higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

BESTUUR: BOERDERY N4

19 NOVEMBER 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 11 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1
1.1.1 D
1.1.2 B
1.1.3 C
1.1.4 B
1.1.5 D

(5 × 1) (5)

1.2

EKONOMIESE STELSEL	VOORDELE	NADELE
Kapitalisme	• Dit is ’n private inisiatief, dus geen staatsinmenging • Geniet ekonomiese vryheid	• Hoë sosiale koste bestaan • Ervaar hoë skommelings • Onbestendige omgewing
Kommunisme	• Staat het volle eienaarskap en kan dus alle hulpbronne in ’n spesifieke veld van keuse gebruik.	• Daar is lae produktiwiteit • Daar is lae lewenstandaard vir deelnemers • Daar is beperkte of geen geleentheid vir beplanning
Sosialisme	• Moontlikhede van volle indiensneming bestaan • Onsekere ekonomiese toestande word deur die staat gereguleer.	• Daar is min aanmoediging in staatsondernemings.

(Enige EEN antwoord vir elk) (3 × 2) (6)

1.3 1.3.1
- Monetêre beleid
- Fiskale beleid
- Buitelandse/Internasionale handelsbeleid (3)

1.3.2
- Monetêre beleid is ’n wet waardeur die sentrale bank die land se geldvoorsiening beïnvloed deur ’n rente- of inflasiekoers te teiken om prysstabiliteit en algemene vertroue in die geldeenheid te verseker.
- Fiskale beleid is die wet waardeur die regering sy bestedingsvlakke en belastingkoerse aanpas om die land se ekonomie te monitor en beïnvloed.
- Buitelandse/internasionale handelsbeleid is die regering se aksies wat daarop gemik is om netto uitvoere te verhoog deur uitvoere te bevorder en invoere te beperk deur tariewe, invoerkwotas en uitvoersubsidies. (3 × 2) (6)

1.4 1.4.1 *BBP* is die akroniem vir bruto binnelandse produkte✓ en dit verwys na die meting van die hoeveelheid goedere en dienste wat binne ’n gegewe tydperk binne ’n land se grense geproduseer word.✓

1.4.2
- Die werkloosheidskoers styg aangesien meer werkers afgelê kan word.
- Werknemers kan laer lone betaal word.
- Ekonomiese resessie kan ondervind word. (Enige 2 × 1)

(2 × 2) (4)

1.5 1.5.1 Bruto Binnelandse Produk (1)

1.5.2 Is die waarde van al die klaarprodukte en dienste wat in ’n gegewe tydperk of ’n jaar binne ’n land se grense geproduseer word. (2)

1.5.3
- Werkloosheid
- Depressie (2)

1.6
- Die gevolgtrekking is dat die Afrika-verbruikers die grootste deel van die bevolking sal vorm wat derdewêreld-oriëntasiehandel impliseer.
- Daar word ook aanvaar dat die bevolking in Suid-Afrika met ongeveer 20 miljoen oor die volgende 20 jaar sal styg, wat beteken dat daar ’n drastiese vraag na voedselproduserende hulpbronne sal wees as die per capita verbruik dieselfde bly.
- Daar word ook aanvaar dat die Suid-Afrikaanse ekonomie enorme druk sal ondervind om goedere te lewer, gebaseer op die styging in bevolkingsgetalle. (3 × 2) (6)

[35]

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Is die proses om die menslike, fisiese en finansiële hulpbronne op so ’n manier te kombineer en koördineer dat ’n produk wat in aanvraag is teen ’n bekostigbare prys in ’n bevorderlike werksomgewing vir werknemers geproduseer word.

2.1.2 Verwys na onvoorsiene omstandighede wat buite bestuur se beheer is wat veroorsaak dat die uitset afwyk van die beoogde uitset.

2.1.3 Verwys na die tipe mag waar die bestuurder geregtig is om te eis dat ondergeskiktes hulle pligte uitvoer en die bestuurder werknemers kan ontslaan as hulle nie instruksies uitvoer nie.

(3 × 2) (6)

2.2 2.2.1
- Ondersoek die probleem
- Ontwikkel alternatiewe oplossings
- Evalueer alternatiewe
- Implementeer die beste oplossing (4)

2.2.2
- Ondersoek die probleem
- Dit behels ’n bewuswording van die probleem en diagnose van die hoofoorsaak vóór daar probeer word om dit op te los.
- Ontwikkel alternatiewe oplossings
- Dit behels die versameling van moontlike oplossings om die geïdentifiseerde probleem op te los.
- Evalueer alternatiewe
- Dit behels ’n assessering van die moontlike oplossings ten opsigte van hulle voor- en nadele en die beste oplossing vir die probleem word daaruit gekies.
- Implementeer die beste oplossing
- Dit behels die eintlike implementering van die beste oplossing en monitering van die implementering. Veranderings van die besluit word gemaak wanneer die behoefte ontstaan. (8)

2.3 2.3.1
- Langtermyn doelwit
- Mediumtermyn doelwit
- Korttermyn doelwit (3)

2.3.2 (a) Ek beoog om die wins met 30% in 2020 te verhoog.
(Enige geskikte antwoord)

(b) Ek beoog om produksie met 20% in 2018 deur die uitbreiding van braaikuikenhuise te verhoog. (Enige geskikte antwoord)

(c) Ek beoog om drie werknemers op te lei om hulle braaikuikenproduksievaardighede voor die einde van die 2017 finansiële jaar te verbeter.
(Enige geskikte antwoord)
(3 × 2) (6)

2.4 2.4.1 In die organisasie van werknemers sal ek seker maak dat:
- Ek eerstens ’n hiërargiese struktuur beplan ✓ om die verskillende vlakke van magtigings- en kommunikasielyne in die organisasie aan te dui.✓
- Tweedens moet ek magtiging en verantwoordelikheid aan verskillende werknemers toewys ooreenkomstig die organisasiestruktuur.✓ Dit sal verseker dat elke werknemer duidelik weet wat sy/haar pligte is en wat van hom/haar in die organisasie verwag word.✓
- Derdens sal ek bepaal wat die mees doeltreffend omvang van beheer is ✓ deur die aantal werknemers onder die leierskap van elke bestuurder te omskryf sodat elke werknemer weet wie sy onmiddellike toesighouer is en aan wie om te rapporteer. ✓ (6)

2.4.2
- Lynorganisasie
- Funksionele organisasie
- Personeel en lynorganisasie (3)

2.4.3
- Lynorganisasie is ’n organisasiestruktuur waar daar net een persoon aan die hoof van al die werknemers is en hy is verantwoordelik vir die uitdeel van instruksies en monitering
- Funksionele organisasie is ’n organisasiestruktuur waar een deskundige alle aspekte verwant aan sy spesialisgebied in die organisasie hanteer.
- Personeel en lynorganisasie is ’n organisasiestruktuur wat een persoon in staat stel om ’n groep werknemers te lei maar deskundiges ook toelaat om te adviseer oor gespesialiseerde take. (3 × 2) (6)

2.4.4
- Tydens uitbreiding van die besigheid
- As daar tegnologiese veranderings in die besigheid is
- As opleiding en ontwikkeling van werknemers ander geleenthede sal skep vir hulle benutting in die besigheid (3)

[45]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Induksie
3.1.2 Projeksie
3.1.3 Strategiese beplanning
3.1.4 Kalender van aktiwiteite
3.1.5 Begroting
(5 × 1) (5)

3.2 3.2.1
- Induksie
- Nuwe opleiding
- Ontwikkelingsopleiding (3)

3.2.2
- Dit is belangrik om die werknemers vir opleiding voor te berei deur hulle te motiveer.
- Tydens opleiding is die gebruik van beskrywings en demonstrasies belangrik vir beter begrip, reageer ook op deelnemers se vrae vir duidelikheid.
- Laat werknemers aktief aan die opleidingsessie deelneem.
- Volg op oor die werknemer se vordering in die uitvoering van die nuut verkreë vaardigheid of kennis. (4)

3.3 3.3.1 (a) Solvensie verwys na die plaasbesigheid se vermoë om sy langtermyn finansiële verpligtinge na te kom
OF
Solvensie is die graad waarin die plaasbesigheid se lopende bates die lopende laste oorskry.

(b) Likiditeit verwys na die besigheid se vermoë om sy korttermyn verpligtinge na te kom.
OF
Dit is die mate waarin bates vinnig in die mark kan verkoop sonder om die bates se prys te affekteer.

(c) Bruto produksiewaarde is die meting van die waarde van goedere en dienste wat in 'n besigheid geproduseer word.

(3 × 2) (6)

3.3.2 (a) Balansstaat
(b) Produksierekords
(c) Balansstaat

(3 × 1) (3)

3.4 3.4.1
- Bepaal wisselbou (van gewasse) op die plaas.
- Bepaal die mees geskikte uitleg van die landerye.
- Ontwikkel die gewasproduksieskedule deur die volgorde van bewerking op elke stuk grond te hê.
- Bepaal die tipe en hoeveelheid kunsmis wat vir 'n spesifieke gewas toegedien moet word.
- Bepaal bewerkingspraktyke vir gebruik vir elke tipe gewas. (5)

3.4.2 (a) Prosedures sal gebruik word om metodes voor te skryf van hoe om aktiwiteite uit te voer wanneer pligte op die plaas uitgevoer word.

(b) Begroting sal gebruik word om aan te dui hoeveel vir elke produksievertakking gebruik sal word deur die uitgawes gebaseer op produksiekoste en die verwagte inkomste daarvan te projekteer.

(c) Kalender van aktiwiteite sal gebruik word om alle aktiwiteite betrokke by die produksie aan te dui, hoe hulle uitgevoer gaan word en deur wie wat betref menslike hulpbronne en wanneer; ook wat die betrokke koste ongeveer sal wees.

(3 × 2) (6)

3.4.3
- Die tersaaklike inligting is nie altyd beskikbaar nie en dit is duur om te verkry, maar beplanning moet op feite gegrond wees.
- Beplanning berus op betroubare inligting, as dit nie die geval is nie, sal dit beteken dat die beplanning op aannames gegrond is.
- Omstandighede verander dikwels nadat 'n finale plan gemaak is; dus kan 'n plan nie geïmplementeer word onder veranderde omstandighede en herbeplanning sal nodig wees.
- Planne moet aangepas word by die veranderende omgewing, maar te veel veranderings veroorsaak 'n gevoel van onveiligheid onder werknemers wat daartoe lei dat werknemers enige toekomsplanne wantrou. (4)

Kopiereg voorbehou

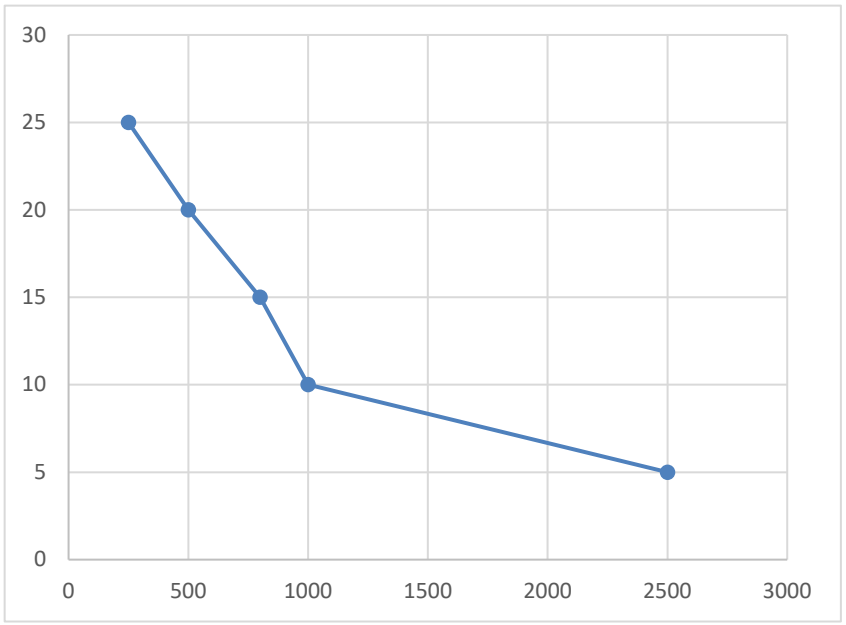
3.4.4
- Verseker goeie kommunikasie met werknemers.
- Verseker kwaliteit werwing en keuse van werknemers.
- Organiseer professionele opleiding en ontwikkeling van werknemers.
- Motiveer werknemers in die werkplek. (4)

[40]

VRAAG 4

4.1 4.1.1

GRAFIEK OOR VERSKAFFING VAN AARTAPPELS



Maak seker die grafiek het die volgende elemente

- X-asse word benoem en hul waardes word korrek aangedui.✓✓
- Y-asse word benoem en hul waardes word korrek aangedui.✓✓
- Punte word korrek aangestip.✓
- Die grafiek het 'n opskrif.✓ (6)

4.1.2 R25 per sak (1)

4.1.3 250 sakke is deur verbruikers gekoop omdat die prys hoër was. (1)

4.1.4
- Laer prys verhoog die vraag maar produsente wil minder verskaf aangesien hulle wins laag is.
- Hoër prys verlaag die vraag aangesien produsente meer wil verskaf omdat hulle weet hulle wins sal hoog wees. (2)

4.1.5 Is ’n vraagkromme. (1)

4.1.6 Aanbodkromme is in teenstelling met die vraagkromme. (1)

4.1.7 Die vraagkromme verteenwoordig die hoeveelheid goedere of produkte wat op ’n gegewe tyd deur verbruikers gekoop kan word teen alle moontlike pryse terwyl die aanbodkromme die hoeveelheid produkte of dienste wat teen ’n spesifieke prys, by ’n spesifieke plek in ’n spesifieke tydperk aangebied word, verteenwoordig. (2 × 1) (2)

4.2 4.2.1 Landbougoedere word geproduseer in ’n grondstofvorm wat nog verwerk moet word aangesien dit nie verbruikbaar is in sy oorspronklike vorm nie.✓ Dit beteken slegs ’n klein persentasie word direk aan die finale verbruiker verkoop.✓ Winste van toegevoegde waarde van die goedere gaan nie na die boer nie, maar na die tussengangers wat verantwoordelik is vir die verwerking tot kos.✓

4.2.2 Boere produseer klein hoeveelhede wat hulle in staat stel om toegang tot groot markte te kry in vergelyking met groot industriële ondernemings.✓ Dit is ook moeilik om alle boere se produksie te koördineer sodat hulle hul produk saam kan bemark.✓ Individuele boere het nie voldoende finansiering om hulle eie bemarkingsveldtogte te loods nie.✓

(2 × 3) (6)

4.3 4.3.1
- Funksionele benadering
- Instellingsbenadering
- Ontledende benadering (3)

4.3.2
- Die funksionele benadering klassifiseer verskillende aktiwiteite volgens hulle funksies wat ’n duidelike onderskeid tussen primêre en sekondêre funksie in die bemarkingsproses tref.
- Die instellingsbenadering behels die ontleding van bemarkingstrukture wat verskillende organisasies en instellings is wat betrokke is by bemarking soos handelaars, kleinhandel, groothandel, agente ens.
- Die ontledende benadering klassifiseer en beskryf die bemarkingprobleme volgens hulle ekonomiese elemente, nie funksie nie.

(3 × 2) (6)

4.4
- Verkryging en verskaffing van inligting
- Standaardisering en gradering
- Hersamestelling
- Berging
- Finansiering
- Dra die risiko (Enige 2 × 1) (2)

4.5 4.5.1 Pryselastisiteit van vraag verwys na die persentasie verandering in die vraag vir 'n produk in verhouding met die persentasie verandering in die prys vir daardie spesifieke produk.

4.5.2 Inkomste-elastisiteit verwys na die persentasie verandering in die vraag vir die produk vanweë die persentasie verandering in die verbruiker se inkomste.

4.5.3 Konstante elastisiteit verwys na 'n persentasie verandering in die prys van die produkresultaat teenoor die persentasie verandering van hoeveelheid produkte verlang deur verbruikers, d.w.s. 'n daling in die prys van 'n produk veroorsaak die styging van die vraag vir die produk of omgekeerd.

(3 × 2) (6)

4.6 Suid-Afrika is 'n dualistiese mark omdat dit in twee dele verdeel is wat die eerstewêreld- en derdewêreldsegment is.✓ Die derde wêreld is die Afrika-mark vandag wat die hoofkomponente van die mark is; Afrikane verdien 'n lae inkomste wat hulle op kos spandeer.✓ Hierdie mark verskil van die eerstewêreldmark wat ander verbruikersbehoeftes en -gedrag het.✓ (3)

[40]

VRAAG 5

5.1 5.1.1 Daling
5.1.2 Daling
5.1.3 Daling
5.1.4 Styging

(4 × 1) (4)

5.2
- Die aard van die mark aangesien dit die soort produk bepaal.
- Marktoestande bepaal die vraprys.
- Verbruikersbehoeftes wat betaal waar en wanneer goedere versprei word.
- Finansiële posisie van die besigheid aangesien dit bepaal hoeveel geld aan promosies bestee kan word. (4)

5.3
- Minimum pryse
- Maksimum pryse
- Absolute pryse
- Kwotas (4)

5.4 5.4.1 *Bemarking* is 'n totale stelsel van sake-aktiwiteite wat ontwerp is om begeerte-bevredigende goedere en dienste aan die teikenmark te beplan, prys, promoveer en versprei om organisasiedoelwitte te bereik.

(Enige tersaaklike antwoord) (2)

5.4.2

- Produksie-oriëntasie waardeer die produksie as die belangrikste aktiwiteit in die besigheid; bestuursbesluite handel oor produksie soos hoe om meer produkte te produseer, hoe om 'n hoër kwaliteit produk te lewer. ✓ Die boer produseer eers en soek dan die mark.✓
- Verkoopsoriëntasies stimuleer verkope deur advertering, deur waarde tot die produk toe te voeg deur verpakking, promosie en unieke handelsmerke.✓ Dit is daarop gemik om seker te maak dat daar genoeg kopers vir die geproduseerde goedere is.✓
- Die bemarkingsbenadering fokus op die produsering van goedere wat definitief in aanvraag is deur verbruikers.✓ Dit maak die besigheid winsgewend selfs as die mededingers tegnologiese ontwikkelings verhoog en markte oorversadig.✓

(3 × 2) (6)

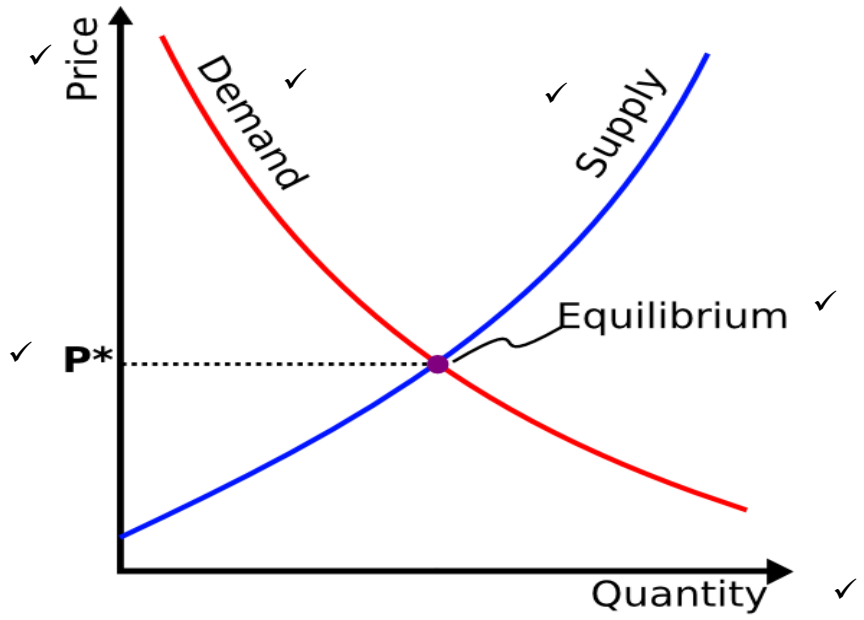
5.4.3

- Demografika soos in terme van geslag, ouderdom, vlak van onderwys, inkomstevlak
- Psigografika wat leefstyl, waardes en houding identifiseer
- Gebruik; tipe en gebruiksfrekwensie
- Voordele wat kliënte hoop om uit die produk te kry
- Geografiese ligging
- Gedrag

(Enige 4 × 1) (4)

5.5 5.5.1 Is wanneer die prys van die verskaffers presies gelyk is aan die prys van die verbruikers of war verbruikers bereid om vir die produkte te betaal. (2)

5.5.2



(6)

5.6 5.6.1
- Bemarkingsrade
- Agente van die raad

5.6.2 *Bemarkingsrade* is verantwoordelik vir aankope, verkope, vervoer en promosie.
Agente van die raad is plaaslike koöperasies wat die produk berg totdat dit vervoer word.

(2 × 2) (4)

5.7
- Onderneem ’n situasie-ontleding.
- Ontwerp bemarkingdoelwitte.
- Bepaal die posisionering en differensiële voordeel van ’n produk.
- Kies ’n teikenmark en bepaal sy grootte. (4)

[40]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou