



NASIONALE SENIOR CERTIFIKAAT-EKSAMEN
MEI 2023

BESIGHEIDSTUDIES

NASIENRIGLYNE

Tyd: 3 ure

300 punte

Hierdie nasienriglyne is voorberei vir gebruik deur eksaminatore en subeksaminatore, wat 'n standaardisasievergadering moet bywoon ten einde te verseker dat die riglyne konsekwent geïnterpreteer en toegepas word gedurende die nasien van kandidate se skrifte.

Die IEB sal nie enige gesprek of korrespondensie oor enige nasienriglyne voer nie. Daar word besef dat daar verskillende sienings oor sekere sake van beklemtoning of besonderhede in die riglyne kan wees. Daar word ook besef dat sonder die voordeel van die bywoning van 'n standaardisasievergadering, daar verskillende interpretasies van die toepassing van die nasienriglyne kan wees.

AFDELING A**VRAAG 1 MEERKEUSEVRAE**

1.1	A
1.2	D
1.3	C
1.4	C
1.5	B
1.6	B
1.7	A
1.8	A
1.9	A
1.10	B
1.11	A

1.12	C
1.13	A
1.14	D
1.15	B
1.16	A
1.17	A
1.18	B
1.19	B
1.20	D
1.21	A

VRAAG 2 BESIGHEIDSTUDIES-TERME

- 2.1 Subrogasie
- 2.2 Sessie
- 2.3 Handelsnaamverlenging
- 2.4 Situasionele
- 2.5 Likwidasie
- 2.6 Terugwaarts
- 2.7 Waardeketting
- 2.8 Gebeurlikheidsplan
- 2.9 Klantdiensgerigte
- 2.10 Aftree-annuïteite

VRAAG 3 WAAR OF VALS

3.1 Waar

3.2 Vals

Pikketering verwys na 'n situasie waar werknemers betoog om hul ontevredenheid oor 'n situasie te toon.

3.3 Vals

Besighede funksioneer in 'n immer veranderde omgewing

3.4 Waar

3.5 Waar

3.6 Waar

3.7 Waar

3.8 Waar

3.9 Vals

Die administrasiefunksie is verantwoordelik vir insameling van besigheid-verwante data.

3.10 Vals

Die hulpbrongebaseerde ontleding word gebruik om tasbare en ontasbare hulpbronne wat die besigheid besit, te identifiseer.

3.11 Vals

Om 'n gefokusde strategie te gebruik om 'n mededingende voordeel te ontwikkel, beteken dat alle pogings op 'n spesifieke marksegment gemik is gegrond op eng omskrewe demografie.

OF

Laekostestrategie (ook laekosteprys) is 'n prysbepalingstrategie wat gekenmerk word deur lae pryse van goedere en dienste met gebruik van verskeie spaarmetodes. Die besigheid verminder werklike koste.

3.12 Vals

'n Besigheid moet moontlik meer vir goedere en dienste op spesifieke gebiede vra weens die koste daarvan, en weens aanbod en vraag.

AFDELING B**VRAAG 4**

4.1 ***Omskryf wat met die term noukeurige omgewingsondersoek bedoel word.***

Noukeurige omgewingsondersoek is die deurlopende nasporing van tendense en gebeurtenisse in 'n organisasie se interne en eksterne omgewing wat betrekking het op die sukses daarvan, tans en in die toekoms.

**Oorweeg enige ander relevante feite wat die term noukeurige omgewingsondersoek definieer)
(Enige 2 feite × 1 punt elk = 2 punte)**

4.2 ***Noem VIER elemente/faktore wat 'n kleinhandelaar moet oorweeg as deel van sy noukeurige omgewingsondersoek van die makro-omgewing.***

- Politieke
- Ekonomiese
- Sosiale
- Tegnologiese
- Regs-
- Omgewings-

**Oorweeg enige ander toepaslike elemente/faktore wat 'n kleinhandelaar moet oorweeg as deel van sy noukeurige omgewingsondersoek van die makro-omgewing.
(Merk die eerste vier elemente/faktore)
(Enige 4 feite × 1 punt elk = 4 punte)**

4.3 ***Verduidelik die rol van die koopfunksie in die verskaffing van die beste klantervaring vanuit 'n kleinhandelaar se oogpunt.***

Aankoopafdelings is die middelpunt van suksesvolle voorsieningskettingbestuur. Gewoonlik help hulle ander departemente om hul behoeftes te identifiseer, die rekwisitieseproses te bestuur en mededingende pryse te verkry, en tree gewoonlik op as beheerders om te verseker dat begrotings nagekom word.

**Oorweeg enige ander relevante rol van die koopfunksie in die verskaffing die uiteindelijke klantervaring vanuit 'n kleinhandelaar se oogpunt.
(Enige 3 feite × 1 punt elk = 3 punte)**

4.4 ***Kleinhandelaars ding mee om aan die klant die beste klantervaring te gee. Gebruik Porter se Vyfkragemodel om moontlike geleenthede en bedreigings vir 'n kleinhandelaar in die markbesigheidsomgewing te evalueer.***

Vlak van mededinging (huidige mededingers)

Dit is belangrik vir enige besigheid om te weet wat mededingers doen. As 'n mens 'n sektor kan vind waar 'n mededinger nie goed presteer nie, kan dit 'n geleentheid bied vir die besigheid om meer wins te maak. Deur die gebiede te identifiseer waar mededingers sukses behaal, kan dit 'n aanduiding wees van 'n bedreiging vir die besigheid, wat die implementering van 'n taktiek vereis om verliese te vermy. Byvoorbeeld, as 'n mededinger 'n voortreflike bemarkingstrategie het, hou dit 'n bedreiging in vir 'n mens se besigheid omdat klante aan die mededinger afgestaan kan word.

Wanneer 'n besigheid met jou mededingers vergelyk word, moet die volgende faktore hersien word:

- Grootte en finansiële hulpbronne van die besigheid
- Markaandeel
- Die gehalte van produkte/dienste
- Verbruikers se handelsnaamlojaliteit
- Prysbeoordeling van produkte of dienste
- Gerieflikheid van ligging en verspreidingkanale
- Handelseure

Bedreiging van nuwe toetreders

Nie net "steel" huidige mededingers klante nie, daar kan 'n uitdaging wees van 'n nuwe besigheid wat 'n geleentheid sien om geld te maak deur die mark te betree.

'n Bestaande besigheid sal enige potensiële nuwe besigheid as 'n bedreiging vir sy markaandeel en winste sien. Die besigheid probeer dus om "hindernisse" (strategieë) te bou om te verhoed dat nuwe besighede die mark suksesvol betree.

Voorbeelde van hindernisse om nuwe toetreders uit die mark te hou:

- Die groter kleinhandelaars in winkelsentrums sal byvoorbeeld met sentrumbestuur onderhandel om te verhoed dat te veel mededingers plek in dieselfde sentrum bekom.
- 'n Besigheid kan ook 'n patent registreer om 'n potensiële nuwe besigheid daarvan te weerhou om 'n soortgelyke produk te verkoop.
- Groot bedrae geld kan bestee word aan advertensies en promosies waar produkte of dienste teen 'n laer prys verkoop word, wat dit moeilik maak vir 'n nuwe besigheid om die mark te betree.
- Neem in ag dat selfs die regering wetgewing instel om dit vir nuwe besighede moeilik te maak om elektrisiteit aan verbruikers te verskaf.
- 'n Belasting op ingevoerde goedere is 'n afskrikmiddel wat die regering op sekere bedrywe plaas om die plaaslike mark te beskerm teen goedkoop, massavervaardigde goedere van oorsee.

Beskikbaarheid van plaasvervangerprodukte

'n Vervangingsproduk verwys NIE na 'n ander handelsmerk nie. Hierdie kwessie van verskillende handelsmerke is bespreek onder die opskrif van Wedywering/Mededingers in die mark.

Om verskillende handelsmerke te illustreer:

- Simba aartappelskyfies en Willards aartappelskyfies
- Pick n Pay en Checkers

'n Plaasvervangerproduk is 'n verskillende produk wat dieselfde behoefte bevredig, naamlik:

- Botter vs. margarien
- Brille vs. kontaklense
- Suiker vs. kunsmatige versoeters
- Restaurante vs. kitskosse

Gestel 'n besigheid vervaardig margarien. Om te verseker dat die onderneming suksesvol is, moet dit nie net die strategieë oorweeg wat ander margarienvervaardigers implementeer nie (bv. hul pryse, produkverpakking, die kleinhandelaars wat die produkte aan verbruikers verkoop, ens.); dit moet ook oorweeg wat bottervervaardigers doen, want mense kan bereid wees om margarien met botter te vervang as dit 'n beter opsie blyk te wees.

Die krag van verskaffers

Enige besigheid wat nie 'n betroubare verskaffer het nie, sal sekerlik meer gereeld probleme ondervind as nie.

Om suksesvol te wees, is die besigheid afhanklik van die verskaffer om 'n goeie produk van gehalte te verskaf wanneer nodig (tydsberekening) en om die korrekte hoeveelheid teen 'n billike prys by die plek te lewer waar dit benodig word.

Groot verskaffers, bv. Amalgamated Beverage Industries (ABI – verskaffers van Coke, Fanta, Sprite, ens.).

Die volgende is moontlike kostes verbonde aan die onbesikbaarheid van voorraad:

- As daar geen materiaal is nie, kan 'n vervaardiger nie produseer nie (geen verkope = geen wins).
- As daar nie materiaal is nie, kan die masjiene en arbeid nie tot hul volle kapasiteit benut word nie, want die produksie- of verkoopproses gaan tot stilstand kom.
- Administratiewe en geleentheidskoste word aangegaan wanneer 'n voorraadtekort hanteer word. As 'n besigheid nie meer voorraad het nie, word dit baie moeilik om afslag te beding wanneer bestellings geplaas word.
- Klantklansiewaarde kan verlore gaan as hulle na mededingers moet gaan.

Die krag van kopers

Die koper kan 'n groothandelaar wees wat by 'n vervaardiger bestel, of 'n kleinhandelaar wat die produkte vir sy winkel koop of selfs die verbruiker wat sy of haar swaarverdiende geld by jou besigheid moet spandeer. As die kopers nie gerespekteer word nie, en goeie waarde vir geld gebied word, kan hulle besluit om 'n ander besigheid te ondersteun.

Wanneer 'n kleinhandelaar aan die eindverbruiker verkoop, kan die volgende aspekte 'n mate van oorweging vereis:

- Watter tipe produk/diens word aangebied? 'n Verbruiker kan byvoorbeeld bereid wees om 'n groter afstand te reis om spesiale goedere soos motors, juweliersware en duur huishoudelike toestelle te koop om presies te kry wat hy/sy wil hê; geriefsgoedere (soos kruideniersware) en uitgesoekte goedere (soos klere) regverdig nie die reis van langer afstande nie, en die verbruiker kan gelukkig wees om met 'n ander handelsmerk of 'n plaasvervangerprodukt tevrede te wees.
- Pryssensitiwiteit – in sommige gevalle kan kopers gelukkig wees om meer vir 'n produk of diens te betaal as dit afgelewer word, 'n waarborg het of gerieflik beskikbaar is, ens.

Oorweeg enige ander relevante feit vir die gebruik van Porter se Vyfkragtemodel om moontlike geleenthede en bedreigings vir 'n kleinhandelaar in die mark-besigheidsomgewing te evalueer.
(Enige 4 feite × 1 punt elk = 4 punte) om die element te benoem)
(Enige 8 feite × 1 punt elk = 8 punte) vir die bespreking van die gebruik van Porter se Vyfkragtemodel.

4.5 ***Evalueer hoe 'n kleinhandelaar die volgende Gebalanseerde Telkaart se perspektiewe sal gebruik om deurlopende verbetering in die besigheid te verseker:***

Klantperspektief:

In die klantperspektief van die Gebalanseerde Telkaart identifiseer bestuurders die klant- en marksegmente waarin die besigheidseenheid gaan meeding en die maatstawwe van die besigheidseenheid se prestasie in hierdie teikensegmente.

Finansiële Perspektief:

Kragtens die finansiële perspektief is die doel van 'n maatskappy om te verseker dat dit 'n opbrengs verdien op die beleggings wat gemaak is en om sleutelrisiko's wat betrokke is by die bedryf van die besigheid te bestuur. Die doelwitte kan bereik word deur die behoeftes van alle spelers wat by die besigheid betrokke is, soos die aandeelhouders, klante en verskaffers, te bevredig.

Interne Besigheidperspektief:

Die interne prosesperspektief is gemoeid met die prosesse wat die klantwaardeproposisie skep en lewer. Dit fokus op al die aktiwiteite en sleutelprosesse wat nodig is sodat die maatskappy kan uitblink in die verskaffing van die waarde wat deur die klante verwag word, beide produktief en doeltreffend.

Oorweeg enige ander relevante feit hoe 'n kleinhandelaar die Gebalanseerde Telkaartperspektiewe sal gebruik om deurlopende besigheidsverbetering te verseker)
(Enige 9 feite × 1 punt elk = 9 punte)

4.6 ***Verduidelik die belangrikheid vir 'n kleinhandelaar om 'n visie te hê.***

Om 'n visie te hê gee 'n doel vir jou doelwitstellingsaktiwiteite. Sonder 'n einddoel of bestemming in gedagte, sal jy nie 'n duidelike of gedefinieerde pad hê nie. Visie verskaf dit. Om jou visie of doelwit te bereik, kan jy begin deur klein, haalbare doelwitte te stel om uiteindelik die doel te bereik.

'n Visie is die geestelike prentjie van die toekoms wat jy begeer. Meer as net 'n doelwit, 'n visie is die beliggaming van ons hoop en drome op 'n bepaalde gebied; die prentjie van wat nog nie gebeur het nie, maar wat die toekoms kan inhou.

Oorweeg enige ander relevante feit om *die belangrikheid te verduidelik van die kleinhandelaar wat 'n visie het.*
(Enige 4 feite × 1 punt elk = 4 punte)

4.7 ***Met behulp van voorbeelde bespreek hoe 'n kleinhandelaar funksionele konflik kan gebruik om die "beste klantervaring" te skep.***

Verken laterale denke: Daar is gesien dat tydens konflik baie werknemers beter presteer deur analitiese en laterale denke toe te pas. Hulle ondersoek alternatiewe maniere om die ander persoon op 'n goeie manier te vervang. Die ander werknemers ondersoek maniere om op 'n kreatiewe en buitengewone manier beter te doen.

Spanningsverspreiding onder verskeie groepe: Daar moet 'n paar maniere wees om 'n mening op 'n positiewe manier uit te spreek; anders sal dit tot 'n hoë syfer van natuurlike uitvloei of ontevredenheid onder die werknemers lei. Die meeste van die werknemers glo byvoorbeeld dat hul huidige bestuurder nie 'n aktiewe luisteraar is nie. Wat gaan met daardie departement gebeur? Dit sal lei tot spanning onder werknemers, en later sal dit tot swak prestasie lei. Om konflik uit te druk, verminder spanning en verminder frustrasie, hoë geestelike oordrywings, bevooroordeelde menings, wantroue en ander negatiewe aspekte van die amp.

Bevordering van mededinging en groepsamehorigheid: Positiewe konflik verhoog 'n gevoel van mededinging, motivering en verbeterde pogings om die werk uit te voer. Inspanning en uitset verhoog veelseortigheid wat verder voordelig vir die organisasie word. Verder kan mededinging verhoogde inspanning en uitset tot gevolg hê. Sommige kenners beklemtoon ook dat konflik solidariteit en lojaliteit teenoor die organisasie skep, en die bestuur hoef minder hard te werk om die span te bestuur vir meer prestasie van gehalte.

Goeie manier om vaardighede te beoordeel: Konflik werk beslis soos 'n toetspunt vir werknemers se kaliber in die hantering van uitdagings. Positiewe konflik skep uitdagings, en 'n werknemer moet maniere soek om daaruit te kom. Dit lei ook tot verandering in gesindheid, werkskultuur en die algemene persepsie van werk.

Oorweeg enige ander toepaslike feit oor die *gebruik van voorbeelde en bespreek hoe 'n kleinhandelaar funksionele konflik kan gebruik om die "uiteindelike klantervaring" te skep*
(Enige 8 feite × 1 punt elk = 8 punte) vir voorbeelde en bespreking van hoe 'n handelaar funksionele konflik kan gebruik

4.8 **Verduidelik hoe 'n kleinhandelaar verskillende benaderings kan hê om konfliktsituasies te hanteer. Motiveer jou antwoord met behulp van voorbeelde.**

Wanneer 'n **akkommoderende benadering** gevolg word, sal die persoon samewerkend en nie selfgeldend wees nie. Hy/sy sal waarskynlik sy/haar eie belange verwaarloos en selfs sommige van sy/haar oortuigings opoffer wanneer hy/sy aan die ander se standpunt toegee.

'n Persoon wat verkies om **die konfliktsituasie te vermy, ignoreer die konflik** deur aan die situasie te onttrek of die **hantering daarvan uit te stel** tot 'n later stadium of die situasie te vermy deur iemand anders te kry om die konfliktsituasie te hanteer. As dit nie 'n belangrike kwessie is nie, kan hierdie benadering baie goed werk – amper soos die gesegde "kies jou gevegte versigtig".

Wanneer hulle **saamwerk**, probeer die partye om met mekaar in 'n situasie saam te werk wat almal wat betrokke is ten volle bevredig. Wanneer hulle **saamwerk**, poog die partye om 'n oplossing te vind wat almal se bekommernisse ten volle bevredig. Dit sal gewoonlik tyd neem, aangesien die onderliggende verskille ontbloot en hanteer moet word.

Om **mee te ding** beteken dat 'n individu nie bereid is om in te gee nie, in plaas daarvan sal hy/sy alles in sy/haar vermoë doen om te wen. Mense sal hierdie benadering volg as die konflik oor 'n beginsel of waarde is wat nie prysgegee kan word nie.

Kompromie beteken die partye probeer om 'n aanvaarbare oplossing te vind vir die wedersydse (hoewel soms slegs gedeeltelike) bevrediging van beide partye deur 'n gemeenskaplike middeweg te soek.

Oorweeg enige ander relevante feite oor hoe 'n kleinhandelaar verskillende benaderings tot die hantering van konfliktsituasies kan hê (Enige 5 feite × 1 punt elk = 5 punte) om te verduidelik hoe 'n kleinhandelaar verskillende benaderings kan hê om konfliktsituasies te hanteer (Enige 3 feite × 1 punt elk = 3 punte) vir motivering met behulp van voorbeelde

VRAAG 5**5.1 *Bespreek die rol van vakbonde gedurende kollektiewe bedinging.***

'n Vakbond is 'n groep werkers wat gevorm is om hul beroepsregte en -belange te beskerm, bv. om hoër lone, gesondheid, pensioene en beter werksomstandighede, werkplekveiligheid ingesluit, te beding.

Vakbonde of werkersorganisasies verteenwoordig die belange van werkers in die kollektiewe bedingingsproses. Werkers sluit by hierdie organisasies aan sodat die organisasies werkers se kwessies kan opper en hulle teen uitbuiting kan beskerm.

Oorweeg enige ander toepaslike feit oor die rol van vakbonde tydens kollektiewe bedinging. (Enige 4 feite × 1 punt elk = 4 punte)

5.2 *Verduidelik hoe SPAR die werwings- en keuringsprosesse sal gebruik om te verseker dat hulle die regte mense in diens neem.*

'n Effektiewe werwing- en keuringsbeleid voldoen nie net aan die vereistes van 'n pos nie, maar verseker ook dat 'n organisasie sal voortgaan om sy verbintenis tot die verskaffing van gelyke geleenthede aan werknemers te handhaaf. Nakoming van so 'n beleid sal jou toelaat om die beste moontlike kandidate vir jou organisasie aan te stel.

Die werwings- en keuringsprosesse is beide duur en tydrowend vir 'n besigheid. Jy moet die vakature adverteer, wat 'n duur proses kan wees. Dan sal personeel kosbare tyd moet gebruik om onderhoude te voer en werkers te evalueer en te kyk of hulle gekwalifiseer en reg vir die pos is.

Daar is 'n alternatief; jy kan 'n werwingsagentskap gebruik om te help om die beste kandidate vir jou besigheid te vind. 'n Werwingsfirma het reeds 'n gevestigde doeltreffende, kostedoeltreffende werwings- en keuringsproses.

Wat is dus die voordele om 'n doeltreffende werwings- en keuringsproses te gebruik? Daar is heelwat voordele: Spaar tyd: 'n doeltreffende indiensnemingsproses kan tyd spaar. 'n Vaartbelynde proses, wat maklik is om te bestuur, vul vakatures vinniger as 'n omslagtige, uitermatige lang indiensnemingsproses. 'n Uitermatige lang en moeilike werwingsproses kan veroorsaak dat jy gekwalifiseerde werkers verloor wat vinnig belangstelling verloor en na 'n ander maatskappy beweeg. Spaar geld: deur 'n vaartbelynde werwings- en keuringsproses te volg spaar jou ook geld. 'n Proses wat vinnig beweeg, neem minder tyd en is doeltreffender, spaar jou geld vir die tyd wat dit neem om 'n pos te vul. Regskwessies: 'n gevestigde werwings- en keuringsproses help om te verseker dat die indiensnemingsproses billik en deursigtig is. Werkers is seker dat daar nie teen hulle gediskrimineer sal word nie en dat hul persoonlike inligting vertroulik hanteer sal word. Sodoende kan jou maatskappy die risiko verminder dat regsaksie teen die maatskappy ingestel kan word. Neem die regte werker in diens: laastens, 'n doeltreffende werwings- en keuringsproses verseker dat die regte werker meer dikwels in diens geneem word as nie. Spaar opleidingstyd: die regte indiensnemings- en keuringsproses help die maatskappy om opleidingstyd te spaar. Deur die regte werker met die regte vaardighede in diens te neem, sal die maatskappy nie tyd aan opleiding verloor nie. Die regte persoon met die regte vaardighede sal gereed wees om te begin werk, wat net die minimum opleidingstyd sal vereis.

Oorweeg enige ander relevante feit oor hoe SPAR die werwings- en keuringsprosesse sal gebruik om te verseker dat hulle die regte mense in diens neem.) (Enige 10 feite × 1 punt elk = 10 punte)

5.3 **Noem DRIE tipes opleidingsprogramme wat SPAR kan gebruik as deel van hul leer- en ontwikkelingsinisiatiewe.**

- Tegnologiegebaseerde leer
- Simulators
- Indiensopleiding
- Afrigting/mentorproses
- Instrukteurgeleide opleiding
- Rolspel
- Films en video's
- Gevallestudies

Oorweeg enige ander toepaslike tipe opleidingsprogramme waarvan SPAR gebruik kan maak as deel van hul leer- en ontwikkelingsinisiatiewe

**Merk die eerste 3 tipes opleidingsprogramme
(Enige 3 feite x 1 punt elk = 3 punte)**

5.4 **Noem DRIE tipes opleidingsprogramme wat SPAR kan gebruik as deel van hul leer- en ontwikkelingsinisiatiewe.**

Die Wet op Arbeidsverhoudinge (WAV) 66 van 1995 se hoofdoogmerke is om:

- die fundamentele regte wat met arbeidskewessies verband hou en in die Grondwet gewaarborg word, toe te pas;
- ekonomiese ontwikkeling, arbeidsvrede, maatskaplike geregtigheid en demokrasie in die werkplek te bevorder deur 'n raamwerk vir kollektiewe bedinging te bevorder om arbeidsdispute te besleg.

Die WAV is op alle werkgewers, werknemerorganisasies, werknemers en vakbonde van toepassing, maar nie op lede van die Nasionale Weermag, Nasionale Intelligensie-agentskap en die Suid-Afrikaanse Geheime diens nie.

Die implikasies van die Wet op Arbeidsverhoudinge:

Positief:

- Die WAV verseker dat internasionale arbeidstandaarde in die konteks van Suid-Afrikaanse arbeid toegepas word.
- Die WAV Gee duidelike riglyne oor hoe arbeidsdispute besleg kan word.

Negatief:

- Vakbonde het baie mag in Suid-Afrika en dit blyk dat hulle soms vergeet dat hulle bedoel is om die regte van werknemers te beskerm en nie by politiek en ander kwessies betrokke te raak onder die voorwendsel van die implementering van die WAV nie.

Wet op Gelyke Indiensneming 55 van 1998 (GI):

Die doel van die Wet:

As 'n mens na die Wet op Gelyke Indiensneming kyk, blyk dit te diskrimineer teen sekere groepe mense. Dit is inderdaad die geval met die regverdiging dat die Wet ontwerp is om die ongelykheid van die verlede reg te stel. Dit word gedoen deur Regstellende Aksie (RA).

Die implikasies van die Wet op Billike Indiensneming:

Positief:

- Wanbalanse en onbillikheid van die verlede word reggestel.
- 'n Meer diverse arbeidsmag met beter verteenwoordiging van alle mense word verseker.

Negatief:

- Een van die nadele van GI is dat dit 'n bykomende werklas op die onderneming plaas. Werkgewers moet 'n ontleding doen om billikheidskwessies te identifiseer en dit dan in hul GI-verslag indien. Daar is GI-inspeksies om te verseker dat GI-verslae akkuraat is en dit plaas weer 'n bykomende las op personeel gedurende hierdie tyd van die inspeksie. Groot boetes kan opgelê word as sekere vereistes nie nagekom word nie.
- Mense wat nie noodwendig die vaardighede het om in 'n sekere posisie te werk nie, word soms bevorder om die regte proporsie aangewese mense te kry. Dit kan produktiwiteit belemmer.

Wet op Breedgebaseerde Swart Ekonomiese Bemagtiging 53 van 2003 (BGSEB):**Die doel van die wet:**

BGSEB beoog om die wanbalanse van die verlede reg te stel deur die swart meerderheid van 'n land in die ekonomiese hoofstroom in te bring. Die idee is dat dit bereik word deur op die volgende **vyf elemente** (pilare) van die BGSEB-telkaart (implementeringsdatum Oktober 2013 – voorheen SEWE pilare) te fokus:

- Die persentasie swart eenaars in 'n besigheid (soos gemeet aan hul stemreg in die besigheid) moet verhoog word tot 'n minimum van 40% **swart eienaarskap** om maksimum BGSEB-punte te kry.
- Die doel is om meer swart mense te bemagtig om aktief te raak op **bestuursvlak in die besighede**. Dit word bereik deur diensbillikheidsteikens.
- Moedig die implementering van mentorskappe, leerderskappe en internskappe aan om menskapitaalontwikkeling van swart mense te bevorder en om **vaardighedsontwikkeling** te bly beklemtoon as deel van BGSEB.
- Om te verseker dat besighede baie **besighede in swart besit** as hul verskaffers gebruik, en op hul beurt om hierdie verskaffers te help om waar moontlik te ontwikkel.
- Om **sosio-ekonomiese ontwikkeling** te vestig deur te verseker dat swart mense toegang het tot fondse om ekonomies bemagtig te word en om hul eie besighede te besit.

Die implikasies van die BGSEB-wet:**Positief:**

- 'n Groot deel van die swart middelklas het dramaties verbeterde lewenstandaarde ervaar as gevolg van bevordering deur besighede om BGSEB-teikens te bereik.
- Werklike geleenthede het ontstaan vir swart mense om deel van die ekonomie te word, hetsy deur eienaarskap of in bestuursposisies.
- Vaardighedsontwikkeling vir swart mense het toegeneem.

Negatief:

- Die meerderheid swart mense in die land het nie by BGSEB baat gevind nie en leef steeds in erge armoede.
- Maatskappye vind dit moeilik om veranderinge aan hul bestuurstrukture aan te bring, aangesien die aantal swart mense met kwalifikasies en die vereiste ondervinding steeds beperk is. Dit neem jare om die ervaring op te doen om op topbestuursvlakke te funksioneer.
- Daar is steeds maatskappye wat probeer om die stelsel te manipuleer deur middel van "simboliese aanstellings" om maksimum BGSEB-punte te behaal om staatskontrakte te verseker.

Wet op Vaardigheidsontwikkeling 97 van 1998 (WVO):

Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling (aangeneem in 1998) en die Wet op Vaardigheidsontwikkelingsheffings (aangeneem in 1999) was die beginpunte om 'n Nasionale Vaardigheidsontwikkelingstrategie te formuleer wat kan help om te verseker dat Suid-Afrika die vaardighede ontwikkel wat nodig is vir ekonomiese groei, maatskaplike ontwikkeling en volhoubare werkskepping.

Die Minister van Arbeid het verteenwoordigers van sakeondernemings, georganiseerde arbeid, regering en ander relevante liggame gebruik om die Nasionale Vaardigheidsowerheid te stig wat die taak gehad het om te help met die opstel en implementering van die Nasionale Vaardigheidsontwikkelingstrategie en om SETA's (Sektore vir Onderwys- en Opleidingsowerhede) te verseker, besighede te help om vaardigheidsontwikkeling 'n werklikheid te maak.

Die oogmerke van die Wet op Vaardigheidsontwikkeling:

- Om Suid-Afrikaners te help om hul kwalifikasies en vaardighede te verbeter en om te verseker ekonomiese ontwikkeling word bereik en mense het beter lewenstandaarde
- Om leerderskappe en vaardigheidsprogramme bekend te stel om beroepsleer 'n hupstoot te gee (m.a.w. die werkplek word 'n plek van leer)
- Om entrepreneurskap te bevorder deur opleiding en verbeterde vaardigheidsvlakke
- Om werkseleenthede vir werklose mense te verbeter deur aan hulle vaardighede te gee wat nodig is om hul eie werk te vind of te skep
- Om werknemers aan te moedig om hul vaardigheidsvlakke te verbeter deur by opleiding betrokke te raak

Die implikasies van die Wet op Vaardigheidsontwikkeling en Wet op Vaardigheidsontwikkelingsheffings:

Positief:

- Befondsing vir opleiding word verkry uit Vaardigheidsontwikkelingsheffings, ongeag wat die besigheid beplan om aan opleiding te bestee. Vaardighede word dus nie benadeel wanneer opleidingsbegrotings verminder word nie.
- 20% van die Vaardigheidsontwikkelingsheffing kan teruggeëis word deur bloot 'n werkplekvaardighedsplan en jaarlikse opleidingsverslag in te dien. Dit moedig besighede aan om opleidingsprogramme te beplan en te implementeer.

Negatief:

- Die Sektor Onderwys- en Opleidingsowerhede (SETA) wat toesig hou oor opleiding in die verskillende sektore is nie altyd doeltreffend nie en die gevolg is dat daar groot bedrae geld is wat aan opleiding bestee moet word wat bloot in sommige van die SETA's se bankrekening sit.
- Die bedrag wat teruggeëis kan word vir die indiening van die werkplekvaardighedsplan en jaarlikse opleidingsverslag is met ingang van 2013 van 50% tot 20% verminder. Dit maak dit moeiliker vir besighede om hul geld terug te eis, want nie sommer enige opleiding sal kwalifiseer om die bykomende 30%-vermindering te regverdig nie.

Oorweeg enige ander relevante arbeidswette om te verseker dat werknemers billik behandel word.

**(Enige 2 feite × 1 punt elk = 2 punte) vir die identifisering van die arbeidsverwante wet
(Enige 3 feite × 2 punte elk = 6 punte) wat die hoofdoel bespreek van hierdie Wet
Enige (6 feite × 2 punte elk = 12 punte) om te evalueer hoe SPAR kon
verseker dat hulle die Wet korrek implementeer)**

5.5 **Bespreek hoe SPAR werknemerevaluasies kan gebruik om positief tot die persoonlike groei van hul werknemers by te dra.**

Tradisionele prestasiebeoordelings: 'n Hoof voer 'n evaluering uit op grond van 'n werknemer se werk met bewyse wat staaf hoe goed hy/sy vaar.

360°-hersiening: Hoofde, kollegas, toesighouers en die individu doen 'n evaluering, wat voorsiening maak vir terugvoering vanuit alle rigtings van die span.

Self-beoordelings: 'n Werknemer hersien sy/haar eie prestasie, met inagneming van sy/haar prestasies en foute.

Werknemersgeïnisieerde hersiening: 'n Werknemer vra sy/haar bestuurder vir 'n hersiening om te bepaal hoe hy/sy presteer en om te versoek om meer projekte of 'n hoër posisie aan te neem.

Groepsprestasiebeoordeling: Hoofde hersien hoe die algehele span in 'n organisasie presteer, en maak soms die terugvoer oop vir werknemers om hul eweknieë te beoordeel.

Opwaartse beoordeling: Personeellede gee terugvoering oor hoe hul spanleiers vaar.

Onderhandelde beoordeling: 'n Bemiddelaar help 'n bestuurder en werknemer om werkprestasie te bespreek, gewoonlik met 'n hersiening van die werknemer se positiewe prestasie te begin voordat hy/sy opbouende kritiek lewer.

Oorweeg enige ander toepaslike feit oor hoe SPAR werknemerevaluasies kan gebruik om positief by te dra tot die persoonlike groei van hul werknemers
(Enige 4 feite x 1 punt elk = 4 punte)

5.6 **Verduidelik hoekom SPAR se Menskapitaalfunksie op behoudstrategieë moet fokus.**

Morele verbetering: 'n Swaaideur-omgewing kan werknemersmoraal demp. Afgesien van verlore verbindings, sal werknemers wat oorbly dalk swaarder werkloadings of verantwoordelikhede moet aanvaar. Gevolglik kan hul motivering en tevredenheid ook verswak.

Aansteeklike aard van omset: Werknemers kan besluit om te vertrek omdat hulle agterkom ander soek werk, praat oor ophou of eintlik die besigheid verlaat.

Organisasies met suksesvolle werknemerbehoudprogramme kan werknemersmoraal verhoog, groter verbondenheid en betrokkenheid moontlik maak en aansteeklikhede van positiewe emosies in die werkplek skep.

Ervare werknemers: Een verlammeende koste van hoë omset is die verlies aan institusionele kennis, vaardighede en verhoudings – binne die organisasie en met klante en vennote – wat verdwyn wanneer 'n werknemer vertrek. Die organisasie verloor ook die potensiële waarde wat die werknemer kon gelewer het, ook bekend as die geleentheidskoste. Wanneer senior werknemers vertrek, kan die verlies ook opvolgbeplanning beïnvloed. Hierdie werknemers – veral toppresterders of diene met vaardighede wat in aanvraag is – loop dikwels 'n risiko vir omset, selfs in tye van hoë werkloosheid.

Vervanging van 'n werknemer dra aansienlike koste. Nadat 'n organisasie gekwalifiseerde werknemers gevind het en hulle suksesvol gewerf en aan boord gebring het, moet hulle opgelei word. Sou 'n nuwe werknemer weggaan, gaan al daardie geld tot niet.

Deur op werknemersbehoud te fokus, kan werwingskoste dramaties verminder word. Nog 'n oorweging is om van binne die organisasie te werf. Die koste om 'n werknemer van binne af op te lei en te heroplei, kan 'n organisasie tienduisende rand per persoon bespaar.

Verhoogde produktiwiteit: Aanhoudende omset veroorsaak 'n magdom probleme vir werkgewers. Die mees onmiddellike impak is verlies aan produktiwiteit. Dit kan gemiddeld 'n nuwe aanstelling een tot twee jaar neem om die produktiwiteit van 'n bestaande werknemer te bereik. Daarbenewens het nuwe werknemers tyd nodig om verhoudings met medewerkers en klante te bou. 'n Omgewing met te min personeel veroorsaak ook probleme van sy eie – onder andere oortyd en uitbranding van werknemers, laer werksgehalte en vertraginge.

Effektiewe werknemerbehoud kan 'n organisasie van produktiwiteitsverliese red. Werkplekke met hoë behoud is geneig om meer betrokke werkers in diens te neem wat op hul beurt meer gedoen kry. Betrokke werknemers is meer geneig om klanteverhoudings te verbeter, en spanne wat tyd gehad het om saam te smelt, is ook geneig om meer produktief te wees.

Beter klantervaring: Klantervaring is 'n klant se persepsie of mening oor hul interaksies met 'n besigheid, van hul eerste interaksie tot naverkope-ondersteuning. Hierdie interaksies hang af van werknemers wie se eie ervarings 'n impak kan hê op hoe hulle met klante omgaan.

Verbeterde korporatiewe kultuur: Die persepsies, voorkeure en gedrag van mense wat by 'n maatskappy werk vorm sy korporatiewe kultuur, wat 'n onbetwisbare rol speel om die regte mense te werf en te behou. Wanneer 'n werknemer vertrek, sal ander dikwels wonder hoekom en dalk hul eie lojaliteit aan die organisasie begin bevraagteken. Omgekeerd, wanneer betrokke werknemers wat in ooreenstemming is met 'n organisasie se kultuur bly, versterk hulle die organisatoriese etos en omgewing.

Beter werknemer-ervaring: Werknemer-ervaring is 'n werknemer se persepsie van hul interaksies binne 'n organisasie – van wanneer hulle die eerste keer vir 'n pos aansoek gedoen het tot wanneer hulle vertrek. Dit neem ook elke persoon se verhoudings met medewerkers, bestuurders en klante in ag. 'n Positiewe werknemer-ervaring bevorder dikwels produktiwiteit en bevorder meer positiewe klantervarings, wat tot groter klantlojaliteit kan lei.

Inkomstewins spruit onder meer uit verlaagde huurkoste, toenames in produktiwiteit en die lewering van beter klantervarings. Om inkomsteverhogings uit behoudbeleide na te spoor, kan 'n belangrike MH-maatstaf wees om die opbrengs op belegging van daardie inisiatiewe te demonstreer.

'n Positiewe werknemerervaring kan werknemerbetrokkenheid 'n hupstoot gee, gedefinieer as die vlak van verbintenis en toewyding wat 'n persoon tot hul rol en organisasie het. Betrokke werknemers voel gemotiveerd en gee om vir hul werk en maatskappy; hulle voel hulle het spreekwoordelike aandeel in die maatskappy en is meer geneig om te bly. Die vlak van betrokkenheid is nou gekoppel aan werknemertevredenheid en -moraal, wat alles van uiterste belang vir 'n organisasie se sukses is.

Oorweeg enige ander relevante feit wat verduidelik *hoekom SPAR se Menskapitaalfunksie op behoudstrategieë moet fokus.*
(Enige 3 feite x 1 punt elk = 3 punte)

5.7 5.7.1 **Noem DRIE monetêre motiveringsfaktore:**

- Bonus
- Salarisverhoging
- Finansiële byvoordele
- Mediese hulpskema
- Pensioen

**Oorweeg enige ander relevante geldelike motiveringsfaktore
Merk slegs die eerste drie motiveringsfaktore
(Enige 3 feite x 1 punt elk = 3 punte)**

5.7.2 **Noem DRIE niemonetêre motiveringsfaktore:**

- Tyd af
- Buigsame tyd
- Werk van die huis af
- Kantoorrotasies

**Oorweeg enige ander relevante nie-monetêre motiveringsfaktore
Merk slegs die eerste drie motiveringsfaktore
(Enige 3 feite x 1 punt elk = 3 punte)**

VRAAG 6

6.1 **Gebruik 'n toepaslike voorbeeld om te verduidelik hoe elke bestuursbevoegdheid hieronder Checkers sal help om sy belofte van beter en beter na te kom.**

Inisiatief-bevoegdheid	<p>Gebruik inligting uit 'n verskeidenheid bronne, identifiseer onmiddellike optrede wat nodig is om huidige kwessies te hanteer, benut die geleentheid om prestasie te verbeter en horisontale/vertikale doelwitte te bevorder.</p> <p>Innovering/inisiatief is die vermoë om kreatief te wees, huidige praktyke te oorweeg met die ingesteldheid van voortdurende groei, en inisiatief te demonstreeer om verbeterings te genereer en positiewe uitkomst te bevorder. Hierdie is 'n lys van spesifieke gedragsbeskrywings vir hierdie bevoegdheid, met die doel om prestasiebestuur en -ontwikkeling te ondersteun.</p>
Ontledings-bevoegdheid	<p>Ontledingsbevoegdheid is 'n instrument wat gebruik word om kennis, vaardighede en vermoëns te meet, hetsy vir die ontleding van 'n maatskappy se produkte, dienste, menskapitaal, of dit kan in onderwys gebruik word om die kernbevoegdheid in studenteprestasie te ontlead.</p> <p>Die sake-ontleder moet in staat wees om vereistes wat ontstaan, te verstaan en ontsyfer en oplossings te bedink om probleme waarmee belanghebbendes te kampe het, te oorkom.</p>

**Enige ander relevante feit/voorbeeld om te verduidelik hoe elke bestuursbevoegdheid Checkers sal help om sy belofte na te kom om "beter en beter te wees".
(Enige 6 feite x 1 punt elk = 6 punte)**

- 6.2 **Bepaal hoe Checkers die verskillende bestuurstake hieronder sal gebruik om te verseker dat hulle toegewyd is aan hul belofte om beter en beter op elke bestuursvlak te wees.**

TOPVLAKBESTUUR
<p>Beplanning:</p> <p>Topvlakbestuurders, soos HUB's of presidente, sal strategiese planne ontwerp en uitvoer om 'n prentjie te skets van die gewenste toekoms en langtermyn doelwitte van die organisasie. In wese kyk strategiese planne vorentoe na waar die organisasie oor drie, vyf, selfs tien jaar wil wees.</p> <p>Beplanning is die eerste en belangrikste funksie van bestuur wat die stel van doelwitte en die bepaling van 'n aksieplan vir die bereiking van daardie doelwitte behels.</p>
MIDDELVLAKBESTUUR
<p>Koördineer:</p> <p>Koördinasie is die krag wat al die ander funksies van bestuur bind. Koördinasie is die gemeenskaplike draad wat deur alle aktiwiteite soos – aankoop, produksie, verkope en finansies loop om kontinuïteit in die werking van die organisasie te verseker. Soms word dit as 'n aparte funksie van bestuur beskou.</p>
LAERVLAKBESTUUR
<p>Kommunikeer:</p> <p>Bestuurders op die laer vlak van die bestuur kommunikeer die organisatoriese doelwitte of etiese riglyne aan die werknemers by die werkplek. Hulle tree op as 'n leier en stel 'n voorbeeld vir ander werknemers om na te volg. Hulle gee opdragte en aanwysings aan die werknemer, neem besluite en mobiliseer werknemers se ondersteuning.</p>

**Enige ander toepaslike feit wat bepaal hoe Checkers die verskillende bestuurstake gebruik wat hieronder gelys is om te verseker dat hulle verbind is tot hul belofte om "beter en beter" op elke bestuursvlak te wees.
(Enige 12 feite × 1 punt elk = 12 punte)**

6.3 **Voltooi die volgende diagram oor bemarking.**

Identifiseer TWEE elemente van die bemarkingsamestelling

Produk

Produk verwys na enigiets wat verkoop word – 'n fisiese produk, diens of ervaring.

Maak nie saak hoe jy jouself as 'n handelsmerk posisioneer nie, jou produk of diens gaan altyd die middelpunt van jou strategie wees en daarom sal dit elke aspek van die bemarkingsamestelling beïnvloed. Wanneer jy aan jou produk dink, oorweeg faktore soos die gehalte daarvan, spesifieke kenmerke, verpakking en die probleem wat dit vir jou klante sal oplos.

Terwyl dinge soos klantediens die sleutel is, is jou produk, dit wil sê wat die klant kry, uiteindelik waaroor hulle die meeste sal omgee. Natuurlik, as jou koper nie tevrede is met wat jy verkoop nie, sal hulle nie na jou terugkeer nie. Maar as die gehalte reg is en dit hul probleem oplos, sal die produk homself verkoop.

Plek

Waar verkoop jy jou produk of diens? Daar is baie plekke en maniere waarop besighede kan verkoop. Dus verwys 'plek' nie net na 'n fisiese ligging nie. Dit kan beteken om via 'n webwerf, katalogus of sosiale media te verkoop, om handelskoue te gebruik en natuurlik tradisionele winkels. 'Plek' sluit elke verspreidingskanaal in. Die meeste maatskappye kan of sal nie 'n saak sommer enige plek begin nie.

Daar is 'n aantal faktore wat eers oorweeg moet word. Jou teikengehoor sal 'n rol speel wanneer dit by jou verspreidingskanale kom. Byvoorbeeld, daar is geen nut om via 'n enkele winkel in die hoofstraat te verkoop as jou teikengehoor meestal aanlyn woon of as jy wêreldwyd wil verkoop nie. Toetsing is altyd 'n goeie idee – sal 'n e-handelswerf beter werk as 'n fisiese opwipwinkel? Miskien sal 'n mengsel van albei geskik wees vir jou besigheid.

Jy moet 'n duidelike begrip van jou teikengehoor kry as jy die mees geskikte plek wil vestig om klante te bereik en wins te maak. Om konsekwent wins te maak, moet jy op die plekke woon en versprei wat beide geskik vir jou handelsmerk en toeganklik vir jou gehoor is.

Prys

Hoeveel kos jou produk of diens? Almal het hul prys en as jy jou op 'n spesifieke gehoor toespits, maar die prysstruktuur vir hierdie spesifieke stel kopers verkeerd kry, kan jy vergeet om 'n gewenste OOB te kry.

Die prys wat jy vasstel moet jou klant se waargenome waarde van jou produk weerspieël, met jou begroting korreleer en op 'n manier gestel word wat verseker dat jy wins maak. Pryse het 'n groot uitwerking op die sukses van jou besigheid en dit kan jou bemarkingstrategie, verkope en produkaanvraag beïnvloed. Daar is baie verskillende prysstrategieë wat vandag deur besighede gebruik word, hulle het almal verskillende voordele, nadele en funksies. En die een wat jy kies om te implementeer, sal afhang van wat jy verkoop sowel as jou handelsmerkbeeld self.

Promosie/Bevordering

Bevordering. Dit is waarom dit vir ons gaan. Of dit nou regstreekse bemarking, openbare skakeling, advertensies, inhoudbemarking of in-die-winkel-aanbieding is, promosie is wat ons, as bemarkers, die beste doen.

Bevordering beteken die bewusmaking van 'n handelsmerk, produk of diens binne 'n mark; om 'n storie te vertel om verbruikersbetrokkenheid aan te moedig. Promosiestrategieë werk op verskeie vlakke. Hulle verhoog handelsmerk-bewustheid, verhoog verkope en genereer inkomste. Hoekom moet iemand by jou koop bo jou mededinger? Hoe sal jy hul probleem oplos of hul lewe verbeter?

Fisiese bewys

Die bemarkingsamestelling moet alles in ag neem wat jou klant op hul reis saam met jou ervaar – van die begin af wanneer hulle net bewus word van jou handelsmerk, tot by die verkooppunt en verder.

Fisiese bewyse beteken meer as net 'n bewys van aankope. Alhoewel dit hierdie belangrike aspek insluit, sluit fisiese bewyse ook die algehele bestaan van jou handelsnaam in. Dink aan webwerf, handelsmerk, sosiale media, die logo op jou gebou, jou winkel se dekor, die verpakking van jou produkte en die ná-aankoop se dankie-e-pos. Al hierdie elemente bied jou klant die fisiese bewyse wat hulle nodig het om seker te wees dat jou besigheid lewensvatbaar, betroubaar en wettig is.

Mense

Mense, in die bemarkingsamestelling, verwys na enigiemand wat direk of indirek by die sakekant van die onderneming betrokke is. Dit beteken enigiemand wat betrokke is by die verkoop van 'n produk of diens, die ontwerp daarvan, bemarking, bestuur van spanne, verteenwoordiging van klante, werwing en opleiding.

Dit is van die uiterste belang vir die sukses van jou handelsmerk, en die tevredenheid van jou klante, dat almal wat die maatskappy verteenwoordig (insluitend die *chatbots*) beleefd, professioneel, kundig en ten volle opgelei is. Werknemers moet in staat wees om die probleme wat klante het, op te los, dus moet jy as 'n besigheid opleiding, goeie werksomgewings en enigiets aanbied wat die tevredenheid van jou werknemers sal verseker.

Uitstekende klantediens is 'n moet vir enige handelsmerk wat in vandag se klantgerigte mark werk. Dit beteken nie noodwendig dat mense geneig is om in die winkel van 'n fisies teenwoordige mens te koop nie. Wanneer bemarkers 'n strategie skep wat hoogs aangepas en verpersoonlik is, kan veldtogte wat op menslike ervaring gefokus is net so invloedryk wees as die beste, mees oortuigende verkooppersoon.

Maak seker dat jy 'n positiewe handelsmerk se aansien handhaaf deur klantklagtes te hanteer en op te los, eerder as om dit net te ignoreer. Dit sal jou herstel ondersteun en, as dit reg hanteer word, jou help om enige toekomstige skade aan jou handelsmerk se aansien te vermy. Om die regte mense in diens te neem en te behou is die sleutel vir beide lang- en korttermynsukses.

Proses

So jy het 'n produk en jy het jou teikengehoor. Hoe lewer jy die produk aan die klant? Hierdie tussen-aspek kan die proses genoem word.

Dit behels hoe jou besigheid funksioneer, hoe die diens gelewer word, hoe die produk verpak word, hoe jou klante in die verkooptregter afbeweeg, betaalpunt, versending, aflewering, ens. In wese beskryf die proses die reeks handeling of die fundamentele elemente wat betrokke by die lewering van die produk of diens aan die klant is.

Hoe meer naatloos en persoonlik jou prosesse is, hoe gelukkiger sal jou klante wees. As jy 'n produk het wat van goeie gehalte is, is die kans goed dat jy geen klagtes sal hoor nie. Maar daar is soveel verskillende stukkies van die prosesraaisel wat jy in jou bemarkingstrategie moet oorweeg. As jy dus klagtes gaan ervaar, sal dit waarskynlik op hierdie stadium wees. Klante voel gewoonlik gefrustreerd of ontevrede deur laat versending, bykomende koste, swak kommunikasie of 'n gebrek aan ondersteuning. Jy kan klagtes minimaliseer en jou proses optimaliseer deur aanlyn resensies dop te hou. As klante kla, weet jy dat dit tyd is om jou prosesse te herevalueer en te herkonfigureer. Mondelinge kommunikasie, veral in die digitale wêreld, het die krag om 'n handelsmerk te maak of te breek. Elke deel van die koper se reis moet dus naatloos en doeltreffend wees.

Kriteria vir 'n suksesvolle bemarkingstrategie:

- Identifiseer prioriteite, prioritiseer hulpbronne en stel organisasies in staat om die beste klant- en markgeleenthede te kies.
- Dien as die grondslag vir die aktiwiteite wat die belofte van waarde aan die klant skep en koester.
- Verskaf 'n direkte siglyn tussen bemarkingsaktiwiteite en beleggings en besigheidsuitkomst en resultate is 'n lewende padkaart wat geanker is in die algehele besigheid se uitkomst en fokus op klantwaarde, groei en winsgewendheid.

Enige ander toepaslike feit oor die elemente van die bemarkingsamestelling, belangrikheid van Checkers om op elk van hierdie elemente te fokus, as deel van hul bemarkingstrategie, assessering hoe die twee bemarkingselemente wat geïdentifiseer is van mekaar afhanklik is en kriteria wat gebruik sal word om die sukses van Checkers se bemarkingstrategie te bepaal

(Enige 2 feite × 1 punt elk = 2 punte) om die elemente te identifiseer

(Enige 3 feite × 2 punt elk = 6 punte) om die belangrikheid te verduidelik van Checkers wat op elk van hierdie elemente fokus

(Enige 3 feite × 1 punt elk = 3 punte) om te bepaal hoe die twee bemarkingselemente wat geïdentifiseer is, van mekaar afhanklik is

(Enige 3 feite × 1 punt elk = 3 punte) vir die ontwikkeling van DRIE kriteria wat gebruik sal word om die sukses van Checkers se bemarkingstrategie te bepaal

6.4 ***Dit is noodsaaklik dat Checkers die besigheid beskerm deur versekering uit te neem. Bepaal DRIE tipes nieverpligte versekering wat Checkers sal beskerm.***

Brandversekering:

Alhoewel brandversekering in sommige boeke as 'n aparte versekeringspolis gelys word, sal versekering teen brand gewoonlik deel van ander versekeringspolisse vorm:

- Brandskade aan die struktuur van 'n huis of gebou word gewoonlik ingesluit by die versekering wat deur banke verpligtend gemaak word wanneer hulle 'n verband vir die gebou finansier.
- Brand wat skade aan 'n voertuig veroorsaak, sal by die voertuigversekering ingesluit word.
- Hoe meer vlambaar 'n produk (grasdak of voorraad soos hout, papier, gas, ens.), hoe hoër is die risiko en dus hoe hoër die premie.
- Die aard van die omliggende geboue kan ook 'n uitwerking op die risiko en premie hê. Indien die gebou (huis of besigheid) wat verseker is langs 'n motorhuis is (wat petrol of diesel verkoop) sal daar 'n hoër risiko verbonde wees aan die versekering en dus 'n hoër premie betaalbaar.

Algemene versekering/kommersiële versekering

Besigheidsversekering is waarskynlik een van die belangrikste besluite wat die entrepreneur of bestuurder moet oorweeg om die besigheid te beskerm teen verliese wat veroorsaak word deur onvoorsiene omstandighede. Hierdie omstandighede kan diefstal (winkeldiefstal), inbraak (gedwonge toegang), openbare aanspreeklikheid insluit as 'n klant op 'n nat vloer gly en 'n besering opdoen terwyl hy in die winkel is (genoem aanspreeklikheidsversekering), en skade weens brand of natuurelemente.

Versekeringskontrakte met betrekking tot versekering vir voorraad (handelsvoorraad) sal 'n "brandkluis-klousule" insluit. Dit vereis dat die versekerde (besigheid) rekord hou van voorraad byderhand in 'n kluis wat brandbestand is en wat nie deur die brand vernietig kan word nie. Dit is nie meer nodig om rugsteunrekords in 'n vuurvaste kluis op die perseel te hou nie, aangesien tegnologie dit moontlik maak om voorraadrekords buite die perseel te hou.

Die besigheid moet ook bewus daarvan wees dat daar in uiterste omstandighede 'n totale of gedeeltelike verlies aan inkomste kan wees as die besigheid nie kan funksioneer terwyl herstelwerk gedoen word nie. Hierdie verlies aan inkomste kan ook in 'n kommersiële versekeringspolis gedek word.

Voertuigversekering

Wanneer ons van voertuigversekering praat, onderskei ons gewoonlik tussen twee opsies:

- Ten volle omvattend: Volledig omvattende versekering beteken die versekerde se motor en die ander voertuig sal herstel word in die geval van 'n ongeluk. Brandskade sal gedek word of indien die motor gesteel word, sal die versekerde skadeloosgestel word (in dieselfde finansiële posisie geplaas word as voor die verlies plaasgevind het). Dit is belangrik om te onthou dat items soos duur klankstelsels, skootrekenaars en ander duur items afsonderlik gespesifiseer moet word om te verhoed dat hierdie bates nie deur die versekeringspolis gedek word nie. Versekerders kan 'n pas-/doelgemaakte oplossing uitwerk om die individuele behoeftes van die versekerde te dek.

- Derdeparty, brand en diefstal: Hoe ouer die voertuig, hoe minder is die waarde. As 'n voertuig relatief oud is, is dit dalk nie finansiëel lewensvatbaar om voort te gaan om volle omvattende versekering te betaal nie, want die kans is groot dat die versekeringsmaatskappy die voertuig sal afskryf as dit beskadig is en nie 'n ordentlike waarde sal uitbetaal nie.

Geld-in-transito-versekering

As 'n besigheid baie kontant hanteer, kan dit verstandig (wys) wees om geld-in-transito-versekering uit te neem om enige potensiële verliese wat tussen die besigheid en die bank kan voorkom, te dek. Sommige besighede verkies om nie hierdie risiko te neem nie en sal die vervoer van die geld uitkontraakteer aan 'n derde party soos die Coin Security maatskappy (wat beslis hierdie tipe versekering sal hê).

Getrouheidsversekering

Getrouheidsversekering word uitgeneem om die besigheid te beskerm teen finansiële verliese wat deur oneerlike werknemers veroorsaak word. Diefstal van geld of bedrog kan gedek word. As daar net een of twee mense in die besigheid is wat geld hanteer of met finansies werk, kan die polis uitgeneem word om individuele werknemers te dek (hul name word op die polis gespesifiseer). Indien 'n groot aantal personeellede gedek moet word, kan 'n vlottende polis uitgeneem word waar spesifieke posisies (poste), eerder as individuele mense gedek word.

**Enige ander relevante feite oor nie-verpligte versekering wat sal
Checkers sal uithaal om die besigheid te beskerm
(Enige 3 feite × 2 punt elk = 6 punte)**

6.5 **Noem DRIE tipes verpligte versekering.**

- Werkloosheidsversekeringsfonds (WVF)
- Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes (COIDA)
- Padongelukkefonds (POF)

**Enige ander relevante antwoord oor verpligte versekering
Merk slegs die eerste drie verpligte versekering
(Enige 3 feite × 1 punt elk = 3 punte)**

6.6 **Evalueer krities die volgende beleggingsgeleenthede wat gegrond is op: Risiko, Tydlyne en Opbrengs op Belegging (OOB):**

Ekwiteite/ Aandele	<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die JSE (en ander aandelebeurse in die wêreld) het streng reëls vir maatskappye om op die aandelebeurs te noteer om beleggers te beskerm en (hopelik) die risiko om in hierdie genoteerde maatskappye te belê, te verminder. Ten spyte hiervan word aandele steeds as 'n matige tot hoërisiko-belegging beskou. • Prima aandele is aandele in hoëvlakmaatskappye op die aandelebeurs en die risiko om aandele in 'n topmaatskappy te bekom is kleiner as om aandele in 'n ander maatskappy te hê. Die OOB in hierdie topmaatskappye is gewoonlik hoër as in ander maatskappye. • Beleggers neem gewoonlik kleiner risiko's as mense wat met aandele spekuleer (vgl. bespreking onder tydraamwerk om die verskil tussen hierdie twee groepe mense te verstaan).
Skuldbriewe	<p>Tydlyne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skuldbriewe kan as langtermyn- finansiële instrumente gebruik word om rente te verdien totdat die skuldbrief afgelos is.
Effektetrusts	<p>OOB:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 'n Goeie Effektetrustbelegging sal oor die mediumtermyn van drie tot vyf jaar beter as inflasie vaar. • Die opbrengskoers sal afhang van die risiko-opsie wat gekies is, maar sal uiteindelik afhang van hoe goed die fondsbestuurder die geld belê het.

Enige ander relevante antwoord oor die evaluering van beleggingsgeleenthede gebaseer op risiko, tydlyne en opbrengs op belegging (OOB) (Enige [3 feite x 1 punt elk = 3 punte] x 3 = 9 punte)

AFDELING C

Die volgende aspekte sal oorweeg word wanneer punte in hierdie afdeling toegeken word:

- **Formaat:**
 - Die KORREKTE formaat moet gebruik word, d.i. sakeverslag.
 - Waar van toepassing, sluit 'n inleiding en gevolgtrekking in.
 - Gebruik opskrifte en onderopskrifte waar nodig.
- **Terminologie:** korrekte saketerminologie moet gebruik word.
- **Inhoud:** moet voldoende wees om alle aspekte van die vraag te dek.
- **Staving:** motiveer alle stellings wat gemaak word.
- **Toepassing** op gevallestudie/konteks.
- **Kreatiewe probleemoplossing** eerder as om bloot net teoretiese feite te gee.
- **Sintetiseer** en toepaslike opeenvolging.

Feite word volgens die rubriek toegeken vir:

- *naamgewing*
- *verduidelik/regverdig/motiveer*
- *voorbeelde*
- *strategieë om probleme op te los*
- *aktuele sake*
- *10 bykomende feite – moet waarde toevoeg tot die bespreking/argument(e)*

VRAAG 7

Etiek

Kwessies wat as oneties beskou kan word, sluit onder andere in:

Botsing van belange

Indien die persoon wat 'n tender toeken die persoon ken wat die tender indien, moet hy/sy nie die finale besluit neem oor wie die tender gaan kry nie, maar moet bekend maak dat dit 'n vriend/familielid is wat die tender indien en dan aan die tendertoekenningsproses onttrek.

Dit sal 'n botsing van belange skep as 'n persoon wat op die direksie dien deur 'n verskaffer genader word om deel van daardie direksie te wees.

Voorbeeld kan wees as iemand deel is van die werwing- en keuringspaneel en hulle versuim om bekend te maak dat een van die aansoekers 'n vriend of familielid is.

Omkopery en korrupsie

Wanneer iemand 'n beloning aangebied word om 'n derde party 'n onbillike voordeel te gee waarop hy/sy/die besigheid nie geregtig is nie, is dit omkoopgeld. Omkoopgeld hoef nie in die vorm van geld te wees nie, maar kan 'n geskenk, 'n aanbod van indiensneming, 'n bevordering of enige ander guns wees. As dit in die vorm van geld is, word dit soms na verwys as 'n **smeerbetaling** of 'n **fasiliteringsbetaling**.

Wanneer iemand in 'n magposisie hierdie mag vir persoonlike gewin misbruik, is dit korrupsie. Dit kan insluit, die ontvangs van omkoopgeld, die gee van 'n gunsloon (indirekte omkoopgeld) aan 'n verskaffer, die wanbesteding van fondse, of die misbruik van 'n amptelike posisie vir persoonlike gewin.

Ongemagtigde gebruik van fondse

Die gebruik van besigheidsfondse wat nie gemagtig is nie, kan dieselfde as diefstal wees. Mense wat in kantore werk het meer geleenthede om by hierdie vorm van witboordjiemisdad betrokke te raak as die werkers in byvoorbeeld die vervaardigingsafdeling.

Selfs iets wat so onskuldig lyk soos 'n bestuurder wat 'n uitgawerekening het, sy vrou vir middagete neem en dit as 'n besigheidsuitgawe eis, is 'n ongemagtigde gebruik van besigheidsfondse. Iemand wat 'n petrolkaart het om vir sakereise te betaal en die kaart dan vir privaat ritte gebruik, spandeer geld wat nie vir daardie doel gemagtig is nie.

Onvanpaste geskenke

Die meeste besighede verwag van werknemers om alle geskenke wat hulle ontvang het, te verklaar. Hulle kan selfs bepaal dat geen werknemer 'n geskenk van groter waarde as R... ('n sekere waarde) mag ontvang nie. Een moontlike rede is dat dit deur ander geïnterpreteer kan word as 'n vorm van omkoperij, alhoewel dit werklik 'n geskenk is sonder enige voorwaarde daaraan verbonde.

Seksuele teistering

Die **Kode vir Goeie Praktyk oor die Hantering van Seksuele Teisteringsake** is uitgereik om artikel 2 van die Wet op Arbeidsverhoudinge te ondersteun, wat bepaal dat seksuele teistering 'n strafbare oortreding is. Volgens bogenoemde kode kan voorbeelde van seksuele teistering insluit:

- Onwelkome fisiese kontak.
- Verbale gedrag, soos seksuele toenadering, seksverwante grappies, onwelkome navrae oor 'n persoon se sekslewe en onwelkome gefluit/lyftaal gerig op 'n persoon of groep persone.
- Nieverbale gedrag, soos seksuele gebare, onsedelike blootstelling of vertoon van seksueel eksplisiete prente en voorwerpe.

Werknemers mag ook nie betrokke raak by enige van bogenoemde aktiwiteite met klante, verskaffers of enige persoon wat met die besigheid te doen het nie.

Elke besigheid moet 'n duidelik omskrewe beleid oor seksuele teistering hê, insluitend die prosedure wat gevolg moet word indien die werknemers voel dat hulle die slagoffer van seksuele teistering is, asook die strawwe vir skuldigbevinding aan hierdie oortreding.

Indiensneming-/arbeidskwessies

Daar is 'n groot aantal kwessies wat onder hierdie opskrif bespreek kan word, naamlik:

- Werknemers wat siekteverlof misbruik.
- Die misbruik van die internet of e-pos, wat kan insluit:
 - Werknemers wat pornografiese werwe besoek.
 - Werknemers wat vertroulike inligting beskikbaar stel aan mense wat nie toegang tot die inligting behoort te hê nie.
 - Werknemers wat gerugte of ander skadelike inligting oor die besigheid of 'n medewerknemer versprei.
 - Werknemers wat werktyd op Facebook of ander sosialemedia-webwerwe spandeer.
 - Werknemers wat tyd aan persoonlike e-posse tydens werksure spandeer en werknemers wat e-posse aan ander mense stuur, wat die besigheid in oneer kan bring.
- Neem besigheidskryfbehoeftes huis toe vir privaat gebruik.
- Verbale mishandeling van personele deur 'n bestuurder en die verbale mishandeling van 'n kollega of bestuurder deur 'n werknemer is alles onaanvaarbare gedrag.

Prysbepaling van goedere

Prysvasstelling vind plaas wanneer mededingers instem om 'n voorafbepaalde prys van kopers te vra. Een van die beginsels van 'n vryemarkekeonomie is dat mededinging pryse laag en gehalte hoog hou. As besighede saamspan om die pryse van produkte vas te stel, is dit oneties en onwettig, en kan die Mededingingsraad stewige boetes oplê. Direkteure kan selfs in hul persoonlike hoedanigheid hiervoor aanspreeklik gehou word en tronkstraf in die gesig staar.

Die Wet op Verbruikersbeskerming (WVB) maak dit onwettig om sonder goeie regverdiging meer vir produkte in landelike gebiede te vra as in stedelike gebiede. Byvoorbeeld, as 'n besigheid 'n hoë prys vra bloot omdat daar geen mededingers is om die pryse laag te hou nie, word dit as oneties beskou.

"Binnehandel"

Dit verwys na 'n situasie waar iemand aandele op die JSE verhandel op grond van kennis wat vertroulik is, dit wil sê iets wat slegs 'n lid van die binnekring (of hul vriende/familie) in die besigheid sal weet. Dit is 'n kriminele oortreding.

Ongeoorloofde toe-eiening

Ongeoorloofde toe-eiening is die onwettige gebruik of reproduksie van iemand se werk as dit deur 'n patent of kopiereg beskerm word. Dink aan die aantal kere wat musiek of fliëks onwettig van die internet afgelaai word ...

Vervalsing/Smokkelary

Vervalsing kan beskryf word as iemand wat 'n ander se werk op bedrieglike wyse naboots en voorgee dat dit die oorspronklike is. Ontwerpersklere, skoene en handsakke word dikwels nageboots en as die oorspronklike verkoop.

Smokkelary/*Bootlegging* is die onwettige vervaardiging en/of verspreiding van 'n produk.

Belasting

Ons onderskei tussen belastingvermyding en belastingontduiking. Belastingvermyding is wettig en eties, want die besigheid vind wettige maniere om die belastinglas te verminder, dit wil sê om regsuitgawes af te trek voordat die belasbare inkomste bereken word. Belastingontduiking aan die ander kant is onwettig (en dus oneties) omdat die onderneming nie al sy inkomste verklaar nie en oor uitgawes lieg om minder belasting te betaal.

Fluitjieblaas

'n Fluitjieblaser is iemand wat onetiese gedrag, bedrog, gesondheids- en veiligheids-oortredings of die oortreding van 'n wet aan die kaak stel. Oorweeg die moontlike uitwerking op 'n besigheid wanneer 'n werknemer, wat bewus is dat iets oneties aan die gebeur is, dit onthul en in die proses verloor die besigheid 'n transaksie of selfs 'n groot boete in die gesig staar. Wie het oneties opgetree: die besigheid of die werknemer vir die onthulling van die optrede? Fluitjieblasers word deur die wet beskerm, want in Suid-Afrika is dit onwettig om 'n werknemer af te dank vir fluitjieblaas.

Etiese kode/gedragskode

'n Etiese kode word dikwels gedefinieer as 'n stel reëls wat mense help wanneer hulle besluite moet neem, terwyl 'n Gedragskode mense se optrede (gedrag) sal rig. Maar is daar werklik 'n verskil?

'n **Etiese kode** sal die beginsels beskryf wat die onderneming as belangrik ag wanneer besluite geneem word. Sommige voorbeelde van hierdie beginsels kan eerlikheid, respek vir ander, gehoorsaamheid aan die wet, vermyding van skade aan ander, respek vir die natuur en aanspreeklikheid insluit.

'n **Gedragkode** sal negatiewe gedrag soos seksuele teistering, misbruik van maatskappyeiendom vir persoonlike gewin, die verspreiding van onvanpaste e-posse of rassisties voorkom.

Die belangrikheid van hierdie twee dokumente (baie besighede kombineer dit in een dokument) lê in die feit dat daar in 'n groep werknemers baie individue sal wees wat verskillende waardes het, maar met die hulp van hierdie dokumente sal almal in die span/besigheid dieselfde stel reëls gebruik om te oordeel of te evalueer wat aanvaarbare gedrag in die besigheid is en wat nie.

Professionele kodes

Professionele kodes het ten doel om die gedrag van mense wat 'n bepaalde beroep beoefen, te reguleer. 'n Beroep is 'n werk wat gespesialiseerde tersiêre opleiding vereis wat iemand kwalifiseer om as 'n professionele persoon in 'n bepaalde veld te praktiseer. Nie alle tersiêre kwalifikasies sal die gegradueerde in staat stel om by 'n professionele liggaam te registreer nie, maar as iemand by 'n professionele liggaam geregistreer is, moet daardie persoon die professionele kode van die organisasie nakom. Indien die kode oortree word, kan die persoon beboet, geskors of selfs verbied word om ooit in daardie professionele veld te praktiseer.

Voorbeelde van beroepe wat onderhewig is aan spesifieke kodes is: regte, onderwys, rekeningkunde, medisyne, verpleegkunde, ingenieurswese, argitektuur, aktuaris.

Goeie sakepraktyk

Die konsep van goeie sakepraktyk verwys na die standaarde van professionaliteit, aanspreeklikheid, etiek en effektiewe sakepraktyk wat uitgevoer behoort te word.

Professionele gedrag word gelei en voorgeskryf deur professionele kodes wat bepaal dat daar voorafbepaalde gevolge is vir professionele persone wat nie in ooreenstemming met die spesifieke professionele kode optree nie.

Indien die werknemer nie aan 'n professionele organisasie behoort nie, is dit soms nie duidelik wat as onetiese gedrag beskou word nie, want etiese gedrag is ook deel van 'n individu se waardes en sedes.

Om sake nog meer te kompliseer:

Onetiese optrede is nie noodwendig onwettig nie, bv. dit is nie onwettig om goedere van 'n swak gehalte teen 'n hoë prys te verkoop nie, want ons leef in 'n vryemarkeconomie. MAAR alle onwettige handeling sal as oneties gesien word, dus sal dit onwettig (en dus oneties) wees om petrol onder die prys wat die regering bepaal, te verkoop – selfs al is dit tot voordeel van verbruikers om dit teen 'n laer prys te verkoop.

Oorweging van die verskillende etiese teorieë kan help om te verduidelik waarom mense soms sekere optrede as eties teenoor oneties regverdig: Daar is baie sulke teorieë; dink aan die volgende drie:

- Die **beginsel-gebaseerde teorie**: dit stel dat die persoon se beginsels, waardes, sedes of ingeburgerde stel reëls oor wat reg of verkeerd is, sal bepaal of die persoon die handeling as eties beskou of nie, soos die volgende voorbeelde toon: As ek iets verkeerd gedoen het, moet ek die gevolge aanvaar want dit is verkeerd om te lieg, al beteken dit ek kan straf vermy. As ek 'n sperdatum het om te haal, kan ek nie voorgee dat ek siek is nie en bel om te sê ek is siek nie. As dit beteken dat die transaksie nie gesluit is nie, omdat ek weier om omkoopgeld te betaal, dan is dit so ...

- Volgens die **Gevolgebaseerde teorie** sal die uitkoms (gevolg) van die aksie bepaal of die handeling eties is of nie. Byvoorbeeld: dit is reg om vir my ma/baas/vriendin te lieg, as ek weet die waarheid sal haar ontstel.
- As ons na die **Utilitêre teorie** kyk, is die besluit van etiese of onetiese optrede gegrond op wat die beste vir die grootste aantal mense is. Byvoorbeeld: as ek omkoopgeld betaal, sal die besigheid die ooreenkoms kry en ek sal werk skep vir 'n groot aantal mense, so dit is reg om die omkoopgeld te betaal!

Korporatiewe beheer en die stigtingsbeginsels van die King-verslae

Korporatiewe Beheer kan omskryf word as die stel reëls en prosesse wat deur die topbestuur gebruik word om die besigheid te rig en beheer. Korporatiewe Beheerwette verskaf nie net 'n raamwerk en beheermaatreëls om na die onderneming se kernbesigheid om te sien nie, maar ook om die belange van alle belanghebbendes in die onderneming in ag te neem. Hierdie belanghebbendes kan die bestuur, aandeelhouers, klante, verskaffers, die regering, die gemeenskap as geheel en die omgewing insluit. Kortom, Korporatiewe Beheer is verantwoordelike bestuur **by uitstek!**

Die primêre verantwoordelikheid is die onderneming se verpligting om na die belange van belanghebbendes om te sien, wat direk deur die sukses van die onderneming geraak word. Dit sal werknemers en aandeelhouers insluit. Die sekondêre of breër verantwoordelikheid is teenoor belanghebbendes wat indirek deur die besigheid se aktiwiteite geraak word, bv. die gemeenskap, regering en die omgewing.

Korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid (KMV) beteken in die praktyk dat die besigheid bestuur word op 'n manier wat sy kommersiële volhoubaarheid (wingsgewendheid) verseker, terwyl dit op 'n wyse optree wat aan die samelewing se verwagtinge (eties) van die besigheid sal voldoen deur by te dra tot die samelewing en die omgewing. Hierdie idee wat die onderneming aan die samelewing en die omgewing moet teruggee, is geensins 'n nuwe konsep nie. Vir baie jare is daar 'n voortdurende debat oor die omvang van die verantwoordelikheid van die onderneming en hoe die onderneming op 'n maatskaplike verantwoordelike/etiese wyse moet optree sonder om homself te oorbelas.

Ten spyte van die ooglopende belangrikheid daarvan dat die onderneming op 'n verantwoordelike en etiese wyse optree, is daar steeds mense wat teen die korporasie se etiese verantwoordelikheid teenoor belanghebbendes sal argumenteer. Sommige van hierdie argumente sluit in:

- Baie besighede het aangevoer dat KMV afbreuk doen aan hul kernsakeaktiwiteite.
- Besighede, en dikwels ook aandeelhouers, sien die geld wat aan KMV bestee word as minder wins in hul sakke.
- Dit is moeilik om die voordele van KMV te meet en as sodanig is dit moeilik om te meet of die onderneming enigsins by KMV baat.
- Baie besighede voel die druk van die gemeenskappe wat deur 'n KMV-program gehelp is, plaas bykomende druk op hulle om aan te hou gee. As die besigheid egter nie in al die behoeftes van hierdie gemeenskappe kan voorsien nie, kan sommige gemeenskappe die besigheid in 'n negatiewe lig beskou.
- Sommige mense redeneer dat nie alle KMV-projekte volhoubaar is nie en dat besighede tyd en waardevolle hulpbronne mors op "tref-en-trap"-programme.
- KMV lei soms daartoe dat besighede belanghebbendes mislei ten opsigte van hul omgewingspraktyke. Dit word skynbewaringsbewustheid genoem.
- Sommige kritici voer aan dat KMV die staat toelaat om sy verantwoordelikheid te verskuif.

Om argumente teen maatskaplike verantwoordelikheid teë te werk en om die etiese verantwoordelikheid van besigheid in Suid-Afrika te demonstreer om by etiese en verantwoordelike gedrag teenoor verskeie belanghebbendes betrokke te raak, kan die volgende argumente genoem word:

- Besighede wat die gemeenskap waarin hulle werksaam is bystaan deur KMV-programme, ontvang groter ondersteuning van die gemeenskap. Mense beskou hierdie besighede/handelsmerke as ondernemings wat 'n reputasie het dat hulle omgee; die gemeenskap ondersteun op sy beurt die besigheid en word handelsmerklojaal.
- Daar word aangevoer dat besighede moet optree oor maatskaplike kwessies in hul gemeenskappe, anders sal klante wegbeweeg. Byvoorbeeld: verhoogde vlakke van armoede sal lei tot 'n toename in misdaad, wat daartoe kan lei dat klante die gebied vermy. 'n Toename in misdaad het ook tot gevolg dat die gemeenskap minder geld het om by besighede te bestee.
- Daar is mense wat debatteer oor die vraag of die regering die King-kode as 'n wet moet afdwing. Daar word geargumenteer dat indien besighede KMV vrywillig doen, daar geen behoefte sal wees vir die bykomende druk vir 'n wet om nakoming af te dwing nie, om nie eens te praat van die rompslomp van polisiëring nie.
- As die besigheid die gemeenskap bystaan om sy lewenstandaard te verhoog deur middel van onderwys- en gesondheidsprogramme, sal dit baat by 'n gemeenskap wat 'n hoër lewenstandaard en 'n hoër vlak van besteebare inkomste het.
- Deur terug te gee aan die omgewing deur middel van volhoubaarheidsprogramme, verseker besighede dat toekomstige geslagte hulpbronne sal hê wat nodig is om te floreer.
- Ondernemings wat op volhoubare maniere funksioneer, is gewoonlik ook innoverend genoeg om bykomende inkomsteweë te identifiseer.
- Besighede wat KMV-inisiatiewe implementeer is oor die algemeen bekommerd oor die uitwerking wat hulle op belanghebbendes het en dit bevorder weer meer etiese sakepraktyke.
- In baie gevalle het die besigheid dalk reeds geskikte programme gevestig om maatskaplike kwessies in die gemeenskap te hanteer. Die besigheid kan byvoorbeeld programme hê wat handel oor leierskap en entrepreneurskap wat gebruik word om sy eie werknemers te bemagtig. Hierdie programme kan dan maklik uitgebrei word om die breër gemeenskap in te sluit.

Die King-komitee is in 1992 gestig om noukeurig die konsep van Korporatiewe Beheer te verduidelik en hoe dit in die Suid-Afrikaanse konteks geïmplementeer kan word.

Die King-kode praat daarvan dat die onderneming 'n etiese korporatiewe burger is en dat sy optrede wys dat dit omgee vir die samelewing en die omgewing.

- 'n Etiese burger sal met alle relevante belanghebbendes in gesprek tree om die volhoubaarheid van die samelewing en die omgewing te verseker. Hierdie belanghebbendes kan insluit, maar is nie beperk nie tot werknemers, aandeelhouders, klante, die regering en drukgroepe; hulle plaas almal druk op die onderneming en eis dat die onderneming in hul belang optree.
- Sommige sinici voer aan dat die onderneming net sal voorgee om 'n verantwoordelike burger te wees solank dit die handelsmerkbeeld van die onderneming verbeter om klante te kry, en sodoende sy winste uiteindelik verhoog.
- Dit is van kardinale belang om te verstaan dat onkunde nie 'n verskoning in die oë van die reg is nie. Dit beteken dat geen persoon die verskoning van 'Ek het nie geweet nie' kan gebruik wanneer die wet oortree word nie. Dit is noodsaaklik dat algemene bestuur (en vir die saak alle werknemers) die wetlike implikasies van hul optrede ten volle verstaan.

Die **King I**-verslag het gedragstandaarde aanbeveel vir maatskappye wat op die JSE genoteer is, sowel as besighede in staatsbesit, met betrekking tot hul verantwoordelikhede teenoor burgers in die samelewings waarbinne hulle funksioneer. Driedubbele verslagdoening (of geïntegreerde verslagdoening) is ingestel as 'n vereiste vir bestuur. Daar word verwag dat die bestuur nie net op aandeelhouders (**wins**) as 'n belangegroep moet fokus nie, maar dat alle belanghebbendes in ag geneem moet word wanneer strategieë geformuleer en geïmplementeer word en oorweging moet ook gegee word aan die gevolge van besluite vir die samelewing (**mense**) en die omgewing (**planeet**).

King II is in 2002 gepubliseer en beskryf sewe beginsels van goeie Korporatiewe Beheer:

Deursigtigheid – Daar word dikwels gedink dat deursigtigheid verwys na die feit dat almal moet weet watter besluite geneem word en hoekom dit geneem word. Dit is nie korrek nie. Sommige besluite kan altyd vertroulik gehou word. Deursigtigheid verwys na besluite wat geneem word in ooreenstemming met 'n stel reëls waarmee almal vertrou is en dat hierdie reëls deur almal verstaan word. Deursigtigheid is natuurlik 'n voorwaarde vir aanspreeklikheid, want as daar nie deursigtigheid is nie, hoe sal dit moontlik wees om iemand aanspreeklik te hou vir besluite wat geneem word?

Toerekenbaarheid verwys na 'n persoon wat verantwoordelikheid neem vir sy/haar dade. In 'n sakeomgewing waar Korporatiewe Beheer as die norm aanvaar word, verhoog aanspreeklikheid die vlak van vertrouwe wat belanghebbendes het in die sakebesluite wat geneem word.

Integriteit of eerlikheid of opregtheid sal deel wees van besluitneming as die persoon of organisasie weet hulle sal verantwoordelik gehou word vir besluite wat geneem word.

Onafhanklikheid beteken daar is geen botsing van belange nie en dat daar geen onbillike invloede van enige belanghebbende is wat daartoe sal lei dat 'n bevooroordeelde of onetiese besluit ten gunste van 'n bepaalde persoon of organisasie geneem word nie. Alhoewel netwerkvorming 'n kritieke komponent in 'n persoon en besigheid se sukses is, kan dit die onafhanklikheid van besluite wat in die besigheid geneem word, verminder as die besluitnemer voel hulle het 'n verpligting teenoor iemand met wie hulle genetwerk het.

Dissipline – As mens na dissipline kyk, is die beginpunt altyd **selfdissipline**. In 'n besigheidsomgewing hou dit verband met die **integriteit** wat deur die bestuur getoon word, wanneer belangrike besluite geneem word.

Maatskaplike verantwoordelikheid – Daar is reeds genoem dat goeie bestuur verwys na die wyse waarop besluite geneem en beleide geïmplementeer word. 'n Besigheid wat 'n proses van goeie bestuur volg, sal openlik aanspreeklik wees, want hulle sal verantwoordelik optree wanneer dit kom by maatskaplike kwessies soos uitbuiting van natuurlike hulpbronne, kinderarbeid, die betaling van billike salarisse wat werknemers in staat sal stel om 'n ordentlike lewenstandaard te handhaaf, ondersteuning van werknemers wat aan siektes soos TB of MIV/vigs of enige ander aftakelende siekte ly.

Billikheid in die hantering van belanghebbendes – Dit impliseer dat die onderneming bedagsaam sal wees wanneer alle betrokke partye se belange geëvalueer word wanneer besluite geneem word. Natuurlik moet erken word dat die lewe nie altyd regverdig is nie en dat dit nie altyd haalbaar of realisties is om op 'n wyse op te tree wat die belange van alle betrokkenes sal bevorder nie. Soms is dit nodig om 'n kompromis te maak tussen die voordeel van een groep mense bo 'n ander. Byvoorbeeld, die besigheid moet besluit of produkte plaaslik teen 'n hoër koste vervaardig sal word, terwyl dit terselfdertyd werk skep teenoor die invoer van die produk teen 'n laer prys, wat sommige verbruikers kan bevoordeel, maar plaaslike indiensneming kan benadeel. Wanneer hierdie tipe besluit

geneem word, is dit onmoontlik vir alle belanghebbendes om gelyk behandel te word (wat regverdigheid impliseer). Bestuursbesluite moet altyd daarop gemik wees om die beste belange van die besigheid en werknemers te dien en nie omdat daar die lokmiddel van 'n 'beloning' is wanneer 'n spesifieke besluit geneem word nie.

Verantwoordelikheid (van direkteure) – Die King-verslae bevorder verantwoordelike bestuur en King III brei verder uit oor hierdie kwessie wanneer spesiale verwysing na die pligte en verantwoordelikhede van direkteure gemaak word:

Die direksie is 'n sleutelprestasie-aandrywer vir die sukses van die maatskappy. Die direkteure verteenwoordig die aandeelhouders en as sodanig koester aandeelhouders hoë verwagtinge van daardie direkteure om 'die regte ding te doen' aangesien hulle in 'n vertrouensposisie is. In die verlede, toe 'n direkteur se hoof funksie strategiese beplanning vir die maatskappy was, het 'n verandering in beleid plaasgevind om direkteure aanspreeklik te hou vir onbevoegdheid of wangedrag; hierdie verandering was nodig omdat vertrouensposisies dikwels misbruik is.

Sommige van die verantwoordelikhede van direkteure kan soos volg opgesom word:

- Direkteure moet met vaardigheid en sorg optree wanneer hulle riglyne, beleide en prosedures formuleer. Wanneer dit geïmplementeer word, moet verseker word dat daar voldoen word aan wette en goeie standaarde.
- Hulle moet in goeie trou en eerlikheid optree (vertrouensplig) ten opsigte van wat hulle glo in die beste belang van die besigheid en betrokke belanghebbendes sal wees. Hulle mag nie mag misbruik wat aan hulle gegee is nie, maar moet die mag gebruik om die belange van die besigheid (en nooit hulself) te bevorder nie.
- Probeer om risiko's te voorkom en behoorlike risikobestuursprosedures te vestig.
- Etiese leierskap is ononderhandelbaar. Ouditkomitees moet gestig word en gebruik word om finansies te monitor, asook ander aspekte soos die verantwoordelike gebruik van tegnologie.
- Versekering van geïntegreerde verslagdoening (drievoudige verslaggewing) en die bekendmaking van relevante inligting is belangrik. Dit word gedoen wanneer 'n holistiese siening gegee word oor die maatskappy se **finansiële** prestasie binne die konteks van volhoubare **maatskaplike** en **omgewingsontwikkeling**.

Op 1 September 2009 is **King III** vrygestel en afgesien van bogenoemde besonderhede oor die verantwoordelikhede van direkteure, word die volgende ook deur King III gedek:

- King III is van toepassing op alle besighede, ongeag of dit openbare, private of besighede sonder winsbejag is.
- Die direkteure kan aanspreeklik wees in die geval van wanvoorstelling.
- Die onderneming se ouditkomitee moet verseker dat hulle 'n eksterne mening inwin om die graad van volhoubaarheid wat in die geïntegreerde verslag aangedui word, te verifieer. Dit sal waarskynlik 'n uitwerking hê op die taak van die eksterne ouditeur as hulle kommentaar oor die kwessie moet lewer.
- Daar is 'n groter klem op **onafhanklike direkteure** en die direksie moet ondersoek instel en assesser om te verseker dat die onafhanklike direkteure werklik onafhanklik is.
- King III vereis 'n **Onafhanklike Ouditkomitee** buiten die direksie en daar word bepaal dat, waar daar konflik is tussen die besluite van die direksie en die **Onafhanklike Ouditkomitee**, die **Onafhanklike Ouditkomitee** se besluite sal bly staan, want hulle sal aanspreeklik gehou word volgens die wet vir die spesifieke kwessie waarvoor besluit word.

Totaal: 300 punte

BESIGHEIDSTUDIES: RUBRIEK VIR LAERORDEDENKE (60% GEWIGSWAARDE)

KRITERIA	0		1		2		Afdeling C
Formaat	Voldoen nie aan die korrekte standaard nie.		Gedeeltelike korrekte formaat.		Korrekte formaat.		
	0	1	2	3			
Terminologie	Besigheidsterminologie nie gebruik nie.	Geïsoleerde/beperte gebruik van besigheidsterminologie	Goeie gebruik van besigheidsterminologie.	Uitstekende gebruik van besigheidsterminologie.			
Inhoud (aantal relevante feite)	Maksimum 50 feite. Deel deur twee om punt uit 25 te kry. Punte word onder andere gegee vir die noem van die feit, verduidelikings van feite of stellings, relevante voorbeelde; uitbreiding van akronieme, LET WEL: Genoemde feite wat nie verduidelik is nie = maks. 4 punte (8 feite)						
Subtotaal: (30 punte)							

BESIGHEIDSTUDIES RUBRIEK VIR HOËRORDE-DENKE (40% GEWIGSWAARDE)

Indien al die AFDELINGS nie voltooi is nie, word dit beoordeel volgens die hoeveelheid inligting wat verwag is.

Bv. 'n kandidaat wat een afdeling goed slaag, maar nie die ander beantwoord nie, kan nie vir 'n "meerderheid van stellings"-punte kwalifiseer nie.

KRITERIA	0		1		2		3		4		Afdeling C				
Stawing (motivering van stellings wat gemaak is)	Geen poging tot stawing nie.		Baie beperkte stawing.		Minder as helfte van die stellings is gestaaf.		Die meerderheid van die stellings is gestaaf.		Die meerderheid van die stellings is deeglik gestaaf en toon breedte en/of diepte van begrip.						
	0	1	2	3	4										
Toepassing op konteks/industrie	Oppervlakkige verwysing gegrond op die gevallestudie/gegewe konteks (hou net aan om die naam van die besigheid herhaaldelik te noem sonder relevante voorbeelde).		Voortdurende verwysing na die gevallestudie/konteks gegee met paar toepaslike voorbeelde.		Voortdurende verwysing na die gevallestudie is gemaak/konteks gegee met talle voorbeelde wat ten volle by die antwoord geïntegreer is.		Voorbeelde is relevant vir die gevallestudie/konteks gegee en ten volle by die antwoord geïntegreer wat 'n begrip van die betrokke kwessies toon. Verwysing word na aktuele sake gemaak.		Voorbeelde is relevant vir die gevallestudie/konteks gegee en ten volle by die antwoord geïntegreer wat 'n begrip van die betrokke kwessies toon. Aktuele sake is ten volle by die antwoord geïntegreer.						
	0	1	2	3	4	5	6								
Kreatiewe probleemoplossing	Geen begrip van die probleem en geen oplossing gegee nie.		Identifikasie van die probleem en 'n verkeerde/swak oplossing voorgestel.		Identifikasie van die probleem met breedte maar geen diepte nie (oppervlakkig).		Goeie insig en begrip van helfte van die probleem met oplossing wat aangebied is en diepte van begrip getoon OF minder as helfte in breedte en diepte.		Goeie insig en begrip van die meeste probleme met oplossings wat diepte van begrip toon OF helfte in breedte en diepte.		Goeie insig en begrip van die holistiese probleem met oplossing wat volledige bespreek is en begrip getoon van alle aspekte OF die meeste in breedte en diepte.		Goeie insig en begrip van die holistiese probleem met oplossing wat volledig bespreek is en breedte en diepte van begrip toon.		
	0	1	2	3	4	5	6								
Sintese	Daar is nie aan enige van die kriteria wat hieronder gelys is, voldoen nie.		Daar is aan minstens een van die kriteria voldoen.		Daar is aan twee van die kriteria voldoen.		Daar is aan drie van die kriteria voldoen.		Daar is aan vier van die kriteria voldoen.		Daar is aan vyf van die kriteria voldoen.		Daar is aan al ses van die kriteria voldoen.		
Inleiding – moet nie net die vrae oorskryf nie, maar toon 'n begrip van die "skakel" tussen die onderwerpe.															
Gevolgtrekking – dit moet 'n logiese bevestiging van die punte wat geopper is, wees.															
Vloei van gedagtes, d.i. paragrawe wat tot 'n ander een lei.															
Integrasie van onderwerpe wat in die vraag gegee is															
Integrasie van vraag met ander besigheidsverwante onderwerpe om die gehalte van die antwoord te verhoog.															
Argumente is ontwikkel															
Subtotaal: (20 punte)															
TOTAAL															