higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1040**(A)**(M31)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

BESTUUR: BOERDERY N4

(4090544)

31 Mei 2019 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Sakrekenaars mag gebruik word.

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
BESTUUR: BOERDERY N4
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae.

2. Lees AL die vrae aandagtig deur.

3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.

4. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1: BOERDERY IN PERSPEKTIEF

1.1 Noem SES strukturele aanpassings wat die Suid-Afrikaanse landbousektor sedert 1980 ondergaan het. (6)

1.2 Verskillende markvorms word internasionaal in landbou gebruik om in basiese fundamentele landboubehoeftes te voorsien.

Dui aan op watter markvorm elk van die volgende markvorms betrekking het:

1.2.1 Lae produktiwiteit

1.2.2 Besteding van die verbruiker wat deur sy/haar inkomste beperk word

1.2.3 Basiese nywerhede wat deur die staat besit word

1.2.4 Vrye mededinging

(4 × 1) (4)

1.3 Waterskaarste is een van die vernaamste uitdagings wat deur klimaatsverandering veroorsaak is. Suid-Afrika ervaar ook hierdie dilemma met die ernstige watertekort in die Wes-Kaap.

1.3.1 Noem VIER produksiefaktore. (4)

1.3.2 Maak voorstelle oor VIER meganismes wat Suid-Afrikaanse boere kan aanwend om water doeltreffend te gebruik. (4)

1.4 Beantwoord die volgende vrae op grond van die breër ekonomiese omgewing:

1.4.1 Skryf die akroniem *BBP* volledig uit. (1)

1.4.2 Definieer *BBP*. (2)

1.4.3 Vergelyk die uitwerkings van werkloosheid op *BBP en* op die *betalingsbalans.* (2 + 2) (4)

1.5 Definieer elk van die volgende terme:

1.5.1 Inkomstestabiliteit

1.5.2 Entrepreneurskap

1.5.3 Kapitalisme

(3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

1.6 Landbou is belangrik met betrekking tot die sosio-ekonomiese toestande van 'n land. Dit is dus noodsaaklik dat die verskillende rolspelers hande vat om die sukses en volhoubaarheid van die landbousektor te verseker.

1.6.1 Bespreek die VIER hoofrolle van landbou in die ekonomiese sektor. (4)

1.6.2 Verduidelik die rol van verbruikers in landbou. (3)

1.6.3 Gee TWEE redes vir 'n toenemende lewensverwagting in Suid-Afrika, wat 'n rol speel in die verbetering van landbou-verbruikspatrone. (2)

[40]

VRAAG 2: BOERDERYBESTUUR

2.1 Kategoriseer elk van die volgende boerdery-doelwitte as hetsy langtermyn-, mediumtermyn- of korttermyn-doelwitte:

2.1.1 Open nuwe werksaamhede van 'n boerderyonderneming

2.1.2 Verhoog die kool-opbrengs op 'n plaas

2.1.3 Bou 'n effektiewe bestuurskomponent

2.1.4 Berei 'n saadbedding korrek voor

2.1.5 Verbeter 'n plaas se winsgewendheidskoers

(5 × 1) (5)

2.2 Menslikehulpbronbestuur is een van die sleutel-ondernemingsfunksies en moet effektief bestuur word ten einde organisatoriese doelwitte te bereik.

2.2.1 Verduidelik DRIE hoofrolle van die menslikehulpbronbestuur-funksie in 'n organisasie. (3 × 2) (6)

2.2.2 Noem VIER bestuursfunksies in 'n organisasie. (4)

2.2.3 Onderskei tussen *roetine*- en *rasionele* besluite. (2 + 2) (4)

2.2.4 Maak 'n chronologiese lys van die stappe van *rasionele besluit-neming*. (7)

2.3 Definieer *boerderybestuur*. (4)

Kopiereg voorbehou

2.4 'n Duidelike organisatoriese struktuur is baie belangrik.

2.4.1 Verduidelik *organisatoriese struktuur*. (2)

2.4.2 Noem DRIE vorms van organisatoriese strukture in die landbou-sektor. (3)

2.4.3 Verduidelik die vorm van organisatoriese struktuur wat jy in VRAAG 2.4.2 genoem het. (3)

2.4.4 Noem TWEE belangrike funksies van organisatoriese struktuur. (2)
[40]

VRAAG 3: BESTUURSFUNKSIES VAN DIE BOERDERY-ONDERNEMING

3.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (3.1.1–3.1.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

3.1.1 Beplanning wat fokus op hoe die produksiefaktore oor die kort termyn gekombineer gaan word om die plaas se doelwitte te bereik:

A Reaktiewe beplanning
B Taktiese beplanning
C Bemarkingsbeplanning
D Strategiese beplanning

3.1.2 Instrument wat as riglyn dien vir die bepaalde werking van ’n plaas:

A Begrotings
B Beleide
C Skedules
D Prosedures

3.1.3 Meetinstrument wat gebruik word om die gemiddelde melk-produksie per koei op 'n melkplaas te bepaal:

A Produksierekords
B Inkomstestaat
C Menslikehulpbronrekords
D Balansstaat

3.1.4 Poging om die vloei van toekomstige gebeure te voorspel op grond van gegewe inligting en verwagtings:

A Projeksie
B Beplanning
C Programmering
D Voorspelling/vooruitskatting

3.1.5 Opleidingstrategie waar 'n nuwe, oorgeplaasde of bevorderde werknemer met die beleide, werknemers en taak vertroud gemaak word:

A Ontwikkelingsopleiding
B Induksie
C Indiensopleiding
D Intaakopleiding

(5 × 1) (5)

3.2 Gee die toepaslike meetinstrument vir elk van die volgende

3.2.1 Speenpersentasie van kalwers op 'n plaas

3.2.2 Bemarkingskoste vir alle markbehoeftes

3.2.3 Aantal diere in 'n trop

3.2.4 Netto waarde van 'n boederyonderneming

3.2.5 Verhouding tussen MH-vergoeding en bewerkte oppervlak

(5 × 1) (5)

3.3 Beplanning is die belangrikste funksie in 'n organisasie, aangesien dit die sukses of mislukking van 'n organisasie bepaal.

3.3.1 Verduidelik kortliks die strategiesebeplanning-prosedure. (5 × 2) (10)

3.3.2 Doen aanbevelings van VIER beplanningstegnieke wat 'n boer kan gebruik om organisatoriese doelwitte te bereik. (4)

3.3.3 Onderskei tussen 'n *program* en 'n *skedule*. (2 + 2) (4)

3.4 Effektiewe opleiding is belangrik om werknemerprestasie te verbeter.

3.4.1 Adviseer 'n boer oor hoe hy/sy doeltreffende arbeidsopleiding kan bereik. (8)

3.4.2 Noem VIER vaardighede wat effektiewe leierskap uitmaak. (4)

[40]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 4: MAKRO-LANDBOUBEMARKING

4.1 Bestudeer die inligting hier onder en beantwoord die vrae.

Prys vir 'n sak aartappel (R)	Aanbod	Vraag
15	10	50
20	15	40
25	30	30
30	45	15
35	70	10

4.1.1 Definieer *ekwilibriumprys/ewewigsprys*. (1)

4.1.2 Teken 'n grafiek om die ekwilibriumprys aan te dui op grond van die inligting wat in die tabel gegee word. (5)

4.2 Die volgende tabel illustreer die vraag na 'n sekere produk:

Prys (R) per eenheid	Hoeveelheid produkte in kg
30	300
40	320

4.2.1 Bereken die persentasie-verandering in die prys van die produk. (3)

4.2.2 Bereken die persentasie-verandering in die hoeveelheid van die produkte gevra. (3)

4.2.3 Bereken die pryselastiisiteit van vraag vir hierdie produk. (3)

4.2.4 Noem die vorm van die vraag wat op hierdie produk van toepassing is. (1)

4.2.5 Motiveer jou antwoord op VRAAG 4.2.4. (1)

4.3 4.3.1 Identifiseer DRIE moontlike risiko's gedurende die vervoer van goedere na die verbruiker. (3)

4.3.2 Verduidelik die DRIE risiko's wat in VRAAG 4.3.1 geïdentifiseer is. (3)

4.3.3 Noem VYF veranderlikes van die makro-omgewing wat landboubemarking beïnvloed. (5)

4.3.4 Bespreek *verkope* as 'n ruilhandellaktiwiteit van bemarking. (3)

4.3.5 Verduidelik VIER koopkragte en verbruikersvoorkeure van Afrikane. (4)

Kopiereg voorbehou

4.4 Gee EEN term vir elk van die volgende beskrywings. Skryf slegs die woord of 'n term langs die vraagnommer (4.4.1–4.4.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

4.4.1 Ondersteuningsfunksie wat op die egalige verspreiding van produkte deur die loop van die jaar fokus totdat die vraag daarna styg

4.4.2 Hoeveelheid aangebied te koop teen 'n gekwoteerde prys op 'n bepaalde oomblik

4.4.3 Primêre aktiwiteit in die mark waardeur 'n produk vanaf 'n punt van produksie verskuif word na 'n punt waar verbruikers toegang daartoe kan verkry end it koop

4.4.4 Bemarkingsbenadering wat daarop fokus op verbruikers se behoeftes te bevredig deur goedere vanaf produsente na verbruikers te neem

4.4.5 Klassifikasie van goedere volgens neergelegde standaarde

(5 × 1) (5)

[40]

VRAAG 5: MIKRO-LANDBOUBEMARKING

5.1 Die ontwikkeling van 'n effektiewe bemarkingstrategie is belangrik vir 'n organisasie se sukses.

5.1.1 Verduidelik die prosedure vir die ontwikkeling van 'n bemarkingstrategie. (5)

5.1.2 Noem DRIE bemarkingsoriëntasies waardeur ondernemings ontwikkel het. (3)

5.1.3 Verduidelik die DRIE bemarkingsoriëntasies wat jy in VRAAG 5.1.2 genoem het. (3 × 2) (6)

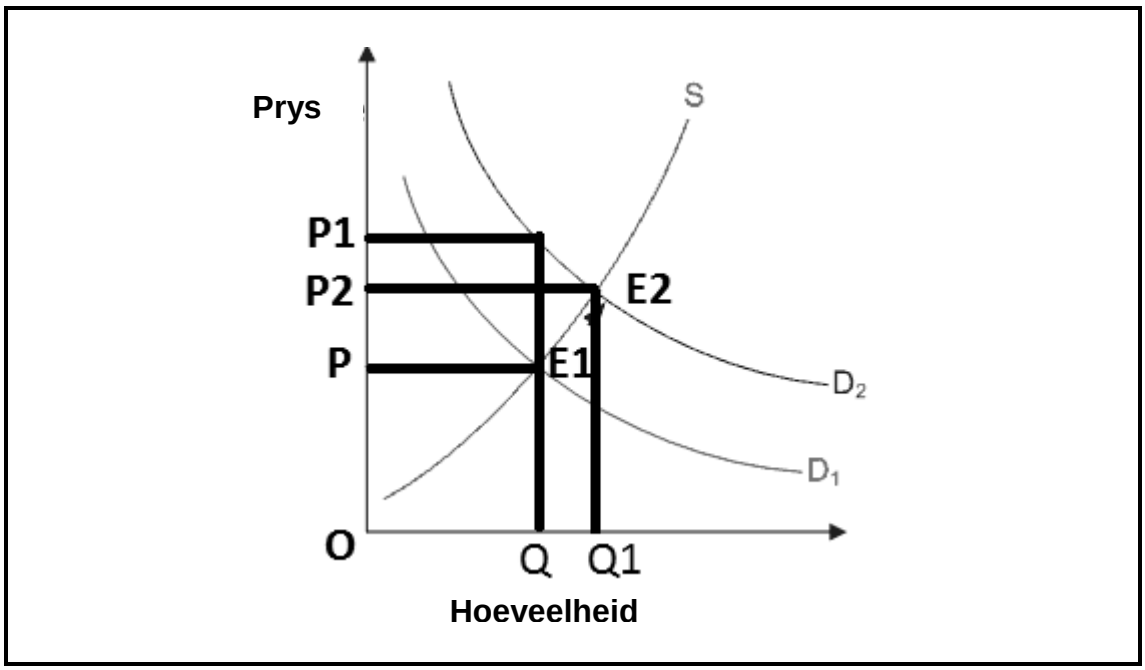
5.1.4 Bespreek die VER elemente van die bemarkingsmengsel. (4 × 2) (8)

5.1.5 Noem VYF verspreidingskanale wat 'n boer kan gebruik om sy/haar produkte te verkoop. (5)

5.1.6 Pryse vir landbouprodukte verander vinnig in die ope markte.

Gee VIER redes hiervoor. (4)

5.2 Bestudeer die grafiek hier onder wat vraag na en aanbod van hoenderporsies in Suid-Afrika uitbeeld en beantwoord die vrae.



5.2.1 D_2 verteenwoordig 'n styging in die vraag na hoenderporsies.

Uit die opsies hier onder, kies 'n moontlike rede vir die styging in vraag. Skryf slegs die letter (A–C) langs die vraagnommer (5.2.1) in die ANTWOORDBOEK neer.

A Verbruikers het 'n belangstelling in hoenderporsiess ontwikkel.
B Pryse van hoenderporsies het gedaal.
C Produsente van kontantgewasse het besluit om na hoenderproduksie oor te skakel. (2)

5.2.2 Gee die simbool wat ekwilibrium op die grafiek aandui. (1)

5.2.3 Motiveer jou antwoord op VRAAG 5.2.2. (2)

5.2.4 Noem VIER strategieë wat die Suid-Afrikaanse regering toepas om pryse te stabiliseer. (4)

[40]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou