higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSNAVORSING N6

12 JUNIE 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 10 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1
1.1.1 sensus
1.1.2 redigering
1.1.3 kodeboek
1.1.4 sistematiese steekproefneming
1.1.5 kwota
1.1.6 gemiddelde
1.1.7 ratio
1.1.8 afhanklikheid
1.1.9 kruistabellering
1.1.10 teikenpopulasie

(10 × 2) (20)

1.2 **Stap 1: Definieer die bemarkingsnavorsingsprobleem**

- Bepaal watter inligting nodig is en hoe om dit te versamel.
- Beskryf die algemene probleem en spesifieke komponente.
- Verstaan die invloed van omgewingsfaktore.
- Sluit in vorige vooruitskouings, bronne en beperkinge, doelwitte, kopergedrag, regsomgewing, ekonomiese omgewing, bemarkings- en tegnologiese vaardighede.
- Onderskei tussen simptome en probleme. Probleme bestaan waar daar geen duidelike antwoord is nie.
- Dit is belangrik om so veel inligting moontlik oor die probleem te versamel.

Stap 2: Doen voorlopige navorsing (lessenaarnavorsing)

- Ontwikkel addisionele insigte in die probleem.
- Definieer die presiese probleem.
- Stel die area van die ondersoek vas.
- Versamel inligting by die bestuur, personeel en ander wat kennis van die probleem het.
- Gebruik gevallestudies en simulasietegnieke.
- Voer 'n situasie-ontleding in die vorm van 'n bemarkingsoudit uit.

Stap 3: Ontwikkel die hipotese

- 'n Hipotese is 'n onbewese stelling of proposisie oor 'n fenomeen wat van belang is.
- Die hipotese dui op 'n moontlike antwoord op die navorsingsprobleem.
- Dit is 'n stelling van verhoudings of 'n proposisie eerder as 'n vraag.
- Stel 'n verskillende hipotese vir elke subprobleem.
- Gebruik alle beskikbare inligting om elke hipotese te toets.
- Bronne vir die ontwikkeling van die hipotese sluit in vorige navorsing, sielkunde/bemarking en bestuurservaring.

Stap 4: Brei die inligtingskedule uit

- Bepaal watter inligting benodig word en watter bronne beskikbaar is.
- Win inligting in oor die hipoteses.
- Ontwikkel 'n inligtingskedule vir elke hipotese.
- Baseer inligtingskedules op empiriese bewyse.
- Oorweeg veranderlikes wat hipoteses kan beïnvloed.
- Die navorser beperk die omvang van die ondersoek.

Stap 5: Identifiseer en kies inligtingsbronne

- Die navorser moet eers sekondêre data gebruik.
- Sekondêre data is ingewin vir 'n ander doel of is data wat reeds bestaan.
- Primêre data behoort slegs ingewin te word nadat sekondêre databronne ontgin is.
- Primêre data word deur die navorser begin vir die spesifieke doel om die navorsingsprobleem op hande te ondersoek.

Stap 6: Versamel data en ontwerpsteekproewe

- Baseer die besluit oor die vereiste inligting direk op die probleem.
- Verkry al die inligting wat vereis word; moenie onnodige inligting insluit nie.
- Bepaal waar, die soort ontwerp, doelwitte en die onderliggende aspekte van die respondente.
- Kies 'n versamelingsmetode (opname/eksperiment/waarneming) en lei veldwerkers op.

Stap 7: Berei en ontleed data

- Nagaan van vraelys, redigering, kodering, transkribering, dataskoonmaak, tabulering, kies data-ontledingstrategie en statistiese prosessering word in hierdie stap gedoen.

Stap 8: Verslagbevindings

- Die verslag is die enigste tasbare produk van die navorsing.
- Die verslag dien as dokumentêre bewys/historiese rekord.
- Die verslag rig bestuursbesluite.
- Die gehalte van die hele projek is gebaseer op die gehalte van die verslag.
- Die verslag moet presies, netjies en fatsoenlik wees.

(8 × 3 + 1)
(1 punt vir die opskrif + 2 punte vir die bespreking)
(Indien die volgorde van die stappe verkeerd is, moet 1 punt van die totale punte afgetrek word.) (25)

1.3
- Gidse
- Handleidings
- Statistiese data
- Indekse
- Sensus
- Publikasies

(Enige 5 × 1) (5)
[50]

TOTAAL AFDELING A : 50

AFDELING B

VRAAG 2

LET WEL: Voorbeelde word gegee, maar die nasiener moet vakkennis en diskresie gebruik. Indien die student se voorbeeld toepaslik is, moet dit diensooreenskomstig nagesien word.

2.1 2.1.1 Is jy 'n lid van die Bemarknavorsing N6-studiegroep?
Ja Nee

2.1.2 Wat is jou mening oor studiegroepe as 'n ondersteuningstudiemetode?

2.1.3 Om 'n lid van 'n studiegroep te wees het 'n verskil in toetsuitslae gemaak.

Dui aan hoe sterk jy met hierdie stelling saamstem of verskil.

1. Verskil sterk
2. Verskil
3. Stel nie saam of verskil nie
4. Stem saam
5. Stem sterk saam

2.1.4 Hoe evalueer jy die ondersteuning wat die bemarkingsnavorsertutor voorsien?

Uitstekend Goed Gemiddeld Swak

2.1.5 Meld jou ouderdom:

(17–21) (22–26) (27–30)

(5 × 3) (15)

2.2 **Projektiewe tegniek:**

- Die projektiewe tegniek is 'n ongestruktureerde, indirekte vorm van vraagstelling wat respondente aanmoedig om hulle eie onderliggende oortuigings, houdings en gevoelens oor die betrokke kwessies te projekteer.
- Respondente word gevra om die gedrag van ander te interpreteer, maar deur dit te doen projekteer hulle op indirekte wyse hul eie gedrag.

Voordele:
- Verkry response wat respondente onwillig sou wees om te gee indien hulle geweet het wat die doel van die studie is
- Verhoog die geldigheid van die response deur die doel van die navorsing te verbloem
- Help wanneer onderliggende oortuigings, houdings op 'n onderbewuste vlak werk
- Lewer waardevolle inligting op

Nadele:
- Vereis hoogs opgeleide onderhoudvoerders
- Duur om uit te voer
- Ontleding en interpretasie is moeilik en subjektief
- Rolspel vereis soms ongewone gedrag deur respondente (10)

2.3
- Maak aanvanklike kontak
- Die vra van vrae
- Deurtastende ondersoek
- Rekordeer antwoorde
- Termineer 'n onderhoud (5)

2.4
- Betroubaarheid: mate waarin die metingskaal konsekwente resultate produseer indien herhaalde metings gedoen word
- Geldigheid: mate waarin verskille in waargenome skaalmetings reflekteer as verskille tussen objekte ten opsigte van kenmerke gemeet word
- Sensitiwiteit: die vermoë van metings om verskille aan te dui
- Relevansie: die metingskaal moet toepaslik wees op die probleem wat opgelos word
- Veelsydigheid: die metingskaal behoort die vermoë te hê om statistiese inligting te interpreteer
- Gemak van respons: die metingskaal behoort die vermoë te hê om die swak interprestasie van vrae te assesseer. (Enige 5 × 2) (10)

2.5 2.5.1 Waar
2.5.2 Waar
2.5.3 Waar
2.5.4 Waar
2.5.5 Waar

(5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 bekendstellings
3.1.2 kwynende
3.1.3 volwasse
3.1.4 kompetisie
3.1.5 kwynende

(5 × 2) (10)

3.2
- Kliëntontleding: Bepaal kliënte se koopgewoontes, koopmotiewe, frekwensie van aankope en hoeveelheid wat gekoop is.
- Markfaktorafleiding: Studie-elemente in die mark wat die aanvraag na 'n produk of diens laat toeneem of afneem.
- Opnames van koperintensie: Versamel inligting direk van die mense wat uiteindelik die produk of diens gaan koop of nie koop nie.
- Toetsmark: Toets produkte en dienste in die mark om te sien hoe mense reageer en om verkooppotensiaal aan te dui. (4 × 2) (8)

3.3 **Fout in vraagstelling:**
- Wanneer respondente nie behoorlik ondervra word vir die nodige inligting nie, bv. die onderhoudvoerder verander die bewoording van die vrae in die vraelys. (enige toepaslike voorbeeld)
- Onderhoudvoerders moet goed opgelei en ervare wees.

Opnamefout:
- Antwoorde word verkeerd gehoor, geïnterpreteer en opgeneem, bv. die onderhoudvoerder interpreteer 'n neutrale respons (nie seker/besluiteloos) as 'n positiewe respons (ja). (enige toepaslike voorbeeld)
- Onderhoudvoerders moet min of meer dieselfde kenmerke as respondente hê.

Kulfout:

Die onderhoudvoerder fabriseer response/antwoorde vir dele van die vraelys, bv. onderhoudvoerder maak sy/haar persoonlke evaluering van 'n respondent en beantwoord daarna self die vraelys. (enige toepaslike antwoord)
- Opnames van onderhoude moet nagegaan word en opvolgoproepe of onderhoude moet gedoen word. (3 × 3) (9)

3.4 3.4.1 Stap 1: Definieer die doelwitte van die marktoets.
Stap 2: Bepaal die kriteria vir sukses.
Stap 3: Integreer die marktoets met die bemarkingsplan.
Stap 4: Bepaal kontrole.
Stap 5: Kies verteenwoordigende toetsareas.
Stap 6: Besluit oor die aantal toetsmarkte.
Stap 7: Bepaal die tydsraamwerk vir die toets.
Stap 8: Evalueer die resultate. (8)

3.4.2
- Groot genoeg om betekenisvolle uitslae te lewer.
- Verteenwoordigend van produkverbruikergedrag
- Verteenwoordigend van demografie
- Verteenwoordigend van mediagebruik
- Verteenwoordigend van kompetisie
- Relatief geïsoleerd in terme van media en fisiese verspreiding
- Normale historiese ontwikkeling in die produkklas
- Hou bemarkingsnavorsing en geskiktheid beskikbaar
- Moenie oortoets wees nie (Enige 5 × 1) (5)

3.5
- Navorsingsontwerp: tipe navorsing, eksperimenteel, deskriptief, afdoende of verkennend
- Sekondêredata-ontleding: gedoen om die aard van die probleem te substansieer
- Metodes om kwantitatiewe data in te win: sluit in opname, waarneming en eksperimentering
- Definisies van inligting wat nodig is: primêre inligting wat tot die probleem bydra
- Meting en gradering: sluit in die instrument wat gebruik is om resultate te evalueer vir betroubaarheid en geldigheid
- Vraelys: insluitend die soort vraelys en formaat
- Steekproefnemingproses en steefproefgrootte: implementering van stappe in steekproefontwerp en die metode wat gebruik is om 'n steekproef te kies.
- Data-ontledingsplan (Enige 5 × 2) (10)

[50]

VRAAG 4

4.1
- Besluite in bemarking behels geleenthede, teikenmarkte, marksegmentering en die implementering van bemarkingsprogramme.
- Die besluitnemingsproses word ingewikkeld gemaak deur beheerbare veranderlikes, bv. ekonomie, tegnologie, kulturele veranderinge.
- Bemarkingnavorsing help om onsekerhede uit die weg te ruim deur inligting oor die bemarkingsveranderlikes te voorsien.
- Deurlopende marknavorsing voorsien inligting oor beheerbare en onbeheerbare veranderlikes.
- Ingesamelde inligting verstrek die besluitnemingsproses en help bemarkingsbestuurders om meer doeltreffende besluite te neem. (5 × 2) (10)

4.2
- 'n Sensus dek die hele populasie en dit neem tyd om af te handel. 'n Steekproef is klein/kleiner en die studie kan in 'n korter periode voltooi word.
- 'n Sensus is duur aangesien die hele populasie betrokke is en dit het 'n groot impak op die begroting. 'n Steekproef is klein en dus nie so duur soos 'n sensus nie.
- Omdat die hele populasie betrokke is, is die kanse vir foute groter. 'n Steekproef is klein en die kanse vir foute dus kleiner.
- 'n Sensus is onrealsities omdat dit die hele populasie vir verbruikersprodukte insluit. 'n Steekproef is toepaslik omdat dit die kenmerke van die populasie bevat.
- Indien die studie geheim gehou moet word, behoort 'n steekproef bo 'n sensus verkies te word. (5 × 2) (10)

4.3
4.3.1 Onwaar
4.3.2 Waar
4.3.3 Waar
4.3.4 Onwaar
4.3.5 Onwaar

(5 × 2) (10)

4.4 **Metriese data:**

- Kwantitatiewe data in getalle gemeet
- Gemeet op 'n interval of ratioskaal
- Vir een steekproef kan die z-toets en die t-toets gebruik word

Nie-metriese data:

- Kwalitatiewe data word nie in syfers gemeet nie
- Nie deskriptief van aard nie, woorde word toegeken as response
- Gemeet op 'n nominale of ordinaalskaal, bv. stem saam of stem nie saam nie

(Enige 6 × 2) (12)

4.5 4.5.1 Respondente is nie daarvan bewus dat hulle waargeneem word nie., bv. versteekte kameras of eenrigtingglas.

4.5.2 Respondente se gedrag word waargeneem in 'n kunsmatige omgewing, bv. in 'n toetskombuis.

4.5.3 Meganiese toestelle eerder as menslike waarnemers teken die fenomeen wat waargeneem word aan, bv. optiese skandeerders, psigogalvanometer en stemtoonontleding.

4.5.4 'n Navorser samel data in deur fisiese rekords te ondersoek of om 'n ontleding te doen wat gebaseer is op die tel van fisiese objekte, bv. voorraadontledings.

(4 × 2) (8)
[50]

VRAAG 5

5.1 5.1.1 D
5.1.2 D
5.1.3 D
5.1.4 C
5.1.5 C
5.1.6 D

(6 × 2) (12)

5.2

- Metodologie wat gebruik word om data in te win: Oorwegings sluit in grootte van die steekproef, vraelysontwerp en veldwerkprosedures.
- Akkuraatheid van data: Bepaal of data akkuraat genoeg is vir die doel van die huidige studie.
- Wanneer data ingewin is: Data kan uitgedien wees, of die tydsverloop tussen die insameling van die data en die publikasie kan lank wees.
- Doel waarvoor data ingesamel is: Hoekom is dit ingesamel? Wat was die doel?
- Inhoud van data: Die inhoud moet ontleed word en aandag moet gegee word aan veranderlikemetingskategorieë.
- Betroubaarheid van data: Dit kan getoets word deur die kundigheid, geloofwaardigheid, reputasie en betroubaarheid van die bron. (Enige 4 × 2) (8)

5.3
- Vraelyste moet getik wees.
- Vrae moet genommer wees.
- Hou die vrae kort.
- Prekodeer die vrae.
- Gebruik dubbellynspasiering na elke vraag.
- Indien meer as een bladsy gebruik is, moet dit in 'n boeke gebind word.
- Vertikale responskolomme moet vir individuele vrae gebruik word.

(Enige 5 × 1) (5)

5.4 **LET WEL:** Lek asb op die spelling van kousale.

Verkennende navorsing:
- Die doel is om 'n probleem of situasie te verken of daardeur navorsing te doen ten einde begrip te voorsien.
- Dit is betekenisvol indien die navorser nie genoeg begrip het om met die navorsing voort te gaan nie.
- Formele navorsingsprotokol en prosedures word nie gevolg nie.

Deskriptiewe navorsing:
- Die doelwit is om iets te beskryf, soos funksies of bemarkingskenmerke.
- Dit kan gebruik word om kenmerke van groepe te beskryf, om spesifieke voorspellings te maak of om persepsies oor die produkkenmerke te bepaal.

Kousael navorsing:
- Die doelwit is om bewyse in te win van oorsaak-en-gevolg- (kousale) verhoudings.
- Besluite berus op veronderstelde kousale verhoudings.
- Die veronderstellings is dalk nie geregverdigd nie en die geldigheid van die kousale verhoudings behoort ondersoek te word. (3 × 3) (9)

5.5 **Eenvoudige ewekansige steekproefneming:**
- Elke element in die populasie het 'n bekende en gelyke waarskynlikheid van seleksie.
- 'n Steekproef word verkry deur 'n ewekansige prosedure, bv. deur nommers uit 'n hoed te trek.

Sistematiese steekproefneming:
- Steekproewe word gekies deur 'n ewekansige beginpunt te kies en dan elke element in volgorde van die steekproefnemingsraamwerk. Elemente is dus op die een of ander manier gerangskik.
- Elke element in die populasie het 'n bekende en gelyke waarskynlikheid van seleksie.

Gestratifiseerde steekproefneming:
- 'n Tweestapproses waar die populasie in subpopulasies of strata verdeel word.
- Strata moet mekaar onderling uitsluit en kollektief uitputbaar wees in die sin dat elke populasie-element weggelaat behoort te word.
- Elemente word dan ewekansig uit elke stratum gekies.

Klustersteekproefneming

- Die teikenpopulasie word verdeel in wederkerig uitsluitende subpopulasies of klusters.
- Klusters is wederkerig uitsluitend en kollektief omvattend.
- 'n Ewekansige steekproef van klusters word dan gekies, gebaseer op 'n waarskynlikheidsmetode, bv. eenvoudige ewekansige steekproefneming. (4 × 3) (12)

5.6
- Vorderingsverslag
- Basiese verslag
- Publikasie
- Tegniese verslag
- Bestuursverslag (Enige 4 × 1) (4)

[50]

TOTAAL AFDELING B : 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou