Wes-Kaap Onderwysdepartement
Direktoraat: Kurrikulum VOO

BESIGHEIDSTUDIES

HERSIENINGSBOEK

2026 KWARTAAL 3 & 4

Graad 10

Hierdie hersienings program is ontwerp om jou te help met die hersiening van die kritieke inhoud en vaardighede wat gedurende die 3de en 4de kwartaal gedek was. Die doel is om jou voor te berei om die sleutel konsepte te verstaan en om jou die geleentheid te bied om die vereiste standaard te bereik en die toepassing van die kennis wat nodig is om in die Finale NSS-eksamen te slaag, te bemeester.

Die hersieningsprogram handel oor die volgende onderwerpe:

- Kreatiewe Denke en Probleemoplossing
- Besigheidsgeleenthede en verwante faktore
- Aanbieding van Besigheidsinligting
- Sakeplan
- Verhouding & Spanprestasie

INDEKS BLADSY

	Inhoud	Bladsynommers
1	Kreatiewe denke & Probleemoplossing	2 - 6
2	Besigheidsgeleenthede en verwante faktore	7 - 12
3	Aanbieding van besigheidsinligting	13 - 20
4	Sakeplan	21 - 26
5	Verhouding en Spanprestasie	27 - 32
6	Konsolidasie Vrae	33

Hierdie hersieningsboekie dek die VYF onderwerpe wat in Kwartaal 3 en 4 behandel is.

Die eerste onderwerp hoe ons gaan fokus is:

1. KREATIEWE DENKE & PROBLEEMOPLOSSING

Aan die einde van hierdie onderwerp behoort leerders in staat te wees om die volgende te kan beantwoord:

- Brei uit oor die betekenis van kreatiewe denke.
- Beskryf kortliks/Verduidelik/Beskryf/Bespreek die voordele van kreatiewe denke in die werkplek.
- Verduidelik hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneurs geleenthede te genereer, byvoorbeeld skep van omgewings wat kreatiewe denke stimuleer.
- Brei uit oor die betekenis van probleemoplossing.
- Beskryf kortliks/Verduidelik/Onderskei die verskille tussen besluitneming en probleemoplossing.
- Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek/Beskryf die probleem oplossing siklus.
- Verduidelik/Bespreek probleem oplossings tegnieke.
- Verduidelik/Beskryf hoe besighede probleem oplossings tegnieke kan toepas om besigheid probleme op te los.
- Identifiseer probleem oplossings tegnieke uit gegewe scenario's/gevalle studies.
- Hersien die betekenis van 'n besigheidsgeleentheid.
- Verduidelik/Beskryf hoe besighede breinkaart en dinkskrums kan gebruik om innoverende en entrepreneuriese besigheidsgeleenthede te identifiseer.
- Beveel aan/Stel maniere voor hoe kreatiewe besigheidsgeleenthede realisties geïmplementeer kan word.

Die konsepte wat met die onderwerpe verband hou, is belangrik. Jy moet die lys konsepte en die betekenis daarvan ken.

Sleutel begrippe:

- **Kreatiewe denke:** behels die proses om innoverende en verbeeldingryke idees te genereer.
- **Volhoubare sakepraktyk**: 'n sakepraktyk wat ekonomies lewensvatbaar, sosiaal verantwoordelik en omgewingsvriendelik is, word gewoonlik beskou as volhoubaar.
- **Inheemse kennis:** die plaaslike kennis wat eie is aan 'n gegewe kultuur of samelewing.
- **Nie-konvensionele denke:** verwys na 'n manier om anders te dink en om op 'n ander manier na iets te kyk.
- **Kragveld ontleding:** 'n tegniek wat gebruik word om die kragte te bepaal wat vir en teen 'n besluit is.
- **Nominale groep tegniek:** 'n gestruktureerde metode vir groep dinkskrums wat elke lid in staat stel om met hul eie idees vorendag te kom.
- **Dinkskrum:** 'n groepaktiwiteit om 'n oplossing vir 'n spesifieke probleem te vind deur spontaan 'n lys idees bymekaar te maak.
- **Delphi-tegniek:** 'n metode wat staat maak op 'n paneel kundiges om oplossings vir 'n probleem te vind.
- **Probleemoplossing:** die proses om oplossings vir moeilike of komplekse kwessies te vind.

Inleiding

Kreatiewe denke is een van die belangrikste prosesse wat bydra tot die sukses van 'n besigheid. Dit help besighede om tred te hou met die nuutste neigings, en om altyd voor hul mededingers te bly.

Benewens die generering van nuwe idees, moet ondernemings ook probleme effektief kan op los. Of dit nou die hantering van kliënte ontevredenheid of 'n finansiële kwessie is, daar sal altyd onvoorsiene kwessies wees wat opduik wat probleemoplossing sal verg.

Die betekenis van kreatiewe denke

- Kreatiewe denke behels die proses om innoverende en verbeeldingryke idees te genereer.
- Dit is die vermoë om iets op 'n nuwe manier te sien.
- Dit gaan daaroor om aan unieke idees te dink of nuwe benaderings om probleme op te los.

Byvoorbeeld: besighede oorweeg om veranderinge aan 'n produk of om 'n nuwe advertensie te maak. Kreatiewe denke by die werkplek kan 'n positiewe impak hê.
Kreatiewe denke kan help om besigheid probleme suksesvol op te los.

Aktiwiteit **1.1: Voltooi die volgende ten opsigte van die voordele/positiewe van kreatiewe dink in die werkplek. Gebruik die onderstaande konsepte.**

probleme	motivering	mededingers
idees	produktiwiteit	

• Nuwe, innoverende en beter … en oplossings word gegenereer. • Kreatiwiteit is die sleutel om 'n stap voor … te bly. • Komplekse besigheids … kan opgelos word. • Dit lei tot verhoogde … van die hele besigheid. • Dit verbeter … onder personeellede.	

Aktiwiteit **1.2: Voltooi die volgende met betrekking tot maniere hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneurs geleenthede te genereer. Gebruik die onderstaande konsepte.**

alternatiewe	personeel	idees
dinkskrum	kreatiewe	kommunikasie

• Skep omgewings wat … denke stimuleer. • Moedig … aan om met nuwe idees en oplossings vorendag te kom. • Moedig … maniere aan om dinge te doen. • Reageer entoesiasties op alle … en laat niemand minder belangrik voel nie. • Maak tyd vir … sessies om nuwe idees te genereer, byvoorbeeld om gereelde werkswinkels te hou. • Plaas voorstelhouers op verskeie plekke in die werkplek en hou … kanale oop vir nuwe idees.	

Aktiwiteit **1.3: Kreatiewe denke**

Beantwoord die volgende vrae:

1.3.1 Brei uit oor die betekenis van kreatiewe denke.
(4)

1.3.2 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg:

SPEELGOEDWINKELS (SW)

Speelgoedwinkels (SW) verkoop speelgoed aan beide oud en jonk. Speelgoed verkope het die afgelope paar maande afgeneem. Die bestuur van SW het van hul werknemers versoek om met nuwe idees vorendag te kom oor hoe hierdie probleem opgelos kan word. Werkswinkels is gehou om personeel op te lei oor die verskillende kreatiewe denk tegnieke.

1.3.2.1 Haal TWEE maniere aan van hoe SW kreatiewe denke gebruik om entrepreneurs geleenthede te genereer. (2)

1.3.2.2 Verduidelik ander maniere hoe besighede kreatiewe denke kan gebruik om entrepreneurs-geleenthede te genereer.
(6)

1.3.2.3 Adviseer die bestuur van SW oor die voordele van kreatiewe denke in die werkplek.
(6)



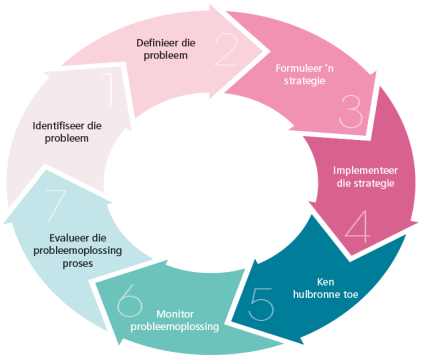
- Wanneer dit nodig is om uit die scenario aan te haal, herskryf die toepaslike sin volledig vanaf die scenario neer.
- Slegs die eerste TWEE antwoorde sal gemerk word indien meer as die gemelde aantal feite word gegee.

Die betekenis van probleemoplossing

- Probleemoplossing is die proses om oplossings vir moeilike of komplekse kwessies te vind.
- Dit is ‘n proses wat kreatiewe denke verg.
- Alternatiewe oplossings word geïdentifiseer en krities geëvalueer.
- Effektiewe probleemoplossing lei tot goeie besluitneming.
- Probleme kan deur ‘n groep/span of ‘n individu opgelos word.

Die probleem oplossing siklus

- ‘n Probleem oplossing siklus is ‘n waardevolle hulpmiddel wat besighede kan gebruik om probleme op te los.
- Die illustrasie hieronder toon ‘n voorbeeld van ‘n probleem oplossing siklus.



Aktiwiteit

1.4 Dui aan watter van die volgende stellings verwys na besluitneming of probleemoplossings.

		Besluitneming/ Probleemoplossing
1	Die proses om uit verskeie alternatiewe te kies.	
2	Behels 'n groep/span.	
3	Dit behels die ontleding van die probleem om oplossings te identifiseer.	
4	Besluite word gewoonlik deur een persoon geneem.	
5	Alternatiewe oplossings word geïdentifiseer en geëvalueer	
6	Verskeie alternatiewe word oorweeg voordat daar op die beste een besluit word.	
7	Dit is deel van die probleemoplossingsproses waar 'n oplossing gekies word.	
8	Die proses om 'n oplossing vir 'n probleem te vind.	

Aktiwiteit

1.5 Gebruik die onderstaande lys om die probleemoplossings-tegniek van elk van die beskrywings te identifiseer.

Dinkskrum	**Die Delphi-tegniek**	**Kragveld analise**	**Nominale groep tegniek**

• ‘n Tegniek wat gebruik word om die dryfkragte en beperkende kragte te vergelyk om ‘n ingeligte besluit te neem. • Hierdie tegniek sal die gehalte van besluite verbeter en die kanse op sukses verhoog.	• ‘n Metode wat staatmaak op ‘n paneel kundiges om oplossings vir ‘n probleem te vind. • Kenners hoef nie op dieselfde plek te wees nie. Hierdie tegniek gebruik ’n reeks vraelyste om terugvoer van kundiges te verkry. • Die vraelyste word dan opgesom om die ooreenkomste vanuit die verskillende sienings te evalueer.

• Tegniek vereis van elke werknemer om stilweg te dinkskrum en idees op hul eie te genereer en dit neer te skryf. • ‘n Stem proses word gebruik om die idees wat gegenereer word, te rangskik. Daar word van almal in die groep verwag om in stilte deel te neem.	• ‘n Groepaktiwiteit om spontaan ‘n lys idees bymekaar te maak om ‘n oplossing vir ‘n spesifieke probleem te vind. • Dit is ‘n metode om kreatiewe probleemoplossing te inspireer deur groeplede aan te moedig om met idees vorendag te kom. • Sommige van die idees kan omskep word in oorspronklike, kreatiewe oplossings vir ‘n probleem, terwyl ander selfs meer idees kan aan wakker.



Jy moet die volgende vrae kan beantwoord:

- Verduidelik/Beskryf hoe besighede probleem oplossings tegnieke kan toepas om Besigheids probleme op te los.
- Identifiseer probleem oplossings tegnieke uit gegewe scenario’s/gevalle studies.

2. BESIGHEIDSGELEENTHEID EN VERWANTE FAKTORE

Aan die einde van hierdie onderwerp behoort leerders in staat te wees om die volgende te kan beantwoord:

- Brei uit oor die betekenis van ‘n besigheidsgeleentheid en gee praktiese voorbeelde.
- Verduidelik die belangrikheid om behoeftes en begeertes te assesseer om ‘n besigheidsgeleentheid te identifiseer.
- Ontwerp ‘n navorsings instrument om behoeftes en begeertes te assesseer, byvoorbeeld vraelyste, onderhoud struktuur/skedule
- Beskryf kortliks/Verduidelik/Beskryf protokol vir die uitvoering van navorsing.
- Beskryf kortliks/Verduidelik die verskil tussen interne en eksterne marknavorsing.
- Stel ‘n SWOT-analise saam om ‘n lewensvatbare sakeonderneming te bepaal.
- Identifiseer ‘n besigheidsgeleentheid gebaseer op die resultate van die opstel van ‘n SWOT-analise.
- Pas ‘n SWOT-analise toe van ‘n gegewe scenario/gevallestudie.

Sleutelkonsepte in hierdie onderwerp is die volgende:

Navorsing: die sistematiese proses van die insameling en bestudering van data en inligting volgens ‘n spesifieke metodologie.
Navorsingsprotokol: verwys na die prosedure wat vooraf gevolg moet word voordat navorsing gedoen word. Die navorsingsprotokol sal afhang van die tipe inligting wat jy nodig het.
Navorsings etiek: verskaf riglyne vir die verantwoordelike uitvoering van navorsing.
Navorsings instrumente: is die verskillende metodes wat gebruik kan word om data van kliënte in te samel, byvoorbeeld vraelyste, onderhoude, opnames, waarnemings en eksperimentering.
Interne marknavorsing: is die insameling van inligting van faktore binne die besigheid soos die finansiële besteding en die opbrengs van belegging op produkte.

Eksterne marknavorsing: is die insameling van inligting van faktore van die breër besigheidsomgewing wat jou besigheid raak.
Vraelys: is ‘n navorsings instrument wat uit ‘n stel vrae bestaan of ander soorte aansporings wat daarop gemik is om inligting van ‘n respondent te kry.
SWOT-analise: is ‘n strategiese beplannings tegniek wat deur ‘n besigheid gebruik word om sterkpunte, swakpunte, geleenthede en bedreigings wat met die besigheid verband hou, te vind.
Marknavorsing: die insameling van data en inligting om insig in teiken markte te gee.
Data: eenhede van inligting wat deur waarneming ingesamel word.
Inligting: kennis, feite en verwerkte data verkry uit navorsing.
Lewensvatbaar: iets wat haalbaar, logies of sinvol is.

Inleiding

’n Besigheidsgeleentheid ontstaan wanneer daar ’n gaping in die mark is. Om voordeel te trek uit hierdie gaping, doen ons navorsing om die geleenthede en dreigemente van hierdie geleenthede te identifiseer.

Navorsing help ons om probleme te identifiseer en die inligting te gebruik om ingeligte besluite oor hoe ons die probleme wil aanspreek te maak. Dit help ons ook om potensiële en bestaande kliënte beter te verstaan, en maniere te vind om met hulle te kommunikeer.

Betekenis van 'n besigheidsgeleentheid

‘n Besigheidsgeleentheid is ‘n idee vir ‘n persoon om ‘n besigheid te begin sodat hulle inkomste kan genereer. Dit is ‘n kans om die huidige bedrywighede van ‘n besigheid te verbeter wat kan bydra tot groter winsgewendheid. Entrepreneurs is mense wat voortdurend na nuwe sakegeleenthede kyk sodat hulle mededingend kan bly.

Voorbeelde van besigheidsgeleenthede:
- motor-was dienste
- aanlyn onderrig
- spyseniering en klaargemaakte etes.



2.1 Voltooi die volgende oor die belangrikheid om behoeftes en begeertes te assesseer om ‘n besigheidsgeleentheid te identifiseer.

onbeperk	teiken	mark
besigheid	begeerte	suksesvolle

• Behoeftes en begeertes is die sleutels tot … besigheidsgeleenthede. • Die sukses van ‘n besigheidsgeleentheid hang af van die bewustheid en vervulling van die … mark.	

• Besighede moet 'n … vir hul produk skep deur goeie ontwerpte advertensie- en bemarking veldtogte. • Behoeftes en begeertes skep 'n waarborg vir 'n ... • Elke behoefte en elke begeerte is 'n moontlike … geleentheid. • Dit is makliker om iets te vind wat mense wil hê en om 'n besigheid te skep rondom dit aangesien begeertes … is.	

Verskillende navorsing instrumente

'n Navorsing instrument is 'n instrument wat gebruik word om data wat verband hou met 'n besigheidsgeleentheid in te samel, te meet en te ontleed. 'n Goeie navorsing instrument sal inligting verskaf oor 'n teikenmark, wat betekenisvol is, dit wil sê dat die respondente aktief aan die navorsing deelgeneem het.

Voorbeelde van navorsing instrumente:

- opnames
- onderhoude
- vraelyste
- waarnemings
- eksperimente



Betekenis van navorsingsprotokol

- 'n Navorsingsprotokol is 'n plan met gedetailleerde riglyne wat die reëls van die navorsing verduidelik. Dit sal die doelwitte, ontwerp, metode en statistiese oorwegings van die navorsing beskryf, afhangende van die tipe inligting wat benodig word.
- Etiese kwessies en protokolle wat nagekom moet word wanneer navorsing gedoen word:
  - Die navorsing moet met die gewillige samewerking van deelnemers uitgevoer word.
  - Indien navorsing binne 'n organisasie plaasvind, moet dit eers goedgekeur word.
  - Die persoon wat die navorsing doen, moet nie probeer om die menings van die deelnemers te beïnvloed nie.

Aktiwiteit **2.2 Voltooi die volgende met betrekking tot die belangrikheid van marknavorsing vir 'n besigheid.**

geleentheid	produk	kliënte	behoeftes
risiko's	leemtes	inligting	

• Marknavorsing assesseer die … en begeertes van kliënte. • Entrepreneurs kry … oor nywerheid neigings en die optrede van hul mededingers. • Help die besigheid om die … te ontwikkel en te verbeter. • Lei besigheid om risiko's te minimaliseer en … in klant verwagting te identifiseer. • Kan gebruik word om 'n besigheids … te identifiseer. • Kan 'n besigheid lei om … te minimaliseer. • Om gapings in … se verwagtinge te identifiseer.	

Aktiwiteit **2.3 Dui aan watter van die volgende stellings verwys na interne marknavorsing en watter verwys na eksterne marknavorsing.**

● Fokus op die interaksie tussen die besigheid en die kliënte. ● Gewoonlik uitgevoer deur 'n persoon binne die maatskappy. ● Werknemers is vertroud met beide kliënte en produkte wat beteken dat hulle uniek in staat is om nuwe idees te genereer en hoe om dit te bemark. ● Inligting oor die teikenmark, omgewing, kliënte se behoeftes en begeertes word verkry. ● Die terugvoer word verkry deur kliënte, potensiële kliënte en verskaffers. ● Verskillende hulpbronne van die besigheid word gebruik om inligting in te samel en om ingeligte besluite te neem. ● Gewoonlik uitgevoer deur 'n eksterne spesialis. ● Fokus op die faktore binne die besigheid.	

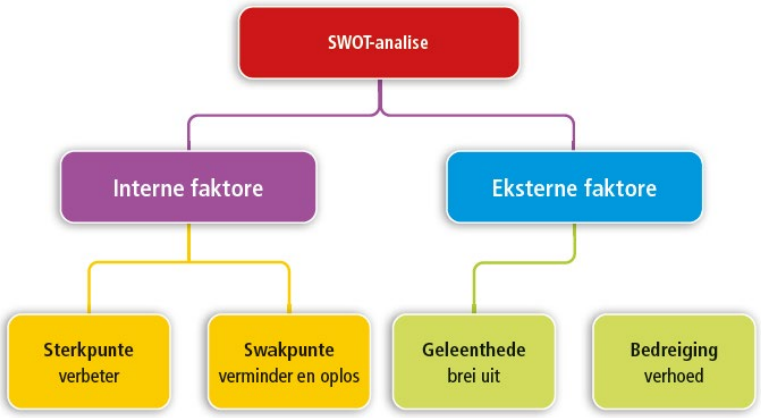
Voor- en nadele van interne en eksterne marknavorsing

Voordele van interne marknavorsing	**Nadele van interne marknavorsing**
● Laer navorsingskoste ● Gedeelde inligting regoor die maatskappy ● Hoë reaksie koers	● Gebrek aan anonimiteit ● Nie so geformaliseer soos eksterne bemarking navorsing nie
Voordele van eksterne marknavorsing	**Nadele van eksterne marknavorsing**
● Nie beïnvloed deur maatskappy politiek en regulasies nie.	● Tydrowend

• Marknavorsing word gedoen deur marknavorsing spesialiste • Objektiewe resultate.	• Duur navorsingskoste

SWOT-analise

- ‘n SWOT-analise is ‘n strategiese hulpmiddel. Dit som ‘n groot hoeveelheid data op in ‘n gebruikersvriendelike diagram.
- SWOT staan vir ‘Strengths (Sterkpunte), ‘Weaknesses’ (Swakhede), ‘Opportunities’ (Geleenthede) en ‘Threats’ (Bedreigings).
- Sterkpunte en swakpunte hou verband met interne faktore, wat onder die beheer van die besigheid (mikro-omgewing) is.
- Geleenthede en Bedreigings hou verband met eksterne faktore waaroor die besigheid min beheer (markomgewing) of geen beheer (makro-omgewing) het nie.



Die SWOT-analise is gewoonlik ‘n vier-boksdiagram waar elk van die kwadrante ‘n stelling bevat. Kyk na die volgende voorbeeld:

STERKPUNTE	**SWAKHEDE**
• Sterk kliënte basis • Goed opgeleide personeel • Voldoende hulpbronne • Sterk finansieel	• Slegte reputasie • Finansiële probleme • Gebrek aan opgeleide personeel • Gebrek aan vermoëns • Gebrek aan hulpbronne
GELEENTHEDE	**BEDREIGINGS**
• Strategiese vennootskappe • Moontlikheid om tenders en kontrakte te bekom. • Nuwe produk- en mark ontwikkeling	• Ekonomiese faktore – bv. hoë inflasiekoers. • Politieke faktore soos stakings en protes • Omgewingsfaktore soos klimaatsverandering en besoedeling. • Regs byvoorbeeld wette wat 'n impak kan hê op besighede, byvoorbeeld WGI; VOW en BBSEB

Aktiwiteit

2.4 Voltooi die volgende met betrekking tot die voordele van 'n SWOT- analise. Gebruik die onderstaande konsepte:

vinnig	uitdagings	beplannings
fokus	duur	geleentheid

• Dit is nie … om 'n SWOT-analise uit te voer nie. • Dit is 'n … hulpmiddel wat 'n besigheid kan help om besluite te neem. • Dit gee 'n groot prentjie van 'n besigheids ... • Dit kan 'n besigheid help om te … op dit wat belangrik is. • Dit kan … gedoen word, en jy het die ontleding onmiddellik beskikbaar. • Dit is nuttig om moontlike … in al drie besigheidsomgewing te vind.	

Aktiwiteit

2.5 Voltooi die volgende ten opsigte van die beperkings van SWOT- analise. Gebruik die onderstaande konsepte:

- Wanneer jy 'n SWOT-analise doen, moet jy in gedagte hou dat dit slegs een stadium van die besigheid beplanningsproses is.
- Vir komplekse kwessies sal jy gewoonlik 'n meer in-diepte navorsing te doen.
- 'n SWOT-analise kan beperk wees omdat dit:

besigheid	oplossings	inligting
idees	prioritiseer	

• nie kwessies … nie. • bied nie … of alternatiewe besluite nie. • kan te veel … genereer, maar nie help om te kies watter een die beste is nie. • kan baie … produseer, maar nie alles is nuttig nie. • kan veroorsaak dat besighede sekere aspekte in die … miskyk.	

2.6 Lees die onderstaande scenario en beantwoord die vrae wat volg.

VEGGIEMARK (VM)
Veggiemark is ‘n gevestigde besigheid wat naby ‘n besige taxistaanplek geleë is. Die winkel is by verskeie geleenthede gevandaliseer. Die besigheid het nie versekering vir die voorraad en eiendom nie. VM het ‘n alliansie met Groen Plaas Verspreiders aangegaan om groente aan plaaslike hospitale te verskaf. Hamza, die bestuurder van VM het ‘n goeie leierskapstyl. VM het nie die finansiële vermoë om voorraadvlakke by te hou nie. Baie klante verkies om by King Fresh Fruit & Veg by ‘n nabygeleë winkelsentrum te koop.

Stel ‘n SWOT-analise saam vir VM. Gebruik die tabel hieronder as ‘n RIGLYN om die aktiwiteit te beantwoord.

STERKPUNTE	SWAKHEDE
1.	1.
2.	2.
GELEENTHEDE	**BEDREIGINGS**
1.	1.
2.	2.

3. AANBIEDING VAN BESIGHEIDSINLIGTING

Aan die einde van hierdie onderwerp behoort leerders in staat te wees om die volgende vrae te kan beantwoord.

- Beskryf kortliks/Verduidelik/Bespreek die belangrikheid van Besigheidsverslae.
- Beskryf kortliks/Verduidelik riglyne oor die skryf van ‘n effektiewe besigheidsverslag.
- Omskryf/Verduidelik/Bespreek die belangrikheid, voordele en nadele van grafieke/diagramme, simbole/prente.
- Omskryf/Verduidelik/Bespreek faktore wat in ag geneem moet word wanneer voorbereiding vir ‘n mondelinge aanbieding gedoen word.

- Omskryf/Verduidelik/Bespreek faktore wat in ag geneem moet word met die ontwerp van ‘n aanbieding.
- Verduidelik die doel van oudio-visuele hulpmiddels.
- Identifiseer oudio-visuele hulpmiddels uit gegewe scenario’s/gevallestudies/prente/tekenprente.
- Motiveer/ antwoorde deur aan te haal uit gegewe scenario’s/gevallestudies/ prente/ tekenprente.

Sleutel begrippe

- **Verbale aanbieding:** ‘n aanbieding wat deur middel van spraak of mondelings gelewer word.
- **Nie-verbale aanbieding:** die oordrag van inligting deur die gebruik van Besigheidsverslae, uitdeelstukke, kaarte en plakkate met die ondersteuning van visuele hulpmiddels.
- **Besigheidsverslae**: ‘n sleutel kommunikasie-instrument wat ‘n evaluering van ‘n spesifieke kwessie wat verband hou met die prestasie van die besigheid.
- **Tabelle:** ‘n datastruktuur wat inligting in rye en kolomme organiseer.
- **Grafieke:** diagramme wat die verwantskap tussen twee of meer stelle data of waardes toon.
- **Diagramme/vloeidiagramme:** ‘n vereenvoudigde tekening wat ‘n grafiese aanbieding toon.
- **Illustrasies:** ‘n prent of ‘n tekening.
- **Uitdeelstukke:** ‘n geskrewe opsomming van inligting wat in ‘n aanbieding behandel word.
- **Transparante:** deursigtige en buigsame bladsye wat gebruik word om inligting en beelde te plaas.
- **Skyfies:** ‘n enkele bladsy van ‘n aanbieding geskep met sagteware soos PowerPoint. ‘n Voorlegging bestaan uit verskeie skyfies.
- **Kaarte:** word gebruik om inligting op te teken en visueel te vertoon wat gehoor deelname sal betrek en stimuleer.
- **Oudio-visuele hulpmiddels:** toestelle wat gebruik maak van beide klank (audio) en sig (visueel).
- **Plakkaat:** gewoonlik ‘n groot, gedrukte vel wat prente bevat en in ‘n openbare plek geplaas word.

Inleiding

Besighede benodig inligting met betrekking tot hul produkte, kliënte, prosedures, verkope, werknemers, oor basies alles wat met ‘n besigheid verband hou. Die inligting word gebruik om die beplanning en bedrywighede uit te voer, so wel as vir die evaluering van aktiwiteite. Dit help ook in die besluitnemingsproses, of om ‘n mededingende voordeel te verkry.

Besigheidsinligting word van ‘n spreker na ‘n gehoor oorgedra om in te lig, te oorreed, en/of om klandisiewaarde te bou. Die gehoor kan uit sakeondernemings raadslede, aandeelhouers, kliënte en/of ander belanghebbendes bestaan. ‘n Goeie aanbieding bevorder die beeld van die besigheid/ eienaar/bestuur.

Aktiwiteit **3.1 Voltooi die volgende oor die belangrikheid van besigheidsverslae.**

'n Besigheidsverslag is 'n sleutel kommunikasie-instrument wat 'n evaluering van 'n spesifieke kwessie met betrekking tot die besigheid het.

afdeling	inligting	presteer
kwessies	besluitneming	

• 'n Besigheidsverslag het ten doel om 'n kritiese ontleding te gee van hoe die besigheid in alle sake funksies van die organisasie ... • Besigheidsverslae word gebruik om … in die besigheid uit te voer. • Dit gee sake-eienaars en senior bestuur die geleentheid om enige geïdentifiseerde … te ondersoek en op te los. • Senior bestuur maak staat op Besigheidsverslae om hulle in te lig oor wat elke … doen. • Besigheidsverslae verskaf belangrike inligting vir bestuur wat tydig en feitelik is.	

Aktiwiteit **3.2 Dui aan watter van die volgende verwys na verbale of nie-verbale Aanbiedings.**

3.2.1	3.2.2
• Aanbieding word deur middel van toespraak of mondelings gelewer.	• Verwys na die oordrag van inligting deur die gebruik van Besigheidsverslae, uitdeelstukke, kaarte en plakkate met die ondersteuning van visuele hulpmiddels.

Aktiwiteit **3.3 Voltooi die volgende ten opsigte van riglyne oor die skryf van 'n effektiewe besigheidsverslag. Gebruik onderstaande konsepte**

inligting	spelfoute	teiken	basiese
aangebied	omvang	verbetering	bondig/kortliks

• Bepaal die … van die verslag. • Bepaal die … gehoor van die verslag. • Bepaal hoe die verslag … moet word. • Versamel die nodige … • Skryf … en sluit slegs belangrike inligting in. • Gebruik ... taal en duidelike kort sinne. • Spandeer tyd om die verslag te hersien en .. en grammatikale foute reg te stel. • Kry iemand om na die verslag te kyk en voorstelle vir ... te maak.	



3.4 Lees die onderstaande scenario en beantwoord die vrae wat volg:

JOEY VERVAARDIGERS (JV)
Lita, die nuwe HUB by Joey Vervaardigers, is besig om 'n besigheidsaanbieding vir die belanghebbendes voor te berei. Hy het navraag gedoen oor die teikenmark vir wie die verslag bedoel is. Nadat hy die verslag geskryf het, het Lita vir Reuben gevra om die verslag te redigeer.

3.4.1 Haal TWEE riglyne aan, uit die scenario wat Lita oorweeg het toe hy 'n besigheidsverslag geskryf het. (2)
3.4.2 Verduidelik ander riglyne oor die skryf van 'n effektiewe besigheidsverslag.
(6)

Visuele hulpmiddels

Visuele hulpmiddels is items soos grafieke en prente wat bykomend tot gesproke/geskrewe inligting is. Dit help om konteks by 'n aanbieding te voeg en maak dit meer interessant vir die gehoor. Grafieke/diagramme en simbole/prente help om inligting duideliker te organiseer.

Tipe visuele hulpmiddels

1. Tabelle	2. Grafieke	3. Illustrasies	4. Diagramme

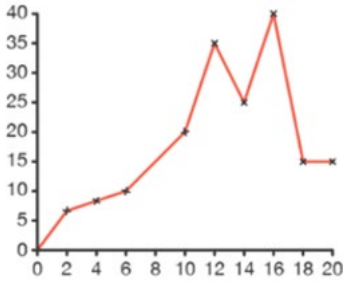
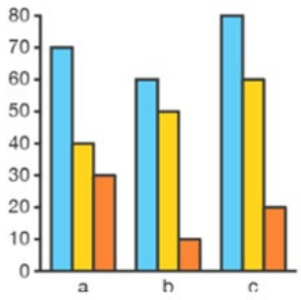


3.5 Identifiseer die tipe visuele hulpmiddels in elk van die stellings hieronder:

Stellings	Tipe visuele hulpmiddel
• Prente of beelde om tekste te verduidelik. • Word gebruik om handelsmerk boodskappe te verbeter en te help om te oorreed, in te lig en klante te beïnvloed.	
• Beeldende voorstelling of 'n diagram wat data of waardes op 'n georganiseerde wyse verteenwoordig.	
• Datastruktuur wat inligting in rye en kolomme organiseer. • Word gebruik om inligting te vergelyk en te kontrasteer.	
• Eenvoudige diagramme wat duidelik wys wat in elke stadium gebeur en hoe dit ander besluite en aksies beïnvloed. • Word gebruik om aan ander te kommunikeer hoe ‘n proses gedoen word.	

Tipe grafieke

1. Lyngrafiek	2. Staafgrafiek	3. Sirkelgrafiek

1. Lyngrafiek	
2. Staafgrafiek	
3. Sirkelgrafiek	

Aktiwiteit

3.6 Identifiseer die grafieke in elk van die stellings hieronder:

Stellings	Tipe grafiek
• Bestaan uit punte en lyne wat die verband tussen die punte toon. • Word gebruik om veranderinge oor 'n gespesifiseerde tydperk te vergelyk.	
• Sirkulêre grafiek wat in segmente verdeel word. • Word gebruik om die verwantskap tussen dele of persentasies van 'n geheel aan te toon.	
• Toon data deur reghoekige stawe te gebruik. • Word gebruik om data tussen verskillende kategorieë te vergelyk.	

Aktiwiteit

3.7 Voltooi die volgende oor die belangrikheid van visuele hulpmiddels.

belangstelling	punte	ondersteun
data	boodskap	aanbieding

• Diagrammatiese … aanbieding maak dit makliker om data te verstaan. • Dit help om … makliker en doeltreffender aan die leser/gehoor te illustreer. • Dit help ook om die gehoor se … tydens die aanbieding te behou. • Dit betrek die gehoor by die … en laat hulle dit daarna onthou. • Diagramme is interessant, relevant en … die aanbieding. • Visuele hulpmiddels sal effektief help om die … oor te dra.	

Aktiwiteit

3.8 Dui aan watter van die volgende verwys na die voordele of nadele van visuele hulpmiddels.

	Voordeel/Nadeel
• Visuele hulpmiddels vereenvoudig die aanbieding wanneer komplekse inligting gebruik word.	
• Te veel diagramme en grafieke kan vir die gehoor verwarrend wees.	
• Grafieke vereis nie veel verduideliking nie.	

• Inligting kan maklik gemanipuleer word, wat vals interpretasies veroorsaak.	
• Dit kan die gehoor se aandag van die toespraak aftrek aangesien hulle meer aandag aan die visuele hulpmiddels gee.	
• Die voorbereiding van grafieke en diagramme is tydrowend.	
• Baie inligting kan in 'n maklik verstaanbare formaat vertoon word.	
• Grafiese voorstelling van inligting help met die begrip en identifisering van patrone en tendense in data.	

Aktiwiteit **3.9**	**Identifiseer die visuele hulpmiddel wat toegepas word op Wanda's Konstruksie in elk van die onderstaande stellings:**

3.9.1 Wanda het vir die kliënt ‘n eenvoudige tekening van die prosesse vir elke stadium van die projek gewys.

3.9.2 Die verkoopsbestuurder het ‘n stel verkoopsyfers in ‘n reeks van reghoeke.

3.9.3 Beelde is gebruik om die vooraansig van die gebou te wys.

Aktiwiteit **3.10 Faktore wat in ag geneem moet word wanneer 'n aanbieding voorberei word. Gebruik die onderstaande konsepte:**

aanbieding	doelwitte	konsep	visuele	lokaal
doel	agtergrond	tyd	inhoud	terugvoer

Voltooi die volgende:

• Die … en hoofpunte van die aanbieding.	

• Om die … met die inleiding van die aanbieding vas te lê. • Ten volle vertroud te wees met die … van die voorlegging. • Die … van die gehoor te ken om die toepaslike visuele hulpmiddels te bepaal. • Die voorbereiding van 'n rowwe … van die aanbieding met 'n inleiding, liggaam, en gevolgtrekking. • Die skep van … hulpmiddels wat sal help om die punt effektief oor te dra. • Die … te besoek en te verseker dat die toerusting wat voorsien word werk en geskik is. • Oorweging van die … raamwerk vir die aanbieding. • Oefen die … en let op hoe lank dit neem. • Voorbereiding vir die … sessie deur moontlike vrae te antisipeer.	



3.11 Faktore wat in ag geneem moet word wanneer 'n aanbieding ontwerp word. Gebruik die onderstaande konsepte

beelde	agtergrond	leesbare	inhou
spelfoute	teks	hiperskakels	effekte

Voltooi die volgende:

• Begin met die … en opskrifte. • Gebruik … lettertipe en lettergrootte. • 'n Geskikte … te kies wat nie die aandag van die inhoud sal aflei nie. • Die keuse van … wat kan help om die boodskap oor te dra. • Sluit in grafieke en beelde wat met die … verband hou. • Spesiale … by te voeg om die boodskap te ondersteun. • Die skep van … om vinnige toegang tot ander lêers toe te laat. • Seker te maak daar is geen grammatikale of … nie.	



3.12 Lees die scenario en beantwoord die vraag wat volg:

BICCO HANDELAARS (BH)

Jan, 'n bemarkingsbestuurder by Bicco Handelaars, gaan 'n voorlegging aan die direksie doen. Die vergadering sal van aangesig tot aangesig aanlyn plaasvind met die direkteure op hul verskillende plekke. Hy sal ook 'n toestel gebruik wat die deelnemers in staat sal stel om notas te neem en met 'n raakskerm te deel.

3.12.1 Identifiseer TWEE oudio-visuele hulpmiddels wat in die scenario hierbo gebruik word. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario.

(6)

Gebruik die tabel hieronder as 'n RIGLYN om die aktiwiteit te beantwoord.

	Oudio-Visuele Hulpmiddels	Motivering
1		
2		

4. SAKE PLAN / BESIGHEIDSPLAN

Aan die einde van hierdie onderwerp behoort leerders in staat te wees om die volgende vrae te kan beantwoord

- ❖ Verduidelik die belangrikheid van 'n besigheidsplan.
- ❖ Gebruik PESTWO-ontleding om die uitdagings van die makro omgewing op 'n besigheid te verduidelik.
- ❖ Stel/Noem die komponente van 'n besigheidsplan.
- ❖ Verduidelik die doel van 'n uitvoerende opsomming.
- ❖ Noem/Stel aspekte wat in 'n uitvoerende opsomming ingesluit moet word.

- ❖ Formuleer die visie/missie stellings en doelwitte van die beoogde besigheid.
- ❖ Verduidelik die verband tussen die struktuur van ‘n besigheid en vorme van eienaarskap.
- ❖ Noem/Stel verskillende tipes wetlike vereistes van ‘n besigheid.
- ❖ Stel ‘n SWOT-analise saam vir die beoogde besigheid.
- ❖ Verduidelik die belangrikheid van ‘n bemarkingsplan en marknavorsing.
- ❖ Verduidelik die betekenis van ‘n bemarking mengsel met spesifieke verwysing na die 7ps.
- ❖ Identifiseer die 7P’s uit gegewe gevallestudies/scenario’s/stellings/spotprent.
- ❖ Identifiseer mededingers uit inligting wat tydens marknavorsing ingesamel is en verduidelik die strategieë om mededinging in die mark te oorkom.
- ❖ Formuleer ‘n finansiële plan vir die beoogde besigheid.

Sleutelbegrippe wat verband hou met hierdie onderwerp

- **Besigheidsplan:** ‘n dokument wat ‘n besigheid se toekomstige doelwitte en strategieë uiteensit om dit te bereik.
- **Uitvoerende opsomming**: ‘n kort dokument of gedeelte van ‘n dokument wat geproduseer word vir besigheidsdoeleindes dit wil sê, ‘n opsomming van die hele besigheidsplan.
- **Finansiële ontleding:** verwys na die beoordeling van die lewensvatbaarheid en die winsgewendheid van die besigheid.
- **Omgewingsfaktore:** verwys na eksterne invloede op die besigheid wat geen/beperkte beheer het.
- **Bemarking mengsel:** ’n Stel aksies wat die onderneming gebruik om die handelsmerk te bevorder.
- **Prys:** die bedrag geld wat benodig word as betaling vir goedere.
- **Produk:** ‘n voorwerp wat vir verkoop vervaardig word.
- **Promosie:** ‘n metode wat gebruik word om die produk te adverteer.
- **Plek:** ‘n ligging van die besigheid.
- **Mense:** verwys na werknemers sowel as die teikenmark.
- **Fisiese omgewing:** is die omgewing rondom die besigheid.
- **Proses:** die stelsel wat gebruik word om die produk of diens te lewer.
- **Mededinging:** dit is ‘n wedywering tussen twee/meer ondernemings wat dieselfde goedere of dienste verkoop.
- **Bemarkingsplan:** ‘n strategie van hoe die onderneming sy produkte/dienste aan kliënte gaan verkoop.
- **Marknavorsing**: die aksie om inligting in te samel oor verbruikers se behoeftes en voorkeure.

Inleiding

Het jy al ooit die gesegde gehoor: ‘Om nie te BEPLAN, is beplanning om te MISLUK’? Dit beteken dat as ons nie ‘n projek beplan voordat ons dit begin nie, sal ons uiteindelik onsuksesvol in die projek wees. Dit geld ook vir ‘n besigheid se plan - wat dikwels as ‘n formule vir sukses verwys word.

Sodra ‘n entrepreneur ‘n besigheidsgeleentheid geïdentifiseer het, sal die volgende stap wees om die besigheid se idee in ‘n werkbare plan te omskep. Ons verwys na hierdie plan as ‘n besigheidsplan. Dit verskaf besonderhede oor waarheen die besigheid met die idee wil gaan en hoe dit daar sal uitkom.



4.1 Die belangrikheid van 'n sakeplan.

Voltooi die volgende: Gebruik die onderstaande konsepte

lei	sukses	beleggers	probleme
finansiële	rigting	entrepreneurs	

- ‘n Besigheidsplan help … om doelwitte en doelstellings te stel.
- Dit kan gebruik word om … en voornemende werknemers te lok.
- Die besigheidsplan … die entrepreneur oor die lewensvatbaarheid van die besigheids idee.
- Dit help ook die entrepreneur om … wat mag opduik te identifiseer en om stappe te neem om hierdie probleme te vermy.
- Dit evalueer die … van die onderneming.
- Dit is noodsaaklik wanneer aansoek gedoen word vir … bystand van beleggers of leners.
- Dit gee … sodra die besigheid begin bedryf word.

Die komponente van 'n sakeplan

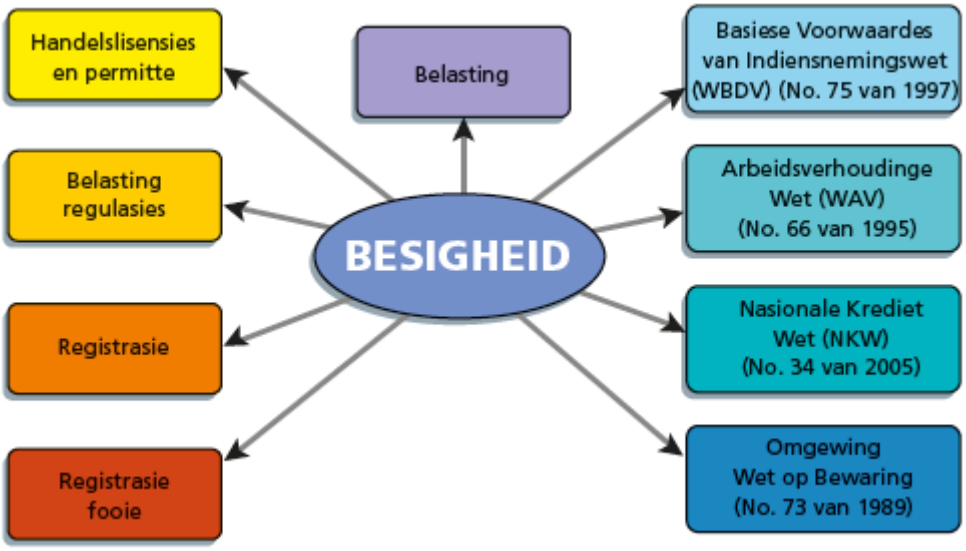
1. Voorblad
2. Inhoud bladsy/indeks
3. Uitvoerende opsomming
4. Beskrywing van die besigheid/oorsig
5. SWOT-analise
6. Wetlike vereistes van besigheid
7. Bemarkingsplan
8. Operasionele plan
9. Finansiële plan
10. Bestuursplan
11. Mededingers analise



4.2 Dui aan watter van die volgende verwys na die visie; missie stellings; doelwitte & doelstellings van 'n besigheid.

	Visie; Missiestelling; Doelwitte & Doelstellings
• Beskryf hoe die onderneming sy doel sal bereik.	
• Geformuleer om rigting aan die maatskappy te gee om die visie te bereik.	
• Dit spreek winste, groei, doel en stabiliteit aan.	
• Dit spreek hoe entrepreneurs hoop om hul visie te verwesenlik.	
• Dit fokus op sakebedrywighede, of dit spesifiek en meetbaar is.	
• Hulle is ook spesifiek en meetbaar – net soos die missiestelling.	
• Dit is die langtermyn doelwit van hoe entrepreneurs hul besigheid in die toekoms sien, en hoe hulle dit wil groei.	
• Beskryf die doel van die besigheid en verduidelik hoekom die besigheid bestaan.	

Verskillende tipes wetlike vereistes van 'n besigheid



Betekenis van 'n bemarkingsplan

'n Bemarkingsplan is 'n operasionele dokument wat 'n advertensie strategie uiteensit om leidrade te genereer en navorsing oor die teikenmark te doen. Dit is 'n beskrywing van die mark ontleding, wat die teikenmark insluit, en 'n ontleding van die teikenmark, kliënte en mededingers. Dit verduidelik die bemarking mengsel en verskaf die bemarkingstrategie van die besigheid. Dit lei ook besighede op oor hoe om die produkte/dienste van die besigheid te adverteer.

Aktiwiteit

4.3. Belangrikheid van 'n bemarkingsplan.

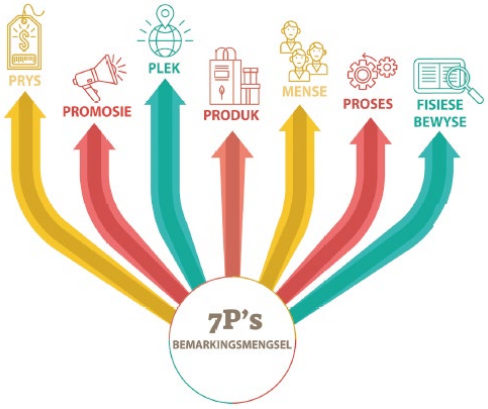
Voltooi die volgende: Gebruik die onderstaande konsepte

teiken	navorsing	bevorder
resultate	kliënte	

• 'n Bemarkingsplan help besighede om produkte en dienste te … • Dit is 'n proses om meer te verstaan oor wat die besigheid … se behoeftes is. • Die … mark verwys na die mense wat waarskynlik die produk of diens sal koop wat die besigheid aanbied. • Die besigheid moet mark … doen om van die volgende faktore van die teikenmark te weet: ouderdomsgroep, geslag, persoonlikheid, inkomste en opleiding. • Die … van die marknavorsing is belangrik – dit dui die teikenmark aan en hul belangstelling in goedere en dienste.	

Betekenis van die bemarkingsmengsel.

Die bemarkingsplan kan verduidelik word deur sewe elemente te gebruik, daar word dikwels na 7P's van bemarking verwys. Daar is vier hoofelemente en drie bykomende elemente – dit is 'n kombinasie van produk, prys, plek, mense, promosie, proses en fisiese omgewing.



Bemarkingsmengsel

Produk	**Prys**	**Plek**	**Promosie**
Mense	**Proses**	**Fisiese omgewing**	

Promosie	**Plek**
• 'n Promosie moet die voordele van die produk aan kliënte kommunikeer. • Dit verwys na hoe die onderneming die teikenmark bewus gaan maak van die produk of diens. • Die voorgestelde besigheid moet besonderhede oor sy bevorderingsbeleid insluit. • Die promosie beleid moet beskryf hoe verkope van produkte bevorder sal word.	• Dit verwys na die plek waar goedere en dienste verkoop gaan word/die plek waar verbruikers toegang tot die goedere of dienste kan verkry. • Die besigheid kan self die produk direk aan kliënte verkoop of kan die produk deur ander besighede verkoop.
Prys	**Produk**
• Die prys van 'n produk verwys na die bedrag geld wat deur die verbruiker betaal moet word om die produk te bekom. • Die voorgestelde besigheid moet sy prysbeleid in sy besigheidsplan insluit. • Die prysbeleid beskryf hoe die prys gebruik word om klante te lok.	• Dit is 'n beskrywing van die produk, voorkoms en gebruik wat aan kliënte beskikbaar is. • Dit kan 'n prentjie, tekening of foto wees van hoe die produk lyk. • Die vervaardigingsproses word gebruik om die produk te maak. • Die voorkoms van die produk/dienste moet anders as mededingers se produkte wees.

• Die prys moet alle kostes dek en moet aanklank vind by die teikenmark. • Dit moet bekostigbaar wees vir die verbruikers.	• Die verpakking van die produk moet die produk beskerm en bewaar.
Mense	**Proses**
• Dit verwys na werknemers, bestuur, direkteure en aandeelhouers. /Alle mense betrokke by die verkoop van die produkte. • Die besigheidsplan moet gedetailleerde inligting insluit van mense wat betrokke sal wees by die voorgestelde besigheid. • Hulle kan hul kennis, vaardighede en houdings aan die onderneming bied.	• Verwys na prosesse wat ontwerp en geïmplementeer is om 'n aangename inkopie-ervaring te verseker. • Beskryf hoe die bemarking- en verkoop prosesse uitgevoer word. • Die proses om diens te lewer en die gedrag van diegene wat die diens lewer is belangrik vir kliënte goedkeuring van personeel, en om kliënte gelukkig te hou.
Fisiese omgewing	
• Verwys na die omgewing waar goedere en dienste verkoop/diens gelewer word. • Dit sluit die voorkoms van die gebou en die uniforms van werknemers in. • Die fisiese omgewing moet toepaslik wees en die kliënt gemaklik laat voel. • Skoon en funksionele fasiliteite lok en behou kliënte.	



Jy behoort die volgende vraag te kan beantwoord:
Identifiseer die 7P's uit gegewe gevallestudies/scenario's/stellings/spotprent



4.4 Identifiseer die 7P's van die bemarkingsmengsel wat in Zama Zama Groothandelaars in elk van die onderstaande stellings van toepassing is.

4.3.1 Zama Zama Groothandelaars adverteer hul produkte op sosiale media om die aantal kliënte te verhoog.

4.3.2 Zama Zama Groothandelaars het geskoolde werkers in diens gehad wat positief bydra tot besluitneming.

4.3.3 Zama Zama Groothandelaars hou hul goedere op 'n veilige plek.

Aktiwiteit **4.5** **Identifiseer uit die lys hieronder VYF strategieë wat gebruik kan word om kompetisie/mededinging te oorkom.**

• Verkoop kwaliteit produkte en dienste • Bied na-verkoop dienste aan • Bevorder minderwaardige produkte • Billike pryse hef • Weier kliënte nasorg dienste • Intensiewe bemarking veldtogte voer • Verkoop van produkte teen die hoogste moontlike prys aan kliënte • Maak gebruik van kreatiewe advertensie slagspreuke	

Finansiële beplanning

'n Finansiële plan is 'n gedetailleerde beskrywing van 'n entrepreneur se finansiële bydrae is, die befondsing vereistes, en geprojekteerde kontantvloeistate. Hierdie finansiële plan word gewoonlik vir 'n drie jaar tydperk beraam. Die doel van finansiële ontleding is om die winsgewendheid van die voorgestelde besigheid te projekteer/voorspel en om ook te projekteer hoe lank dit sal neem voordat die besigheid 'n wins begin toon.

Stappe van finansiële beplanning



5. VERHOUDINGS & SPANPRESTASIE

Aan die einde van hierdie onderwerp behoort leerders in staat te wees om die volgende vrae te kan beantwoord:

- Bespreek/Verduidelik maniere hoe mense moet saamwerk om besigheidsdoelwitte te bereik.
- Bespreek/Verduidelik faktore wat span verhoudings kan beïnvloed.
- Lys/Beskryf besigheidsdoelwitte.
- Verduidelik/Definieer interpersoonlike verhoudings in die werkplek.
- Bespreek/Definieer persoonlike oortuigings en waardes en hoe dit onderlinge verhoudings in die besigheid beïnvloed.
- Lys/Bespreek die kriteria vir suksesvolle en samewerkende spanprestasie in 'n besigheid konteks en assesseer 'n span teen die kriteria.
- Verduidelik hoe spanlede in 'n span kan werk om besigheidsdoelwitte te bereik.

Sleutelbegrippe

- **Span:** bestaan uit twee of meer mense wat saamwerk in ‘n besigheid of organisasie om ‘n gemeenskaplike doel te bereik.
- **Verhouding:** die verband tussen werknemers, kollegas, kliënte en verskaffers.
- **Vooroordeel**: ’n vooropgestelde mening of oordeel van iets of iemand.
- **Oortuigings:** ‘n gevoel van seker wees dat ‘n persoon of ding bestaan of waar of betroubaar is.
- **Waardes:** die oortuigings, filosofieë en beginsels wat ‘n besigheid dryf – die kernwaardes wat die besigheid rig.
- **Diversiteit:** dui op die verskeidenheid van/verskille tussen mense binne ‘n groep, gebaseer op unieke eienskappe ten opsigte van verskillende kulture, agtergrond.
- **Produktiwiteit:** ‘n manier om doeltreffendheid te meet.
- **Diens:** ‘n aktiwiteit wat deur die besigheid aan ‘n ander party gelewer word soos ‘n kliënt, of ‘n ander afdeling.
- **Interpersoonlike verhoudings:** die verhouding tussen twee werknemers in dieselfde werksplek.
- **Diskriminasie:** sekere vooroordele wat voorkom wanneer ‘n werknemer onregverdig behandel word as gevolg van ras, geslag, seksualiteit, godsdiens of gestremdheid.
- **Billikheid:** die praktyk om regverdig of onpartydig in die werksplek te wees. Billikheid is bereik wanneer daar geen diskriminasie is nie.
- **Wins:** die finansiële voordeel.
- **Bestuursvlakke:** verwys na ‘n lyn van afbakening tussen verskeie bestuursposisies in ‘n organisasie.
- **Samewerking:** die aksie om saam met iemand te werk om iets te produseer.
- **Openheid:** die mate van relatiewe vryheid / sonder obstruksies / om ontvanklik te wees vir voorstelle en idees.
- **Wedersydse respek**: onderlê goeie verhoudings. Om respek vir ‘n person te hê behels ‘n fundamentele geloof in hul reg om te bestaan, om gehoor te word en om dieselfde geleenthede as almal te hê.
- **Wedersydse vertroue:** wanneer werknemers ‘n kultuur van eerlikheid en sielkundige veiligheid geniet.

Inleiding

Spanwerk is wanneer twee of meer mense bymekaar kom om ‘n gemeenskaplike doel te bereik. Suksesvolle spanne kommunikeer gereeld en openlik, spanlede kan betrokke raak met mekaar, en hulle is buigsaam om die algehele sukses van die span te verseker.

Spanwerk kan vir sommige mense natuurlik wees, maar vir ander moeilik. Swak verhoudings tussen spanlede kan gekenmerk word deur emosionele en gedrag aksies wat nood, woede en onttrekking kan veroorsaak. Dit kan 'n verdeelde span skep, wat weer tot swakker spanprestasie kan lei.

Besigheidsdoelwitte

'n Besigheidsdoelwit verduidelik, in fyn besonderhede, die stappe wat dit beplan om te neem ten einde 'n spesifieke doel te bereik. 'n Goeie besigheidsdoelwit fokus op winste, produktiwiteit en diens. Goeie besigheid doelwitte is ook in lyn met die visie, missie en doel van die besigheid.



5.1 Voordele van spanwerk.

Voltooi die volgende: Gebruik die onderstaande konsepte

leer	produktiwiteit	doelwitte	ondersteun
meer	beheer	kommunikasie	

• Die lede van die span … van mekaar en groei. • Die span bereik … as die individu. • Goeie spanwerk help besigheid om sy … te bereik. • Gee werknemers meer … oor hul werk. • Die prestasie van alle spanlede verbeter omdat hulle elkeen se vaardighede te … • Spanwerk moedig werkers aan om hul reeks vaardighede te vergroot om … te vermeerder. • Spanwerk verbeter effektiewe …	

Aktiwiteit

5.2 Maniere hoe besighede 'n omgewing kan skep wat spanne in staat stel om effektief te werk.

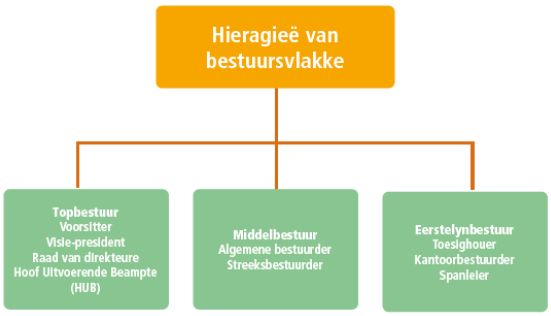
Voltooi die volgende: Gebruik die onderstaande konsepte

waardes	doelwitte	idees	luister
dinkskrum	gekommunikeer	reëls	

- Maak seker dat die span die besigheid se … duidelik verstaan.
- Stel grond … op vir die span.
- Vestig span … en doelwitte.
- Beskou elke werknemer se … as waardevol.
- Wees duidelik en spesifiek wanneer met spanlede … word om verwarring te voorkom.
- Moedig luister en … aktiwiteite aan.

Verskillende hiërargieë en bestuur vlakke

Bestuurshiërargie is ‘n lyn van gesag wat strek van bo na onder in ‘n organisatoriese struktuur. Dit sluit die vlakke van bestuur in en dui die posbenaming van elke bestuurder aan. Die besigheid hiërargie duur voort tot op die hoogste vlak bestaande uit die Hoof Uitvoerende Beampte (HUB) of die raad van direkteure. Die besigheids-hiërargie vernou gewoonlik van onder na bo.



Betekenis van interpersoonlike verhoudings.

Interpersoonlike verhoudings in die werkplek verwys na ‘n sterk assosiasie tussen individue wat saamwerk. Interpersoonlike verhoudings in die werkplek laat spanlede toe om ‘n spesiale verhouding te deel. Spanlede bou ‘n verhouding van vertroue, openheid, begrip en effektiewe kommunikasie. Almal speel ‘n rol in die bereiking van die besigheidsdoelwitte.

Die belangrikheid van elke individu in die bereiking van besigheidsdoelwitte.

- Die gehalte van interpersoonlike verhoudings het ‘n impak op die produktiwiteit van spanne.
- As werknemers vaardig en kundig is, sal spanne sterk en doeltreffend wees.
- Groot resultate kan bereik word deur spanwerk, daarom is dit belangrik dat ‘n besigheid ‘n omgewing skep wat spanne in staat stel om doeltreffend te werk.
- Gewoonlik sal werknemers trots wees op hul werk as hulle bewus is van hoe hul pogings ‘n impak het op die bereiking van die besigheidsdoelwitte.
- Vier mylpale en prys spanlede, help werknemers om opgewonde te voel om deel te wees van die span.
- Dit op sy beurt kan lei tot hoër produktiwiteit.

Maniere om gesonde interpersoonlike verhoudings in die werkplek te bevorder.

- Om empatie vir ander te hê is ‘n belangrike vaardigheid wat werknemers nodig het om gesonde interpersoonlike verhoudings in die werkplek te bou.
- Empatie help spanlede om die, gevoelens en behoeftes van ander te oorweeg.
- Spanwerk bou vertroue wat nodig is vir goeie span verhoudings.
- Ten spyte van meningsverskille, sal ‘n effektiewe span dit geniet om saam te werk en deel ‘n sterk band.



5.3 Maniere hoe besighede faktore kan aanspreek wat span verhoudings beïnvloed.

Voltooi die volgende: Gebruik die onderstaande konsepte

werknemers	idees	besluite
beloon	lede	kommunikasie

- Die besigheid kan seker maak dat … die besigheidsdoelwitte verstaan.
- Die besigheid moet na werknemers luister wanneer hulle … deel.
- Belangrike … moet geneem word deur ‘n proses van spanwerk.
- Goeie spanwerk moet … word en foute moet as geleenthede beskou word om te leer en te groei.
- Alle … moet duidelik en spesifiek wees om verwarring te voorkom.
- Aanmoediging van vertroue, respek en samewerking tussen … van die span.



5.4 Lees die scenario hieronder en beantwoord dan die vrae wat volg.

KANTOORSKRYFBEHOEFTES (KS)
Kantoorskryfbehoeftes het ‘n verkoopspan gevorm wat hul skryfbehoeftes in die Vrystaat verkoop. Sommige spanlede verdra mekaar nie as gevolg van verskillende kulturele oortuigings. Paul hou ook nie van Zizi nie, want hy ken haar nie.

5.4.1 Identifiseer TWEE faktore wat span verhoudings beïnvloed. Motiveer jou antwoord deur aan te haal uit die scenario hierbo. Gebruik die tabel hieronder as die gids om hierdie vraag te beantwoord. (6)

Faktore wat span verhoudings beïnvloed	**Motivering**

Kriteria vir suksesvolle spanprestasie

Duidelike doelwitte en ooreengekome doelwitte	Interpersoonlike houdings en gedrag
Gedeelde waardes	Kommunikasie
Samewerking	Wedersydse respek, ondersteuning en vertroue



5.5. Dui aan watter van die volgende stellings verwys na bogenoemde kriteria vir suksesvolle spanne.

• Duidelike prosedures vir spanwerk verseker dat elke spanlid hul rol verstaan. • Doeltreffende kommunikasie tussen spanlede mag vinnige besluite tot gevolg het. • Gehalte terugvoer van spanlede sal die moraal van die span verbeter. • Oop gesprekke tussen spanlede sal lei tot effektiewe probleemoplossing.	• Duidelik gedefinieerde en realistiese doelwitte sal verseker dat alle spanlede presies weet wat van hulle verwag word. • Alle spanlede moet aktief aan die besluitnemingsproses deelneem. • Toon ‘n bereidwilligheid om as ‘n eenheid saam te werk om span doelwitte te bereik.

• Spanlede moet oor doelwitte saamstem en duidelike doelwitte stel. • Spanlede wat tot die doelwitte instem, sal meer toegewyd wees. • Spanlede sal meer toewyding toon as die doelwitte verstaan word duidelik. Spanne moet fokus op die ooreengekome doelwitte wat noodsaaklik is vir sukses. • Spanlede moet weet wat hulle wil bereik.	• Spanlede het 'n positiewe houding van ondersteuning en motivering teenoor mekaar. • Goeie interpersoonlike verhoudings sal werk tevredenheid verseker en op hierdie manier, verhoog die produktiwiteit van die span. • Spanlede is toegewyd en entoesiasties om 'n gemeenskaplike doel te bereik. • Spanleiers gee krediet aan lede vir positiewe bydraes.
• Spanlede moet nie bang wees dat hulle uitgelag of verwerp word as hulle hul bekommernisse deel met die res van die span nie. Dit sal deelname aanmoedig. • Spanlede moet met alle spanlede konsulteer. • Spanlede moet by mekaar leer.	• Toon respek vir die kennis en vaardighede van ander spanlede. • Voer span take uit met integriteit, bereik span sperdatums met nodige verbintenis tot span doelwitte. • Toon lojaliteit, respek en vertroue teenoor spanlede ten spyte van verskille. • Toon respek vir die kennis/vaardighede van ander lede.

6. KONSOLIDASIE-VRAE

6.1 Noem enige VIER komponente van 'n sakeplan.

6.2 Identifiseer die bemarkingsmengsel komponente wat deur Harry Hardware in ELKE stelling hieronder toegepas word:

6.2.1 Die besigheid is in 'n woongebied geleë.

6.2.2 Harry gebruik strooibiljette om sy produkte te adverteer.

6.3 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vraag wat volg.

BANDY REKENAARS DIENSTE (BRD)

Bandy Rekenaar Dienste spesialiseer in die herstel en verkoop van rekenaars teen 'n billike prys. Die besigheid het 'n gekwalifiseerde rekenaar tegnikus in diens. BRD het 'n driejaarkontrak met EC Electronics onderteken om elektroniese toestelle teen verlaagde pryse te verskaf. BRD is in 'n hoë misdaad gebied geleë. Die bestuur van Bandy Rekenaar Dienste het nie goeie finansiële beplannings vaardighede nie. BRD het nie voldoende kapitaal om die nuutste toerusting vir rekenaar herstelwerk te koop nie. Beurtkrag het hul vermoë om hul dienste te lewer beïnvloed. Zanny Rekenaars het onlangs hul bedrywighede gesluit.

6.3.1 Stel 'n SWOT-analise vir BRD saam.

6.3.2 Adviseer besighede oor die belangrikheid van die sakeplan.

6.4 Definieer die volgende konsepte:

6.4.1 Werksverhouding

6.4.2 Interpersoonlike verhoudings

6.5 Lees die scenario hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

HAZELNEUT STELSELS (HS)

Hazelnut Systems (HS) is 'n IT-maatskappy wat spesialiseer in die implementering van rekeningkundige stelsels. Die spanlede werk nou saam met mekaar. Die rekeningkundige projekte span het die reputasie dat hulle nooit 'n teikendatum of sperdatum mis nie. Ayanda het 'n reputasie dat hy nie altyd met al die spanlede oor die weg kom nie. Hy delegeer nooit take aan jonger spanlede nie omdat hy glo dat jonger mense nie genoeg ondervinding het nie. Dit het tot ontevredenheid onder die span gelei en het rusie en bakleiery binne die span veroorsaak.

6.5.1 Identifiseer VIER faktore wat span verhoudings beïnvloed uit die scenario hierbo.

6.5.2 Verduidelik DRIE verskillende maniere hoe Hazelnut (Edms) Bpk. faktore kan aanspreek wat Span beïnvloed verhoudings.

ERKENNING VAN BRON

2022 DBE Graad 10 Besigheidstudies Leerderboek