



education

Department:
Education
North West Provincial Government
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

PROVINSIALE ASSESSERING

GRAAD 11

**BESIGHEIDSTUDIES V1
NOVEMBER 2024
NASIENRIGLYNE**

PUNTE: 150

Hierdie nasienriglyne bestaan uit 28 bladsye.

NOTAS AAN NASIENERS**INLEIDING**

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

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

1. Vir nasien- en modereringsdoeleindes word die volgende kleure aanbeveel:
Merker: Rooi
Departementshoof: Groen
Eksterne moderator: Oranje
2. Kandidate se antwoorde vir AFDELING B en C moet in volsinne wees. Dit sal egter van die aard van die vraag afhang.
3. 'n Omvattende nasienriglyn word voorsien, maar dit is geensins volledig nie. Behoorlike oorweging moet gegee word aan 'n antwoord wat korrek is, maar:
 - 'n Ander uitdrukking gebruik as wat in die nasienriglyn gegee word
 - Uit 'n ander betroubare bron kom
 - Oorspronklik is
 - 'n 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 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 gebruik om die toekenning van punte binne 'n 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 'n indirekte vraag moet die teorie en die antwoorde relevant wees en met die vraag verband hou.

9. Verkeerde nommering van antwoorde op vrae of subvrae in AFDELING A en B sal ernstig gepenaliseer word. Daarom word korrekte nommering sterk aanbeveel in alle afdelings.
10. Geen bykomende krediet moet gegee word vir herhaling van feite nie. Dui aan met 'n 'R'.
11. Let daarop dat geen punte toegeken sal word vir die aanduiding van Ja/Nee in evalueringstipe vrae wat stawing of motivering vereis nie. (Van toepassing op AFDELING B en C)
12. Die onderskeid tussen 'evalueer' en 'krities evalueer' kan soos volg verduidelik word:
- 12.1 Wanneer 'evalueer' gevra word, word daar van kandidate verwag om te antwoord op 'n positiewe/negatiewe manier of om 'n neutrale (positief en negatief) standpunt in te neem, bv. Positief: 'COIDA verminder tyd en koste wat spandeer word op lang siviele hofgedinge.'
- 12.2 Wanneer 'kritiese evaluering' gevra word, word daar van kandidate verwag om te antwoord op 'n positiewe/negatiewe manier of om 'n neutrale (positiewe en negatiewe) standpunt in te neem. In hierdie geval word van die 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 regmerk (√) in die toekenning van punte.
13. 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:
- 13.1 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 dis aan die einde daarvan verskyn.
- 13.2 Definieer, beskryf, verduidelik, bespreek, brei uit, onderskei/ toon vaardighede, differensieer, vergelyk, tabuleer, 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.
14. Sien slegs die EERSTE antwoord na waar die kandidaat meer as een antwoord in AFDELING B en C gee waar slegs een antwoord gevra word.

15. AFDELING B

15.1 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 'n lyn deur die nie-nagesiende gedeelte te trek.

LET WEL: Dit geld slegs vir vrae waar die aantal feite gespesifiseer word.

15.2 Indien twee feite in een sin geskryf word, gee VOLLE krediet aan die kandidaat. Punt 15.1 geld steeds.

15.3 Indien daar van die kandidaat verwag word om hulle eie voorbeelde/menings te gee, beredeneer dit by die nasiensentrum ten einde die alternatiewe antwoorde te finaliseer en raadpleeg die Interne Moderator by DBE vir goedkeuring.

15.4 Gebruik van die kognitiewe werkwoorde en toekenning van punte:

15.4.1 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)

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

15.4.2 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.

15.5 **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 'n scenario/gevallestudie. Dit is spesifiek van toepassing op AFDELING B EN C (waar van toepassing).**

16. AFDELING C

16.1 Die punte-uiteensetting van die opsteltipe vrae is soos volg:

Inleiding	Maksimum: 32
Inhoud	
Gevolgtrekking	
Insig	8
TOTAAL	40

16.2 Insig bestaan uit die volgende komponente:

Uitleg/Struktuur	Is daar 'n inleiding, paragrawe en 'n gevolgtrekking?	2
Analise en interpretasie	<p>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?</p> <p>Punte toegeken volgens die gids hieronder: Alle opskrifte aangespreek: 1 (Een 'A') Interpretasie (16 tot 32 punte): 1 (Een 'A')</p>	2
Sintese	<p>Is daar relevante besluite/feite/antwoorde wat op grond van die vrae gemaak word?</p> <p>Punte moet met hierdie gids toegeken word: Geen relevante feite: 0 (Twee '-S') Enkele relevante feite: 1 (Een '-S') Slegs relevante feite: 2 (Geen '-S')</p> <p>Opsie 1: Slegs relevante feite: 2 punte (Geen '-S') Waar 'n kandidaat 50% of meer (twee tot vier subvrae) 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.</p> <p>Opsie 2: 'n Paar relevante feite: 1 punt (Een '-S') Waar 'n kandidaat minder as 50% (slegs een subvraag) 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.</p> <p>Opsie 3: 'n Paar relevante feite: 1 punt (Een '-S') Waar 'n kandidaat minder as 50% (slegs een subvraag) 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.</p> <p>Opsie 4: Geen relevante feite: 0 punte (Twee '-S') Waar 'n kandidaat minder as 50% (slegs een sub-vraag) van die vraag met geen relevante feite beantwoord het nie, verskyn twee '-S' in die linkerkantlyn. Ken 'n NULPUNT vir sintese toe.</p>	2
Oorspronklikheid	Is daar bewyse van voorbeelde (nie ouer as twee jaar) gebaseer op aktuele <i>inligting, huidige neigings en ontwikkelings</i> ?	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 vanaf die inleiding en slot herhaal word nie.**
 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.**

- 16.3 Dui insig in die linkerkantse kantlyn aan met 'n simbool bv ('L, A, -S en/of O').
- 16.4 Die uiteensetting van punte word aan die einde van die voorgestelde antwoord/nasienriglyn vir elke vraag aangedui.
- 16.5 15.5Sien alle relevante feite na totdat die SUBMAKS/MAKS punte vir elke onder-afdeling behaal is. Skryf 'SUBMAKS'/'MAKS' nadat die maksimum punte behaal is, maar lees verder vir oorspronklikheid 'O'.
- 16.6 15.6Aan 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.)
L	2
A	2
S	2
O	2
TOTAAL	40

- 16.7 Wanneer punte vir feite toegeken word, neem kennis van die submaksimum wat aangedui word, veral as kandidate nie dieselfde opskrifte 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.)
- 16.8 Indien die kandidaat die vraag VERKEERD identifiseer/interpreteer, kry hy/sy steeds punte vir uitleg/struktuur.
- 16.9 Indien 'n ander benadering deur kandidate gebruik word, maak seker dat antwoorde geassesseer word in ooreenstemming met die puntetoekenning/subopskrifte soos aangedui in die nasienriglyne.
- 16.10 16.10.1 Ken TWEE punte toe vir volledige sinne. Ken EEN punt toe vir frases, onvoltooide sinne en vae antwoorde.
- 16.10.2 Met ingang November 2015, sal die TWEE punte nie noodwendig aan die einde van 'n voltooide sin getoon word nie. Punte (✓) sal geskei wees en langs elke feit aangedui word, bv. 'Produkontwikkeling is 'n 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.

- 16.11 Met ingang November 2017 sal die maksimum van TWEE (2) punte vir feite in die nasienriglyn 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 C✓✓
- 1.1.2 D✓✓
- 1.1.3 C✓✓
- 1.1.4 B✓✓
- 1.1.5 A✓✓

(5 x 2) (10)

1.2

- 1.2.1 storting ✓✓
- 1.2.2 visie ✓✓
- 1.2.3 samesmelting ✓✓
- 1.2.4 inspeksie ✓✓
- 1.2.5 SABS ✓✓

(5 x 2) (10)

1.3

- 1.3.1 G✓✓
- 1.3.2 J✓✓
- 1.3.3 F✓✓
- 1.3.4 A✓✓
- 1.3.5 C✓✓

(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 Komponente van mikro-omgewing**

- Visie en missie✓
- Bestuursvaardighede✓
- Hulpbronne✓
- Werknemers✓
- Doelwitte en mikpunte✓
- Kultuur✓

LET WEL: Merk slegs die eerste TWEE (2).

(2 x 1) (2)

2.2 Doel van die Wet op Arbeidsverhoudinge

- Voorsien 'n raamwerk waarin werknemers, vakbonde en werkgewers saamwerk om sake rakende indiensneming te bespreek, soos lone, diensvoorwaardes.✓✓
- Bevorder ordelike onderhandelinge en werknemersbetrokkenheid by besluitneming in die werkplek.✓✓
- Bevorder beslegting van arbeidsgeskille.✓✓
- Bevorder billike indiensnemingspraktyke.✓✓
- Gee 'n uiteensetting van die verhouding tussen werkgewers en werknemers.✓✓
- Verskaf eenvoudige prosedures vir die registrasie van vakbonde - werkgewersorganisasies.✓✓
- Reguleer die regte van vakbonde en fasiliteer kollektiewe bedinging.✓✓
- Reguleer die effektiwiteit van bedingingsrade en statutêre rade.✓✓
- Vestig werkplekforums om die belange van alle werknemers in die werkplek te bevorder, ongeag of hulle aan die vakbond behoort of nie.✓✓
- Laat werkplekforums toe waar werknemers aan besluitneming kan deelneem.✓✓
- Stigting 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.✓✓
- Verduidelik die oordrag van dienskontrakte prosedures.✓✓
- Vestig Arbeidshowe en Arbeidsappèlhowe om arbeidskwessies te hanteer.✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van WAV.

Maks (6)

2.3 Makro omgewing

2.3.1 Uitdagings van makro-omgewing uit die scenario

UITDAGINGS	MOTIVERINGS
Polities ✓✓	Die regering het invoerbelasting op tekstielitems verhoog. ✓
Sosiaal ✓✓	Baie kliënte het hul werk verloor weens COVID-19-verwante kwessies. ✓
Submaks (4)	Submaks (2)

- LET WEL:**
1. Merk slegs die eerste TWEE (2).
 2. Ken punte toe vir die uitdagings, selfs al was die motiverings onvolledig.
 3. Moenie punte toeken vir die motiverings as die uitdagings verkeerd geïdentifiseer is nie.

Maks (6)

2.3.2 Maniere waarop besighede by die makro-omgewing betrokke kan wees

- Beïnvloed verskaffers ✓ deur langtermynkontrakte te onderteken. ✓
- Skep nuwe gebruike vir 'n produk ✓ deur nuwe kliënte te vind. ✓
- Beïnvloed reguleerders ✓ deur steunwerwing en bedinging. ✓
- Inisieer onderhandelingsessies ✓ tussen bestuur en vakbonde. ✓
- Beïnvloed sy eenaars ✓ deur gebruik te maak van inligting vervat in jaarverslae. ✓
- Onderhandeling van strategiese alliansie-ooreenkoms ✓ deur kontraktuele prosesse. ✓
- Om regeringsregulasies te ken ✓ en daarin te werk. ✓
- Om tred te hou met nuwe tegnologieë om produksieprosesse te verbeter. ✓
- Verminder die impak daarvan ✓ op die omgewing. ✓
- Om die globale ✓ mark te betree deur die internet te gebruik om verskaffers en kliënte te verkry. ✓
- Werk binne die wet ✓ om kontrakte op te stel. ✓
- Om voordeel te trek uit ekonomiese veranderinge ✓ soos wisselkoers, belastingtoegewings. ✓
- Die besigheid kan ingelig bly oor die uitdagings en ontwikkelings ✓ in die makro-omgewing en kan vinnig by uitdagings aanpas. ✓
- Werk binne die wet kan die besigheid help ✓ om kontrakte op te stel. ✓
- Raak betrokke by navorsing/ontwikkeling ✓ sodat hulle kan voortgaan om te werk. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met maniere waarop besigheid by die makro-omgewing betrokke kan wees.

Maks (4)

2.4 Voordele van netwerkvorming

- Besighede kan nuwe kliënte lok ✓ wat lei tot verhoogde marktaandeel en winsgewendheid. ✓
- Netwerkvorming kan 'n uitstekende bron wees ✓ van nuwe perspektiewe en besigheidsidees wees. ✓
- Dit laat bestuurders toe om nuwe verhoudings te bou ✓ en nuwe geleenthede vir die besigheid te skep. ✓

- Dit speel 'n rol in die bemerking √ en uitbreiding van 'n besigheid. √
- Dit help besighede om √ toekomstige besigheidsbesluite te neem. √
- Besighede kry ondersteuning √ wanneer hulle betrokke raak by die verteenwoordiging van beheer. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voordele van netwerkvorming.

Maks (4)**2.5 Funksies van vakbonde**

- Verbeter √ diensvoorwaardes √.
- Verseker dat alle werknemers gelyk behandel word √ in die werkplek. √
- Verteenwoordig die belange van die algemene samelewing √ en minderheidsgroepe deur middel van media en onderhandelinge. √
- Beïnvloed die besluite √ van die regering. √
- Verteenwoordig werknemers √ korporatief en individueel. √
- Verbetering van wesenlike voordele √ van hul lede. √
- Vestiging van minimum ekonomiese √ en wetlike voorwaardes/beïnvloeding van ekonomiese beleid en reg. √
- Om 'n rol te speel as morele instellings wat die swakkes √ en onderdrukte sal ophef en aan hulle die waardigheid en geregtigheid sal gee wat hulle verdien. √
- Beskerming van werkers teen onbillike arbeidspraktyke √ en onregverdigte afdanking. √
- Neem regstappe namens lede √ wanneer nodig. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die funksies van vakbonde.

Maks (4)**2.6 Sosio-ekonomiese kwessies****2.6.1 Identifisering van sosio-ekonomiese kwessies**

- Misdaad √ √
- Inflasie √ √

LET WEL: Merk slegs die eerste TWEE (2) antwoorde.**(2 x 2) (4)****2.6.2 Impak van gebrek aan vaardighede op die besighede**

- Besighede kan nie kandidate vind √ met voldoende vaardighede en ondervinding nie. √
- Besighede stel uiteindelik 'n kandidaat aan wat nie die nodige vaardighede het nie √ wat dan lei tot swak produkte en dienste. √
- Opleiding van werknemers is duur, en produktiwiteit sal beïnvloed word √ aangesien dit tyd neem vir nuwe opgeleide werknemers om sy/haar nuwe werk te leer. √
- Die koste van arbeid word duur √ aangesien sommige besighede kandidate vanuit die buiteland werf. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met 'n gebrek aan vaardighede by die besighede.

Maks (4)**2.7 Maniere waarop besighede mededinging in die mark kan oorkom**

- Bestuur moet verseker dat die onderneming homself van die mededingers onderskei deur te gebruik wat die kliënt wil hê. √ √

- Bied meer persoonlike dienste aan deur te reageer op die kliënt se behoeftes/verwagtinge. √√
- Bied laekoste ekstras soos verbeterde kredietvoorwaardes/afslag/ lojaliteitskemas ens. √√
- Vra laer pryse as dié van die ander besighede. √√
- Verkoop produkte met beter gehalte/nuwe produkte/dienste waarin die klante dalk sou belangstel. √√
- Deur die beste werkgewer te wees wat goed opgeleide/kundige personeellede het wat 'n beter werksatmosfeer kan skep. √√
- Verbeter die bemerking van die besigheid deur promosie-idees soos plakkate of veldtogte op sosiale media te gebruik. √√
- Verbeter die beeld van die besigheid soos om die voorkant van die perseel te verf/ die besigheid modern/ uitnodigend te laat lyk. √√
- Hou tred met ontwikkelings van die sakesektor, bly op hoogte met verbruikerstendense/belegging in nuwe tegnologie. √√
- Verbeter jou kliëntediens en hou hulle gelukkig. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met maniere waarop besighede mededinging in die mark kan oorkom.

Maks (6)
[40]

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 2	PUNTE
2.1	2
2.2	6
2.3.1	6
2.3.2	4
2.4	4
2.5	4
2.6.1	4
2.6.2	4
2.7	6
TOTAAL	40

VRAAG 3: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE

3.1 Bemerkingsaktiwiteite

- Standaardisering en gradering ✓
- Opberging ✓
- Vervoer ✓
- Finansiering ✓
- Dra van risiko ✓
- Koop en verkoop ✓

LET WEL: Merk slegs die eerste VIER (4).

(4 x 1) (4)

3.2 Die rol van tussengangers in die verspreidingsproses

- Hulle help om kopers op te spoor names die vervaardiger ✓✓
- Hulle help ook om produkte te bemark. ✓✓
- Tussengangers is spesialiste in verkope en daarom sal hulle vervaardigers help om 'n groter groep verbruikers te bereik. ✓✓
- Vervaardigers kan hul verkope verhoog deur tussengangers te gebruik. ✓✓
- Die vervaardiger mag dalk nie oor die nodige kundigheid en hulpbronne beskik om direk aan die publiek te verkoop nie. ✓✓
- Die tussenganger kan dalk in staat wees om logistiese distribusie meer effektief te doen, bv. vervoer van goedere na sekere afsetpunte. ✓✓
- Die distribusiekoste oor die algemeen kan dalk laer wees as tussengangers gebruik word as wanneer die besigheid self die distribusie doen, selfs al word die kommissie van die tussengangers bygereken. ✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die rol van tussengangers in die verspreidingsproses.

Maks (4)

3.3 Verbruiksgoedere

3.3.1 Tipes verbruiksgoedere vanuit die scenario

TYPE OF CONSUMER GOODS	MOTIVATIONS
Spesialiteits ✓✓	AO verkoop handelsmerk-juweliersware. ✓
Geriefs ✓✓	Hulle verskaf ook gehalte brode aan alle kliënte. ✓
Submaks (4)	Submaks (2)

- LET WEL:**
1. **Merk slegs die eerste TWEE (2).**
 2. **Ken punte toe vir die tipe verbruiksgoedere selfs as die motiverings onvolledig was.**
 3. **Geen punte word vir die motiverings toegeken indien die tipe verbruiksgoedere verkeerd geïdentifiseer was nie.**

Maks (6)

3.4 Belangrikheid van produkontwikkeling

- Produkontwerp moet ontwerp word om aan √ die behoeftes van die klante te voldoen. √
- Indien die produkontwerp nie by die teikenmark pas nie, √ sal daar baie min vraag na die produk wees. √
- Dit is belangrik vir besighede om nuwe produkte te ontwikkel √ sodat ouer produkte in stadium 4 vervang kan word as die vraag na die produkte afneem. √
- Besighede is in staat om mededingend te bly√ omdat hulle altyd op soek is na maniere om hul produkte te verbeter. √
- Produkte word onderskei √ as dié van die mededingers. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van produkontwikkeling.

Maks (6)

3.5 Verskil tussen stukwerk en tydverwante salaris

STUKWERK		TYDVERWANT	
-	Werkers word betaal volgens die aantal items/eenhede√ geproduseer/aksie uitgevoer. √	-	Werkers word betaal vir die tyd √ wat hulle spandeer by die werk of werk aan 'n taak.√
-	Werkers word nie betaal vir die hoeveelheid ure gewerk nie,√ongeag hoe lank dit hulle neem om die items te maak.√	-	Werkers met dieselfde kwalifikasies en ondervinding√ word vergoed volgens salarisskale, ongeag die hoeveelheid werk wat verrig is.√
-	Hierdie stelsel word veral in fabrieke gebruik,√ in die tekstiel-of tegnologiebedryf.√	-	Die private en openbare sektor besighede√ maak gebruik van hierdie betalingsmetode.√
-	Enige ander relevante antwoord wat verband hou met stuksgewys.	-	Enige ander relevante antwoord wat verband hou met tydsverwant
	Submaksimum (2)		Submaksimum (2)

- LET WEL:**
1. Die antwoord hoef nie in tabelvorm te wees nie.
 2. Die verskil hoef nie verbind te wees nie, maar moet duidelik wees.
 3. Ken 'n maksimum van TWEE (2) punte toe, indien die verskil nie duidelik is nie / Merk óf stukwerk óf tydverwant.

Maks (4)

3.6 Werwing metodes

3.6.1 Werwingsmetodes uit die scenario

Interne werwing √√

(2)

3.6.2 Werwingsprosedure

- Die menslike hulpbronbestuurder bepaal die werksbehoeftes √ in die besigheid/identifiseer vakatures. √
- Berei die Posbeskrywing √ en Posspesifikasie voor. √
- Bepaal die sleutelprestasie-areas √ van die werk. √
- Kies die werwingsmetode √ soos interne of eksterne metode van werwing. √
- Vakatures kan intern geadverteer word √ via interne e-pos/word tot mond/plakkate/kennsgewings aan personeel. √

- Indien interne werwing onsuksesvol was, √ moet eksterne werwing oorweeg word. √
- Die advertensie moet voorberei word met die relevante inligting, √ soos die naam van die maatskappy, kontakbesonderhede, kontakpersoon. √
- Plaas die advertensie in die toepaslike media wat sal verseker dat die beste kandidate aansoek doen. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met werwingsprosedure.

LET WEL: Die prosedure kan in enige volgorde wees

Maks (4)

3.7 Doeltreffendheid van persoonlike verkope in die bevordering van 'n besigheidsproduk

- Persoonlike verkope kan telefonies gedoen word, maar is gewoonlik van aangesig tot aangesig √ en bied die mees buigsame manier om 'n promosieboodskap te lewer. √
- Gedoen deur ervare verkoops persoon wat charisma ontwikkel √ en vaardig raak om mense te kry om aandag aan hulle te gee. √
- Dit is baie effektief veral in die geval van duur industriële goedere √ soos masjinerie, inkoopgoedere, stowe/yskaste/selfone. √
- Behels 'n persoonlike gevoel √ met spesifieke aandag wat aan die kliënt se behoeftes en vereistes gegee word. √
- Dit is die mees effektiefste manier om verhoudings tussen die verkoops persoon en die kliënt te bou. √
- Dit is ook 'n baie goeie manier om goeie verhoudings te handhaaf √ en om deurlopende besigheid en verkope te verseker. √
- Die verkoops persoon kan sy/haar boodskap aanpas √ om meer aanloklik te wees vir die persoon wat luister. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doeltreffendheid van persoonlike verkope in die bevordering van 'n besigheidsproduk.

Maks (4)

3.8 Wetlike vereistes van die dienskontrak

- Die werkgewer en werknemer moet beide die kontrak onderteken. √√
- Werkgewer en werknemer moet instem tot enige veranderinge aan die kontrak. √√
- Geen party mag aspekte van indiensnemingskontrak eensydig verander nie. √√
- Die vergoedingspakket/voordele ingesluit moet duidelik wees aangedui wees. √√
- Dit mag geen vereistes bevat wat in stryd is met die WBDV nie. √√
- Die dienskontrak moet 'n gedragskode en etiese kode insluit. √√
- Aspekte van die dienskontrak kan in die loop van indiensneming heronderhandel word. √√
- Die werkgewer moet die bepalings en voorwaardes van die dienskontrak aan die werknemer verduidelik. √√
- Diensvoorwaardes/pligte/verantwoordelikhede van die werknemers moet duidelik uiteengesit word. √√
- Alle besigheidsbeleide, prosedures en dissiplinêre kodes/reëls kan deel vorm van die dienskontrak. √√
- Die werkgewer moet die werknemer deeglik toelaat om die kontrak deur te lees voordat dit onderteken word. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met wetlike vereistes van die dienskontrak

**Maks (6)
[40]**

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 3	PUNTE
3.1	4
3.2	4
3.3.1	6
3.4	6
3.5	4
3.6.1	2
3.6.2	4
3.7	4
3.8	6
TOTAAL	40

VRAAG 4: DIVERSE ONDERWERPE

BESIGHEIDSOMGEWING

4.1 Uitdagings van die mark omgewing

- Mededinging√
- Voorraadtekorte by verskaffers√
- Veranderinge in verbruikersgedrag√
- Demografie en Psigografie√
- Sosio-kulturele faktore√

LET WEL: Merk slegs die eerste VIER (4) (4 x 1) (4)

4.2 Projekte wat deur besighede aangepak word as deel van sosiale verantwoordelikheid

- Besighede moet werknemers toelaat om betrokke te raak by sosiale ontwikkelings-programme. √√
- Bestuurders moet die omgewing beskerm en aan programme deelneem wat die omgewing verbeter en ophef. √√
- Inskakel by Omgewingsvriendelike veldtogte √√
- Skenkings maak aan liefdadigheidsorganisasies √√
- Betrokke raak by ekonomiese ontwikkeling √√
- Donasies maak aan liefdadigheidsorganisasies√√
- MIV en Vigs bewusmakingsprogramme √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die projekte wat deur besighede aangepak kan word as deel van sosiale verantwoordelikheid

Maks (6)

4.3 Identifisering van oplossings tot roofkopiëring

4.3.1 Oplossings tot roofkopiëring vanuit die scenario

TIPPE ROOFKOPIËRING	MOTIVERING
1. Patent √√	KO is bekommerd dat die ander besighede hulle ontwerp gaan namaak en het toe hulle uitvinding geregistreer.√
2. Handelsmerk √√	Hulle het ook 'n spesiale simbool van 'n gloeiende son gebruik om kliënte in staat te stel om hulle te identifiseer√
Sub-maks (4)	Sub-maks (2)

- Let wel:**
1. Merk slegs die eerste TWEE (2).
 2. Die antwoord hoe nie in tabel formaat te wees nie.
 3. Ken punte toe vir oplossings tot roofkopiëring al is die motivering onvolledig.
 4. Moenie punte toeken vir motiverings as die oplossings tot roofkopiëring verkeerd geïdentifiseer is nie.

Maks (6)

4.4 Voordele om by 'n makro-omgewing betrokke te wees

- Die besigheid kan toekomstige gebeure, bedreigings en geleenthede wat mag ontstaan, meer akkuraat voorspel. √√

- Die besigheid kan bydra tot 'n gesonder, meer vaardige en produktiewe arbeidsmag. √√
- Dit kan natuurlike hulpbronne beskerm en verbruikersbehoefte op 'n volhoubare manier voorsien. √√
- Die besigheid kan daartoe bydra dat verbruiker meer geld het om te spandeer. √√
- Verminder industriële konflik en verhoog produktiwiteit. √√
- Die besigheid kan meer akkuraat 'n saak bevorder wat 'n bekommernis vir die samelewing is. √√
- Die onderneming kan sy kundigheid en hulpbronne bydra wat die publiek se mening kan beïnvloed. Dit word voorspraak genoem. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die voordele om by die makro omgewing betrokke te wees.

Maks (4)**BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE****4.5 Tipses verpakking**

- Verpakking vir onmiddellike gebruik/Eenheidsverpakking √
- Verpakking vir dubbelgebruik √
- Verpakking vir herverkoop √
- Kaleidoskopiese/Voortdurend-veranderende verpakking √
- Spesialiteitsverpakking √
- Kombinasie verpakking √

LET WEL: Merk slegs die eerste VIER (4).**(4 x 1) (4)****4.6 Keuringsprosedure as 'n menslikehulpbronaktiwiteit****OPSIE 1**

- Bepaal billike assesseringskriteria waarop keuring gebaseer sal word. √√
- Aansoekers moet die aansoekvorms/curriculum vitae en gewaarmerkte afskrifte van persoonlike dokumente/ID's/bewyse van kwalifikasies indien. √√
- Sorteër die dokumente wat ontvang is/CV's volgens die assesserings-/keuringskriteria. √√
- Sif/Bepaal watter aansoekers aan die minimum posvereistes voldoen en skei dit van die res. √√
- Voorlopige onderhoude word gevoer indien baie geskikte aansoekers ontvang is. √√
- Kontrolering van verwysings vind plaas om die inligting op die CV's te verifieer soos om vorige werkgewers te kontak en om werkservaring na te gaan. √√
- Stel 'n kortlys saam van potensiële kandidate wat geïdentifiseer is. √√
- Die kandidate op die kortlys kan aan verskeie tipes keuringstoetse onderwerp word, soos vaardigheidstoetse. √√
- Nooi kandidate op die kortlys vir 'n onderhoud. √√
- 'n Skriftelike aanbod word aan die gekose kandidaat gemaak. √√
- Lig onsuksesvolle aansoekers in oor die uitkoms van hul aansoek./Sommige advertensies dui die sperdatum aan om slegs suksesvolle kandidate in te lig. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die keuringsprosedure as 'n menslike hulpbronaktiwiteit.

OF**OPSIE 2**

- Ontvang dokumentasie soos aansoekvorms en sorteer dit volgens die kriteria van die pos. √√
- Evalueer CV's en skep 'n kortlys/Sif die aansoekers. √√
- Gaan inligting in die CV's en kontak verwysings. √√
- Voer voorlopige siftingsonderhoude om aansoekers te identifiseer wat nie geskik is vir die pos nie, alhoewel hulle aan alle vereistes voldoen. √√
- Assesseer/Toets kandidate wat aansoek gedoen het vir senior poste/om te verseker dat die beste kandidaat gekies word. √√
- Voer onderhoude met kandidate op die kortlys. √√
- Bied 'n geskrewe aanbod aan die gekose kandidaat. √√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die keuringsprosedure as 'n menslike hulpbronaktiwiteit.

LET WEL: Die prosedure kan in enige volgorde wees. Maks (4)

4.7 **Nakoming van die Wet op Beroepsgesondheid en - veiligheid**

4.7.1 **TWEE maniere waarop WK aan die Wet op Beroepsgesondheid en - veiligheid voldoen.**

WK verseker dat hul noodhulp bokse altyd beskikbaar is. √

Hulle sorg ook dat brandblussers in die werkplek beskikbaar is. √

LET WEL: 1. Merk slegs die eerste TWEE (2).

2. Ken slegs punte toe vir antwoorde wat uit die scenario aangehaal is.

(2 x 1) (2)

4.7.2 **Ander maniere waarop WK aan die Wet kan voldoen.**

- Voorsien werkers met die nodige beskermende toerusting om hulself te beskerm √ teen potensiële gevaarlike toerusting. √
- Masjinerie moet op 'n gereelde basies gediens word √ en behoorlike herstelwerk moet gedoen word. √
- Ontwikkel en versprei die gesondheids- en veiligheidsbeleid √ aan werknemers. √
- Hersien bestaande gesondheids- en veiligheidsprosedures, √ toerusting en personeelopleiding. √
- Stel 'n gesondheids- en veiligheidsbeampte aan √ by die werkplek. √
- Handhaaf √ 'n ongelukregister. √
- Vestig gesondheids- en veiligheidskomitees √ wat bestaan uit verteenwoordigers van beide bestuur en personeel. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met hoe WK aan die Wet kan voldoen.

LET WEL: Moenie punte toeken vir antwoorde wat uit die scenario in VRAAG 4.7.1 aangehaal word nie.

Maks (4)

4.8 Voorsorgmaatreëls wat besigheid moet neem wanneer masjinerie hanteer word

- Maak werknemers vertrouwd met veiligheidsprosedures. ✓✓
- Ontwikkel 'n kultuur van veiligheid in die werkplek. ✓✓
- Alle masjinerie en toerusting moet korrek geïnstalleer en veilig wees om te gebruik. ✓✓
- Werkers moet behoorlik opgelei word oor hoe om masjinerie te gebruik en moet ingelig word oor die risiko's wanneer die masjinerie gebruik word. ✓✓
- Gereelde veiligheidskontroles moet uitgevoer word en masjinerie moet gereeld onderhou en gediens word. ✓✓
- Werkers moet beskermende klere/toerusting soos oorpakke/ harde hoede/ veiligheidshelms/maskers/swaardiens veiligheidskoene/sweisbril dra wanneer hulle met masjinerie en toerusting werk. ✓✓
- Harde hoede moet altyd gedra word op konstruksiepersele deur alle persone op die perseel. ✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met Voorsorgmaatreëls wat besigheid moet neem wanneer masjinerie hanteer word.

Maks (4)
[40]

UITEENSETTING VAN PUNTE

VRAAG 4	PUNTE
4.1	4
4.2	6
4.3.1	6
4.4	4
4.5	4
4.6	6
4.7.1	2
4.7.2	4
4.8	4
TOTAAL	40

TOTAAL AFDELING B: 80

AFDELING C**Merk slegs die EERSTE vraag****VRAAG 5: BESIGHEIDSOMGEWING (PAS AAN BY DIE UITDAGINGS VAN DIE BESIGHEIDSOMGEWINGS)****5.1 Inleiding**

- Invloedwerwing is 'n strategiese poging wat deur organisasies onderneem word om openbare beleide of regeringsbesluite ten gunste van 'n spesifieke belang te beïnvloed. ✓
- Invloedwerwing verseker dat verskillende opinies gehoor word. ✓
- Verskillende tipes invloedwerwingspraktyke word gebruik om effektiewe magsverhoudinge in besighede te vorm. ✓
- Magsverhoudinge speel 'n deurslaggewende rol in die vorm van interaksies en uitkomste in groot organisasies en maatskappye. ✓
- Enige ander relevante inleiding wat verband hou met die betekenis van invloedwerwing/redes waarom besighede gebruik maak van invloedwerwing /tipes invloedwerwing/maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm.

Enige (2 x 1) (2)**5.2 Betekenis van invloedwerwing**

- Invloedwerwing verwys na die proses om wetgewing of parlementêre besluitneming ✓ te probeer beïnvloed. ✓
- Dit behels die verkryging van openbare steun ✓ vir 'n kwessie soos kinder of diereregte. ✓
- Dit is 'n georganiseerde proses waar individue, sakeondernemings en organisasies hul invloed gebruik ✓ om regeringsbeleide te verander. ✓
- Invloedwerwing is spesifiek van toepassing op wetgewers en staatsampnare ✓ en dit is 'n deelnemende benadering tot die regering. ✓
- Dit word gedoen deur verskeie mense ✓ met soortgelyke motiewe, oortuigings of kommersiële posisies. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die betekenis van invloedwerwing.

Maks (8)**5.3 Redes waarom besighede invloedwerwing gebruik**

- Besighede beywer hul reguleerder of toesighoudende liggaam om ✓ pryse, beleide, regulasies en ander besluite wat deur die reguleerder of die toesighoudende liggaam geneem word, te probeer beïnvloed. ✓
- Besighede gebruik invloedwerwing om wette ✓ soos kinderarbeidwette, wette oor skoon lug en water asook munisipale regulasies te verander. ✓
- Hulle sienings is belangrik en word gehoor, ✓ en maak dus 'n verskil en gee besighede oplossings vir uitdagings. ✓
- Invloedwerwing is tot voordeel van 'n saak ✓ en bou publieke vertroue op. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die redes waarom besigheid invloedwerwing gebruik.

Maks (8)

5.4 Drie tipes invloedwerwing

5.4.1 Verskansing teen inflasie√√

- Besighede gebruik verskansing om hul finansiële beleggings te beskerm √ deur die risiko te versprei. √
- Besighede belê surplusfondse √ sodat die waarde daarvan teen 'n vinniger tempo as inflasie groei. √
- Hulle kan verskans teen inflasie deur hulle surplusbates/geld te belê √ in beleggings met intrinsieke waarde, soos goud/olie/eiendom. √
- Die besigheid gebruik verskansing deur effekte, aandele, eiendom te koop of waardevolle metale soos goud te koop √ om hulle kapitaal te beskerm teen die effek van inflasie. √
- Dit is 'n metode wat besighede probeer om die risiko te verminder √ wanneer hulle onseker is oor moontlike prysskommelings. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met verskansing teen inflasie as 'n tipe invloedwerwing.

Tipe (2)
Bespreek (4)
Submaks(6)

5.4.2 Bedingingsessies tussen bestuur en vakbonde √√

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

Tipe (2)
Bespreek (4)
Submaks(6)

5.4.3 Beïnvloeding van beheerliggame/reguleerders√√

- In elke besigheidsomgewing is daar 'n groot aantal beheerliggame√ en reguleerders. √
- Besighede speel 'n aktiewe rol √ in professionele liggame. √
- Deur hul lidmaatskap/betrokkenheid/bydraes, √ maak hulle dit moontlik om bestaande regulasies te beïnvloed. √
- Besighede beïnvloed en onderhandel met reguleerders √ om hul voortbestaan te beskerm. √

- Dit is in die beste belang van besighede om gehoor te gee aan riglyne en beperkings van reguleerders ✓ om voort te gaan met besigheid. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met beïnvloeding van beheerliggame/reguleerders as 'n tipe invloedwerwing.

Tipe (2)
Bespreek (4)
Submaks(6)

LET WEL Merk slegs die eerste DRIE (3).

Maks (18)

5.5 Maniere waarop besigheid magsverhoudings kan vorm

5.5.1 Oorreding van groot beleggers

- As besighede sterk beleggers het, baat hulle dikwels uit verhoudings met hulle omdat hulle krediet makliker kan bekom en kan hulle beter transaksies met verskaffers beding. ✓✓
- Besighede nooit invloedryke mense om op hul rade te dien en kry sodoende waardevolle advies van hulle. ✓✓
- As 'n besigheid 'n groot/kragtige belegger het kan dit 'n positiewe invloed op die reputasie en beeld van die besigheid hê. ✓✓
- As 'n besigheid 'n groot/kragtige belegger het, kan die besigheid makliker krediet kry/beter transaksies van verskaffers kry. ✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die oorreding van groot beleggers.

Submaks (6)

5.5.2 Maatskappyverteenwoordigers se invloed

- Hierdie verteenwoordiger vervul 'n belangrike funksie om beleggers te probeer oorreed om in 'n bepaalde besigheid te belê. ✓✓
- Mense sal besluite neem op grond van die maatskappy se beeld, persoonlikheid, kommunikasiestyle en mag om te oorreed. ✓✓
- Besighede moet tyd en energie belê om die regte persoon vir hierdie pos te werf. ✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die maniere waarop besighede maatskappyverteenwoordigers se invloed kan gebruik om magsverhoudings te vorm.

Submaks (6)

Maks (12)

5.6 Gevolgtrekking

- Invloedwerwing speel 'n deurslaggewende rol in die sake-omgewing aangesien maatskappye poog om regerings- en beleidsbesluite te beïnvloed wat hul bedrywighede beïnvloed. ✓✓
- Besighede doen invloedwerwing om hul belange te beskerm, regulasies te vorm en mededingende voordele te verkry. ✓✓
- Om verskillende tipes invloedwerwing te verstaan, beklemtoon die uiteenlopende metodes wat maatskappye gebruik om invloed uit te oefen. ✓✓
- Strategieë om magsverhoudings te vorm, versterk 'n besigheid se vermoë verder om belangrike besluite te beïnvloed en langtermyn-invloed te vestig. ✓✓

- Enige ander relevante gevolgtrekking wat verband hou met die betekenis van invloedwerwing/redes waarom besighede gebruik maak van invloedwerwing /tipes invloedwerwing/maniere waarop besighede magsverhoudinge kan vorm.

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

VRAAG 5: UITEENSETTING VAN PUNTE

BESONDERHEDE	MAKSIMUM	TOTAAL
Inleiding	2	Maksimum 32
Betekenis van <i>invloedwerwing</i>	8	
Redes waarom besighede invloedwerwing gebruik	8	
Drie tipes invloedwerwing	18	
Maniere om magsverhoudinge te vorm	12	
Gevolgtrekking	2	
Insig		8
Uitleg	2	
Ontleding	2	
Sintese	2	
Oorspronklikheid	2	
TOTALE PUNTE		40

VRAAG 6: BESIGHEIDSBEDRYWIGHEDE (BEMARKINGSFUNKSIE)

6.1 Inleiding

- Prys is die maklikste van alle markveranderlikes om te beïnvloed, maar dit is een van die mees ingewikkeldste besluite om te neem. ✓
- Verskeie prystegnieke kan gebruik word om die finale pryse van produkte te bepaal. ✓
- Die faktore wat die prysbepaling van produkte beïnvloed, moet goed verstaan word deur alle belanghebbendes in die besigheid om voorsiening te maak vir die toepassing van die gekose prysstruktuur. ✓
- Besighede maak gebruik van verkoopspromosies deur verskeie bemarkingsmetodes te gebruik wat daarop gemik is om verbruikersvraag in bepaalde produkte/dienste van die onderneming te verbeter. ✓
- Enige ander relevante inleiding wat verband hou met die belangrikheid van pryse/prystegnieke/faktore wat pryse/doel van verkooppromosies beïnvloed.

Enige (2 x 1) (2)

6.2 Belangrikheid van prysbepaling

- Dit definieer die waarde van die produk in terme van produksiekoste en gebruik vir die verbruiker. ✓✓
- Dit is tasbare pryspunt wat die verbruiker laat besef dat die produk waarde vir geld in terme van tyd en investering is. ✓✓
- In die prysbepalingsproses moet buigsaamheid/afslag/grondgebied/lewensiklus/status/toelaes in ag geneem word. ✓✓
- Die prys van 'n produk kan die verbruiker se gesindheid teenoor 'n handelsmerk beïnvloed. ✓✓
- Pryse beïnvloed die aantal produkte wat 'n onderneming kan verkoop, wat op sy beurt winsgewendheid beïnvloed. ✓✓
- Indien pryse te hoog vasgestel word, sal dit 'n negatiewe impak/afname in verkope uitoefen. ✓✓
- As pryse te laag is kan verbruikers dalk waarneem dat die produk se gehalte nie goed is nie. ✓✓
- Die prys van 'n produk moet voorsiening maak vir vervoerkoste. ✓✓
- Die prys van die produk moet BTW insluit. ✓✓
- Die prysbeleid moet verduidelik wanneer en aan wie afslag toegestaan sal word. ✓✓
- Lae verkope lei tot voorraadophopings van onverkoopte produk wat gestoor moet word en nie die koste van die vervaardiging van daardie produk terugbetaal nie. ✓✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die belangrikheid van pryse.

Maks (12)

6.3 Prystegnieke

6.3.1 Koste-gebaseerde pryse

- Koste-gebaseerde pryse is die praktyk om pryse te bepaal ✓ op grond van die koste van die goedere of dienste wat verkoop word. ✓
- 'n Sekere winsgrens of vaste bedrag wins word bygevoeg by die koste van die item, ✓ wat dan die prys bepaal waarteen dit verkoop sal word. ✓
- Die koste van produksie en uitgawes word bereken ✓ en 'n geskikte winsgrens word bygevoeg om die verkoopsprys te bepaal. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met koste-gebaseerde pryse as 'n prystegniek.

Submaks (6)

6.3.2 Kompetisiegebaseerde pryse

- Kompetisie gebaseerde pryse is 'n prysbepalingsmetode wat die vasstelling van pryse ✓ baseer deur te kyk na die pryse van mededingers. ✓
- Hierdie benadering word ook genoem die lopende koers pryse ✓ of mededingende pryse. ✓
- Hoe meer mededingers in die mark is, ✓ hoe laer sal pryse waarskynlik wees. ✓
- As die pryse vasgestel word op 'n hoër vlak as die van die mededingers, ✓ kan die verbruikers dalk oortuig word dat die produk beter is in terme van gehalte en nut daarvan. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met kompetisie-gebaseerde pryse as 'n prystegniek.

Submaks (6)

Maks (12)

6.4 Faktore wat pryse beïnvloed

6.4.1 Insetkoste ✓✓

- Hoe hoër die insetkoste, ✓ hoe hoër sal die finale prys wees. ✓
- 'n Verhoging in vervoerkoste ✓ sal 'n styging in die finale prys meebring. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die insetkoste as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)

Verduideliking (2)

Submaks (4)

6.4.2 Vraag na die produk ✓✓

- Hoe hoër die vraag, ✓ hoe hoër die volume van produksie. ✓
- hoe laer die insetkoste, ✓ hoe laer die finale prys. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die vraag na die produk as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)

Verduideliking (2)

Submaks (4)

6.4.3 Teikenmark ✓✓

- Die inkomstevlak van die teikenmark ✓ kan die prys van 'n produk beïnvloed. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die teikenmark as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)**Verduideliking (2)****Submaks (4)****6.4.4 Tipe produk** ✓✓

- Luukse produkte kan hoër geprys ✓ word as noodsaaklikhede. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die tipe produk as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)**Verduideliking (2)****Submaks (4)****6.4.5 Prystegniek wat gebruik word om die prys te bepaal** ✓✓

- Promosiepryse kan laer wees ✓ as vraag-georiënteerde pryse. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die prystegniek wat gebruik word om die prys te bepaal as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)**Verduideliking (2)****Submaks (4)****6.4.6 Mededingende en substituuatprodukte** ✓✓

- As daar soortgelyke produkte is wat die produk kan vervang, ✓ sal hoër pryse daartoe lei dat verkope kan afneem as gevolg van verkope van die substituuat produkte. ✓
- As die prys en vraag na komplementêre produkte verhoog, ✓ kan die ander produk verhoog teen dieselfde koers, byvoorbeeld, pryse van rekenaars en sleutelborde kan op dieselfde tyd verhoog word. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die mededingende en vervangingsprodukte as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)**Verduideliking (2)****Submaks (4)****6.4.7 Die ekonomiese klimaat en beskikbaarheid van goedere en dienste** ✓✓

- As daar 'n tekort ontstaan aan 'n sekere produk, ✓ is mense bereid om meer te betaal vir dit. ✓
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die ekonomiese klimaat en beskikbaarheid van goedere en dienste as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)**Verduideliking (2)****Submaks (4)****6.4.8 Vorms van markte** ✓✓

Die volgende markvorme sal prysbepaling beïnvloed:

- Volmaakte mededinging - ✓ Daar is baie kopers en verkopers. ✓
- Produkte is soortgelyk en daar is baie substituuat produkte, ✓ byvoorbeeld, aandele wat verhandel word op die JSE. ✓

- Monopolistiese mededinging - √ Daar is baie verskaffers/verkopers√
- Elke verskaffers het sy/haar eie handelsmerk van 'n spesifieke produk, byvoorbeeld, restaurante woos McDonalds/Burger King/Sters, ens.√
- Oligopolie - √ Daar is slegs 'n paar verskaffers/verkopers wat die pryse van produkte beheer.√
- Produkte is homogeen/dieselfde, byvoorbeeld, MTN, Vodacom/Cell C.√
- Monopolie - √ Daar is slegs een verskaffer/verkoper wat die pryse van produkte beheer.√
- Winsgrense is gewoonlik hoër, omdat verbruikers nie ander alternatiewe het nie√ soos Eskom. √
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die vorme van markte as 'n faktor wat prysbepaling beïnvloed.

Metode (2)
Verduideliking (2)
Submaks (4)

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

(12)

6.5 Doel van verkoopspromosies

- Vermeerder en verhoog die aantal produkte wat aan kliënte verkoop word, en lei tot 'n verhoging in die verkope van die besigheid se produkte.√√
- Deurgee van inligting oor produkte en dienste van die besigheid aan bestaande en nuwe potensiële kliënte.√√
- Opbou van langdurige verhoudings met kliënte.√√
- Oorreed potensiële kliënte om onmiddellike aankope te doen.√√
- Bepaal watter verkoopspromosie metodes die mees geskikste is om die teikenmark te bereik.√√
- Voorsien produkte en dienste gelykstaande aan die waarde soos belowe in promosies, aan verbruikers.√√
- Herinner die teikenmark aan huidige en nuwe produkte en die beskikbaarheid daarvan.√√
- Herenig met die bestaande teikenmark.√√
- Verbeter die handelsmerk bewustheid oor die algemeen, van bestaande en nuwe potensiële kliënte.√√
- Verbeter die verbruikerslojaliteit van bestaande en nuwe potensiële kliënte.√√
- Aktiveer sluimerende kliënte om produkte en dienste te koop. √√
- Stel nuwe produkte bekend of om die produklewensiklus te verleng.√√
- Enige ander relevante antwoord wat verband hou met die doel van verkopspromosies.

Maks (10)

6.6 Gevolgtrekking

- Die korrekte prysbepaling van produk/dienste bepaal die verkope en sukses van die onderneming op die langtermyn. √√
- Hierdie verskillende prystegnieke wat vir besighede beskikbaar is, maak voorsiening vir die gebruik van 'n kombinasie van hierdie tegnieke. √√
- Besighede moet al die faktore wat hul pryse beïnvloed noukeurig oorweeg om te verseker dat hul sukses nie van korte duur is nie. √√
- Die gebruik van verkoopspromosies moet goed nagevors word om te verseker dat die kleiner winsmarge per item nie die winsgewendheid van die onderneming negatief beïnvloed nie. √√
- Enige ander relevante gevolgtrekking wat verband hou met die belangrikheid van pryse/prystegnieke/faktore wat pryse/doel van verkoopspromosies beïnvloed.

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

VRAAG 6: UITEENSETTING VAN PUNTE TOEKENNING

BESONDERHEDE	MAKSIMUM	TOTAAL
Inleiding	2	Maksimum 32
Belangrikheid van prysbepaling	12	
Prystegnieke: o Koste-gebaseerde pryse o Kompetisie gebaseer	12	
Faktore wat pryse beïnvloed	12	
Doel van verkoopspromosies	10	
Gevolgtrekking	2	
Insig		8
Uitleg	2	
Ontleding	2	
Sintese	2	
Oorspronklikheid	2	
TOTALE PUNTE		40