaak 'n besigheid word besit en beheer deur een persoon wat alle besluite neem, alle verantwoordelikhede dra en alle winste van die besigheid kry.

Ekonomiese misdaad wanneer geld bekom word op 'n onwettige wyse vir persoonlike gewin.

Eksterne werwing die proses om die geskikte kandidaat buite die organisasie te soek om die vakante posisie te vul.

Entrepreneur iemand wat 'n besigheidsidee omskep in 'n sakeonderneming.

Etiëk verwys na die morele beginsels wat 'n persoon se gedrag bepaal, of die morele beginsels wanneer enige aktiwiteit uitgevoer word.

Etiese en effektiewe sakepraktyke Skepping van 'n kultuur waar werknemers alle belanghebbendes in ag neem – terwyl hulle hulle die etiese en wetlike verpligtinge in ag neem – besluite neem en sodanig optree dat dit sal lei tot 'n volhoubare besigheid.

Etiese perspektiewe 'n individu se vermoë om 'n etiese dilemma te hanteer deur gebruik te maak van sy/haar verwysingsraamwerk en morele kompas om 'n geskikte oplossing te vind.

Etiese sakepraktyk 'n Kultuur in die besigheid bepaal die verskil tussen goeie en slegte besluite, terwyl etiëk gaan oor die keuse tussen reg en verkeerd, en die keuse om te doen wat reg is.

Etiese wangedrag Moreel onaanvaarbare gedrag binne die besigheid.

F

Franchise-gewer is 'n persoon of maatskappy wat die besigheidsmodel besit verwant aan 'n spesifieke handelsmerk.

Franchise-nemer betaal 'n vasgestelde bedrag en hou hom aan sekere verpligtinge.

Franchise 'n Konsessieszaak of franchise-onderneming is 'n tipe onderneming waar 'n konsessie-eienaar (franchise-gewer) 'n lisensie om 'n handelsmerk en beproefde besigheidsmetodes te gebruik aan 'n konsessiehouer (franchise-nemer) toestaan in ruil vir herhaalde betalings en gewoonlik ook 'n persentasie van die omset of wins en jaarlikse fooie.

G

Gantt-kaart 'n horisontale staafgrafiek wat visuele tydlyne van geskeduleerde take aandui.

Gebeurlikheid is 'n voorsiening vir 'n moontlike gebeurte of omstandighede.

Gedragkode is 'n stel reëls en verantwoordelikhede van 'n organisasie of besigheid waarby die werknemers moet hou.

Gehalte bestuursisteme 'n raamwerk wat die besigheid gebruik om alle sleutelprosesse te bestuur en sodoende te verseker dat dit voldoen aan die vereiste standaarde

Gehaltebeheer sluit in inspeksies van die finale produk om seker te maak dat dit voldoen aan die vereiste standaarde.

Gekoester word aangemoedig om te streef na die behoud van 'n spesifieke verhouding.

Geleentheid gapings in die mark waarmee 'n entrepreneur geld sal kan maak.

Gemeenskapsgebaseerde organisasies (GBOs) mense vorm vrywillige groepe om dienste te lewer op plaaslike vlak.

Genereer van idees 'n proses waar verskillende kreatiewe vaardighede soos dinkskrum of breinkaarte toegepas word om nuwe idees te ontwikkel

Globalisering wanneer besighede hul bedrywighede uitbrei na ander lande.

Goeie bestuur daardie proses en instellings wat goeie resultate lewer om te voldoen aan die behoeftes van die gemeenskap, terwyl hulle die beste gebruik maak van die hulpbronne tot hulle beskikking.

Grafieke diagramme wat die verhouding toon tussen twee of meer stelle syfers aandui.

Grief 'n Bekommernis of klagte by die werk wat ontstaan a.g.v. byvoorbeeld diskriminasie of onbillike werkslading.

Grondgebied 'n area of land onder die jurisdiksie van 'n regeerder of staat

Guerrilla bemarking 'n onkonvensionele, lae koste vorm van bemarking wat gemik is op maksimum blootstelling vir die produkte/dienste van die besigheid.

H

Handelsmerk 'n naam/unieke simbool wat aan 'n produk gegee is deur die vervaardiger van die produk wat die spesifieke handelsmerk/besigheid beskerm .

Hartlik op 'n vriendelike wyse

Hoë personeelomset die tempo waarteen werknemers by die onderneming aansluit en dit verlaat.

Huurder 'n Persoon wat die eiendom of grond huur by die verhuurder. Die huurder, ook genoem 'n pagter (in die ou dae), moet voldoen aan sekere vereistes soos gestipuleer in die huurkontrak.

I

Ideologië idees en ideale, veral een wat die basis vorm van ekonomiese of politiese teorieë en beleid

Induksie die proses waar die suksesvolle kandidaat bekend gestel word aan die nuwe werkplek en kollegas.

Inflasie 'n algemene verhoging in die pryse van goedere en dienste

Infrastruktuur die fisiese strukture en fasiliteite van die besigheid byvoorbeeld, die gebou

Inligting bestuur die versameling, berging en verspreiding van inligting.

Innoverend 'n nuwe/uitsonderlike idee wat omskep word in 'n alledaagse realiteit

Inspeksie sluit in die kontrole van die gehalte van die proses en die finale produk

Interafhanklik besighede is interafhanklik, en het mekaar nodig om hul verantwoordelikhede uit te voer sodat die besigheid effektief kan funksioneer. Besigheidsektore is ook afhanklik van mekaar.

Interne werwing die proses waar die geskikte kandidaat binne die organisasie gewerf word om die vakante posisie te vul.

Interskakeling daar is 'n verwantskap tussen sektore en hulle is geskakel aan mekaar

Interverwant besighede is interverwant en gekoppel aan ander besighede.

Invoedwerwing beighede poog om reguleerders/regering te beïnvloed ten opsigte van wette/regulasies.

K

Keerdatum is die laatste tydstip/datum waarop voltooid werk ingehandig kan word.

Kliënt gefokus ontwikkel produkte of dienste met die kliënt in gedagte

Kliëntebasis Die bestaande kliënte van die besigheid. Suksesvolle besighede het 'n lojale kliëntebasis wat altyd

hul goedere/dienste koop. 'n Lojale kliëntebasis is bestaande kliënte wat slegs by die betrokke besigheid koop en nie by sy mededingers nie.

Konflik dit is verskille of onenigheid of disharmonie of botsings tussen persone.

Konflikbestuur die planne wat ons maak om konflik te voorkom of op te los.

Konsensus is 'n situasie (konsensus word bereik of daar bestaan konsensus), wanneer almal in groep saamstem oor 'n besluit wat geneem is na 'n bespreking. Niemand is gekant daarteen nie.

Konsekwensiële teorie is 'n teorie wat die reg en verkeerd van 'n aksie baseer op die konsekwensies van die aksie.

Kontemporêre wetgewing huidige wette wat deur die regering ingestel is om bedrywighede van besighede in die land te reguleer.

Kontemporêre teorie 'n teorie wat bepaal dat daar nie 'n vaste/bepaalde model is om besighede te bestuur nie, omdat daar gedurige evolusie/verandering plaasvind in 'n besigheid.

Kontinuiteit hou aan om voort te bestaan, selfs as 'n verandering van eienaarskap plaasvind, byvoorbeeld, as 'n lid of aandeelhouer aftree.

Kontrakte verwys na formele, wettige, bindende ooreenkomste tussen twee mense of tussen 'n werkgewer en 'n werknemer.

Kontrasterend iets verskil van iets anders

Kopiereg die reg om die eienaar se intellektuele eiendom te beskerm om sodoende die onwettige gebruik daarvan te verhoed.

Korporatiewe bestuur die struktuur of reëls, praktyke en prosesse wat gebruik word om die rigting aan te dui vir bestuur in die onderneming.

Korrupsie dit vind plaas deur oneerlike saketransaksies soos omkoperij.

Koste 'n bedrag wat betaal of spandeer moet word om iets te koop of te verkry.

Kostebesparing die planne wat besighede beraam om te sny op die koste/uitgawes van die besigheid.

Kragveldanalise 'n Probleemoplossingstegniek wat gebaseer is op die aanname dat daar kragte vir en kragte teen is wat 'n situasie beïnvloed.

Kreatiewe denke die vermoë om te dink aan oorspronklike, verskillende, of nuwe idees wat toegepas kan word in situasies wat oplossings vereis.

Kreatiwiteit kom navore met nuwe idees, of om dinge op 'n nuwe manier te doen.

Kredietrisiko 'n kredietverskaffer sal altyd in aanmerking neem hoe veilig sy/haar belegging is, deur te kyk na faktore wat die terugbetaling van die skuld in gevaar stel.

Krisisbestuur die proses wat 'n besigheid gebruik om 'n noodsituasie te hanteer.

Kundiges is mense wat beskik oor baie kennis en vaardighede van 'n spesifieke area/veld.

L

Lading die proses om werk te verdeel tussen werkers en masjiene

Lokaaspryse 'n spesifieke verkooptaktiek wat verbruikers lok met spesifieke stellings oor die gehalte of lae pryse van produkte of dienste.

M

Maatskappy met persoonlike aanspreeklikheid 'n vrywillige assosiasie van een of meer persone waar die huidige of vorige direkteure, gesamentlik en afsonderlik aanspreeklik is vir die skulde.

Maatskappy 'n maatskappy is 'n regspersoon wat die kapasiteit en magte het om onafhanklik te funksioneer.

Mededingende pryse is die proses om 'n strategie te kies waar pryse van produkte of dienste vasgestel word, gebaseer op die pryse van die van mededingers.

Mededinging besighede wat dieselfde/soortgelyke goedere of dienste lewer.

Monopolie 'n markstruktuur wat gekenmerk word deur 'n enkele verkoper wat unieke produkte in die mark verkoop.

Monopolistiese mededinging Dit is 'n markstruktuur wat gekenmerk word deur baie ondernemings wat soortgelyke, maar nie identiese produkte verkoop nie, waardeur die maatskappye teen ander faktore benewens prys meeding. Monopolistiese mededinging word soms onvolmaakte mededinging genoem, omdat die struktuur van die mark tussen suiwer monopolie en suiwer mededinging is.

Moraal die vertroue, entoesiasme en dissipline wat 'n persoon of groep op 'n sekere tydstep het.

Morele kompas is 'n persoon se vermoë om te besluit wat is reg en verkeerd en daarvolgens op te tree.

Mynbou die onttrekking van waardevolle minerale en metale soos steenkool, diamante, goud, silwer, platinum, koper, tin en yster.

N

Nepotisme Die praktyk waar mense met mag of invloed dit misbruik om voorkeur te gee aan familie en vriende veral om hulle in sekere poste aan te stel /te laat aanstel.

Netto salaris verwys na die geld wat die werknemer huis toe neem, nadat alle aftrekkings gemaak is.

Netwerking verwys na die situasies waar die besigheid inligting deel en professionele kontakte opbou tot voordeel van al die lede van die netwerk.

Nie-konvensionele oplossings oplossings wat verkry word deur die gebruik van kreatiewe denke.

Nie-regerings organisasies (NGOs) mense wat hulself groepeer in 'n organisasie om pligte in die gemeenskap te verrig wat nie deur die regering gedoen word nie.

Nie-verbale aanbiedings die aanbieding van inligting aan die gehoor sonder om gesproke woorde te gebruik.

Nie-winsgewende maatskappye 'n assosiasie wat nie vir winsbejag geïnkorporeer is nie.

Normfase die derde fase van spanontwikkeling. 'n Span beweeg in die normfase in as hulle begin om meer effektief as 'n span saam te werk.

Nywerheidsaksie protesaksie wat deur werkers geneem word wanneer hulle versoeke nie deur die werkgever toegestaan word nie.

Nywerheidsaksie verwys na wanneer werknemers met opset sloer, hulle samewerking weerhou, sekere produkte boikot of 'n sitbetoging hou as deel van 'n poging tot passiewe oorname.

O

Oligopolie 'n marktoestand van beperkte kompetisie waar die mark verdeel word tussen 'n klein aantal vervaardigers of verkopers wat die mark oorheers.

Omhels om 'n geloof, teorie, geleentheid doelbewus en entoesiasies aan te gryp.

Omkopery beteken dat geld betaal word aan 'n persoon om hom/haar te beïnvloed

Onbeperkte aanspreeklikheid die eienaars van die besigheid en die vennote dra die volle wetlike verantwoordelikheid vir alle skulde van die besigheid.

Onderhoudsproses hierdie proses vind plaas tussen die werkgever en die voornemende kandidaat voor indiensneming om te bepaal of die kandidaat geskik is vir die vakante posisie.

Onderhoudvoerder die individu wat die onderhoud voer met die voornemende kandidaat.

Ondernemingsvorm die wetlike posisie van die besigheid en die wyse waarop dit besit word.

Ontlok 'n respons veroorsaak deur 'n spesifieke aksie, respons of geleentheid wanneer mense saamwerk.

Onwettige reproduksie (piracy) goedere word onwettig nageboots en verkoop sonder die toestemming van die geregistreerde eienaar.

Oorname dit gebeur wanneer 'n maatskappy die beheer/ eienaarskap van 'n ander maatskappy oorneem deur die meerderheid aandele te koop.

Oproep tot aksie 'n spesifieke stelling wat gebruik word in bemarking wat verbruikers/kliënte aan te moedig om vining oor te gaan tot aksie.

Opvolg die proses waarmee die besigheid seker maak dat die skedulering en produksieprosesse volgens plan verloop.

Oudit 'n proses waarby 'n organisasie se finansiële rekeninge gekontroleer word om seker te maak dat finansiële bedrywighede eerlik uitgevoer word.

P

Passie 'n sterk geloof in iets hê en entoesiasme toon om die beste uitkoms te verkry

Patent 'n eksklusiewe reg word aan die eienaar van die uitvinding deur die regering gegee vir 'n beperkte tyd van twintig jaar.

Penetrasie 'n groeistrategie waarvolgens daar 'n toename van die verkope van 'n bestaande produk in 'n bestaande mark bewerkstellig word.

Pensioenfonds is 'n fonds bestaan uit bydraes van die werkgewer en die werknemer sodat die werknemer 'n pensioen sal ontvang na aftrede.

Personelafslag is voordele wat aan werknemers toegestaan word as 'n addisionele deel van hulle vergoedingspakket.

Plakkate 'n groot vel papier/karton wat sekere produkte of gebeurtenisse bemark, en gebruik kan word in openbare plekke soos teen pale/mure.

Plasing gekose kandidate word op plekke geplaas/posisies aangestel, waar hulle optimaal sal funksioneer en waarde toevoeg tot die besigheid.

Prestasiefase die vierde fase van spanontwikkeling. Die span funksioneer op die hoogste vlak van prestasie en groei.

Prestasie-gebaseerde insentiewe word betaal aan werknemers wanneer hulle meer as die verwagte prestasie gelewer het tydens die jaar se diens.

Primêre sektor hanteer die ontginning van grondstowwe en natuurlike hulpbronne.

Privaat maatskappy 'n vrywillige assosiasie van een of meer mense waar aandele nie aan die publiek aangebied mag word nie.

Pro bono beteken om iets te doen tot voordeel van die publiek sonder vergoeding.

Probleemoplossingsvaardighede vaardighede en vermoëns wat individue gebruik om probleme binne 'n gegewe tydraamweerk op te los.

Produkbeleid die eerste komponent van die bemarkingsresep. Dit verduidelik hoe besighede 'n nuwe produk gaan ontwikkel asook die verpakking van produkte.

Produksiebeheer die bestuur van elke individuele taak en aksie in die produksieproses wat die beste resultate sal verseker

Produksiebeplanning die plan wat gebruik word in die produksieproses wat koste en tyd sal verminder en uitset sal vermeerder

Produktiwiteit die doeltreffendheid van produksie in terme van die uitsetkoers per eenheid van inset.

Professionalisme Wanneer mense met spesifieke vaardighede en vermoëns, hulle kennis toepas in 'n spesifieke werk of taak.

Prospektus 'n dokument wat die publiek uitnooi om sekuriteite of aandele te koop.

Prysbeleid verwys na hoe die besigheid die pryse van produkte vasstel gebaseer op koste, vraag en mededinging.

Psigografie verbruikers se houding, belangstellings, menings en leefstyle.

Publieke maatskappy 'n Publieke maatskappy is 'n vrywillige assosiasie van EEN of meer persone, volgens die Maatskappywet (No. 71 van 2008), geïnkorporeer in terme van die Memorandum van Inkorporasie (MOI).

R

Regeringstenders 'n persoon of maatskappy verskaf goedere en dienste en die regering moet die ooreengekome prys betaal op die tyd soos bepaal.

Regstellende maatreëls sluit enige aanpassing in die beplanningsproses in.

Regstelling om 'n ongewenste of onregverdigde situasie reg te stel.

Regte benadering hierdie benadering bepaal dat ons waardigheid gegrond is op ons vermoë om vryelik te kies hoe ons ons lewens wil leef en dat ons ook 'n morele reg het op ons keuses om gerespekteer te word as vrye, gelyke en rasonale mense, maar ook die morele plig het om ander op dieselfde wyse te respekteer.

Regte die voorregte van iemand volgens morele en wetlike aanspraak om te iets besit of iets te doen.

Risiko's word geklassifiseer as onvoorsiene gebeurtenisse wat 'n negatiewe impak op 'n besluit mag uitoefen.

Roetebepaling die bedrywighede of prosesse om te bepaal wat die beste en goedkoopste volgorde vir bedrywighede sal wees

Roetine denke 'n reeks stappe wat gevolg word om dinge op dieselfde manier te doen.

Rou of ontbindingfase die vyfde fase van span ontwikkeling. Die ontbindingfase kom voor aan die einde van die projek wanneer die span hul werksaamhede afrond en gereed maak om te ontbind en verskillende rigtings in te slaan.

S

SABS die Suid-Afrikaanse Buro vir Standaard, 'n beheerliggaam wat standaard in Suid-Afrika bevorder en beheer

Salarisse 'n vaste maandelikse betaling word gemaak deur 'n werknemer in ruil vir werk gedoen.

Samesmelting wanneer twee of meer besighede hul hulpbronne saamvoeg om 'n nuwe besigheid te vorm.

Samevattende 'n opsommende verklaring of stelling.

Samewerkend verwys na hoe verskillende mense saamwerk om 'n taak te voltooi.

Sekondêre sektor betrokke by die proses om die grondstowwe om te skakel in voltooide en half-voltooide produkte.

Seksuele teistering ongevraagde seksuele opmerkings of aanrakings wat 'n persoon ongemaklik laat voel.

Sekuriteite aandele en effekte wat deur 'n maatskappy uitgegee word.

Seleksie beteken om die kandidate se kwalifikasie en opleiding te verifieer, kyk na die krediet geskiedenis en kriminele rekord asook om verwysings te kontak.

Selfvertroue entrepreneurs glo in hulself en glo dat hulle, hul doelwitte kan bereik.

Sikliese aanbod die aanbod wat verander op 'n gereelde basis oor 'n periode verander afhangende van die ekonomiese situasie en seisoen.

Sistematies om iets te doen op 'n beplande wyse

Skedulering die proses om uit te werk hoeveel tyd benodig word om elke produksietaak te verrig

Skeefgetrekte dit is in so 'n mate versteur dat dit as onakkuraat, onregverdig en misleidend beskou kan word

Sloerstakings Nywerheidsaksie waarvolgens werknemers normaalweg werk toe gaan, maar doelbewus teen 'n stadiger tempo werk totdat daar aan hulle eise voldoen is.

Sluimerende klante wat belangstelling verloor het in die besigheid/los geraak het van die besigheid/ nie meer belangstel om by die besigheid te koop nie.

Sosiale verantwoordelikheid die verpligting van 'n besigheid om sy omgewing te beskerm en ook die lewensgehalte van al die mense in hul gemeenskap te verbeter.

Sosio-kulturele faktore die oortuigings, norme, waardes en belangstellings wat deur 'n bepaalde gemeenskap gedeel word.

Spandinamika kragte wat 'n invloed uitoefen op die span se gedrag, prestasie en reaksies.

Span 'n groep mense wat georganiseerd saamwerk

Spanwerk 'n gesamentlike aksie deur 'n groepe mense waar elke persoon streef om 'n gemeenskaplike doelwit te bereik.

Staatsbeheerde maatskappy (MSB) is 'n wetlike entiteit geskep deur die regering om deel te neem aan handelsaktiwiteite namens hulle.

Stabiele werkersmag die mate waarin die werkers in hul poste aanbly.

Staking 'n nywerheidsaksie waar die werkers weier om te werk totdat die werkgewers aan hulle eise voldoen het.

Stelsel 'n georganiseerde ranskikking van dele om 'n spesifieke uitkoms te bereik

Storting wanneer oorskot internasionale goedere teen baie lae pryse ingevoer word en die plaaslike mark oorstrom word, sodat plaaslike vervaardigers nie daarmee kan meeding nie.

Strategie 'n langtermyn plan van aksie om 'n doel te bereik.

Strategiese bestuur die skep en implementering van hoofdoelwitte deur bestuurders.

Stres word gedefinieer as 'n toestand van geestelike of emosionele druk of spanning as gevolg van nadelige of veeleisende omstandighede.

Stresbestuur tegnieke of terapie wat gebruik word om individue te help om hul stres te beheer om sodoende produktiewe lewens te lei.

Strooibiljet 'n dun stukkie papier waarop besighede hulle produkte en dienste adverteer en wat normaalweg in huise se posbusse, motors se ruitveërs, ens. geplaas word.

Stukwerk vergoeding geld wat aan werknemers betaal word volgens die aantal items of eenhede wat vervaardig is.

Substituut 'n persoon of objek wat in die plek van iets ander optree/gebruik kan word.

T

Tabelle 'n stel feite en syfers wat in kolomme en rye geransik is.

Tantieme betalings gemaak aan die eienaar of die ontwerpers van 'n bate vir die gebruik daarvan. 'n Voorbeeld van tantieme is die deurlopende fooie wat die franchise-nemer aan die franchise-gewer betaal.

Tegnologie vir bemarking dit het die wyse verander hoe die boodskap oorgedra word aan potensiële klante. Internet advertering en sosiale media advertering het die vermoë verhoog om produkte nasionaal en internasionaal bekend te stel teen relatiewe lae koste.

Teikenmark 'n spesifieke groep verbruikers waarop die produk of diens gemik word.

Teorieë vir die bestuur van verandering konsepte, teorieë en metodes wat 'n in-diepte benadering gee oor hoe om verandering in organisasies te benader.

Tersiêre sektore verwys na industrieë wat dienste aanbied vir ander besighede en verbruikers.

Terugwaartse skakel wanneer besighede goedere en dienste koop van besighede in dieselfde sektor of van besighede in ander sektore.

Transparante/skyfies 'n visuele aanbieding van data/oudio/video op die skerm.

Tydlyne aksieplanne bestaande uit 'n opeenvolging van verwante gebeurtenisse wat in 'n kronologiese orde op 'n lyn geplaas word, sodat daar tred gehou kan word met die aktiwiteite.

Tydverwante vergoeding geld wat aan werknemers betaal word vir die (aantal ure) tyd wat hulle aan die werk spandeer het.

U

Uitdeelstukke gedrukte inligting wat aan die gehoor voorsien word saam met die aanbieding.

Uitgeput alle hulpbronne is opgebruik

Uithouvermoë wanneer 'n entrepreneur nie tou opgooi nie ten spyte van uitdagings en probleme.

Uitkontraktering is 'n ooreenkoms waarby een maatskappy die dienste of goedere van 'n ander persoon huur, wat intern deur die personeel van die maatskappy gedoen kon word.

Uitreiking omskakeling van die beplanning in aksie, met instruksies vir die beweging van materiale, gereedskap en toerusting, kontrole van tyd en vloei van aktiwiteite asook toesighouding van die proses

Uitsluiting 'n vorm van nywerheidsaksie waarby werkgewers die werkers verhoed om die besigheidspersoneel binne te kom en te plunder.

V

Vakbond 'n werknemersorganisasie wat die belange van die werkers verteenwoordig en hulle belange beskerm.

Veiligheidsbestuur sluit in alle voorsorgmaatreëls wat nodig is om veiligheid in die werkplek te verseker

Vennootskap 'n Ooreenkoms tussen twee of meer partye wat ooreenkom om finansies saam te voeg, saam te werk om die besigheid se doewitte te bereik.

Verantwoordelikhede die plig wat iemand het om te voldoen aan sommige pligte of om korrek op te tree in sekere situasies.

Verbale aanbiedings die gebruik van spraak deur die aanbieder om die boodskap aan 'n gehoor oor te dra.

Verhuring 'n kontrak wat die betaling uitstippel waaronder een party instem om goedere of dienste te huur wat deur die ander persoon besit word.

Verhuurder die persoon wat die verhuring aan 'n ander persoon doen. Die verhuurder is die eienaar van 'n bate wat deur middel van 'n ooreenkoms verhuur word aan 'n ander persoon.

Verplichtend noodsaaklik vir (iemand) as 'n plig of verantwoordelikheid

Versekering 'n kontrak wat besighede uitneem om 'n waarborg te verkry dat 'n gespesifiseerde verlies, skade, siekte of dood, gedek word, in ruil vir die betaling van 'n vasgestelde premie.

Verskansing geld word geïnvesteer op sodanige wyse dat dit inflasie klop.

Vervaardiging die proses wanneer grondstowwe of onderdele omskep word in voltooides produkte deur gereedskap, menslike arbeid, masjinerie en chemiese prosesse te gebruik.

Visuele hulpmiddele grafieke/prente/beelde wat help om 'n punt duidelik te maak/aanbieding te verbeter.

Volhoubaar die besigheid moet in staat wees om aan te hou bestaan sonder om skade te doen aan die omgewing of die gemeenskap waarbinne dit sake doen.

Voordele ook genoem byvoordele. Addisionele voordele wat werkers gebied word bo en behalwe hul gewone salaris. Dit kan in die vorm van kontant wees, of 'n voordeel soos subsidie of toelaag wat finansiële voordeel vir die werknemer inhou.

Voorwaartse skakel wanneer besighede goedere en dienste verkoop in dieselfde sektor of aan besighede in ander sektore.

Vormingfase die eerste fase van spanontwikkeling. Dit begin wanneer die span mekaar die eerste keer ontmoet.

Vraelyste verwys na 'n instrument wat bestaan uit 'n reeks vrae wat gebruik word vir navorsingsdoeleindes.

W

Waarneem bewus word van iets, kom tot die wete of verstaan.

WBDV Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV) (Wet 75 van 1997)

Webtuiste 'n stel verwante web-bladsye geleë onder 'n enkele domeinnaam.

Weerhou keer jouself om iets te doen

Werkindelingstrukture (WIS) dit is 'n aksieplan wat die besighedsplan verdeel in kleiner projek-fases en wat presies wys wat gedoen moet word.

Werkplekforum 'n werknemerskomitee wat deur die werkers ingestel word om met die werkgewer te skakel oor sake van die werkplek en werknemers deel te maak van besluitneming.

Werwing verwys na die proses om 'n kandidaat op te spoor met die nodige vaardighede vir die vakante posisie

Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid lig die rol uit van gesondheid en veiligheid asook die verantwoordelikheid van alle belanghebbendes wat daarby betrokke is

WGI Wet op Gelyke Indiensneming (WGI) (Wet 55 van 1998)

Wingsgewend 'n besigheid is wingsgewend wanneer dit 'n wins maak, of waarskynlik gaan maak. Wins word gemeet aan die bedrag waarmee die inkomste van 'n besigheid sy uitgawes oorskry. Wingsgewende besighede maak dus geld.

Wingsgewende maatskappye 'n maatskappy wat geïnkorporeer is vir finansiële gewin van sy aandeelhouers.

Wingsgrens die hoeveelheid wat die inkomste uit verkope die koste van die besigheid oorskry.

Wingsopslag die bedrag wat bygevoeg word by die kosprys van goedere om voorsiening te maak vir oorhoofse koste en wins.

Witboordjie misdad misdad of etiese wangedrag wat in die besigheid gepleeg word soos bedrog en wanbestuur van die besigheid se fondse.