higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

# NASIENRIGLYN

## NASIONALE SERTIFIKAAT

## BESTUUR: BOERDERY N4

## 8 JUNIE 2018

**Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.**

Kopiereg voorbehou

## VRAAG 1: BOERDERY IN PERSPEKTIEF

1.1
1.1.1 Waar
1.1.2 Onwaar
1.1.3 Onwaar
1.1.4 Waar
1.1.5 Waar

(5 × 1) (5)

1.2
- Prys en kwantitatiewe beheermaatreëls.
- Tegnologiebeleid. (2)

1.3 1.3.1 Verbruikers is die kopers van landbouprodukte en daarom draai die hele produksieproses om hulle.✓ Produksieproses in die landbou is daarop gemik om die behoeftes van verbruikers te bevredig op 'n manier wat wins sal genereer deur die uitruil van produkte vir kontant.✓ Sonder verbruikers is daar geen besigheid in die landbou nie.✓ As verbruikers tevrede is, sal hulle meer koop✓ sodoende word produsente en vervaardigers van 'n mark verseker.✓

(Enige 4 × 1)

1.3.2 Die openbare instelling speel die regulerende funksie deur toesig te hou oor die toepassing van toepaslike wetgewing in die landbousektor,✓ soos invoerbeheermaatreëls, loonregulering, kwarantyn van plante.✓ Hulle speel ook 'n ondersteunende rol deur die voorsiening van befondsing vir navorsingsdoeleindes en leiding aan boere om effektiewe boerderyproduksieprosesse te verseker.✓ Gedurende droogte en rampe ondersteun die regering boere om die produksie so gou as moontlik te hervat om aan die behoeftes van die verbruikers te voldoen.✓

(Enige 4 × 1)
(2 × 4) (8)

1.4
- Verskaffer van grondstowwe:✓ Die landbousektor verskaf grondstowwe aan sekondêre industrie en verwerkingsaanlegte om finale goedere te vervaardig wat gereed is vir verbruik deur verbruikers.✓
- Verdiener van buitelandse valuta:✓ Meer landbouprodukte word uitgevoer en buitelandse valuta word gegenereer deur hierdie uitvoere.✓
- Werkgewer:✓ Meer werksgeleenthede word in die landbousektor geskep, a.g.v. produksie, verwerking en sekondêre aktiwiteite, daarom neem die sektor meer mense in diens.✓
- Mark vir goedere en dienste:✓ Boere skep 'n groot mark vir vervaardigers se goedere en dienste, aangesien hulle insette benodig vir hul produksie- en bemarkingsdoeleindes.✓ (4 × 2) (8)

1.5
1.5.1 Streeks
1.5.2 Bilaterale
1.5.3 Multilaterale
1.5.4 Multilaterale
1.5.5 Bilaterale

(5 × 1) (5)

1.6 Entrepreneurskap is 'n proses wat gedryf word deur individue wat leiding neem, verantwoordelikheid en risiko om produksiefaktore te kombineer.✓ Die hoofdoel is om produkte te produseer wat in aanvraag is met 'n poging om wins te verkry.✓ Individue wat bestuur en entrepreneurs is het 'n vaardigheid om leierskapsfunksies uit te voer, aangesien besigheid verlies kan ly as swak besluite geneem word.✓ Dit het ook 'n risiko wat verlies kan veroorsaak, dus word behoorlike bestuursvaardighede vereis.

(Enige VYF toepaslike antwoorde) (5)

1.7
- Lede van die gemeenskap kan bates besit en dit gebruik om wins te maak.
- Toekenning van bates en hulpbronne word in 'n vryemark gedoen.
- Lede van die gemeenskap het 'n keuse van dienste, goedere, akkommodasie en indiensneming.
- Regering verminder sy rol in die mark.

(4)

1.8
- Deel in die Bruto Binnelandse Produk.
- Deel in die totale invoer en uitvoer mark.
- Grootte van die ekonomies aktiewe bevolking in die landbousektor

(3)
**[40]**

## VRAAG 2: BOERDERYBESTUUR

2.1 2.1.1
- Beplanning
- Organisering
- Implementasie
- Kontrole (4)

2.1.2
- Verskille in gesproke tale.
- Praat baie onnodige inligting.
- Negatiewe houding vanaf die boodskap ontvanger.
- Die boodskap wat nie prakties en uitvoerbaar is nie, gee.
- Oorsien die boodskap van die boodskap ontvanger en neem slegs wat belangrik is.
- Vrees vir die boodskap sender oor die boodskap wat nie gewild en nie gunstig is nie.
- 'n Afsender stuur 'n onduidelik boodskap. (Enige 5 × 1) (5)

2.1.3
- Deur die verkryging van fondse as finansiering.
- Deur fondse toe te pas deur bates te koop wat bekend staan as beleggings.
- Administrasie van fondse en verslae oor finansiële aangeleenthede.

(3 × 2) (6)

2.1.4
- Stap 1: Ondersoek die situasie
- Stap 2: Ontwikkel alternatiewe
- Stap 3: Evalueer alternatiewe
- Stap 4: Implementasie (4)

2.1.5
- 'n Plaasbestuurder word bewus van die probleem en analiseer dit.
- Hy versamel moontlike oplossings vir die probleem.
- Hy evalueer alle moontlike oplossings ten opsigte van hul voordele en nadele en kies die beste moontlike oplossing vir die probleem.
- Hy implementeer die beste oplossing en verseker konstante monitering tydens implementering en maak veranderinge waar nodig. (4)

2.2 2.2.1
- Lyn organisasie
- Funksionele organisasie
- Personeel en lyn organisasie (3)

2.2.2
- Uitbreiding van die besigheid, soos wanneer 'n nuwe tak by produksie gevoeg word.
- Tegnologiese veranderings in besigheid soos die bekendstelling van gemoderniseerde masjinerie of nuwe tegnologie vir die verwerking van vars produkte.
- Verdere opleiding en ontwikkeling van werknemers wat ander geleenthede sal skep. (3 × 2) (6)

2.3
2.3.1 C
2.3.2 A
2.3.3 A
2.3.4 D
2.3.5 D
(5 × 1) (5)

2.4
- Houding van ’n boer.
- Gesondheid en ouderdom van ’n boer.
- Sy finansiële status.
- Ambisie en vermoëns
- Sy vordering in doelwitbereiking.
- Hoe ‘n boer reageer op hul prestasies. (Enige 3 × 1) (3)

**[40]**

## VRAAG 3: BESTUURSFUNKSIES IN DIE BOERDERY-ONDERNEMING

3.1 3.1.1 Projeksie is 'n poging om die vloei van toekomstige gebeure te voorspel wat gebaseer is op gegewe inligting en verwagtinge wat voorgekom het.

3.1.2 Beleid is 'n dokument wat die spesifieke operasies op die plaas lei.

3.1.3 Balansstaat is 'n finansiële staat van 'n besigheid wat die besigheidsbates, laste en eienaarsbelang of -kapitaal opsom.

3.1.4 Standaard prosedure skryf die metode voor wat in 'n aktiwiteit toegepas word en die metode van werk uitvoering.

3.1.5 Taktiese beplanning is 'n beplanning wat daarop gemik is om die produksiefaktore oor 'n kort termyn te gebruik om die doelwitte van 'n boer te bereik.

(5 × 2) (10)

3.2 3.2.1
- Opteken van alle beskikbare bronne
- Bepaal beskikbare grondpotensiaal.
- Beplan gewas-/diereproduksie-aktiwiteit.
- Beplan die gebruik van masjinerie, plaaswerktuie, geboue en arbeid. (4)

3.2.2
- Induksie
- Ontwikkelingsopleiding
- Nuwe opleiding (3)

3.2.3 Induksie is bedoel om nuwe werkers bloot te stel aan praktyke, reëls en prosedures op die plaas✓✓ terwyl ontwikkelingsopleiding verdere ontwikkeling van werknemers se bestaande kennis en vaardighede behels.✓✓ aan die ander kant sal nuwe opleiding die werkers blootstel aan nuwe kennis en vaardighede wat hulle nie gehad het nie.✓✓ (6)

3.3 3.3.1 Strategiese beplanning is 'n langtermynplan van drie tot tien jaar of meer, terwyl taktiese beplanning korttermyn van een maand tot drie maande is. (2)

3.3.2
- Stap 1: Bepaal die basiese doelwitte van ‘n boerderyonderneming en kies die aktiwiteite wat tot doelwitte lei.
- Stap 2: Bepaal sterkpunte en swakpunte van die onderneming.
- Stap 3: Evalueer die eksterne besigheidsomgewing..
- Stap 4: Evalueer die interne besigheidsomewing.
- Stap 5: Hersien die basiese doelwitte en beplan eie strategie. (5)

3.3.3
- Beplanning berus op betroubare inligting.
- Beplanning is altyd gebaseer op feite.
- Dikwels verander omstandighede nadat 'n finale besluit geneem is.
- Planne moet buigsaam wees om aan te pas by die veranderende omgewing. (4)

3.3.4
- Begroting
- Beleide
- Standaard prosedures, programme of skedules
- Projeksies
- Heel plaas beplanning
- Lineêre beplanning
- Kalender van aktiwiteite (Enige 4 × 1) (4)

3.3.5 Program dui op 'n reeks aktiwiteite en 'n stap vir stap prosedure van wat gedoen moet word, maar die skedule dui aan wanneer die aktiwiteit gedoen word, dit toon tyd (datum, uur) van wanneer elke aktiwiteit uitgevoer moet word. (2)
**[40]**

## VRAAG 4: MAKROLANDBOUBEMARKING

4.1 4.1.1 Ja (1)

4.1.2 Dit is slegs deur bemarking dat verbruikers bewus sal wees van die besigheid en sy produkte of dienste en sodoende begin koop om die goedere en dienste te ruil. (2)

4.1.3
- Fisiese verspreiding van produkte
- Ekonomiese aspek (2)

4.1.4
- Finansiering
- Berging
- Standaardisering en gradering
- Hersamestelling
- Verkryging en voorsiening van inligting
- Met risiko (Enige 4 × 1) (4)

4.1.5 Vervoer (1)

4.1.6
- Seisoenale voorsiening
- Produksie in klein kwantiteit
- Natuur van landbouprodukte
- Landbou markvoorwaardes
- Die bemarkingsposisie van die boer. (5)

4.2 4.2.1 Prys (R) = 50 – 40
= 10✓

Persentasie verandering in prys = $\frac{R10}{R50}$ × 100%
= 0,2 × 100%✓
= 20%✓

4.2.2 Kwantiteit (kg) = 400 – 420
= -20✓

Persentasie verandering in kwantiteit = $\frac{-20 \text{ kg}}{420 \text{ kg}} \times 100\%$
= -0,0476 × 100%✓
= -4,76%✓

4.2.3 Prys elastisiteit van vraag = $\frac{\%\text{ verandering in kwantiteit}}{\%\text{ verandering in prys}}$✓
= $\frac{-4,76\%}{20\%}$✓
= -0,238✓

(7)

4.2.4 Relatief onelastiese vraag. (1)

4.2.5 Omdat die persentasie prysverandering 'n klein verandering in die gevraagde hoeveelheid sal veroorsaak. (2)

4.3 Makromarkbenadering fokus op bemarking as maatskaplike en ekonomiese proses waardeur verbruikersbehoeftes bevredig word deur 'n uitruil tussen produsente en verbruikers, terwyl die mikromark die individuele onderneming fokus met die doel om hoë wins te maak deur die bemarkingsproses. (4)

4.4
- Hulle verkies goeie kwaliteit produkte.
- Huisvroue koop mees benodigde items vir daaglikse verbruik.
- Hulle stel nie belang in duur verpakking nie.
- Hulle waardeer nie massa van goedere nie, maar eerder hoeveelheid daarvan. (4)

4.5 4.5.1 Prys ewewig is 'n toestand in die mark waar die prys wat aangebied word vir 'n produk deur verskaffers gelyk is aan die prys wat verbruikers vir die produk wil betaal. (3)

4.5.2 Verskaffers wil meer produkte bring nadat verbruikers alles gekoop het.✓ As verbruikers egter nie alles koop nie, sal dit lei tot surplus✓ aan die ander kant, aangesien die pryse verminder word en verbruikers alle goedere in die mark koop totdat die tekortkoming bereik word. (4)

**[40]**

## VRAAG 5: MIKROLANDBOUBEMARKING

5.1 5.1.1 'n SWOT-analise
5.1.2 Spinnerak teorie
5.1.3 Bemarkingsobjektief
5.1.4 Teikenmark
5.1.5 Inkomstelastisiteit van vraag

(5 × 1) (5)

5.2 5.2.1
- Bemarkingsrade
- Agent van die direksies

5.2.2
- Bemarkingsrade is verantwoordelik vir aankope, verkope, vervoer en promosie.
- Agente van die direksie is plaaslike koöperasies wat die produk stoor totdat dit vervoer word.

(2 × 2) (4)

5.3 5.3.1 Pryselastisiteit van vraag is die persentasieverandering in die vraag na 'n produk in verhouding tot die persentasieverandering in die prys vir daardie produk✓✓ terwyl inkomste elastisiteit van vraag die persentasieverandering in die vraag na die produk is as gevolg van 'n persentasie verandering in inkomste van die verbruiker.✓✓ (2 × 2) (4)

5.3.2
(a) Produksie styg
(b) Die wins neem af as die produksie toeneem.
(c) Verkope sal afneem aangesien verbruikers nie meer produkte sal koop nie
(d) Die prys sal afneem

(4 × 1) (4)

5.4 5.4.1
- Aanvraag na landbouprodukte.
- Landbou pryse is nie akkuraat nie.
- Problematies om goedkoop produkte vir verbruikers te kry. (3)

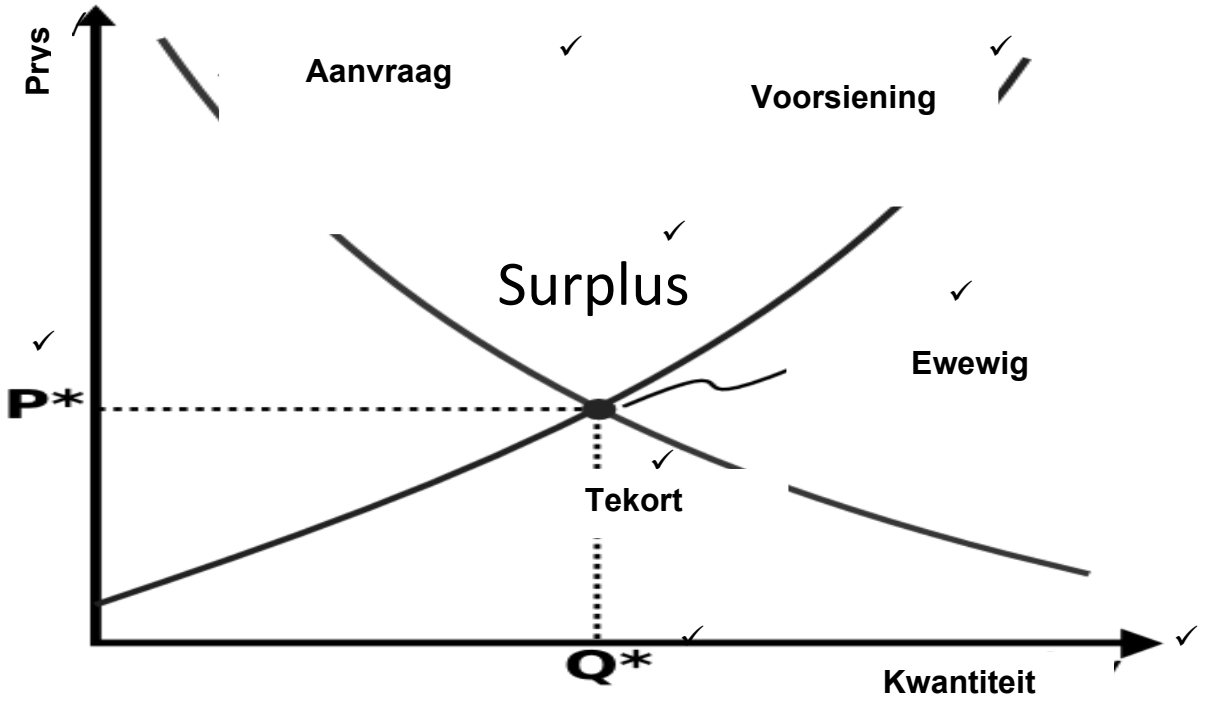
5.4.2
- Die vraag na landbouprodukte word geskep deur die waarde wat 'n sekere produk vir die verbruiker het en verbruikersvraag verander voortdurend, dus moet boere op hoogte bly en aanpas by die veranderinge.
- Die kommunikasiegaping tussen die produsent en die verbruiker maak dit moeilik vir die vervaardiger om op hoogte te bly van die werklike vraag en veranderende patrone van verbruik en voorkeure in die mark.
- Daar is baie koste verbonde aan die bemarkingsproses, soos tydskoste, plekkoste en vormkoste wat dit moeilik maak om produk op die mark te kry, teen 'n goedkoop prys. (3)

5.4.3
- Minimum pryse
- Maksimum pryse
- Absolute pryse
- Kwotas (4)

5.4.4
- Die natuur van die mark bepaal die tipe produk.
- Mark kondisies bepaal die aanvraag prys.
- Verbruiker behoeftes bepaal waar die produkte versprei is.
- Finansiële posisie van die onderneming bepaal hoeveel om te spandeer in die bevordering van die produk.

(Enige 3 × 1) (3)

5.6




-Dieselfde stel asse vir beide kurwes. ✓ (10)
**[40]**

**TOTAAL: 200**

Kopiereg voorbehou