education

Department:
Education
North West Provincial Government
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

PROVINSIALE ASSESSERING

GRAAD 10

BESIGHEIDSTUDIES V2

NOVEMBER 2024

PUNTE: 150

TYD: 2 uur

Testpapers.co.za

Kopiereg v Past exam papers Summaries Study Guides asseblief

INSTRUKSIES EN INLIGTING

Lees die volgende instruksies aandagtig deur voordat jy die vrae beantwoord word.

1. 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.

2. Lees die instruksies vir elke vraag aandagtig deur en neem deeglik kennis van wat vereis word.

   Let daarop dat SLEGS die antwoorde op die eerste TWEE vrae gekies in AFDELING B en die antwoorde op die EERSTE vraag gekies in AFDELING C, nagesien sal word.

3. Nommer die antwoorde korrek volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is. GEEN punte sal toegeken word vir antwoorde wat verkeerd genommer is NIE.

4. Behalwe waar ander instruksies gegee word, moet antwoorde in volsinne wees.

5. Gebruik die puntetoekenning en aard van elke vraag om die lengte en diepte van 'n antwoord te bepaal.

6. Gebruik die tabel hieronder as 'n riglyn vir punte- en tydtoekenning wanneer jy elke vraag beantwoord word.

AFDELING		VRAAG	PUNTE	TYD (minute)
A:	**Objektiewe tipe vrae VERPLIGTEND**	**1**	**30**	**20**
B:	**DRIE direkte/indirekte tipe vrae KEUSE: Beantwoord enige TWEE.**	**2**	**40**	**70**
		3	**40**	
		4	**40**	
C:	**TWEE opsteltipe vrae KEUSE: Beantwoord slegs EEN.**	**5**	**40**	**30**
		6	**40**	
TOTAAL			**100**	**120**

7. Begin die antwoord op ELKE vraag op 'n NUWE bladsy, bv. VRAAG 1 – nuwe bladsy, VRAAG 2 – nuwe bladsy.

8. Jy mag 'n nie-programmeerbare sakrekenaar gebruik.

9. Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommers (1.1.1 tot 1.1.5) in die ANTWOORDEBOEK neer, bv. 1.1.6 D.

1.1.1 Die naam van 'n staatsbeheerde maatskappy eindig met die letters ...

A (Edms.) Bpk.
B Bpk.
C Geïnk.
D SBM Bpk

1.1.2 … is ontwerp om inligting skriftelik van mense in te samel oor hul houdings, voorkeur, vlak van kennis, persoonlikhede en/of oortuigings.

A Onderhoude
B Vraelyste
C Fokusgroepe
D Waarnemings

1.1.3 'n Voorbeeld van 'n verbale aanbieding.

A Lewer 'n toespraak voor 'n gehoor.
B Stuur 'n besigheidsverslag per e-pos.
C Gee uitdeelstukke aan die begin van 'n vergadering.
D Om 'n plakkaat op te sit met die nuut bygewerkte wette aan die muur.

1.1.4 Die …-tegniek koppel sleutelkonsepte deur beelde en lyne aan 'n sentrale tema te verbind.

A Delphi
B Dinkskrum
C Nominale groep
D Breinkaart

1.1.5 'n Inisiatief om inklusiwiteit in die werkplek aan te spreek.

A Voorsien siek werkers van ARV's.
B Woolworths skenk kospakkies aan skole.
C Bestuur moet werkers opvoed oor die voordele van diversiteit in die werkplek.
D Besighede wat jy begin om glas en papier te herwin.

(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 vraagnommers (1.2.1 tot 1.2.5) in die ANTWOORDEBOEK neer.

dobbelary;	aandeelhouers;	visie;	potensiële mark;	missiestelling;
teikenmark;	blaaibord; ;	misdaad	dataprojektor;	direkteure

1.2.1 … verwys na waar die besigheid homself in die toekoms sien.

1.2.2 'n Nie-winsgewende maatskappy se bestuurders word … genoem.

1.2.3 Om finansiële geletterdheid aan jou werkers te bied is 'n moontlike inisiatief om … aan te spreek.

1.2.4 ‘n … kan gebruik word wanneer dit aan 'n klein groepie mense aangebied word.

1.2.5 Die … is 'n spesifieke groep kliënte waarvoor 'n maatskappy mik om sy produkte en dienste te verkoop.

(5 × 2) (10)

1.3 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat by 'n term in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommers (1.3.1 tot 1.3.5) in die ANTWOORDEBOEK neer, bv. 1.3.6 K.

KOLOM A	KOLOM B
1.3.1 Hoof Uitvoerende Beampte	A 'n Tegniek wat gebruik word om te kyk na die dryfkragte en beperkende kragte van 'n verandering.
1.3.2 Inisiatief om werkloosheid aan te spreek	B Deel van middelbestuur, die skakel tussen die boonste en laer vlakke van die span.
1.3.3 Beperkte aanspreeklikheid	C Die besigheid moet vaardigheidsontwikkelingsprogramme deur middel van leerlingskappe verskaf.
1.3.4 Interaktiewe witbord	D 'n Duur soort visuele hulpmiddel wat die gebruik van elektrisiteit vereis.
1.3.5 Kragveldanalise	E Daar kan beslag gelê word op aandeelhouers se persoonlike bates om vir die skulde van die besigheid te betaal.
	F Die besigheid moet strategieë ontwikkel om stigma en diskriminasie te hanteer.
	G Aandeelhouers mag slegs die kapitaal verloor wat hulle belê het om vir die ondernemings se skuld te betaal.
	H 'n Tegniek wat gebruik word om 'n keuse te maak deur 'n bespreking in jou kop te voer.
	I Deel van topbestuur, die hoogste vlak van 'n hiërargie in 'n span.
	J 'n Goedkoop soort visuele hulpmiddel en dit benodig geen elektrisiteit nie.

(5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

Beantwoord ENIGE TWEE vrae in hierdie afdeling.

LET WEL Dui die VRAAGNOMMER van elke vraag wat jy kies, duidelik aan. Die antwoord op ELKE vraag moet op 'n NUWE bladsy begin, bv. VRAAG 2 op 'n NUWE bladsy, VRAAG 3 op 'n NUWE bladsy.

VRAAG 2: BESIGHEIDSGELEENTHEDE

2.1 Noem enige VIER tipes koöperasies. (4)

2.2 Beskryf die kenmerke van 'n eenmansaak. (6)

2.3 Onderskei tussen 'n privaat en 'n persoonlike aanspreeklikheidsmaatskappy. (4)

2.4 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

PRIMAX WINKELS (PW)

Susan is bemarkingsbestuurder by Primax Winkels. Sy het 'n voorlegging aan die direksie gedoen. Sy het voor die aanvang van haar aanbieding harde kopieë van die verkoopsyfers aan hulle versprei.

2.4.1 Identifiseer die visuele hulpmiddel wat Susan tydens haar aanbieding gebruik het. (2)

2.4.2 Adviseer PW oor die belangrikheid van grafieke,diagramme, simbole en prente. (4)

2.5 Bespreek faktore wat in ag geneem moet word wanneer jy vir 'n mondelinge aanbieding voorberei. (6)

2.6 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

MARIA SE PIZZA (LP)

Maria wil haar nuwe pizzeria-onderneming begin. Sy weet nie waar om te begin nie en vriende het haar aangeraai om ’n sakeplan op te stel.

2.6.1 Noem enige VIER komponente van die sakeplan. (4)

2.7 Beskryf protokol vir die uitvoer van navorsing. (6)

2.8 Adviseer besighede oor die belangrikheid van die assessering van behoeftes en begeertes om 'n besigheidsgeleentheid te identifiseer. (4)

[40]

VRAAG 3: BESIGHEIDSROLLE

3.1 Noem enige VIER stappe van die probleemoplossingsiklus. (4)

3.2 Beskryf kortliks die voordele van kreatiewe denke. (6)

3.3 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

SONSKYN-LEKKERS (SL)

Sonskyn Lekkers wil van hul produkte verander. Die bemarkingspan het die werknemers gevra om nuwe idees hardop in 'n groot groep voor te stel. Die bestuurder van SL het ook kundiges gevra om voorstelle deur middel van 'n vraelys te maak. Hierdie idees is gebruik om nuwe gedagtes te inspireer.

3.3.1 Identifiseer die probleemoplossingstegnieke wat SL in die scenario hierbo gebruik. Motiveer jou antwoord deur uit die scenario hierbo aan te haal.

Gebruik die tabel hieronder as 'n RIGLYN om VRAAG 3.3.1 te beantwoord.

PROBLEEMOPLOSSINGSTEGNIEKE	MOTIVERINGS
1.	
2.	

(6)

3.3.2 Beskryf aan SL hoe om EEN van die probleemoplossingstegnieke wat in VRAAG 3.3.1 hierbo geïdentifiseer is, toe te pas. (6)

3.4 Stel maniere voor waarop kreatiewe besigheidsgeleenthede realisties geïmplementeer kan word. (4)

3.5 Brei uit oor die betekenis van interpersoonlike verhoudings in die werkplek. (4)

3.6 Definieer die term *sosiale verantwoordelikheid* en gee TWEE praktiese voorbeelde. (6)

3.7 Beveel inisiatiewe aan wat die besigheid kan neem om armoede aan te spreek as 'n sosio-ekonomiese kwessie. (4)

[40]

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

BESIGHEIDSGELEENTHEDE

4.1 Noem enige VIER tipes wetlike vereistes van 'n besigheid. (4)

4.2 Beskryf faktore wat in ag geneem moet word wanneer 'n aanbieding ontwerp word. (4)

4.3 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

NETFLIX (N)

Netflix is 'n gewilde Amerikaanse mediadiensverskaffer en produksiemaatskappy wat in 1997 gestig is. Die bemarkingspan van Netflix het hul omgewingskandering voltooi en die volgende gevind:

- Netflix is beskikbaar in meer as 190 lande, wat dit 'n wêreldwye reikwydte gee.
- Netflix kan met internetdiensverskaffers saamwerk om kombinasiediens aan te bied wat beide internet- en Netflix-intekeninge sal insluit.
- Stroomdienste soos Disney+ en Showmax ding mee om kykers te laat inteken.
- Netflix maak steeds sterk staat op lisensie-ooreenkomste met ateljees sodat hul gewilde TV-programme en flieks kan aanbied.
- Om die maatskappy te help diversifiseer en meer kliënte te lok, kan hul videospeletjies en virtuele realiteit verken.
- Netflix het meer as 222 miljoen intekenare wêreldwyd, wat dit 'n sterk finansiële grondslag gee en dit toelaat om in meer inhoud te belê.
- Netflix wys geen tradisionele advertensies op sy platform nie, wat sy advertensie-inkomstepotensiaal beperk.
- Aanlyn vervalsing beïnvloed Netflix aansienlik, aangesien gebruikers gratis toegang tot vervalsde inhoud kan verkry.

4.3.1 Stel 'n SWOT-ontleding saam uit die scenario hierbo. (8)

4.4. Adviseer besighede oor die voordele van 'n publieke maatskappy. (4)

BESIGHEIDSROLLE

4.5 Brei uit oor die betekenis van *kreatiewe denke*. (4)

4.6 Onderskei tussen probleemoplossing en besluitneming. (4)

4.7 Verduidelik hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneursgeleenthede te genereer. (6)

4.8 Lees die volgende en beantwoord die vrae wat volg.

LINDA'S MODEFABRIEK (LM)

Linda's Modefabreik bied top internasionale en nasionale handelsmerke in modedrag, sportdrag, bagasie en bykomstighede teen onverbeterlike pryse. LM het besef dat MIV/vigs op beide hul kliënte en hul werkers 'n invloed het en het besluit dat hul besigheid by KSV-programme betrokke wil wees.

4.8.1 Definieer die betekenis van *Korporatiewe Maatskaplike Verantwoordelikheid.* (2)

4.8.2 Beveel inisiatiewe aan wat gebruik kan word om MIV/Vigs as 'n sosio-ekonomiese kwessie aan te spreek. (4)
[40]

TOTAAL AFDELING B: 80

AFDELING C

Beantwoord ENIGE EEN vraag in hierdie afdeling.

LET WEL: Dui die VRAAGNOMMER van die vraag wat jy kies duidelik aan.
Die antwoord op die vraag moet op 'n NUWE bladsy begin, bv. VRAAG 5 op 'n NUWE bladsy, VRAAG 6 op 'n NUWE bladsy.

VRAAG 5: BESIGHEIDSGELEENTHEDE (SAKEPLAN)

'n Besigheidsplan is 'n plan om 'n idee in 'n werkbare plan te omskep. Entrepreneurs weet die belangrikheid van 'n sakeplan wanneer hulle 'n besigheid begin. Dit is van uiterste belang om behoorlike marknavorsing te doen en om vas te stel wie jou mededingers is sodat die onderneming strategieë kan ontwikkel om mededinging te oorkom.

Skryf 'n opstel oor die sakeplan waarby jy die volgende aspekte insluit:

- Beskryf korltiks die belangrikheid van 'n bemarkingsplan en marknavorsing.
- Verduidelik die betekenis van 'n bemarkingsmengsel met spesifieke verwysing na enige VIER van die 7p's.
- Verduidelik die belangrikheid van 'n sakeplan.
- Beveel strategieë aan om mededinging in die mark te oorkom. **[40]**

VRAAG 6 BESIGHEIDSROLLE (VERHOUDINGS EN SPANPRESTASIE)

Spanwerk is wanneer twee of meer mense saamwerk vir 'n gemeenskaplike doelwit, dit kan voordelig wees vir enige besigheid. Om 'n suksesvolle span saam te stel, moet die bestuurder die kriteria vir suksesvolle spanprestasie oorweeg. Bestuurders moet bewus wees van die faktore wat spanverhoudings kan beïnvloed en moet 'n omgewing skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk.

Skryf 'n opstel oor verhoudings en spanprestasie waarby jy die volgende aspekte insluit:

- Beskryf kortliks die voordele van spanwerk.
- Verduidelik enige DRIE kriteria vir suksesvolle spanprestasie.
- Beskryf enige DRIE faktore wat spanverhoudings kan beïnvloed.
- Stel maniere voor waarop besighede 'n omgewing kan skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk. **[40]**

TOTAAL AFDELING C: 40
GROOTTOTAAL 150

Kopiereg voorbehou

education

Department:
Education
North West Provincial Government
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

PROVINSIALE ASSESSERING

GRAAD 10

BESIGHEIDSTUDIES V2

NOVEMBER 2024

NASIENRIGLYNE

PUNTE: 150

Testpapers.co.za

Kopiereg v Past exam papers Summaries Study Guides asseblief

NOTAS AAN NASIENERS

INLEIDING

Die notas aan nasieners word verskaf vir gehalteversekeringsdoeleindes om die volgende te verseker:

(a) Billikheid, konsekwentheid en betroubaarheid in die standaard van nasien.
(b) Fasiliteer die moderering van kandidate se skrifte op die verskillende vlakke.
(c) Stroomlyn die nasienproses met inagneming van die breë spektrum van nasieners regoor die land.
(d) Implementeer toepaslike maatreëls in die onderrig, leer en assessering van die vak by skole/leerinstellings.

1. Vir nasien- en modereringsdoeleindes word die volgende kleure aanbeveel:

Merker	Rooi
Interne moderator:	Groen
Eksterne moderator:	Swart/blou
Provinsiale moderator:	Pienk

2. Kandidate se antwoorde moet in volsinne wees vir AFDELING B en C. Dit sal egter afhang van die aard van die vraag.

3. 'n Omvattende nasienriglyn is verskaf, maar dit is geensins volledig nie. Behoorlike oorweging moet gegee word aan 'n antwoord wat korrek is, maar:

   - Gebruik 'n ander uitdrukking as wat in die nasienriglyne voorkom.
   - Kom van 'n ander geloofwaardige bron.
   - Is oorspronklik.
   - ’n Ander benadering word gebruik.

   LET WEL: Daar is net EEN korrekte antwoord in AFDELING A.

4. Neem kennis van ander relevante antwoorde wat deur kandidate verskaf word en ken punte dienooreenkomstig toe. (In gevalle waar die antwoord onduidelik is of 'n mate van begrip aandui, moet deelpunte toegeken word, byvoorbeeld een punt in plaas van die maksimum van twee punte.)

5. Die woord 'Sub-maks' word nie meer gebruik om die toekenning van punte binne 'n vraag of subvraag te vergemaklik nie, die totaal, sonder 'n sirkel word neergeskryf. Kanselleer die ekstra feite as dit die som maksimum totaal oorskry.

6. Die doel om punte te sirkel (gelei deur 'maks' in die uiteensetting van punte) aan die regterkant is om konsekwentheid en akkuraatheid te verseker in die nasien van skrifte sowel as vir berekening en moderering doeleindes.

7. Subtotale van vrae moet in die regterkantse kantlyn geskryf word. Omkring die subtotale as aangedui deur die toekenning van punte. Dit moet gelei word deur die werk 'maks' in die nasienriglyne. Slegs die totaal vir elke vraag moet in die linkerkantse kantlyn langs die toepaslike vraagnommer verskyn.

8. In 'n indirekte vraag moet die teorie sowel as die respons relevant wees en verband hou met die vraag.

9. Korrekte nommering van antwoorde op vrae of subvrae word aanbeveel in AFDELING A en B. Indien die nommering egter verkeerd is, volg die volgorde van die kandidaat se antwoorde. Kandidate sal gepenaliseer word indien laasgenoemde nie duidelik is nie.

10. Geen bykomende krediet moet gegee word vir herhaling van feite nie. Dui herhaling met 'n 'R' aan.

11. Die onderskeid tussen 'evalueer' en 'krities evalueer' kan soos volg verduidelik word:

    11.1 Wanneer 'evalueer' gebruik word, word van kandidate verwag om in te reageer
    óf 'n positiewe/negatiewe wyse óf 'n neutrale (positiewe en negatiewe) standpunt in te neem, bv. Positief: 'COIDA elimineer tyd en koste wat spandeer word✓ aan langdurige siviele hofverrigtinge.✓

    11.2 Wanneer 'krities evalueer' gebruik word, word van kandidate verwag om op 'n positiewe/negatiewe manier te reageer of 'n neutrale (positiewe en negatiewe) standpunt in te neem. In hierdie geval word daar ook van kandidate verwag om hul antwoorde met meer diepte te ondersteun, bv. 'COIDA elimineer tyd en koste wat spandeer word✓ aan langdurige siviele hofverrigtinge✓, omdat die werkgewer nie aanspreeklik sal wees vir vergoeding aan die werknemer vir beserings opgedoen gedurende werksure nie. solank dit bewys kan word dat die besigheid nie nalatig was nie.' ✓

    LET WEL: 1. Bogenoemde kan ook van toepassing wees op 'ontleed'.
    2. Let op die plasing van die regmerkie (✓) in die toekenning van punte.

12. Die toekenning van punte moet ingelig word deur die aard van die vraag, kognitiewe werkwoord wat gebruik word, puntetoekenning in die nasienriglyne en die konteks van elke vraag.

    Kognitiewe werkwoorde, soos:

    12.1 Adviseer, noem, stel, skets, motiveer, beveel aan, stel voor, (lys nie volledig nie) vereis gewoonlik nie veel diepte in kandidate se antwoorde nie. Daarom verskyn die puntetoekenning vir elke stelling/antwoord aan die einde.

    12.2 Definieer, beskryf, verduidelik, bespreek, brei uit, onderskei, differensieer, vergelyk, tabuleer, analiseer, evalueer, krities evalueer (lys nie volledig nie) vereis 'n groter diepte van begrip, toepassing en redenering. Daarom moet die punte meer objektief toegeken word om te verseker dat assessering volgens gevestigde norme gedoen word sodat eenvormigheid, konsekwentheid en regverdigheid bereik word. (Gesplete regmerkies geld).

13. Merk slegs die EERSTE antwoord waar kandidate meer as een antwoord aanbied vir AFDELING B en C vrae wat een antwoord vereis.

14. AFDELING B

14.1 As byvoorbeeld VYF feite vereis word, merk die kandidaat se EERSTE VYF antwoorde en ignoreer die res van die antwoorde. Dui aan deur 'n lyn oor die ongemerkte gedeelte te trek.

LET WEL:
1. Dit geld slegs vir vrae waar die aantal feite gespesifiseer word.
2. Bogenoemde is ook van toepassing op antwoorde in AFDELING C. (waar van toepassing)

14.2 As twee feite in een sin geskryf is, ken die kandidaat VOLLE krediet toe. Punt 14.1 hierbo geld steeds.

14.3 Indien daar van kandidate vereis word om hul eie voorbeelde/standpunte te verskaf, dinkskrum daaroor by die skool om alternatiewe antwoorde te finaliseer.

14.4 **Gebruik van die kognitiewe werkwoorde en toekenning van punte**

14.4.1 Indien die aantal feite gespesifiseer word, kan vrae wat vereis dat kandidate 'beskryf/bespreek/verduidelik' soos volg nagesien word:

- Feit — 2 punte (of soos aangedui in die nasienriglyne)
- Verduideliking — 1 punt (twee punte sal in Afdeling C toegeken word)

Die 'feit' en 'verduideliking' word afsonderlik in die nasienriglyn gegee om puntetoekenning te vergemaklik.

14.4.2 Indien die aantal feite wat vereis word nie gespesifiseer word nie, moet die toekenning van punte in kennis gestel word deur die aard van die vraag en die maksimum punt toegeken in die nasienriglyn.

14.5 **EEN punt kan toegeken word vir antwoorde wat maklik is om te onthou, eenwoord-antwoorde vereis of direk uit 'n scenario/gevallestudie aangehaal word. Dit geld veral vir AFDELING B en C (waar van toepassing).**

15. AFDELING C

15.1 Die verdeling van die puntetoekenning vir die opstelle is soos volg:

Inleiding	**Maximum 32**
Inhoud	
Gevolgtrekking	
Insig	**8**
TOTAL	**40**

15.2 Insig bestaan uit die volgende komponente:

Uitleg/Struktuur	Is daar 'n inleiding, paragrawe en 'n slot?	**2**
Ontleding en interpretasie	Is die kandidaat in staat om die vraag in opskrifte/subopskrifte op te breek/dit korrek te interpreteer om begrip te toon van wat gevra word? Punte wat met hierdie gids toegeken moet word: Alle opskrifte aangespreek: 1 (Een 'A') Vertolking (16 tot 32 punte): 1 (Een 'A')	**2**
Sintese	Is daar relevante besluite/feite/antwoorde wat op grond van die vrae gemaak word? Opsie 1: **Slegs relevante feite: 2 punte (Geen '-S')** Waar 'n kandidaat 50% of meer (twee tot vier subvrae) van die vraag beantwoord met slegs relevante feite; geen '-S' verskyn in die linkerkantlyn. Ken die maksimum van TWEE (2) punte vir sintese toe. Opsie 2 **Enkele relevante feite: 1 punt (Een'-S')** Waar 'n kandidaat minder as 50% (slegs een subvraag) van die vraag beantwoord met slegs OF enkele relevante feite; een '-S' verskyn in die linkerkantlyn. Ken 'n maksimum van EEN (1) punt vir sintese toe. Opsie 3: **Enkele relevante feite: 1 punt (Een'-S')** Waar 'n kandidaat VIER subvrae beantwoord, maar een/twee/drie subvrae met geen relevante feite nie; een '-S' verskyn in die linkerkantlyn. Ken 'n maksimum van EEN (1) punt vir sintese toe Opsie 4: **Geen relevante feite: 0 punt (Twee '-S')** Waar 'n kandidaat minder as 50% (slegs een subvraag) van die vraag beantwoord sonder enige relevante feite; twee '-S' verskyn in die linkerkantlyn. Ken 'n NUL-punt vir sintese toe.	
Oorspronklikheid	Is daar bewyse van een of twee voorbeelde wat nie ouer as twee (2) jaar is nie wat gebaseer is op onlangse inligting, huidige tendense en ontwikkelings?	**2**
	TOTAAL VIR INSIG:	**8**
	TOTALE PUNTE VIR FEITE:	**32**
	TOTALE PUNTE VIR OPSTEL (8 + 32):	**40**

LET WEL:

1. **Geen punte sal toegeken word vir inhoud wat herhaal word vanaf die inleiding en slot.**
2. **Die kandidaat verbeur punte vir uitleg indien die woorde INLEIDING en GEVOLGTREKKING nie vermeld word nie.**
3. **Geen punte sal vir uitleg toegeken word indien die opskrifte INLEIDING en GEVOLGTREKKING nie deur 'n verduideliking ondersteun word nie.**

15.3 Dui insig in die linkerkantse kantlyn aan met 'n simbool bv'(L, A, -S en/of O').

15.4 Die verdeling van punte word aan die einde van die voorgestelde antwoord/nasienriglyne vir elke vraag aangedui.

15.5 Merk alle relevante feite totdat die SUB MAX/MAX punt in 'n onderafdeling behaal is. Skryf MAX nadat maksimum punte behaal is, maar lees verder vir oorspronklikheid "O".

15.6 Dui aan die einde van elke opstel die toekenning van punte vir feite en punte vir insig soos volg aan: (L – Uitleg, A – Analise, S – Sintese, O – Oorspronklikheid) soos in die tabel hieronder.

Inhoud	**Punte**
Feite	**32 (maksimum)**
L	**2**
A	**2**
S	**2**
O	**2**
TOTAAL	**40**

15.7 Wanneer punte vir feite toegeken word, neem kennis van die submaksima wat aangedui word, veral as kandidate nie van dieselfde subopskrifte gebruik maak nie. Onthou, opskrifte en subopskrifte word aangemoedig en dra by tot insig (strukturering/logiese vloei/volgorde) en dui duidelikheid van denke aan. (Sien PUNTUITBREEKING aan die einde van elke vraag.)

15.8 Indien die kandidaat die vraag VERKEERD identifiseer/interpreteer, dan mag hy/sy kry steeds punte vir uitleg.

15.9 Indien 'n ander benadering deur kandidate gebruik word, maak seker dat die antwoorde geassesseer word volgens die puntetoekenning/subopskrifte soos aangedui in die nasienriglyne.

15.10 15.10.1 Ken TWEE punte toe vir volledige sinne. Ken EEN punt toe vir frases, onvoltooide sinne en vae antwoorde.

15.10.2 Met ingang van November 2015 sal die TWEE punte nie noodwendig aan die einde van elke voltooide sin verskyn nie. Die bosluise (✓) sal geskei word en langs elke feit aangedui word, bv. 'Produkontwikkeling is 'n groeistrategie✓, waar besighede daarna streef om nuwe produkte in bestaande markte bekend te stel.'✓

Dit sal bepaal word deur die aard en konteks van die vraag, sowel as die kognitiewe werkwoord wat gebruik word.

15.11 Met ingang van November 2017 sal die maksimum van TWEE (2) punte vir feite wat as opskrifte in die nasienriglyne getoon word, nie noodwendig vir elke vraag geld nie. Dit sal ook afhang van die aard van die vraag.

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 1.1.1 D✓✓
1.1.2 B✓✓
1.1.3 A✓✓
1.1.4 D✓✓
1.1.5 C✓✓ (5 × 2) **(10)**

1.2 1.2.1 Visie✓✓
1.2.2 Direkteure✓✓
1.2.3 Dobbelary✓✓
1.2.4 Blaaibord✓✓
1.2.5 Teikenmark✓✓ (5 × 2) **(10)**

1.3 1.3.1 I✓✓
1.3.2 C✓✓
1.3.3 G✓✓
1.3.4 D✓✓
1.3.5 A✓✓ (5 × 2) **(10)**

TOTAAL AFDELING A: 30

UITEENSETTING VAN PUNTE	
VRAAG 1	**PUNTE**
1.1	**10**
1.2	**10**
1.3	**10**
TOTAAL	**30**

AFDELING B

Sien slegs die EERSTE TWEE antwoorde na.

VRAAG 2: BESIGHEIDSONDERNEMINGS

2.1 Tipes koöperasies.

- Behuisingskoöperasie✓
- Werkers koöperasie✓
- Sosiale koöperasie✓
- Landboukoöperasie✓
- Koöperatiewe begrafnisvereniging✓
- Verbruikerskoöperasie✓
- Finansiële dienste koöperasie✓
- Vervoerkoöperasie✓

LET WEL: Sien slegs die eerste VIER (4) na. (4 × 1) (4)

2.2 Kenmerke van 'n eenmansaak

- Eienaar kan enige tyd die besigheid aan enigiemand verkoop.✓✓
- Daar is geen wetlike vereistes met betrekking tot die naam van die besigheid nie.✓✓
- Dit is maklik om vas te stel aangesien daar geen wetlike formaliteite is om die besigheid te stig nie.✓✓
- Eenmansaak word nie deur die wet verplig om finansiële state te oudit nie.✓✓
- Die eienaar het 'n persoonlike belang in die bestuur en die dienste wat gelewer word.✓✓
- Die eienaar het onbeperkte aanspreeklikheid/Die eienaar is persoonlik aanspreeklik vir die skuld van die besigheid.✓✓
- 'n Eenmansaak het 'n beperkte maatskappy vir uitbreiding en het 'n gebrek aan kontinuïteit van bestaan.✓✓
- Die besigheid het geen regspersoonlikheid nie en het dus geen kontinuïteit nie/Kontinuïteit hang af van die lewe en gesondheid van die eienaar.✓✓
- Die eienaar verskaf kapitaal uit sy/haar spaargeld/leengeld by die bank.✓✓
- Die eienaar het 'n persoonlike belang in die bestuur en die dienste wat gelewer word.✓✓
- Wins word by die res van die eienaar se belasbare inkomste gevoeg.✓✓
- Daar is geen spesiale vereistes wanneer die eienaar die besigheid wil sluit nie.✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die eienskappe van 'n eenmansaak.

Maks (6)

2.3 Verskille tussen 'n privaat en 'n persoonlike aanspreeklikheidsmaatskappy

PRIVAAT MAATSKAPPY	PERSOONLIKE AANSPREEKLIKHEID-MAATSKAPPY
- Die naam eindig✓met (EDMS) Bpk. ✓	- Die naam eindig✓met Geïnk. ✓
- Die direkteure is nie persoonlik aanspreeklik✓vir die skuld van die besigheid nie.✓	- Die direkteure is persoonlik aanspreeklik✓vir die skuld van die besigheid. ✓
Submaksimum (2)	**Submaksimum (2)**

LET WEL:
1. **Die antwoord hoef nie in tabelvorm te wees nie.**
2. **Die verskil hoef nie te skakel nie, maar dit moet duidelik wees.**
3. **Ken 'n maksimum van TWEE (2) punte toe as die verskil nie duidelik is nie. Sien slegs privaat maatskappy of persoonlike aanspreeklikheidmaatskappy na.**

Maks (4)

2.4 Visuele hulpmiddels uit die scenario

2.4.1 Uitdeelstukke✓✓

Maks (2)

2.4.2 Die belangrikheid van grafieke,diagramme, simbole en prente
- Grafieke, diagramme en simbole/prente is visuele hulpmiddels wat 'n leser, gehoor help om te sien waarvan jy praat in 'n besigheidsverslag of wanneer 'n aanbieding aangebied word.✓✓
- Grafieke is meer geneig om gebruik te word om data aan te bied in 'n vorm wat maklik is vir die leser/gehoor om te verstaan.✓✓
- Beelde en diagramme word tipies gebruik om konsepte of teorieë te verduidelik.✓✓
- Visuele hulpmiddels is items soos grafieke en prente wat bykomend tot gesproke/geskrewe inligting gebruik word.✓✓
- Hulle help om konteks by 'n aanbieding te voeg en maak dit interessanter vir die gehoor.✓✓
- Grafieke/diagramme en simbole/prente help om inligting duideliker te organiseer.✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van grafieke/diagramme, simbole/prente.

Maks (4)

2.5 Faktore wat in ag geneem moet word tydens voorbereiding vir 'n mondelinge aanbieding

- Skryf die doel van die aanbieding neer✓en lys die doelwitte.✓
- Neem die gehoor in ag✓bv wie is hulle /wat weet hulle reeds/wat jy wil hê hulle moet weet✓
- Berei die struktuur van jou aanbieding voor✓bv inleiding/liggaam/slot.✓
- Wees ten volle op hoogte✓met die inhoud van jou aanbieding.✓
- Skep visuele hulpmiddels✓wat sal help om die punte effektief en onvergeetlik oor te dra.✓
- Oefen die aanbieding✓en tyd jou aanbieding✓
- Oefen voor iemand✓wat eerlike mening sal gee oor die doel en doelwitte van die aanbieding.✓
- Inligting wat aangebied moet word, moet relevant wees✓en akkuraat.✓
- Het vooraf kennis van jou gehoor✓om die regte visuele hulpmiddels te bepaal.✓
- Besoek die lokaal✓en verseker dat visuele hulpmiddels die gebruik van jou toerusting/beskikbaarheid van 'n kragopwekker in geval van beurtkrag of elektrisiteit.✓
- Berei jou ondersteuningsmateriaal voor✓om jou aanbieding te verbeter✓
- Berei voor vir die terugvoersessie✓deur moontlike vrae/opmerking te verwag.✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die faktore wat in ag geneem moet word tydens voorbereiding vir 'n mondelinge aanbieding.

Maks (6)

2.6 Besigheidsplan

2.6.1 Komponente van die sakeplan

- Voorblad✓
- Inhoud bladsy/indeks✓
- Uitvoerende opsomming✓
- Beskrywing van besigheid/oorsig✓
- SWOT-analise✓
- Wetlike vereistes van die besigheid✓
- Bemarkingsplan✓
- Operasionele plan✓
- Finansiële plan✓
- Bestuursplan✓
- Mededinger analise✓

NEEM KENNIS: Sien slegs die eerste VIER (4) na.

(4 × 1) (4)

2.7 Protokol vir die uitvoer van navorsing

- Die navorser moet toestemming (toestemming) van die deelnemers verkry voordat onderhoud plaasvind.✓✓
- Die navorsing moet eers goedgekeur word indien dit binne 'n organisasie plaasvind.✓✓
- Indien 'n onderhoud van aangesig tot aangesig gevoer moet word, moet vooraf reëlings getref word vir die deelnemer se gerief.✓✓
- Die persoon wat die navorsing doen, behoort nie die menings van die deelnemers te beïnvloed nie.✓✓
- Die navorser moet begin✓deur hom-/haarself voor te stel.✓✓
- Onderhoudvoerder/Respondent moet meegedeel word dat hul name nie genoem sal word as dit is wat hulle wil hê nie.✓✓
- Onderhoudvoerder/Respondent moet ingelig word oor die doel en bedoelings van die onderhoud.✓✓
- Onderhoudvoerder/Respondent moet ingelig word oor die duur van die onderhoud.✓✓
- Inligting wat van die deelnemers ingesamel word, moet vertroulik gehou word.✓✓
- Onderhoudvoerder moet vry wees om te weier om 'n spesifieke vraag te beantwoord.✓✓
- Die antwoorde moet vir geen ander doel gebruik word as die marknavorsing wat gedoen word nie.✓✓
- Navorsingsbevindinge moet akkuraat gerapporteer word en nie gebruik word om enige persoon te mislei nie.✓✓
- Verseker dat die navorsing binne die etiese standaarde van die bedryf is deur goedkeuring van relevante persone of liggame te verkry.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die protokol vir die uitvoer van navorsing.

Maks (6)

2.8 Die belangrikheid van die assessering van behoeftes en begeertes in die identifisering van 'n besigheidsgeleentheid.

- Behoeftes en begeertes is sleutels tot suksesvolle sakegeleenthede.✓✓
- Entrepreneur moet 'n begeerte vir die produk skep deur 'n goed ontwerpte advertensie- en bemarkingsveldtog.✓✓
- Behoeftes en begeertes vorm waarborg 'n moontlike mark✓✓
- Wanneer mense behoeftes of begeertes het wat nie vervul word nie, word 'n besigheidsgeleentheid gebied om daardie behoeftes en begeertes te vervul.✓✓
- Enige relevante antwoord wat gekoppel is aan die belangrikheid van die assessering van behoeftes en begeertes om 'n besigheidsgeleentheid te identifiseer.

Maks (4)

UITEENSETTING VAN PUNTE	
VRAAG 2	**PUNTE**
2.1	**4**
2.2	**6**
2.3.	**4**
2.4.1	**2**
2.4.2	**4**
2.5	**6**
2.6.1	**4**
2.7	**6**
2.8	**4**
TOTAAL	**40**

VRAAG 3: BESIGHEIDSROLLE

3.1 Die probleemoplossingsiklus

- Identifiseer die probleem✓
- Definieer die probleem✓
- Formuleer 'n strategie✓
- Kies die beste strategie/oplossing✓
- Ken hulpbronne toe✓
- Implementeer die strategie✓
- Monitor die probleemoplossing✓
- Evalueer die probleemoplossingsproses.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan die probleemoplossingsiklus. .

LET WEL:
Sien slegs die eerste VIER (4) na.

(4 × 1) (4)

3.2 Voordele van kreatiewe denke

- Kreatiewe denke verbeter die kwaliteit van oplossings vir besigheid.✓✓
- Produkte en dienste kan kreatief bemark word.✓✓
- Stimuleer winsgewende nuwe idees vir produkte/bemarkingsveldtog en skakelwerk.✓✓
- Bestuurders kan met kreatiewe strategieë vir die onderneming vorendag kom.✓✓
- Werknemers kan vir hulself dink en met kreatiewe oplossings vorendag kom.✓✓
- Motiveer werknemers en verbeter hul vaardighede wat lei tot 'n gelukkige arbeidsmag.✓✓
- Verbeter produktiwiteit en verminder vrywillige omset.✓✓
- Kreatiewe skakelstrategieë kan ontwerp en geïmplementeer word.✓✓
- Help besighede om te reageer op die bedreiging van mededinging en om leiers in die veld te bly.✓✓
- Help besighede om sy kliënte van die beste moontlike produkte of dienste te voorsien, wat kliëntelojaliteit verbeter.✓✓
- Dit lei tot die ontwikkeling van beter produksiemetodes om koste te bespaar.✓✓
- Laat besighede toe om hul reeks dienste uit te brei soos om beter kliëntedienste of kredietfasiliteite te bied.✓✓
- Nuwe produkte/dienste kan ontwerp word om aan veranderende behoeftes van kliënte te voldoen.✓✓
- Bestuurders kan personeel op kreatiewe maniere motiveer en bestuur om die beste uit hulle te haal.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die voordele van kreatiewe denke.

Maks (6)

3.3 Probleemoplossingstegniek

3.3.1 Probleemoplossingstegniek uit die scenario

PROBLEEMOPLOSSINGS-TEGNIEKE	MOTIVERINGS
Dinkskrum✓✓	Die bemarkingspan het die werknemers gevra om nuwe idees hardop in 'n groot groep voor te stel.✓
Delphi tegniek✓✓	Die bestuurder van SS het ook kundiges gevra om voorstelle deur middel van 'n vraelys te maak. ✓
Submaksimum (4)	**Submaksimum (2)**

LET WEL:

1. **Sien slegs die eerste TWEE (2) na.**
2. **Die antwoord hoef nie in tabelvorm te wees nie.**
3. **Ken slegs punte toe vir die antwoorde wat uit die scenario aangehaal word.**
4. **Ken punte toe vir die probleemoplossingstegniek selfs al is die aanahlings onvolledig.**
5. **Moenie punte toeken vir die motiverings as die probleemoplossingstegniek nie korrek geïdentifiseer is nie.**

Maks (6)

3.3.2 Toepassing van die dinkskrumtegniek

- Die probleem moet duidelik ✓ gedefinieer word.✓
- Alle idees moet geskryf word✓op 'n blaaibord.✓
- Die fasiliteerder moet almal aanmoedig om deel te neem✓en verseker dat niemand enige voorstelle kritiseer nie.✓
- Wanneer die tyd verby is/niemand meer idees het nie,✓die lakens met voorstelle word deur die vertrek gehang.✓
- Soortgelyke idees word saam gegroepeer✓gebruik gekleurde penne.✓
- Die groep evalueer die idees✓en beoordeel hulle volgens hoe suksesvol hulle dink elke idee sal wees.✓
- 'n Plan van aksie word bespreek✓om die beste idees in die praktyk te bring.✓
- Enige ander relevante antwoorde gekoppel aan toepassing van dinkskrum.

OF

Toepassing van die Delphi-tegniek

- 'n Paneel van kundiges✓word genooi om aan die proses deel te neem.✓
- Kenners hoef nie op een plek te wees nie✓en sal individueel gekontak word.✓
- Die paneellid reageer individueel op die vraelys✓en stuur dit aan die organisasie terug.✓
- Die terugvoerverslag en 'n tweede stel vrae/vraelys✓wat verband hou met die terugvoer word aan die paneellede gestuur.✓
- Die paneellede lees die terugvoerverslag✓en besluit of hulle hul aanvanklike idees/voorstelle/oplossings wil verander.✓
- Hulle voltooi dan✓die tweede vraelys.✓
- 'n Laaste opsomming✓en terugvoerverslag word voorberei.✓
- Konsensus word bereik✓en die beste oplossing word gekies.✓
- Enige ander relevante antwoorde gekoppel aan toepassing van Delphi-tegniek.

Maks (6)

3.4 Maniere om kreatiewe besigheidsgeleenthede realisties te ïmplementeer

- Mense moet bereid wees om genoeg te betaal vir die produk om die produksiekoste te dek.✓✓
- Daar moet 'n vraag na die produk/diens wees.✓✓
- Stel die nuwe produk aan die verbruikers bekend en leer hulle oor hoe dit vir hulle nuttig kan wees.✓✓
- Die entrepreneur moet eers 'n besigheidsgeleentheid identifiseer om te implementeer.✓✓
- Ontwikkel 'n realistiese plan.✓✓
- Beplan die aktiwiteite wat uitgevoer moet word met redelike spertye en hulpbronne.✓✓
- Mense in die besigheid moet ook geïdentifiseer word en take en aktiwiteite van die plan gegee word.✓✓
- Die entrepreneur moet die werkers motiveer om die plan te implementeer.✓✓
- Stel beheermaatreëls in plek om te verseker dat werkers die plan implementeer.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met maniere waarop kreatiewe geleenthede realisties geïmplementeer kan word.

Maks (4)

3.5 Die betekenis van interpersoonlike verhoudings in die werkplek

- Interpersoonlike verhoudings in die werkplek verwys na 'n sterk assosiasie✓onder individue wat saamwerk.✓
- Interpersoonlike verhoudings in die werkplek laat spanlede toe✓om 'n spesiale verhouding te deel.✓
- Spanlede bou 'n vertrouensverhouding op,✓openheid, begrip en effektiewe kommunikasie.✓
- Almal in die besigheid speel 'n rol✓in die bereiking van die besigheidsdoelwitte.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van persoonlike verhoudings in die werkplek.

Maks (4)

3.6 Definisie van sosiale verantwoordelikheid

- Om sosiaal verantwoordelik te wees beteken dat individue verantwoordelikheid neem vir die gevolge van hul gedrag✓en leefstyl op die omgewing en op ander.✓
- Sosiale verantwoordelikheid beteken dat elke persoon 'n plig het✓om in die beste belang van hul omgewing en die samelewing as geheel op te tree.✓
- Sosiale verantwoordelikheid beteken dat elke individu✓en organisasie kan bydra tot die welstand van die gemeenskap en die omgewing waarin hulle woon.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van sosiale verantwoordelikheid.

Betekenis: Submaks (2)

Praktiese voorbeelde van sakegeleenthede

- tuisversorgingsdienste vir senior burgers✓✓
- aanlynonderwysprogramme✓✓
- spyseniering en klaargemaakte etes✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die voorbeelde van KSV.

Voorbeelde (2 × 2) (4)
Maks (6)

3.7 Inisiatiewe om armoede as 'n sosio-ekonomiese kwessie aan te spreek

- Besighede kan beurse aan matrikulante verskaf om hul studies te bevorder of leerlingskappe/vakleerlingskappe vir skaars vaardighede binne hul organisasies aanbied.✓✓
- Ontwikkel werknemer se vaardighede✓✓
- Belê in 'n jong beginnende KMO wat 'n besigheidsmededinger, koper of verskaffer kan wees.✓✓
- Besigheid kan ook entrepreneursprogramme vir beginners organiseer en aanmoedig. Op hierdie manier kan hulle groei in die ekonomie stimuleer.✓✓
- Werknemers kan hul tyd en/of dienste deur middel van vrywilligerprogramme aanbied.✓✓
- Ondersteun armoedeverligtingsprogramme wat deur die regering aangebied word.✓✓
- Besighede kan ook hul werknemers verbeter deur doelgerigte opleiding in die werkplek✓✓
- Skenk geld/kospakkies aan plaaslike NRO's.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die inisiatiewe wat 'n onderneming kan neem om sosio-ekonomiese kwessies aan te spreek.

Maks (4)

UITEENSETTING VAN PUNTE	
VRAAG 3	**PUNTE**
3.1	**4**
3.2	**6**
3.3.1	**6**
3.3.2	**6**
3.4	**4**
3.5	**4**
3.6	**6**
3.7	**4**
TOTAAL	**40**

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

SAKEONDERNEMINGS

4.1 Tipes wetlike vereistes van 'n besigheid.

- Handelslisensies en permitte om wettig te werk✓
- Belastingregulasies✓
- Internasionale handel / Uitvoer en invoer vereistes / Wisselkoerse ✓
- Registrasie fooie. ✓
- Registrasie. ✓
- Wet op Basiese Diensvoorwaardes.✓
- Wet op Arbeidsverhoudinge. ✓
- Nasionale Kredietwet. ✓
- Wet op Omgewingsbewaring. ✓
- Patente en kopiereg✓
- Enige ander tipe wetlike vereistes van 'n besigheid.

LET WEL: Sien slegs die eerste VIER (4) na.

(4 × 1) (4)

4.2 Faktore wat in ag geneem moet word wanneer 'n aanbieding ontwerp word

- Die aanbieder moet die volgende punte in gedagte hou tydens voorbereiding:✓✓
- Gebruik groot, duidelike lettertipes wat maklik is om te lees.✓✓
- Gebruik buitelyne op skyfies en hou gedetailleerde verduidelikings vir die verbale aanbieding.✓✓
- Beperk elke skyfie tot vyf of ses reëls.✓✓
- Maak seker dat die grammatika korrek is.✓✓
- Eindig met 'n slotboodskap wat die gehoor sal onthou.✓✓
- Wees kleurvol en trek aandag.✓✓
- Wees sinvol en toepaslik.✓✓
- Kies 'n geskikte agtergrond.✓✓
- Vermy lang sinne en hou dit eenvoudig.✓✓
- Vermy fancy versierings.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die faktore wat in ag geneem moet word wanneer 'n aanbieding ontwerp word.

Maks (4)

4.3 SWOT-ontleding

STERKTE	SWAKHEID
- Netflix isbeskikbaar in meer as 190 lande, wat dit 'n wêreldwye reikwydte gee.✓	- Netflix maak steeds sterk staat op lisensie-ooreenkomste met ateljees sodat hul gewilde TV-programme en flieks kan aanbied ✓
- Netflix het meer as 222 miljoen intekenare wêreldwyd, wat dit 'n sterk finansiële grondslag gee en dit toelaat om in meer inhoud te belê.✓	- Netflix wys geen tradisionele advertensies op sy platform nie, wat sy advertensie-inkomstepotensiaal beperk.
Submaksimum (2)	**Submaksimum (2)**
GELEENTHEID	**BEDREIGING**
- Netflix kan met internetdiensverskaffers saamwerk om kombinasiediens aan te bied wat beide internet- en Netflix-intekeninge sal insluit.✓	- Stroomdienste soos Disney+ en Showmax ding mee om kykers se intekeninge.✓
- Om die maatskappy te help diversifiseer en meer kliënte te lok, kan dit videospeletjies en virtuele realiteit verken.✓	- Aanlyn vervalsing beïnvloed Netflix aansienlik, aangesien gebruikers gratis toegang tot vervalsde inhoud kan verkry..✓
Submaksimum (2)	**Submaksimum (2)**

Maks (8)

4.4 Voordele van 'n publieke maatskappy

- Die besigheid het sy eie wettige identiteit en kan bates/eiendom besit.✓✓
- Bestuur deur ten minste een bekwame hoogs bekwame direkteur.✓✓
- Direkteure bring kreatiewe idees wat innovasie/hoë produktiwiteit aanmoedig.✓✓
- Aandeelhouers kan hul aandele vrylik verkoop/oordra.✓✓
- Lok klein beleggers aangesien aandele vryelik/maklik oorgedra kan word.✓✓
- Streng regulatoriese vereistes beskerm aandeelhouers.✓✓
- Maklik om fondse in te samel vir groei deur die verkoop van aandele.✓✓
- Bykomende aandele kan verkry word deur meer aandele of skuldbriewe uit te reik.✓✓
- Geen beperking op die aantal aandeelhouers nie, dus groei/uitbreiding is nie beperk nie.✓✓
- Aandeelhouers het 'n beperkte aanspreeklikheid vir die skuld van die maatskappy/Aandeelhouers mag slegs die bedrag verloor wat hulle belê het.✓✓
- Die bestuur van die maatskappy kan verbeter aangesien direkteure aan aandeelhouers aanspreeklik is.✓✓
- Die publiek het toegang tot die inligting, en dit kan hulle motiveer om aandele van 'n maatskappy te koop.✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voordele van 'n publieke maatskappy.

Maks (4)

BESIGHEIDSROLLE

4.5 Betekenis van kreatiewe denke

- Kreatiewe denke is die vermoë om oorspronklik te dink,✓gevarieerde en innoverende idees.✓
- Kreatiewe denke fokus op die ondersoek van idees/generering✓moontlikhede/soek na baie moontlike oplossings.✓
- Dink op 'n manier wat onkonvensioneel is✓en oorspronklik.✓
- Kreatiewe denke is die handeling om nuwe idees te produseer✓en maak hulle werklik.✓
- Genereer nuwe idees✓en oop wees vir nuwe idees.✓
- Fokus op die ondersoek van idees/generering van moontlikhede✓en soek baie moontlike antwoorde.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van kreatiewe denke.

Maks (4)

4.6 Verskille tussen probleemoplossing en besluitneming

BESLUITNEMING	PROBLEEMOPLOSSING
- Besluitneming is die proses✓om uit verskeie alternatiewe te kies.✓	- Probleemoplossing is die proses✓om 'n oplossing vir 'n probleem te vind.✓
- Verskeie alternatiewe word oorweeg✓voordat jy op die beste een besluit.✓	- Alternatiewe oplossings word geïdentifiseer✓en geëvalueer.✓
- Besluitneming is deel van die probleemoplossingsproses✓waar 'n oplossing gekies word.✓	- Probleemoplossing behels die ontleding van die probleem✓oplossings te identifiseer.✓
- Besluite word gewoonlik geneem✓deur een persoon.✓	- Probleemoplossing behels gewoonlik✓'n groep/span.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van besluitneming	- Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van probleemoplossing.
Submaksimum (2)	**Submaksimum (2)**

LET WEL:

1. **Die antwoord hoef nie in tabelvorm te wees nie.**
2. **Die verskil hoef nie te skakel nie, maar dit moet duidelik wees.**
3. **Ken 'n maksimum van TWEE (2) punte toe as die verskil nie duidelik is nie. Sien slegs óf besluitneming óf probleemoplossing na.**

Maks (4)

4.7 Hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneursgeleenthede te genereer

- Die besigheid moet omgewings ontwerp✓wat kreatiewe denke stimuleer.✓
- Bestuur moet personeel aanmoedig✓om met nuwe idees en oplossings vorendag te kom.✓
- Bestuur moet aanmoedig✓alternatiewe maniere om dinge te doen.✓
- Bestuurders moet entoesiasties op alle idees reageer✓en laat niemand minder belangrik voel nie.✓
- Die besigheid moet tyd maak vir dinkskrumsessies✓om nuwe idees te genereer, byvoorbeeld deur gereelde werkswinkels te hou.✓
- Bestuur moet voorstelle boksies rondom die werkplek plaas✓en hou kommunikasiekanale oop vir nuwe idees.✓
- Die besigheid moet personeel oplei in innoverende tegnieke, ✓kreatiewe probleemoplossingsvaardighede, breinkartering en laterale denke.✓
- Die onderneming moet die belangrikheid van kreatiewe denke beklemtoon✓om te verseker dat alle personeel weet dat die bestuur hul idees wil hoor.✓
- Die besigheid moet werksruilings binne die organisasie aanmoedig✓en bestudeer hoe ander besighede dinge doen.✓
- Bestuur behoort inheemse kennis as waardevol te beskou✓hulpbron wanneer probleme opgelos word of geleenthede geïdentifiseer word.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneursgeleenthede te genereer.

Maks (6)

4.8 Korporatiewe sosiale verantwoordelikheid

4.8.1 Betekenis van Korporatiewe Maatskaplike Verantwoordelikheid

Korporatiewe sosiale verantwoordelikheid gaan daaroor dat besighede verantwoordelikheid neem✓vir hul impak op die samelewing en die omgewing.✓

Korporatiewe sosiale verantwoordelikheid beteken dat 'n besigheid versigtig moet wees dat al sy optrede die omgewing beskerm✓en die lewenskwaliteit vir die burgers van die land te verbeter.✓

KSV is ook die manier waarop 'n besigheid sy bedrywighede eties uitvoer✓en moreel – dit wil sê hoe hulle menslike, fisiese en finansiële hulpbronne gebruik.✓

Enige relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van korporatiewe sosiale verantwoordelikheid.

Maks (2)

4.8.2 Inisiatiewe wat besighede kan neem om MIV/vigs aan te spreek

Beradingsprogramme/lei beraders op om besmette en geaffekteerde persone/werknemers te voorsien.✓✓
Ontwikkel beradingsprogramme vir besmette/geaffekteerde persone/werknemers.✓✓
Besighede moet gereeld werkswinkels en inligtingsessies hou oor die uitwerking van MIV/VIGS op die werknemers en hul eweknieë.✓✓
Moedig werknemers aan om by MIV/Vigs-ondersteuningsgroepe aan te sluit.✓✓
Neem deel aan die MIV/Vigs-voorkomingsprogramme wat in die gemeenskap geïmplementeer word.✓✓
Ondersteun nie-regeringsorganisasie-/gemeenskapsgebaseerde organisasies wat met mense wat deur MIV/VIGS geïnfekteer/geaffekteer is in die gemeenskap werk.✓✓
Enige relevante antwoord wat verband hou met die inisiatiewe om MIV/vigs aan te spreek.

Maks (4)

UITEENSETTING VAN PUNTE	
VRAAG 4	**PUNTE**
4.1	**4**
4.2	**4**
4.3.1	**8**
4.4	**4**
4.5	**4**
4.6	**4**
4.7	**6**
4.8.1	**2**
4.8.2	**4**
TOTAAL	**40**

AFDELING C

Sien slegs die antwoord op die EERSTE na.

VRAAG 5: BESIGHEIDSGELEENTHEDE (SAKE PLAN)

5.1 Inleiding

- Sodra 'n entrepreneur 'n besigheidsgeleentheid geïdentifiseer het, sal die volgende stap wees om die onderneming se idee in 'n werkbare plan te omskep.✓
- Hierdie werkbare plan is waarna ons verwys as 'n sakeplan.✓
- Die sakeplan verskaf besonderhede oor waarheen die onderneming met sy idee wil gaan en hoe jy daar sal uitkom.✓
- 'n Besigheidsplan is 'n geskrewe beskrywing van 'n voornemende besigheid.✓
- Die sakeplan beskryf hoe die onderneming bedreigings sal hanteer en sy goedere/dienste sal bemark.
- Die vorm van eienaarskap wat gekies word, kan lei tot die sukses/mislukking van 'n besigheid.
- Enige ander relevante inleiding wat verband hou met die belangrikheid van 'n bemarkingsplan en marknavorsing, die bemarkingsmengsel, die verskille tussen 'n vennootskap en 'n private maatskappy en maniere om mededinging in die mark te oorkom.

Enige (2 × 1) (2)

5.2 Belangrikheid van 'n bemarkingsplan

- Dit is 'n beskrywing van die markontleding, insluitend die teikenmark.✓✓
- Dit sluit die ontleding van die teikenmark, kliënt en mededinging in.✓✓
- Verduidelik die bemarkingsmengsel en verskaf die bemarkingstrategie van die besigheid.✓✓
- Lei besighede oor hoe om hul produkte/dienste te adverteer.✓✓
- Beskryf die voorgestelde pryse van goedere en dienste.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van die bemarkingsplan

Submaks (4)

Belangrikheid van 'n marknavorsing

- Dit is 'n proses om meer van kliënte se behoeftes te verstaan.✓✓
- Die teikenmark verwys na die mense wat waarskynlik die produk of diens wat deur die onderneming aangebied word, sal koop.✓✓
- Die besigheid moet marknavorsing doen om van die volgende faktore van die teikenmark te weet: ouderdomsgroep, geslag, persoonlikheid, inkomste en opvoeding.✓✓
- Die metodes om marknavorsing uit te voer sluit opnames, onderhoude en vraelyste in.✓✓
- Die resultate van die marknavorsing is belangrik aangesien dit sal aandui of die teikenmark belangstelling toon in die goedere en dienste wat die voorgestelde onderneming beoog om te bied.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van die marknavorsing.

Submaks (4)
Maks (8)

5.3 Die 7P's van bemarking

Produk/Diens✓✓
- Produk is 'n beskrywing van die produk,✓voorkoms en gebruik wat vir kliënte beskikbaar is.✓
- Die produk/diens kan 'n prent, tekening of foto wees✓van hoe die produk lyk.✓
- Die vervaardigingsproses✓word gebruik om die produk te maak.✓
- Die voorkoms van die produk/dienste✓moet verskil van mededingers se produkte.✓
- Die verpakking van die produk✓moet die produk beskerm en bewaar.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met produk/diens as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Prys✓✓
- Die prys van 'n produk verwys na die hoeveelheid geld✓wat deur die verbruiker betaal moet word om die produk te bekom.✓
- Die voorgestelde besigheid moet sy prysbeleid insluit✓in die sakeplan.✓
- Die prysbeleid beskryf die manier waarop die prys gebruik word✓om kliënte te lok.✓
- Die prys moet alle kostes dek✓en moet aanklank vind by die teikenmark.✓
- Die prys moet bekostigbaar wees✓vir die verbruikers.✓
- Goeie toegang tot die produk/diens✓sal verkope verhoog.✓
- Kontant of kredietfasiliteite✓kan die kliënt se houding teenoor die prys beïnvloed.✓
- Kliënte is dalk bewus van ander verkopers✓wat dieselfde produkte vir minder verkoop.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met prys as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Mense✓✓
- Mense verwys na werknemers, bestuur, direkteure✓, en aandeelhouer/Alle mense betrokke by die verkoop van die produkte.✓
- Die sakeplan moet gedetailleerde inligting van mense insluit✓wat betrokke sal wees by die voorgestelde besigheid en by die maak van 'n besigheid.✓
- Mense kan die besigheid beïnvloed met hul kennis✓, vaardighede en houdings.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met mense as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Plek/Verspreiding✓✓

- Die plek waar goedere en dienste verkoop word✓of plek waar verbruikers toegang tot die goedere of dienste kan kry.✓
- Die onderneming kan self die produk direk aan kliënte verkoop✓of kan die produk deur ander besighede bemark.✓
- Besighede mag die volgende verspreidingskanale gebruik:✓
- Direkte verkope: vervaardiger verkoop direk aan verbruikers.✓
- Deur-tot-deur-verkope: besighede het verkoopspersoneel in diens om van deur tot deur te verkoop en hulle dra min voorraad by hulle.✓
- Posbestelling: Groot besighede druk katalogusse wat deur verbruikers gebruik kan word om van hul keuse te bestel. Klein besighede adverteer in plaaslike koerant en nooi verbruikers om direk by die besigheid te koop.✓
- Telefoonverkope: die besigheid het mense in diens wat lede van die publiek bel en hulle probeer oorreed om hul goedere te koop.✓
- Internet/aanlyn inkopies: besighede gebruik stelsels op die internet om kliënte in staat te stel om hul inkopies aanlyn te bestel en dit by die deur te laat aflewer.✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met plek as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Promosie✓✓

- 'n Bevordering moet die voordele kommunikeer✓van die produk aan kliënte.✓
- Bevordering is die besigheid gaan sy teikenmark bewus maak✓van sy produk of diens.✓
- Die voorgestelde besigheid moet besonderhede insluit✓oor sy bevorderingsbeleid.✓
- Die promosiebeleid moet beskryf hoe verkope✓van produkte bevorder sal word.✓
- Bevordering skets die volgende metodes van advertensies:✓
  - Advertensies deur die radio, tydskrifte, pers, televisie ens✓/Spesiale aanbiedinge✓/Proefprodukte soos gratis monster vir toetsing✓/Gratis geskenke✓/Direkte pos✓/Aanlyn bemarking✓/Sosiale media✓/ Openbare betrekkinge✓/ Handelsmerkbewustheid✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met bevordering as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Proses✓✓
Verwys na prosesse wat ontwerp en geïmplementeer is✓om 'n aangename inkopie-ervaring te verseker.✓
Beskryf die manier waarop die bemarking en verkope prosesseer✓uitgevoer word.✓
Die proses om 'n diens te lewer en die gedrag van diegene wat die diens lewer✓is belangrik vir die kliënt goedkeuring van personeel om kliënte te hou kliënte gelukkig.✓
Voorbeelde van stelsels en prosesse✓wat 'n goeie kliënt-ervaring sal verseker:✓
Stelsels en prosesse om te verseker dat verbruikers✓moenie lank wag in leidrade/vir goedere afgelewer nie.✓
Stelsels en prosesse om seker te maak dat telefoniese boodskappe hanteer word✓en by die regte persoon afgelewer word.✓
Stelsels en prosesse om te verseker✓dat e-posboodskappe gelees word.✓
Enige relevante antwoord wat verband hou met proses as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

Fisiese bewyse✓✓
Verwys na die omgewing waar goedere en dienste✓word verkoop/diens gelewer.✓
Die fisiese omgewing sluit die voorkoms van die gebou in✓ en die uniforms van werknemers.✓
Die fisiese omgewing moet gepas wees✓ en laat die kliënt gemaklik voel.✓
Skoon en funksionele geriewe✓lok en behou kliënte.✓
Goed versierde onthaal✓help ook om kliënte te verseker dat die besigheid die beste dienste bied en hul kliënte waardeer.✓
Enige relevante antwoord wat verband hou met fisiese omgewing as 'n komponent van die 7ps van bemarking.

Komponent (2)
Bespreking (2)
Submaks (4)

LET WEL: Sien slegs die eerste VIER (4) na.

Maks (16)

5.4 Belangrikheid van 'n sakeplan

’n Sakeplan help entrepreneurs om doelwitte te stel✓en doelwitte.✓
Kan gebruik word om beleggers te lok✓en voornemende werknemers.✓
Help belanghebbendes om die rol wat hulle in die besigheid speel te verstaan✓en moedig hulle aan om effektief by te dra.✓
Lei die entrepreneur oor die lewensvatbaarheid✓van sy/haar besigheidsidee.✓
Help die entrepreneur om probleme te identifiseer wat mag opduik✓en help bestuur om stappe te doen om hierdie probleme te vermy.✓
Verbeter sakebedrywighede,✓prosesse en praktyke.✓
Evalueer die sukses✓van die besigheid.✓
Dit is noodsaaklik wanneer om finansiële bystand aansoek gedoen word✓van beleggers of leners.✓
Noop 'n entrepreneur om sy/haar gedagtes te orden✓in 'n logiese volgorde.✓
Gee rigting✓sodra die besigheid bedryf word.✓
Help die entrepreneur om bedreigings die hoof te bied✓kop-aan en hanteer hulle.✓
Enige relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van 'n sakeplan.

Maks (12)

5.5 Strategieë wat 'n besigheid sal gebruik om mededinging in die mark te oorkom.

- Besighede moet verseker dat hulle unieke/gedifferensieerde goedere of dienste vir die teikenmark produseer.✓✓
- Besighede moet meer persoonlike dienste lewer deur te reageer op hul kliënt se behoeftes/begeertes.✓✓
- Goedere/dienste moet laer geprys word as mededinger se goedere/dienste in die mark.✓✓
- Besighede moet goedere/dienste van hoë gehalte produseer waarin die klante sal belangstel.✓✓
- Besighede moet kliëntediens verbeter en kliënte gelukkig hou. ✓✓
- Besighede moet 'n positiewe uitkyk skep deur gereeld hul persele op te knap en hul stelsels te verbeter.✓✓
- Besighede moet goeie bemarkingsveldtogte onderneem wat die aandag van die teikenmark sal trek.✓✓
- Skep 'n positiewe beeld/publisiteit deur gereelde betrokkenheid by gemeenskapsontwikkelingsprojekte.✓✓
- Besighede moet laekoste-ekstras soos verbeterde kredietvoorwaardes/lojaliteitskemas bied.✓✓
- Besighede moet verseker dat hulle goed opgeleide en toegewyde werknemers het wat 'n beter werksatmosfeer skep.✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met die strategieë wat 'n besigheid sal gebruik om mededinging in die mark te oorkom.

Maks (10)

5.6 Gevolgtrekking

- Die sakeplan verskaf besonderhede oor waarheen die onderneming met sy idee wil gaan en hoe jy daar sal uitkom.✓✓
- 'n Besigheidsplan is 'n geskrewe beskrywing van 'n voornemende besigheid.✓✓
- Dit verduidelik hoe die voornemende sake-eienaar finansiering sal bekom.✓✓
- Die sakeplan beskryf hoe die onderneming bedreigings sal hanteer en sy goedere/dienste sal bemark.✓✓
- Enige ander relevante gevolgtrekking wat verband hou met die belangrikheid van 'n sakeplan, die belangrikheid van 'n bemarkingsplan en marknavorsing, die bemarkingsmengsel en maniere om mededinging in die mark te oorkom.

Enige (1 x 2) (2)

VRAAG 5: UITEENSETTING VAN PUNTETOEKENNING

BESONDERHEDE	**MAKSIMUM**	**TOTAAL**
Inleiding	**2**	**Maksimum 32**
Belangrikheid van bemarkingsplan en marknavorsing	**8**	
Bemarkingsmengsel in verhouding tot 7ps	**16**	
Belangrikheid van 'n sakeplan	**12**	
Strategieë om mededinging in die mark te oorkom	**10**	
Gevolgtrekking	**2**	
INSIG		
Uitleg	**2**	**Maksimum 8**
Analise/Interpretasie	**2**	
Sintese	**2**	
Oorspronklikheid/Voorbeelde	**2**	
TOTALE PUNTE		**40**

LASO – Vir elke komponent:
Ken 2 punte toe as aan alle vereistes voldoen word.
Ken 1 punt toe as slegs sekere vereistes nagekom word.
Ken 0 punte toe waar daar glad nie aan vereistes voldoen word nie

VRAAG 6: BESIGHEIDSROLLE (VERHOUDINGS EN SPANPRESTASIE)

6.1 Inleiding

- Suksesvolle spanne kommunikeer gereeld en openlik, spanlede kan met mekaar skakel, en hulle is buigsaam om die algehele sukses van die span te verseker.✓
- Spanwerk kan vir sommige mense natuurlik wees, maar moeilik vir ander.✓
- Swak verhoudings tussen spanlede kan gekenmerk word deur emosionele en gedragsaksies wat nood, woede en onttrekking kan skep.✓
- Spanwerk kan vir sommige mense natuurlik wees, maar moeilik vir ander.✓
- Enige ander relevante inleiding wat verband hou met die voordele van spanwerk, kriteria vir suksesvolle spanprestasie, toepassing van nominale groeptegniek as 'n probleemoplossingstegniek en die maniere waarop kreatiewe besigheidsgeleenthede realisties geïmplementeer kan word.

Enige (2 × 1) (2)

6.2 Voordele van spanwerk

- Die span bereik meer as die individu.✓✓
- Goeie spanwerk help besigheid om sy doelwitte te bereik.✓✓
- Gee werknemers meer beheer oor hul werk.✓✓
- Die prestasie van alle spanlede verbeter omdat hulle mekaar se vaardighede ondersteun.✓✓
- Spanwerk moedig werkers aan om hul reeks vaardighede te vergroot om produktiwiteit te verhoog.✓✓
- Spanwerk verbeter effektiewe kommunikasie.✓✓
- Spanwerk kan sterk verhoudings tussen werknemers skep, wat weer lei tot beter kommunikasie binne 'n span.✓✓
- Spanwerk bevorder gesonde risiko-neming/Om as 'n span te werk laat spanlede toe om meer risiko's te neem, omdat hulle die ondersteuning van die span het in geval van mislukking.✓✓
- Spanwerk bevorder 'n wyer gevoel van eienaarskap wanneer saamgewerk word om besigheidsdoelwitte te bereik.✓✓
- Spanwerk bevorder kreatiwiteit en leer namate kreatiwiteit floreer wanneer mense as 'n span saamwerk.✓✓
- Die spanlede kan by mekaar leer en groei.✓✓
- Spanlede voel verbonde aan die besigheid wat lei tot individuele werksbevrediging.✓✓
- Spanwerk skep sinergie om die energievlakke van werknemers te maksimeer.✓✓
- Enige relevante antwoorde wat verband hou met die voordele van spanwerk.

Maks (10)

6.3 Kriteria vir suksesvolle spanprestasie

Duidelike doelwitte en ooreengekome doelwitte✓✓
- Spanlede moet saamstem oor doelwitte✓en stel duidelike doelwitte.✓
- Spanlede wat instem tot die doelwitte✓meer toegewyd sal wees.✓
- Spanlede sal meer toewyding toon✓as die doelwitte duidelik verstaan word.✓
- Spanne moet fokus op die ooreengekome doelwitte✓noodsaaklik vir sukses.✓
- Spanlede moet weet✓wat hulle wil bereik.✓
- Duidelike doelwitte vir rigting.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan duidelike doelwitte as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Interpersoonlike houdings en gedrag✓✓
- Spanlede het 'n positiewe gesindheid✓van ondersteuning en motivering teenoor mekaar.✓
- Goeie interpersoonlike verhoudings sal werkstevredenheid verseker✓en op hierdie manier die produktiwiteit van die span te verhoog.✓
- Spanlede is toegewyd✓en entoesiasties om 'n gemeenskaplike doel te bereik.✓
- Spanleiers gee krediet✓aan lede vir positiewe bydraes.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan interpersoonlike houding as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Gedeelde waardes en wedersydse respek ✓✓
- Toon respek vir die kennis✓of vaardighede van ander lede.✓
- Voer spantake uit met integriteit wat spansperdatums nakom✓met die nodige toewyding tot spandoelwitte.✓
- Toon lojaliteit, respek en vertroue✓teenoor spanlede ten spyte van verskille.✓
- Toon respek✓vir die kennis/vaardighede van ander lede.✓
- Voer spantake met integriteit uit/navolg verantwoordelikheid/nakom spansperdatums✓met die nodige toewyding tot spandoelwitte.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan gedeelde waardes en wedersydse respek as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Kommunikasie✓✓
- 'n Duidelike stel prosesse en prosedures vir spanwerk✓verseker dat elke spanlid hul rol verstaan.✓
- Doeltreffende kommunikasie✓tussen spanlede kan vinnige besluite tot gevolg hê.✓
- Kwaliteit terugvoer van spanlede✓sal die moraal van die span verbeter.✓
- Oop gesprekke tussen spanlede✓sal lei tot effektiewe probleemoplossing.✓
- Deurlopende hersiening van spanvordering verseker dat spanlede foute kan regstel/minimeer✓en kan pro-aktief optree om te verseker dat doelwitte bereik word.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan kommunikasie as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Samewerking/Samewerking✓✓
- Duidelik gedefinieerde en realistiese doelwitte✓sal verseker dat alle spanlede presies weet wat van hulle verwag word.✓
- Alle spanlede moet aktief deelneem✓in die besluitnemingsproses.✓
- Toon 'n bereidwilligheid om as 'n eenheid saam te werk✓spandoelwitte te bereik.✓
- Werk saam met bestuur✓om span/besigheidsdoelwitte te bereik.✓
- Kom ooreen oor hoe om 'n taak doeltreffend gedoen te kry✓en sonder om tyd te mors op konflikoplossing.✓
- 'n Gebalanseerde samestelling van vaardighede, kennis, ervaring en kundigheid✓verseker dat spanne hul doelwitte bereik.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan samewerking/samewerking as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Wedersydse respek, ondersteuning en vertroue✓✓
- Spanlede moet nie bang wees om uitgelag of verwerp te word nie✓vir die uitspreek van kommer wat deelname sal aanmoedig.✓
- Spanlede moet konsulteer✓met alle groeplede.✓
- Spanlede moet leer✓van mekaar.✓
- Spanlede moet mekaar ondersteun en vertrou✓om 'n effektiewe span te wees.✓
- Betroubaarheid, doen wat jy sê jy wil en neem risiko's✓met ander help om wedersydse vertroue op te bou.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan wedersydse respek, ondersteuning en vertroue as kriteria vir suksesvolle spanprestasie.

Kriteria (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

LET WEL: Merk slegs die eerste DRIE (3) opsies.

Maks (12)

6.4 Faktore wat spanverhoudings kan beïnvloed

Vooroordeel✓✓

- Vooroordeel is 'n negatiewe houding✓teenoor 'n individu.✓
- Hierdie houding is gewoonlik gebaseer op die verskille✓tussen individue wat aan 'n bepaalde sosiale groep behoort.✓
- Byvoorbeeld, vooroordeel is algemeen teenoor mense wat lede van 'n onbekende kulturele groep is.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan vooroordeel as 'n faktor wat spanprestasie kan beïnvloed.

Faktor (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Diskriminasie✓✓

- Diskriminasie is negatiewe optrede teenoor 'n individu✓omdat hulle aan 'n sekere geslag, ras, godsdiens of seksuele oriëntasie behoort.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan diskriminasie as 'n faktor wat spanprestasie kan beïnvloed.

Faktor (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Diversiteit✓✓

- Diversiteit is die praktyk om mense van 'n reeks verskillende sosiale en etniese agtergronde in te sluit,✓en van verskillende geslagte en seksuele oriëntasies.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan diversiteit as 'n faktor wat spanprestasie kan beïnvloed.

Faktor (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Geloof✓✓

- Geloof is 'n oortuiging wat ons algemeen aanvaar✓om waar te wees sonder bewyse of bewyse.✓
- Oortuigings is verwant✓na kultuur en godsdiens.✓
- Oortuigings beïnvloed ons denke en houdings,✓en ons moet daarvan bewus wees. ✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan geloof as 'n faktor wat spanprestasie kan beïnvloed.

Faktor (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

Ekwiteit✓✓
- Gelykheid moedig diversiteit aan✓in besluitneming✓/laat werksbevrediging toe✓en werknemerbetrokkenheid✓
- Gelykheid in die werkplek tot respekvolle en waardige behandeling✓van elke persoon in die besigheid.✓
- Enige relevante antwoord gekoppel aan billikheid as 'n faktor wat spanprestasie kan beïnvloed.

Faktor (2)
Bespreking (2)
Sub maks (4)

LET WEL: Merk slegs die eerste DRIE (3) opsies.

Maks (12)

6.5 Maniere waarop besighede 'n omgewing kan skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk
- Maak seker dat die span die besigheidsdoelwitte duidelik verstaan. ✓✓
- Stel grondreëls vir die span.✓✓
- Stel spanwaardes en doelwitte vas. ✓✓
- Beskou elke werknemer se idees as waardevol.✓✓
- Wees duidelik en spesifiek wanneer jy kommunikeer om verwarring te voorkom.✓✓
- Moedig luister en dinkskrum aan.✓✓
- Moedig vertroue, respek en samewerking tussen lede van die span aan.✓✓
- Moedig spanlede aan om inligting en hulpbronne effektief te deel.✓✓
- Delegeer probleemoplossingstake aan die span.✓✓
- Vestig 'n metode om tot 'n konsensus te kom om konflik te voorkom.✓✓
- Wees bewus van werknemers se onuitgesproke gevoelens. ✓✓
- Enige relevante antwoord wat verband hou met maniere waarop besighede 'n omgewing kan skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk

Maks (12)

6.6 Gevolgtrekking
- Of die besigheid nou te doen het met klante-ontevredenheid of 'n finansiële kwessie, daar sal altyd onvoorsiene kwessies wees wat opduik – wat probleemoplossing sal verg.✓✓
- Suksesvolle spanne kommunikeer gereeld en openlik, spanlede kan met mekaar skakel, en hulle is buigsaam om die algehele sukses van die span te verseker. ✓✓
- Enige ander relevante gevolgtrekking wat verband hou met die voordele van spanwerk, kriteria vir suksesvolle spanprestasie, toepassing van nominale groeptegniek as 'n probleemoplossingstegniek en die maniere waarop kreatiewe besigheidsgeleenthede realisties geïmplementeer kan word.

Enige (1 x 2) (2)

VRAAG 6: UITEENSETTING VAN PUNTETOEKENNING

BESONDERHEDE	MAKSIMUM	TOTAAL
Inleiding	**2**	**Maksimum 32**
Voordele van spanwerk	**10**	
Kriteria vir suksesvolle spanprestasie	**12**	
Faktore wat spanverhoudings kan beïnvloed	**12**	
Maniere waarop besighede 'n omgewing kan skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk.	**12**	
Gevolgtrekking	**2**	
INSIG		
Uitleg	**2**	**Maksimum 8**
Analise/Interpretasie	**2**	
Sintese	**2**	
Oorspronklikheid/Voorbeelde	**2**	
TOTALE PUNTE		**40**

LASO – Vir elke komponent:
Ken 2 punte toe as aan alle vereistes voldoen word..
Ken 1 punt toe as slegs sekere vereistes nagekom word.
Ken 0 punte toe waar daar glad nie aan vereistes voldoen word nie

TOTAAL AFDELING C: 40
GROOTTOTAAL 100

Kopiereg voorbehou