Province of the
EASTERN CAPE
EDUCATION

NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT

GRAAD 11

NOVEMBER 2020

BESIGHEIDSTUDIES V1

PUNTE: **150**

TYD: **2 uur**

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

Lees die volgende instruksies aandagtig deur voordat 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 eerste TWEE vrae in AFDELING B en die EERSTE vraag 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 ŉ antwoord te bepaal.

6. Gebruik die tabel hieronder as ŉ gids vir punte- en tydstoekenning wanneer 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**	**35**
	3	**40**	**35**
	4	**40**	**35**
C: TWEE opsteltipe vrae KEUSE: Beantwoord enige EEN.	**5**	**40**	**30**
	6	**40**	**30**
TOTAAL		**150**	**120**

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

8. Jy mag ŉ nieprogrammeerbare 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 besigheid het … beheer oor die mikro-omgewing.

A ʼn mate van
B volle
C geen
D minder

1.1.2 Mededingers is een van die komponente van die … omgewing.

A mikro-
B makro-
C mark-
D ekonomiese

1.1.3 Die ooreenkoms tussen Fuma Meubels en Cuma Stoele om saam te werk om hulle doelwitte te bereik, staan bekend as …

A samesmelting.
B oorname.
C verkryging.
D alliansie.

1.1.4 Soet Tand gebruik … wanneer hulle lekkergoed en beskuitjies saam verpak.

A kombinasie-verpakking
B spesialiteitsverpakking
C verpakking vir dubbele gebruik
D unieke verpakking

1.1.5 Die proses waar ʼn nuwe werknemer se vaardighede en vermoëns ooreenstem met die vereistes van 'n pos, staan as ... bekend.

A keuring
B werwing
C plasing
D induksie

(5 x 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.

gehalte; psigografie; promosie; stukwerk; primêre; produksie; sekondêre; penetrasie; tydverwante; demografie

1.2.1 Die … sektor is verantwoordelik vir die verandering van grondstowwe in bruikbare produkte.

1.2.2 Suki Skryfbehoeftes het die houdings en smake van hul teikenmark bestudeer. Dit is ŉ voorbeeld van …

1.2.3 Vinnige Skoene gebruik … prysbepaling wanneer hulle ŉ einde-van-die-reeks uitverkoping het.

1.2.4 Die stel van teikens, meet van werkverrigting en die neem van regstellende maatreëls, staan bekend as …-beheer.

1.2.5 ŉ … salarisbepalingsmetode word gebruik wanneer werkers betaal word volgens die hoeveelheid items vervaardig.

(5 x 2) (10)

1.3 Kies ŉ beskrywing uit KOLOM B wat by ŉ 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	Inflasie	A	die totale salarisbedrag voor aftrekkings
1.3.2	Sloerstaking	B	verbruikers koop hierdie goedere nadat tyd en moeite bestee is om soortgelyke goedere met mekaar te vergelyk
1.3.3	Geriefsgoedere	C	verseker die betrokkenheid en samewerking van die bestuur in die verbetering van die gehalte van produkte
1.3.4	Totale gehaltebestuur /-beheer	D	algemene styging in die pryse van goedere en dienste in ŉ land
1.3.5	Bruto salaris	E	tydelike gesamentlike weiering van werknemers om te werk
		F	die totale salarisbedrag na aftrekkings
		G	algemene styging in die populasie van ŉ land
		H	verbruikers koop hierdie goedere gereeld sonder huiwering
		I	werknemers gaan gesamentlik voort met hul pligte teen ŉ stadiger tempo as normaalweg
		J	geïntegreerde stelsel wat verseker dat elke werknemer verantwoordelik is vir gehaltewerk

(5 x 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 boaan 'n nuwe bladsy begin, bv. VRAAG 2 op 'n NUWE bladsy, VRAAG 3 op 'n NUWE bladsy.

VRAAG 2: BESIGHEIDSOMGEWINGS

2.1 Noem TWEE soorte invloedwerwing wat besighede kan gebruik om by die uitdagings van die besigheidsomgewing aan te pas. (2)

2.2 Beskryf in breë trekke die funksies van vakbonde. (8)

2.3 Identifiseer die sosio-ekonomiese kwessies wat deur Wilde Print Tekstiele in ELKE stelling hieronder in die gesig gestaar word:

2.3.1 Sommige werknemers kan nie die patrone of instruksies lees om die klere te maak nie. (2)

2.3.2 Die werknemers oorweeg dit om te weier om te werk, weens 'n onopgeloste dispuut met die bestuur. (2)

2.3.3 China voer hul klere, wat hulle nie in hul eie land kan verkoop nie, na Suid-Afrika uit teen baie lae pryse. (2)

2.4 Verduidelik die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge. (8)

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

NOODSAAKLIKE SUPERMARK (NS)
Die werknemers van Noodsaaklike Supermark wil nie hul samewerking gee en as 'n span saamwerk nie. Onlangs kon die bestuur ook nie 'n gereelde verskaffer van al die produkte wat hulle benodig, vind nie.

Gebruik die tabel hieronder as 'n RIGLYN om VRAAG 2.5.1 en 2.5.2 wat volg, te beantwoord.

UITDAGINGS (2.5.1)	BESIGHEIDSOMGEWINGS (2.5.2)
1.	
2.	

2.5.1 Haal TWEE uitdagings uit die scenario hierbo aan wat NS moet hanteer. (2)

2.5.2 Klassifiseer ELKE uitdaging aangehaal in VRAAG 2.5.1 volgens die besigheidsomgewing. (4)

2.5.3 Stel TWEE maniere voor waarop besighede kan aanpas by EEN van die uitdagings wat in VRAAG 2.5.1 aangehaal is. (4)

2.6 Beveel projekte aan wat deur besighede as deel van maatskaplike/sosiale verantwoordelikheid onderneem kan word. (6)

[40]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

3.1 Noem VIER werknemervoordele. (4)

3.2 Beskryf in breë trekke DRIE aspekte van die indiensnemingskontrak. (6)

3.3 Bespreek die doel van induksie as 'n menslikehulpbronne-aktiwiteit. (6)

3.4 Identifiseer die faktore wat deur Kernklere oorweeg word wat hul pryse in ELKE stelling hieronder beïnvloed:

3.4.1 Die aantal verbruikers wat hul klere wil koop (2)

3.4.2 'n Toename van 20% in hul arbeids- en vervoerkoste (2)

3.5 Verduidelik die doel van verpakking. (6)

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

HELDER TEKKIES (HT)

Helder Tekkies vervaardig 'n verskeidenheid helderkleurige tekkies. Steve, die produksiebestuurder, moet die werklike roete opstel wat die materiaal in die fabriek moet volg. Hy moet ook die tyd bereken wat nodig is om elke aktiwiteit in die vervaardigingsproses uit te voer.

3.6.1 Haal uit die scenario TWEE aspekte aan wat tydens produksiebeplanning deur HT oorweeg moet word. (2)

3.6.2 Verduidelik aan die bestuur van HT die voordele van produksiebeplanning. (6)

3.7 Beveel voorkomende maatreëls aan wat besighede behoort te neem wanneer masjinerie gebruik word. (6)

[40]

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

BESIGHEIDSOMGEWINGS

4.1 Gee TWEE voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besigheidsbedrywighede kan beïnvloed. (2)

4.2 Brei uit oor die betekenis van *netwerkvorming.* (4)

4.3 Verduidelik maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm. (6)

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

ELITE MUSIEK (EM)
Elite Musiek verkoop CD's en DVD's in Oos-Londen. Onlangs het hulle ontdek dat al hoe meer mense onwettige kopieë maak van die CD's en DVD's wat hulle verkoop. Dit verklaar daarom die afname in verkope en winste wat hulle ervaar.

4.4.1 Haal die impak van rowery op EM aan vanuit die scenario hierbo. (2)

4.4.2 Stel maniere voor waarop EM rowery kan hanteer. (6)

BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

4.5 Noem TWEE tipes werwing. (2)

4.6 Noem enige TWEE gehaltebeheer-liggame. (2)

4.7 Beskryf die doel van die Wet op Beroepsgesondheid en -Veiligheid. (6)

4.8 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vraag wat volg.

CUMA ENTERPRISE (CE)
Cuma Enterprise is 'n groot kleinhandelbesigheid wat 'n verskeidenheid van produkte bied. Hulle laat hul werkers toe om aan 'n vakbond te behoort. Die menslikehulpbronne-afdeling identifiseer gereeld die opleidingsbehoeftes van hul werkers.

Identifiseer TWEE wette wat op CE van toepassing is. Motiveer jou antwoord deur uit die scenario hierbo aan te haal.

Gebruik die tabel hieronder as 'n RIGLYN om VRAAG 4.8 te beantwoord.

WETTE	MOTIVERING
1.	
2.	

(6)

4.9 Beveel maniere aan waarop die menslikehulpbron-funksie aan die Wet op Basiese Diensvoorwaardes (WBDV) kan voldoen, 1997 (Wet 75 van 1997). (4)

[40]

TOTAAL AFDELING B: 80

Kopiereg voorbehou

AFDELING C

Beantwoord EEN vraag in hierdie afdeling.

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

VRAAG 5: BESIGHEIDSOMGEWINGS

Die makro-omgewing bestaan uit baie komponente en hou ook baie uitdagings vir besighede in. Besighede moet in die makro-omgewing betrokke wees wat hulle dan kan bevoordeel.

Met verwysing na bostaande, skryf 'n opstel oor die volgende aspekte:

- Beskryf in breë trekke VIER komponente van die makro-omgewing.
- Verduidelik VYF uitdagings van die makro-omgewing.
- Bespreek die voordele van besighede wat betrokke is in die makro-omgewing.
- Beveel maniere aan waarop die besigheid in die makro-omgewing betrokke kan wees. **[40]**

VRAAG 6: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

Super Sakke (SS) is 'n nuut gevestigde maatskappy wat spesialiseer in die vervaardiging van kwaliteit skoolsakke. SS besef dat die verspreiding van hul produkte en hul bemarkingskommunikasiebeleid hul sukses sal bepaal. Die bestuur ondersoek die gebruik van verskillende tipes tussengangers en oorweeg dit om persoonlike verkope te gebruik om hul produkte te bevorder.

As 'n kundige in verspreiding en kommunikasie, skryf 'n opstel oor die volgende aspekte:

- Beskryf in breë trekke die verskillende tipes tussengangers.
- Verduidelik die redes hoekom SS, as 'n vervaardiger, die gebruik van direkte verspreidingsmetodes sal verkies.
- Bespreek die volgende komponente van die bemarkingskommunikasiebeleid:
  - Advertering
  - Publisiteit
  - Persoonlike verkope
- Gee SS raad oor die doeltreffendheid van persoonlike verkope om hul produkte te bevorder. **[40]**

TOTAAL AFDELING C: 40
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou

Province of the
EASTERN CAPE
EDUCATION

NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT

GRAAD 11

NOVEMBER 2020

BESIGHEIDSTUDIES V1 NASIENRIGLYN

PUNTE: 150

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 29 bladsye.

NOTAS AAN NASIENERS

1. **INLEIDING**

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

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

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

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

- ŉ Ander uitdrukking gebruik as wat in die nasienriglyn gegee word
- Uit ŉ ander betroubare bron kom
- Oorspronklik is
- ŉ Ander benadering gebruik

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

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

5. Die woord 'Submaks' word gebruik om die toekenning van punte binne ŉ vraag of subvraag te vergemaklik.

6. Die doel daarvan om punte aan die regterkant te omkring (gelei deur 'maks' in die uiteensetting van die punte) is om konsekwentheid en akkuraatheid te verseker met die nasien van die skrifte en modereringsproses.

7. Subtotale van vrae moet in die regterkantlyn geskryf word. Omkring die subtotale, soos aangedui by die toekenning van punte. Dit moet deur 'maks' in die nasienriglyn van punte gelei word. Slegs die totaal vir elke antwoord moet in die linkerkantlyn langs die toepaslike vraagnommer verskyn.

8. In ŉ indirekte vraag moet die teorie en die antwoorde relevant en met die vraag verband hou.

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

Kopiereg voorbehou

10. Geen addisionele krediet moet vir die herhaling van feite gegee word nie. Dui aan met ŉ 'H' of 'R'.

11. Die verskil tussen 'evalueer' en 'kritiese evaluering' kan soos volg verduidelik word:

11.1 Wanneer 'evalueer' gevra word, word daar van kandidate verwag om te antwoord op óf ŉ positiewe/negatiewe manier óf om ŉ neutrale (positiewe en negatiewe) standpunt in te neem, bv. **Positief**: 'COIDA verminder tyd en koste wat spandeer word √ op lang siviele hofgedinge.√

11.2 Wanneer 'kritiese evaluering' gevra word, word daar van kandidate verwag om te antwoord op óf ŉ positiewe/negatiewe manier óf om ŉ neutrale (positiewe en negatiewe) standpunt in te neem. In hierdie geval word van kandidate ook verder verwag om hulle antwoorde te ondersteun met dieper insig, bv. 'COIDA verminder tyd en koste√ wat spandeer word op lang siviele hofgedinge√, want die werkgewer sal nie verantwoordelik wees om vergoeding aan die werknemer te betaal as beserings opgedoen is tydens werksure nie, solank as wat die besigheid kan bewys dat hy nie agterlosig was nie. '√

LET WEL:
1. Bogenoemde kan ook van toepassing wees op 'analiseer'.
2. Let op die plasing van die merkie (√) in die toekenning van punte.

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

Kognitiewe werkwoorde, *soos*:

12.1 Adviseer, noem, beskryf in breë trekke, motiveer, aanbeveel, stel voor, *(lys nie volledig nie)* vereis gewoonlik nie veel diepte in kandidate se antwoorde nie. Die uiteensetting van punte vir elke stelling/antwoord sal dus aan die einde daarvan verskyn.

12.2 Definieer, beskryf, verduidelik, bespreek, brei uit, onderskei/ toon verskille, differensieer, vergelyk, tabuleer, regverdig, ontwerp, analiseer, evalueer, evalueer krities (*lys nie volledig nie*) vereis meer diepgaande begrip, toepassing en beredenering. Die punte moet dus meer objektief toegeken word om te verseker dat assessering volgens die vasgestelde norme geskied, sodat eenvormigheid, konsekwentheid en regverdigheid behaal kan word.

13. Merk slegs die EERSTE antwoord waar kandidate meer as een antwoord in AFDELING B en C gee waar slegs een antwoord gevra word.

Kopiereg voorbehou

14. **AFDELING B**

14.1 Indien, byvoorbeeld, VYF feite vereis word, sien die kandidaat se EERSTE VYF antwoorde na en ignoreer die res van die antwoorde. Dui dit aan deur ŉ lyn deur die nie-nagesiende gedeelte te trek of gebruik die woord 'Kanselleer'.

LET WEL: Dit is slegs van toepassing waar die getal feite gespesifiseer word.

14.2 Indien twee feite in een sin geskryf word, gee VOLLE krediet aan die kandidaat. Punt 14.1 geld steeds.

14.3 Indien daar van kandidate verwag word om hulle eie voorbeelde/menings te gee, beredeneer dit by die nasiensentrum ten einde die alternatiewe antwoorde te finaliseer.

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

14.4.1 Waar die getal feite gespesifiseer word, vrae wat vereis dat kandidate moet 'beskryf/bespreek/verduidelik', kan dit soos volg nagesien word:

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

Die 'feit' en 'verduideliking' word apart in die nasienriglyn gegee om die toekenning van punte te vergemaklik.

14.4.2 Indien die getal feite nie gespesifiseer word nie, moet puntetoekenning gelei word deur die aard van die vraag en die maksimum punte in die nasienriglyn toegeken.

14.5 **EEN punt kan toegeken word vir antwoorde wat maklik is om te herroep, wat een woord as antwoord vereis of wat direk aangehaal word uit ŉ scenario/gevallestudie. Dit is spesifiek van toepassing op AFDELING B EN C (waar van toepassing).**

15. **AFDELING C**

15.1 Die punte-uiteensetting vir die opsteltipe vrae is soos volg:

Inleiding	**Maksimum: 32**
Inhoud	
Gevolgtrekking	
Insig	**8**
TOTAAL	**40**

15.2 Insig bestaan uit die volgende komponente:

Struktuur/Uitleg	Is daar 'n inleiding, inhoud en 'n gevolgtrekking?	**2**
Ontleding en vertolking	Is die kandidaat in staat om die vraag in opskrifte/sub-opskrifte te ontleed/korrek te interpreteer sodat begrip van wat gevra word, getoon word? Punte toegeken volgens die gids hieronder: Alle opskrifte aangespreek: 1 (Een 'A') Interpretasie (16 tot 32 punte): 1 (Een 'A')	**2**
Sintese	Is daar relevante besluite/feite/antwoorde gemaak wat op die vrae gebaseer is? Punte toegeken volgens die gids hieronder: Geen relevante feite: 0 (Twee '-S') 'n Paar relevante feite: 1 (Een '-S') Slegs relevante feite: 2 (Geen '-S') Opsie 1: Waar 'n kandidaat 50% of meer van die vraag met slegs relevante feite beantwoord het, verskyn geen '-S' in die linkerkantlyn nie. Ken die maksimum van TWEE (2) punte vir sintese toe. Opsie 2: Waar 'n kandidaat minder as 50% van die vraag met slegs OF 'n paar relevante feite beantwoord het, verskyn een '-S' in die linkerkantlyn. Ken 'n maksimum van EEN (1) punt vir sintese toe. Opsie 3: Waar 'n kandidaat minder as 50% van die vraag met geen relevante feite beantwoord het, verskyn twee '-S' in die linkerkantlyn. Ken 'n NULPUNT toe vir sintese.	**2**
Oorspronklikheid	Is daar bewyse van voorbeelde gebaseer op aktuele inligting, huidige neigings 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 uit die inleiding en gevolgtrekking nie.**

2. **Die kandidaat verbeur punte vir uitleg indien die woorde INLEIDING en GEVOLGTREKKING nie voorkom nie.**

3. **Geen punte sal toegeken word vir uitleg as die opskrifte INLEIDING en GEVOLGTREKKING/SLOT nie deur 'n verduideliking ondersteun word nie.**

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

15.4 Die komponente van insig word aan die einde van die voorgestelde antwoord/nasienriglyn vir elke vraag aangedui.

Kopiereg voorbehou

15.5 Sien alle relevante feite na totdat die SUBMAKS/MAKS punte vir elke onderafdeling behaal is. Skryf 'SUBMAKS'/'MAKS' nadat maksimum punte behaal is, maar lees verder vir oorspronlikheid “O”.

15.6 Aan die einde van elke opstel, dui die toekenning van punte vir feite en punte vir insig soos volg aan: (S – Struktuur, A – Ontleding, S – Sintese, O – Oorspronklikheid) soos in die tabel hieronder aangedui.

INHOUD	**PUNTE**
Feite	**32 (maks.)**
S	**2**
A	**2**
S	**2**
O	**2**
TOTAAL	**40**

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

15.8 Indien die kandidaat die vraag VERKEERD identifiseer/vertolk, kry hy/sy steeds punte vir uitleg/struktuur.

15.9 Indien ŉ ander benadering deur kandidate gebruik word, maak seker dat antwoorde geassesseer word in ooreenstemming met 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/sinsdele, onvoltooide sinne en vae antwoorde.

15.10.2 Met ingang November 2015, sal die TWEE punte nie noodwendig aan die einde van elke voltooide sin getoon word nie. Punte (√) sal geskei wees en langs elke feit aangedui word, bv. 'Produkontwikkeling is ŉ groeistrategie √, waar ondernemings poog om nuwe produkte in bestaande markte bekend te stel.'√
Dit sal deur die aard en konteks van die vraag, sowel as die kognitiewe werkwoord wat gebruik is, gelei word.

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

AFDELING A

VRAAG 1

1.1
1.1.1 B √√
1.1.2 C √√
1.1.3 D √√
1.1.4 A √√
1.1.5 C √√

(5 x 2) (10)

1.2
1.2.1 sekondêre √√
1.2.2 psigografie √√
1.2.3 promosie √√
1.2.4 gehalte √√
1.2.5 stukwerk √√

(5 x 2) (10)

1.3
1.3.1 D √√
1.3.2 I √√
1.3.3 H √√
1.3.4 J √√
1.3.5 A √√

(5 x 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: BESIGHEIDSOMGEWINGS

2.1 **Soorte invloedwerwing**

- Verskansing teen inflasie √
- Bedingingsessies tussen besighede en vakbonde √
- Beïnvloeding van toesighoudende liggame/reguleerders √

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na.

(2 x 1) (2)

2.2 **Funksies van vakbonde**

- Beskerming van die belange van werknemers. √√
- Verteenwoordig die belange van die algemene samelewing en minderheidsgroepe deur die nuusmedia en onderhandelinge. √√
- Beïnvloed regeringsbesluite. √√
- Beïnvloed bestuur om beter werksomstandighede, salarisse en voordele te kry. √√
- Verteenwoordig werknemers korporatief en individueel. √√
- Verbeter die materiële voordele van lede. √√
- Bevordering van die belange van lede. √√
- Verskaffing van wetlike en finansiële advies. √√
- Verskaffing van voordele en opvoedkundige fasiliteite aan hulle lede.√√
- Ondersteuning van geslagsgelykheid. √√
- Beskerm lede in tye van aflegging en dissiplinêre verhore (tugverhore). √√
- Beskerming van die belange van hul lede tydens dissiplinêre prosedures. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die funksies van vakbonde.

Maks. (8)

2.3 **Sosio-ekonomiese kwessies**

2.3.1 Ongeletterdheid √√ (2)

2.3.2 Stakings √√ (2)

2.3.3 Storting √√ (2)

2.4 **Doel van WAV**

- Voorsien 'n raamwerk waarin werknemers, werkersunies en werkgewers saamwerk √ om sake wat verband hou met die werksplek, te bespreek. bv. salarisse, diensvoorwaardes. √
- Bevorder ordelike onderhandelinge en werknemersbetrokkenheid √ by besluitneming. √
- Bevorder beslegting √ van arbeidsgeskille. √
- Bevorder billike √ indiensnemingspraktyke. √
- Gee 'n uiteensetting van die verhouding √ tussen die werkgewers en werknemers. √
- Bevorder eenvoudige prosedures √ vir die registrasie van vakbonde en werkgewersorganisasies. √
- Reguleer die regte van die vakbonde en fasiliteer √ kollektiewe bedinging/gemeenskaplike bedinging. √
- Reguleer die effektiwiteit van bedingingsrade √ en statutêre rade. √
- Laat werkplekforums toe√ waar werknemers aan besluitneming deelneem. √
- Stigting van die Kommissie vir Versoening, Bemiddeling en Arbitrasie (KVBA) om arbeidsgeskille √ deur statutêre versoening, bemiddeling en arbitrasie op te los. √
- Onderskryf die reg om te staak teen aflegging √ en fasilitering van arbeidsgeskille. √
- Maak die kontrakte van indiensnemingprosedures √ duidelik. √
- Stigting van Arbeidshof en Arbeidsappélhof √ om arbeidskwessies te hanteer. √
- Verskaf kodes √ van goeie praktyke. √
- Hanteer √ stakings en uitsluitings en werkplekforums. √
- Stigting van werkplekforums √ om die belange van die werknemers te bevorder ongeag of hulle aan 'n vakbond behoort of nie. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge.

Maks. (8)

2.5 **Uitdagings en besigheidsomgewings vanuit die scenario**

UITDAGINGS 2.5.1	**BESIGHEIDSOMGEWINGS 2.5.2**
1. Die werknemers van Noodsaaklike Supermark wil nie hul samewerking gee en as 'n span saamwerk nie. √	Mikro √√
2. Onlangs kon die bestuur ook nie 'n gereelde verskaffer van al die produkte wat hulle benodig, vind nie. √	Mark √√
Submaks (2)	Submaks (4)

LET WEL: Ken geen punte toe vir die besigheidsomgewing indien die uitdaging verkeerd geïdentifiseer is nie.

Maks. (6)

2.5.3 **Maniere waarop besighede by moeilike werknemers kan aanpas**
- Besighede kan moeilike werknemers hanteer deur werwings- en induksie-beleide te hersien. √√
- Besighede moet strategieë ontwikkel om verskillende tipes persoonlikhede te hanteer. √√
- Besighede moet beradingsessies aan werknemers met persoonlike probleme bied. √√
- Enige ander relevant antwoorde wat verband hou met maniere waarop besighede moeilike werknemers kan hanteer. √√

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na.

(2 x 2) (4)

OF

Maniere waarop besighede by tekort aan voorraad/verskaffing van voorraad kan aanpas
- Kies verskaffers met 'n goeie reputasie en wat betroubaar is.√√
- Handhaaf 'n goeie verhouding met verskaffers. √√
- Sluit kontrakte met verskaffers om grondstowwe van goeie gehalte in voldoende hoeveelhede te verseker. √√
- Neem verskaffers oor om kontinuïteit van sy voorrade te verseker. Dit word terugwaartse integrasie genoem. √√
- Enige ander relevant antwoorde wat verband hou met maniere waarop besighede tekort aan voorraad/verskaffing van voorraad kan hanteer.√√

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na.

(2 x 2) (4)

2.6 **Projekte deur besighede onderneem as deel van sosiale verantwoordelikheid**

- Vrygewige bydraes aan NRO's/Besighede kan komberse aan ouetehuise/weeshuise skenk/sopkombuise bestuur. √√
- Betrokke by gemeenskapsvoorligting/-ontwikkeling/Bou skole in gemeenskappe/Bied beurse aan behoeftige studente/Skenk ou rekenaars aan minderbevoorregte skole/Verskaf/Ondersteun volwasse onderwys en opleiding in die plaaslike gemeenskap. √√
- Gee opleiding oor entrepreneursvaardighede/Ondersteun individue wat nuwe sakegeleenthede wil begin. √√
- Bied vaardigheidsontwikkeling/werkverskaffingsprojekte/messelwerk-kursusse aan. √√
- Borg kuns- en kultuurprogramme, soos skoolkore. √√
- Ondersteun jeugprogramme, soos sport/ontspanningsaktiwiteite.√√
- Die aanspreek van kwessies soos MIV/Vigs of COVID-19-pandemie. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met projekte wat deur besighede as deel van maatskaplike/sosiale verantwoordelikheid onderneem kan word.

Maks. (6)
[40]

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 2	PUNTE
2.1	2
2.2	8
2.3	6
2.4	8
2.5.1	2
2.5.2	4
2.5.3	4
2.6	6
TOTAAL	40

VRAAG 3: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

3.1 **Voorbeelde van werknemervoordele**

- Mediese fonds/Mediese versekering √
- Pensioenfonds √
- Voorsorgfonds √
- Begrafnisvoordele √
- Motor-/Reistoelae/Behuisingstoelae √ /Selfoontoelae √ /Kleretoelae √
- Prestasiegerigte byvoordele √
- Uitreiking van bonusaandele √
- Personeelafslag/Gratis of goedkoop maaltye √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met voorbeelde van werknemervoordele.

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

(4 x 1) (4)

3.2 **Aspekte van die indiensnemingskontrak**

- Persoonlike besonderhede van die werknemer √√
- Besonderhede van die besigheid/werkgewer, bv. naam/adres, ens. √√
- Postitel/Posisie √√
- Posbeskrywing √√
- Posspesifikasie √√
- Indiensneming-/Aanvangsdatum √√
- Plek waar werknemer meeste van sy/haar werkstyd sal spandeer √√
- Werksure, bv. gewone tyd/oortyd √√
- Vergoeding, bv. weeklikse of maandelikse betaling √√
- Voordele/Byvoordele/Toelaes √√
- Verlof, bv. siek-/kraam-/jaarlikse/aannemingsverlof √√
- Werknemeraftrekkings (verpligtend/nie-verpligtend) √√
- Termyn van die kontrak/Besonderhede van beëindiging √√
- Proeftydperk √√
- Handtekeninge van beide die werkgewer en werknemer √√
- Lys van dokumente wat deel van die kontrak vorm, bv. aanstellingsbrief/ gedragskode/etiese kode √√
- Dissiplinêre beleid, bv. reëls en dissiplinêre prosedures vir onaanvaarbare gedrag √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met aspekte van die indiensnemingskontrak.

LET WEL: Sien slegs die eerste DRIE (3) na. (3 x 2) (6)

3.3 **Doel van induksie as 'n menslikehulpbronne-aktiwiteit**

- Stel nuwe werknemers bekend aan bestuur/kollegas √ om verhoudinge met medewerkers op verskillende vlakke te vestig. √
- Skep geleenthede vir nuwe werknemers √ om verskillende departemente te beleef/ondersoek. √
- Verduidelik veiligheidsregulasies en -reëls √, sodat nuwe werknemers hul rolle/verantwoordelikhede in hierdie opsig sal verstaan. √
- Kommunikeer inligting √ oor produkte/dienste. √
- Gee nuwe werknemers die geleentheid om vrae te vra √ wat hulle sal gerusstel/op hul gemak stel/stres/bekommernisse/onsekerhede sal verminder. √
- Laat nuwe werknemers welkom voel √ deur hulle aan hul fisiese werksomgewing/spasie bloot/bekend te stel. √
- Gee nuwe werknemers 'n toer/inligting √ oor die uitleg van die geboue/kantoor. √
- Verbeter vaardighede√ deur indiensopleiding. √
- Stel nuwe werknemers bekend aan √ die organisasiestruktuur/hul toesighouers. √
- Verseker dat werknemers hul rol/verantwoordelikhede verstaan, √ sodat hulle meer effektief/produktief sal wees. √
- Kommunikeer besigheidsbeleid √ ten opsigte van etiese/professionele gedrag/prosedures/indiensnemingskontrak/voorwaardes vir indiensneming, √ ens.
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van induksie as 'n menslikehulpbronne-aktiwiteit.

Maks. (6)

3.4 **Faktore wat pryse beïnvloed**

3.4.1 Vraag √√ (2)

3.4.2 Insetkoste √√ (2)

3.5 **Doel van verpakking**

- Beskerm die produk fisies √ teen enige skade. √
- Bevorder die bemarking √ van die produk. √
- Voorkom dat die produk √ bederf. √
- Voorkom peutery/diefstal √ van 'n produk. √
- Verbeter gerief √ wat gebruik of berging betref. √
- Maak dit makliker √ om produkte te identifiseer. √
- Onderskei die produkte √ van ander mededingende produkte. √
- Dra by tot die winsgewendheid van die besigheid √ deur uitverkopings en gebruik van hulpbronne. √
- Trek aandag as 'n bemarkingsinstrument √ om die waarde van die produkte te toon. √
- Skakel die produk met die promosiestrategie √ wat gebruik word om die produk te bevorder. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van verpakking.

Maks. (6)

3.6 **Produksiebeplanning**

3.6.1 **Aspekte tydens produksiebeplanning vanuit die scenario**

- Steve, die produksiebestuurder, moet die werklike roete opstel wat die materiaal in die fabriek moet volg.√
- Hy moet ook die tyd bereken wat nodig is om elke aktiwiteit in die vervaardigingsproses uit te voer.√

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na. (2 x 1) (2)

3.6.2 **Voordele van produksiebeplanning**

- Produksiebeplanning laat 'n besigheid toe om te verseker dat elke masjien en werker √ tot hul volle kapasiteit gebruik word. √
- Besigheid kan verseker dat dit die korrekte hoeveelheid voorrade √ voorraadbeheer op 'n gegewe tydstip het. √
- Verbeterde voorraadbeheer verminder vermorsing √ en onnodige bergingskoste. √
- Produksiebeplanning sal verhoed dat tyd vermors word √ en verhoog die aantal finale produkte; dus toenemende produktiwiteit. √
- Produksiebeplanningsproses behels gehalte-inspeksies √ wat gehalte sal verbeter. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voordele van produksiebeplanning.

Maks. (6)

3.7 **Voorkomende maatreëls wat besighede behoort te neem wanneer masjinerie gebruik word**

- Masjinerie en toerusting moet korrek geïnstalleer word en veilig wees om te gebruik. √√
- Werkers moet behoorlik opgelei wees oor hoe om masjinerie te gebruik en moet ingelig wees oor die risiko's wanneer masjinerie gebruik word. √√
- Gereelde veiligheidstoetse moet uitgevoer word en masjinerie moet gereeld in stand gehou word. √√
- Wanneer werkers met masjinerie en toerusting werk, moet hulle beskermde klere en uitrustings dra, soos oorpakke, veiligheidshelms, oorproppies, maskers, swaardiensstewels, sweisbrille en handskoene. √√
- Ontwikkel 'n kultuur van veiligheid in die werkplek.√ √
- Maak werkers vertroud met veiligheidsprosedures. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voorkomende maatreëls wat besighede behoort te neem wanneer masjienerie gebruik word.

Maks. (6)

[40]

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 3	PUNTE
3.1	4
3.2	6
3.3	6
3.4	4
3.5	6
3.6.1	2
3.6.2	6
3.7	6
TOTAAL	40

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

BESIGHEIDSOMGEWINGS

4.1 **Voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besigheidsbedrywighede kan beïnvloed**

- Wet op Arbeidsverhoudinge √√
- Nasionale Kredietwet √√
- Wet op Verbruikersbeskerming √√
- Wet op Gelyke Indiensneming √√
- Wet op Vaardigheidsontwikkeling √√
- Wet op Breëbasis- Swart Ekonomiese Bemagtiging √√
- Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en Siektes/ Wet op Beroepsgesondheid en Veiligheid (OHSA) √√
- Wet op Basiese Diensvoorwaardes √√
- Maatskappywet √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met voorbeelde van kontemporêre wetgewing wat besigheidsbedrywighede kan beïnvloed.

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na.

(2 x 1) (2)

4.2 **Betekenis van netwerkvorming**

- Netwerkvorming verwys na ŉ gekoördineerde aktiwiteit waar mense met ŉ soortgelyke doel ontmoet,√ en inligting en idees uitruil. √
- Die doel van netwerkvorming is om soveel as moontlik mense te bereik√ en om elke verbinding betekenisvol te maak. √
- Besighede kan netwerkvorming gebruik as ŉ instrument √ om verkope / beeld van besigheid te verhoog/verbeter. √
- Besighede kan lede van kamers van handel en nywerheid / professionele sakeklubs / informele sosiale groeperings word √ om nuwe kontakte te ontmoet.√
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met die betekenis van netwerkvorming.

Maks. (4)

4.3 **Maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm**

- Bou rondom BBSEB √ en bemagtiging van werknemers. √
- Vermoë van ŉ person se mag √ om ander se denke, aksies en keuses te beïnvloed. √
- Alle partye in ŉ verhouding besit ŉ mate van mag, √ dit is, mag om te staak√/aandring op betaling√/bestel materiaal ens. √
- Strategiese alliansie/ooreenkoms √ tussen besighede lei tot gemeenskaplike voordele. √
- Strategiese bondgenote wil nie gemeenskaplike voordeel √ verloor nie. √
- Strategiese bondgenote oorweeg voorstelle√ wat deur besighede in die alliansie gemaak word. √
- Oorreding van groot beleggers √ het die mag om ander besighede te beïnvloed. √
- Verseker welwillendheid van beleggers √ en luister na voorstelle van beleggers. √
- Invloed op maatskappyverteenwoordigers √ deur agente of tussengangers. √
- Tussengangers beïnvloed verbruikers deur gratis monsters uit te deel √ en deur voorstelle van sekere produkte deur spesialiste/beleggers. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm. **Maks.** (6)

4.4 **Rowery**

4.4.1 **Impak van rowery vanuit die scenario**

- Dit verklaar daarom die afname in verkope √ en winste √ wat hulle ervaar.

(2 x 1) (2)

Kopiereg voorbehou

4.4.2 **Maniere waarop EM rowery kan hanteer**

- Patent √ /voorkom ander besighede/mense om nie dieselfde produk/spesifieke diens te produseer en te verkoop nie. √
- EM kan 'n patent vir nuwe uitvindings uitneem √ en 'n steekproef van hul uitvinding by die aansoek insluit. √
- Hulle kan regstappe bring teen enige iemand wat √ die uitvinding gebruik. √
- Handelsmerke √/identifiseer besighede en hul produkte. √
- Hulle moet hul handelsmerke registreer √ met die register van handelsmerke by die maatskappye en intellektuele eiendomregistrasie. √
- Kopiereg √ / EM kan regstappe neem teen mense wat hul produkte kopieer. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die maniere voor waarop EM rowery kan hanteer. **Maks.** (6)

BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

4.5 **Tipes werwing**

- Interne werwing √
- Eksterne werwing √

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na. (2 x 1) (2)

4.6 **Gehaltebeheer-liggame**

- SABS √
- ISO √
- Gehaltesirkels√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met gehaltebeheer-liggame.

LET WEL: Sien slegs die eerste TWEE (2) na. (2 x 1) (2)

4.7 **Doel van die Wet op Beroepsgesondheid en -Veiligheid**

- Die doel is om voorsiening te maak vir die gesondheid en veiligheid van werknemers by die werk en tydens die gebruik van masjinerie. √√
- Dit beskryf die rolle en verantwoordelikhede van werkgewers, werknemers, ontwerpers, invoerders, verskaffers en verkopers. √√
- Die Wet vereis dat die hoofgevare in die werkplek geïdentifiseer en uitgeskakel word. √√
- Dit vereis dat werknemers moet saamwerk en die nodige instruksies volg en enige onveilige situasies rapporteer. √√
- Verduidelik die rolle en pligte van die gesondheids- en veiligheidsverteenwoordigers. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van die Wet op Beroepsgesondheid en -Veiligheid.

Maks. (6)

4.8 **Wette vanuit die scenario**

WETTE	MOTIVERING
1. Wet op Arbeidsverhoudinge √√	Hulle laat hul werkers toe om aan 'n vakbond te behoort. √
2. Wet op Vaardigheidsontwikkeling √√	Die menslikehulpbronne-afdeling identifiseer gereeld die opleidings-behoeftes van hul werkers. √
Submaks (4)	Submaks (2)

LET WEL:
1. **Sien slegs die eerste TWEE (2) na.**
2. **Ken geen punte toe vir die motivering indien die Wet verkeerd geïdentifiseer is.**
3. **Ken punte toe vir die Wet selfs as die motivering onvolledig is.**

Maks. (6)

4.9 **Maniere waarop die menslikehulpbron-funksie aan die WBDV kan voldoen**

- Werkers moet slegs 9 uur per dag werk in 'n 5-dag werksweek./8 uur per dag in 'n 6-dag werksweek. √√
- Oortyd moet nie meer as 10 uur per week wees nie. √√
- Hulle moet 'n breek van 60 minute na vyf uur se werk hê. √√
- Werkers kan tot ses weke betaalde siekteverlof tydens 'n 36-maande-siklus neem. √√
- Besighede moet nie kinders onder die ouderdom van 16 in diens neem nie. √√
- Werkers moet dubbel hulle salaris ontvang indien hulle gedurende openbare vakansiedae/Sondag werk. √√
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met maniere waarop die menslikehulpbron-funksie aan die Wet op Basiese Diensvoorwaardes kan voldoen.

Maks. (4)
[40]

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 4	PUNTE
4.1	2
4.2	4
4.3	6
4.4.1	2
4.4.2	6
4.5	2
4.6	2
4.7	6
4.8	6
4.9	4
TOTAAL	40

TOTAAL AFDELING B: 80

AFDELING C

Sien SLEGS die EERSTE antwoord na in hierdie afdeling.

VRAAG 5: BESIGHEIDSOMGEWINGS

5.1 **Inleiding**

- Die makro-omgewing is deel van die eksterne besigheidsomgewing, aangesien dit buite die besigheid is. √
- Besighede het geen beheer oor die uitdagings van die makro-omgewing nie en daarom moet hulle eerder aanpas by die uitdagings. √
- Besighede kan betrokke raak by die makro-omgewing om volhoubaar te bly. √
- Besighede moet 'n manier kies om betrokke te raak in die makro-omgewing wat by hul besighede pas. √
- Enige ander inleiding wat verband hou met die komponente van die makro-omgewing/uitdagings van die makro-omgewing/voordele van besighede wat betrokke is in die makro-omgewing/maniere waarop besigheid in die makro-omgewing betrokke kan raak.

(Enige 2 x 1) (2)

5.2 **Komponente van die makro-omgewing**

- Fisiese/Natuurlike omgewing/kragte wat teenwoordig is in die natuurlike omgewing/die beskikbaarheid van natuurlike hulpbronne en volhoubaarheid van minerale hulpbronne. √√
- Ekonomiese omgewing/Globale en plaaslike ekonomiese magte/ Regering se monetêre en fiskale beleid wat 'n direkte impak het. √√
- Sosiale/Kulturele/Demografiese omgewing/mense en faktore wat direkte verbruikersgedrag beïnvloed/insluitende mense, kulturele agtergronde en inkomstevlakke. √√
- Tegnologiese omgewing/nuwe tegnologie wat 'n 4de industriële revolusie geskep het. √√
- Wetlike/Politieke/al die wette en wetgewing waaraan besighede moet voldoen/Regulasies wat deur die regering aangeneem word beïnvloed die manier waarop besighede funksioneer. √√
- Internasionale/Globale omgewing /Globale en internasionale magte wat sakebedrywighede beïnvloed/besighede moet byhou met globale tendense/internasionale handelsbetrekkinge. √√
- Institusionele omgewing/Instellings wat 'n reeks dienste aan sake-ondernemings/regering lewer wat goedere en dienste verbruik/lewer. √√
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met die komponente van die makro-omgewing

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

Maks. (8)

5.3 **Uitdagings van die makro-omgewing**
Veranderinge in inkomstevlakke √√
- Besighede word in die gesig gestaar met die probleem dat die inkomste van hul kliënte verander √ soos die ekonomie deur periodes van welvaart gaan en tydperke wanneer die ekonomie nie groei nie en resessies beleef. √
- Die verandering in rentekoers/belasting √ kan die krag van die verbruiker beïnvloed. √
- Faktore soos werkloosheid/ hoë rentekoerse √ kan verbruikers met minder besteebare inkomste los. √
- Verminderde verbruikersbesteding √ lei tot laer winste vir besighede.√
- Verbruikers wat finansiële probleme ondervind, √ sal eerder geld aan noodsaaklikhede as luukshede bestee. √
- Veranderinge in die verbruikers se inkomstevlakke kan ʼn ernstige bedreiging inhou, √ veral vir besighede wat spesialiseer in luukse produkte en dienste. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met veranderinge in inkomstevlakke as ʼn uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Politiese veranderinge √√
- ʼn Verandering in die regering kan lei tot politieke onstabiliteit √ en potensiële beleggers kan afgeskrik word. √
- ʼn Besigheid wat op ingevoerde / uitgevoerde goedere staatmaak √ kan uitgedaag word deur die regering se houding oor regte en tariewe wat opgelê moet word. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met politiese veranderinge as ʼn uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Kontemporêre wetlike wetgewing √√
- Die regering het baie wetgewing ingestel √ en besighede het geen ander keuse as om aan wetlike vereistes te voldoen nie/aan wette te voldoen. √
- Besighede moet binne die wetlike raamwerk van ʼn land besigheid doen √ en tred hou met nuwe wetgewing/voldoen aan nuwe wetgewing. √
- Die Nasionale Kredietwet en Wet op Verbruikersbeskerming √ is ingestel om besighede en kliënte te beskerm. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met kontemporêre wetlike wetgewing as ʼn uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Arbeidsbeperkings √√

- Die regering het ŉ aantal wette ingestel √ wat beperkings op besighede se arbeidspraktyke oplê. √
- Hierdie beperkings hou ŉ uitdaging in vir besighede √ wat die regte kandidaat vir die pos moet vind. √
- Hierdie beperkings maak dit ŉ uitdaging vir besighede om geskikte mense √ plaaslik en internasionaal in diens te neem. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met arbeidsbeperkings as ŉ uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Mikrolenings √√

- Mikrolenings is die toestaan van klein lenings aan mense √ wat nie krediet van banke kan kry nie. √
- Mikrolenings plaas druk op besighede aangesien hulle mikro-besighede wil ondersteun, √ maar daar is ŉ groot risiko as baie misluk en nie die skuld kan terugbetaal nie. √
- Individue/Besighede betaal onredelike hoë vlakke van rente √ en kan dit nie bekostig om die geld terug te betaal nie. √
- Die lenings kom sonder opleiding en √ baie van die entrepreneurs is ongeskoold en onervare en hul besighede misluk. √
- Wanneer mikro-besighede misluk, word hul verskaffers ook geraak √ aangesien hul verkope afneem en hulle verloor enige bedrae verskuldig aan hulle deur die mikro-besigheid. √
- Finansiële instellings beskou mikro-uitleners ook as ŉ bedreiging √ in die formele sektor en sal met hulle meeding. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met microlenings as ŉ uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Globalisering/internasionale uitdagings √√

- Globalisering verwys na die uitruil van produkte/dienste/kapitaal en arbeid √ oor grense/lande. √
- Plaaslike besighede ding mee met internasionale besighede √ vir plaaslike verbruikers. √
- Besighede moet bewus wees van globale netwerke √ en die gevolge daarvan. √
- Die migrasie van geskoolde arbeid oorsee √ kan tot ŉ tekort in plaaslike vaardighede lei. √
- Dit beteken nog meer mededinging vir besighede √ wat reeds onder druk is om plaaslik mee te ding. √
- Sommige internasionale besighede stort hul produktelyne in Suid-Afrika √ teen pryse wat laer is as waarteen plaaslike besighede dit kan bekostig om dit te verkoop. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met globalisering/internasionale uitdagings as ŉ uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe	(2)
Verduideliking	(2)
Submaks	(4)

Sosiale waardes en demografie √√
- Mense se waardes beïnvloed sommige van hul koopgedragsgewoontes √ omdat hulle produkte koop waarmee hulle identifiseer. √
- Houdings teenoor besparing en handelsmerklojaliteit √ kan ŉ impak op verbruikers se gewoontes hê. √
- Om werknemers/kliënte te kan verstaan en om aan te pas by veranderinge wat in die teikenmark plaasvind, √ kan ŉ uitdaging vir besighede wees. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met sosiale waardes en demografie as ŉ uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe (2)
Verduideliking (2)
Submaks (4)

Sosio-ekonomiese kwessies √√
- Besighede word in die gesig gestaar deur baie uitdagings √ van armoede, werkloosheid, onvoldoende onderwys, vaardigheidstekorte, misdaad en MIV en Vigs. √
- Die sosio-ekonomiese kwessies beïnvloed besigheidsbedrywighede √ op verskillende maniere. √
- Al hierdie sosio-ekonomiese kwessies maak die bestuur van ŉ suksesvolle besigheid √ baie moeilik. √
- Daar word van besighede verwag om sosio-verantwoordelikheids-programme te implementeer om maatskaplike probleme in hul gebiede te probeer hanteer, √ omdat die regering nie hierdie probleme doeltreffend kan verminder nie. √
- Enige ander relevante antwoorde wat verband hou met sosio-ekonomiese kwessies as ŉ uitdaging in die makro-omgewing.

Tipe (2)
Verduideliking (2)
Submaks (4)

LET WEL: Sien slegs die eerste VYF (5) na.

Maks. (18)

5.4 **Voordele van besighede wat betrokke is by die makro-omgewing**
- Voorkoming van omgewingsverandering / skade √ deur volhoubaar en omgewingsbewus te wees/koolstofvoetspoor te verminder. √
- Om globale markte te betree, met behulp van die internet, √ vermeerder markte en kan goedkoper / beter grondstowwe internasionaal bekom. √
- Deur mense se ouderdom, geslag, gebruike, tradisies en voorkeure te ken √ sal dit makliker wees vir besighede om mense aan te spreek/te bereik. √
- Wette reguleer nywerhede, beheer handel met ander lande √ en beskerm bedrywe, verbruikers en werknemers. √
- Besighede is bewus van die impak van buitelandse valuta en belasting √ en is buigsaam in die verskaffing van die produkte en dienste wat relevant is tot die huidige ekonomiese situasie. √
- Deur op hoogte te bly met die nuutste tegnologie √ verseker dat die grootste moontlike mark bereik kan word. √
- Verseker dat die besigheid op hoogte gehou word/werk binne die √ beleide, wette en regulasies wat besighede beheer. √
- Die besigheid kan meer akkuraat √ toekomstige gebeure, bedreigings en geleenthede wat mag ontstaan, voorspel. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voordele van besighede wat betrokke is in die makro-omgewing. **Maks.** (10)

5.5 **Maniere waarop besighede in die makro-omgewing betrokke kan wees**

- Kollektiewe bedinging/invloedwerwing, verteenwoordigers van die sakegemeenskap benut die kans om sake van gemeenskaplike belang met regeringsverteenwoordigers te bespreek. √√
- Vennootskap tussen die privaat en openbare sektor: besighede kan onderling voordelige vennootskappe met die regering sluit en besighede kan voordeel trek uit regeringsbeleide. √√
- Privaatsektordienste vir die gemeenskap of land: besighede maak gebruik van ŉ regeringsbate (hawe) en besluit om die hawe skoon te hou/besoedeling te voorkom (dienste). √√
- Werkskepping: besighede sal ŉ subsidie of belastingkorting ontvang en meer opgeleide werkers hê. √√
- Groter betrokkendheid by inisiatiewe met betrekking tot gemeenskaplike verantwoordelikheid: besighede raak betrokke deur opleiding en kommunikasie in die werkplek met sosio-ekonomiese kwessies. √√
- Staatstenders verskaf deur die regering en in reaksie sal besighede ŉ formele aanbod indien vir die lewering van gespesifiseerde goedere en dienste. √√
- Uitbreiding na Afrika: besighede raak dikwels betrokke by die verskaffingsketting om produkte vanaf groot nywerheidslande na Afrika-lande te kry. √√
- Gee leiding op tegnologiese gebied deur te belê in die navorsing en ontwikkeling van hul produkte. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die maniere waarop die besigheid in die makro-omgewing betrokke kan wees.

Maks. (10)

5.6 **Gevolgtrekking**

- Besighede moet bewus wees van al die komponente van die makro-omgewing.√√
- Besighede moet versigtig aandag skenk aan die uitdagings van die makro-omgewing en strategieë ontwikkel om op hierdie uitdagings te reageer. √√
- Besighede wat by die makro-omgewing betrokke is, sal op die kort en lang termyn baat vind. √√
- Die belangrikheid van betrokkenheid in die makro-omgewing word al hoe belangriker vir besighede om sukses in die toekoms te verseker. √√
- Enige ander gevolgtrekking wat verband hou met die komponente van die makro-omgewing/uitdagings van die makro-omgewing/voordele van besighede wat betrokke is in die makro-omgewing/maniere waarop besigheid in die makro-omgewing betrokke kan raak.

(Enige 1 x 2) (2)
[40]

VRAAG 5: UITEENSETTING VAN PUNTE

<table>
<tr><th>BESONDERHEDE</th><th>MAKSIMUM</th><th>TOTAAL</th></tr>
<tr><td>Inleiding</td><td>2</td><td rowspan="6">Maks.
32</td></tr>
<tr><td>Komponente van die makro-omgewing</td><td>8</td></tr>
<tr><td>Uitdagings van die makro-omgewing</td><td>18</td></tr>
<tr><td>Voordele van besighede wat betrokke is in die makro-omgewing</td><td>10</td></tr>
<tr><td>Maniere waarop die besigheid in die makro-omgewing betrokke kan wees</td><td>10</td></tr>
<tr><td>Gevolgtrekking</td><td>2</td></tr>
<tr><td>INSIG</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Struktuur/Uitleg</td><td>2</td><td rowspan="4">8</td></tr>
<tr><td>Analise/Interpretasie</td><td>2</td></tr>
<tr><td>Sintese</td><td>2</td></tr>
<tr><td>Oorspronklikheid/Voorbeelde</td><td>2</td></tr>
<tr><td>TOTAAL</td><td></td><td>40</td></tr>
</table>

*SASO – Vir elke komponent:
Gee 2 punte indien aan al die vereistes voldoen is.
Gee 1 punt indien aan sommige vereistes voldoen is.
Gee 0 punte waar glad nie aan vereistes voldoen is nie.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

6.1 **Inleiding**

- Verspreiding is die kanale wat die produk volg van vervaardiging tot by die verbruiker. √
- Besighede kan kies om hul produkte direk aan die verbruikers te versprei/direkte verspreiding. √
- Besighede kan ook tussengangers/middelmanne gebruik om te help met die verspreiding van hul produkte. √
- Bemarkingskommunikasiebeleid word ook na verwys as die promosie-deel van ŉ besigheid. √
- Persoonlike verkoop kan baie effektief wees vir nuut gevestigde besighede om verkope te verseker en kliënteverhoudings te bou. √
- Enige ander relevante inleiding wat verband hou met verskillende tipes tussengangers/redes vir die gebruik van direkte verspreiding/die komponente van bemarkingskommunikasiebeleid/doeltreffendheid van persoonlike verkope.

(Enige 2 x 1) (2)

6.2 **Tipes tussengangers**

- Groothandelaars koop groot hoeveelhede van die produsente en verkoop dit aan kleinhandelaars/verbruikers. √√
- Kleinhandelaars is winkels wat aan die verbruikers in kleiner hoeveelhede verkoop. √√
- Agente word gewoonlik deur groot vervaardigers gekontrakteer om hul produkte met kommissie te versprei / te verkoop en die vervaardiger en die kleinhandelaar te koppel. √√
- Makelaars is gespesialiseerde agente in ŉ sekere veld van kundigheid, byvoorbeeld versekeringsmakelaars. √√ / Koop en verkoop goedere en dienste vir ander en vergoeding op kommissie. √√
- Konsessies (Franchises) is onafhanklike besighede wat onder ŉ gemeenskaplike handelsmerk of produk handel dryf en is tussengangers vir vervaardigers, bv McDonalds, KFC, OK, Steers, Spur-restaurante. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met tipes tussengangers.

Maks. (8)

6.3 **Redes vir direkte verspreidingsmetodes**

- SS/Die vervaardigers verkies om met die verbuiker te onderhandel √ omdat die vervaardiger die produk moet demonstreer/'n naverkopediens moet lewer. √
- Tussengangers is nie bereid √ om die vervaardiger se goedere te versprei nie. √
- Geen hulpdienste √ word deur die tussengangers aangebied nie. √
- Tussengangers kan nie die produk, wat bederfbaar kan wees, √ gou genoeg aan die verbuiker lewer nie. √
- Handelaars en verbuikers verkies dat die vervaardiger die produk direk aan hulle moet lewer √ omdat die produk goedkoper sal wees. √
- Baie hoë winsgrense van tussengangers √ forseer vervaardigers om dit self te doen. √
- Vervaardiger probeer om te verhoed dat tussengangers √ die posisie van mag verkry of aan die vervaardiger voorskryf. √
- Verkope deur die internet kan kleiner besighede toelaat √ om hul produkte oor die hele wêreld te bemark. √
- Besighede se webwerwe kan beide as 'n verspreidingsmetode √ en 'n promosiemetode dien. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met redes waarom SS, as 'n vervaardiger verkies om van direkte verspreiding gebruik te maak.

Maks. (10)

6.4 **Komponente van die bemarkingskommunikasiebeleid**
Reklame/Advertering

- Advertensies is 'n bemarkingskommunikasie-aktiwiteit wat √ op die massas gemik is. √
- Advertensies is nie persoonlik nie √ en behels kommunikasie met 'n groot aantal verbruikers op dieselfde tyd. √
- Advertensies is die gewildste metode vir besighede / vervaardigers √ om hul boodskap by die teikenmark en verbruikers te kry. √
- Die adverteerder betaal vir die boodskappe √ hulle aan verbruikers wil oordra. √
- Advertensies kan verbruikers oorreed om 'n nuwe produk te probeer / aanhou om die produkte te koop wat hulle reeds ken √ of verbruikers aan hul produkte herinner. √
- Die besigheid beheer die boodskap √ dus het dit 'n lae vlak van geloofwaardigheid. √
- Baie beskikbare metodes van advertensies kan gebruik word √ bv gedrukte media, elektroniese media, buite advertensies, mobiele advertensies, uitsaai advertensies, borgskap-advertensies, aanlyn advertensies. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met reklame/advertering as 'n komponent van die bemarkingskommunikasiebeleid.

Submaks (6)

Kopiereg voorbehou

Publisiteit

- Die inligting oor ŉ besigheid gepubliseer deur ŉ onafhanklike derde party √ soos koerante of televisiestasies. √
- Verseker dat die publiek weet van die besigheid, √ sy sosiale programme, gemeenskapsbetrokkenheid en billike arbeidspraktyke. √
- Publisiteit kan positief of negatief wees √ omdat dit nie deur die besigheid betaal word nie. √
- Goeie publisiteit is dikwels suksesvol √ omdat berigte in die media oor produkte en dienste ŉ hoër mate van geloofwaardigheid het as advertensies deur besighede. √
- Publisiteit kan negatief wees as verslae in ŉ koerant of op televisie verskyn√ waar ŉ maatskappy afval in riviere stort. √
- Interne publisiteit is die vertoning van goedere, die voorkoms van die winkel is netjies √ en sy werknemers goed geklee asook die personeel se gedrag teenoor kliënte. √
- Besighede bou kliënteverhoudings deur goeie korporatiewe beeld, √ dienste, vriendelikheid en doeltreffendheid bou kliëntelojaliteit. √
- Baie maatskappye skep handelsmerkblootstelling √ vir die maatskappy deur kompetisies wat blootstelling aan die maatskappy se produkte bied.√
- Endossemente deur bekende mense trek aandag √ na ŉ maatskappy se handelsmerk en produkte. √
- Sport- en filmsterre word dikwels gesien dat hul sekere handelsmerke van klere dra√ wat openbare bewustheid vir die handelsmerk skep. √
- Sommige maatskappye deel geskenke en monsters uit met maatskappyhandelsmerke op, √ bv. by konferensies waar afgevaardigdes ‘goodie’-sakke ontvang. √
- Sommige maatskappye bied borgskappe aan sportgeleenthede √ of gemeenskapsgeleenthede. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met persoonlike verkope as ŉ komponent van die bemarkingskommunikasiebeleid.

Submaks (6)

Kopiereg voorbehou

Persoonlike verkope

- Persoonlike verkope is 'n persoonlike aanbieding deur die firma se verkoopspersoon √ aan voornemende kopers. √
- Persoonlike verkope is 'n aggressiewe verkoopsmetode wat aangesig-tot-aangesig kommunikasie behels √ met die doel om verkope aan te moedig en kliënteverhoudings te bou. √
- Dit is persoonlike kommunikasie waarvoor betaal word √ wat probeer om kliënte in te lig en hulle te oorreed om produkte en dienste te koop. √
- Spesiale aandag word gegee aan die behoeftes √ en vereistes van kliënte. √
- Effektiewe manier om verhoudings tussen die verkoopspersoon √ en die kliënt te bou. √
- Na-verkope diens en individuele kliënte aandag is baie belangrik √ wanneer groot duur items verkoop word. √
- Benodig goed opgeleide en kundige mense / agente √ wat die mark en kliënte verstaan. √
- Voorbeelde van persoonlike verkope: uitdeel van gratis monsters/verkoopskoepons/demonstreer produkte aan verbruikers in die winkel/die bekendstelling van 'n kompetisie / borg van 'n sport gebeurtenis of sport span. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met persoonlike verkope as 'n komponent van die bemarkingskommunikasiebeleid.

Submaks (6)
Maks. (18)

6.5 **Doeltreffendheid van persoonlike verkope**

- Persoonlike verkope kan telefonies gedoen word/van aangesig tot aangesig en bied 'n meer buigsame manier om 'n promosie-boodskap oor te dra. √√
- Word gedoen deur ervare verkoopspersone wat charisma ontwikkel het en die vaardigheid dat mense aan hul aandag gee. √√
- Dit is die mees suksesvolle metode om produkte te verkoop. √√
- Dit is baie effektief, veral in die geval van duur industriële goedere soos masjinerie en aankoop van uitsoekgoedere soos stowe, yskaste, selfone ens.√√
- Behels baie persoonlike kontak met spesifieke aandag aan die kliënt se behoeftes en vereistes. √√
- Mees effektiewe manier om verhoudings tussen die verkoopspersoon en die kliënt te bou. √√
- Dit is ook 'n baie goeie manier om goeie verhoudings te handhaaf en deurlopende verkope te verseker. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doeltreffendheid van persoonlike verkope.

Maks. (10)

6.6 **Gevoltrekking**

- Die tipe produk wat ŉ besigheid vervaardig, sal bepaal watter tipe tussenganger deur die besigheid gebruik word. √√
- Die gebruik van direkte verspreiding, sonder tussengangers, is ook ŉ opsie vir groot besighede wat ŉ verskeidenheid van verwante produkte vervaardig. √√
- Bemarkingskommunikasiebeleid skep bewustheid van beskikbare goedere en dienste en lig kliënte ook oor die voordele van hul produkte in. √√
- Persoonlike verkope kan maklik aangepas word om die verbruiker se kultuur / taal te akkommodeer en die boodskap kan persoonlik gemaak word. √√
- Enige ander relevante gevolgtrekking wat verband hou met verskillende tipes tussengangers/redes vir die gebruik van direkte verspreiding/die komponente van bemarkingskommunikasiebeleid/doeltreffendheid van persoonlike verkope.

(Enige 1 x 2) (2)

[40]

VRAAG 6: UITEENSETTING VAN PUNTE

BESONDERHEDE	MAKSIMUM	TOTAAL
Inleiding	**2**	**Maks 32**
Verskillende tipes tussengangers	**8**	
Redes vir die gebruik van direkte verspreidingsmetodes	**10**	
Komponente van bemarkingskommunikasiebeleid: o advertering o publisiteit o persoonlike verkope	**18**	
Doeltreffendheid van persoonlike verkope	**10**	
Gevolgtrekking	**2**	
INSIG		
Struktuur/Uitleg	**2**	**8**
Analise/Interpretasie	**2**	
Sintese	**2**	
Oorspronklikheid/Voorbeelde	**2**	
TOTAAL		**40**

*SASO – vir elke komponent:
Gee 2 punte indien aan al die vereistes voldoen is.
Gee 1 punt indien aan sommige vereistes voldoen is.
Gee 0 punte waar glad nie aan vereistes voldoen is nie.

TOTAAL AFDELING C: 40
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou