



UNIVERSITEIT VAN PRETORIA
UNIVERSITY OF PRETORIA
YUNIBESITHI YA PRETORIA

**STRATEGIESE BOERDERYBESTUUR IN 'N VERANDERENDE
OMGEWING**

ANE-LIZE DU PLESSIS

Voorgelê ter vervulling van die vereistes van die graad

MCOM (ONDERNEMINGSBESTUUR)

IN DIE

FAKULTEIT EKONOMIESE EN BESTUURSWETENSKAPPE

AAN DIE

UNIVERSITEIT VAN PRETORIA

PROMOTOR: Prof. P.W.C. de Wit

Pretoria, Suid-Afrika

November 2002



OPSOMMING

STRATEGIESE BOERDERYBESTUUR IN 'N VERANDERENDE OMGEWING

DEUR

Ane-lize du Plessis

Promotor: Prof. P.W.C. De Wit
Departement: Ondernemingsbestuur
Graad: Magister Commercii

Die 21ste eeu word deur invloedryke dryfkragte wat die landboubedryf tot nuwe dimensies dwing gekenmerk. Veranderende omstandighede vereis nuwe vaardighede in bestuur ten einde toenemende uitdagings aan te spreek.

Die vermoë van die bestuurder was nog altyd 'n belangrike parameter in landbou. Bestuur se optrede bepaal die sukses of ondergang van enige onderneming, insluitende die boerdery-onderneming. Min studies fokus op die strategiese bestuur van die boerdery-onderneming. Strategiese bestuur is bykans 'n vergete hulpbron. Hierdie studie stel ondersoek in na strategiese bestuur in die boerdery-onderneming. Die fokus is op die sewe bestuurstake van strategiese bestuur:

1. Formuleer 'n visie en missie.
2. Stel doelwitte.
3. Analiseer die eksterne omgewing.
4. Analiseer die interne omgewing.
5. Formuleer 'n strategie.
6. Implementering en uitvoering van die strategie.
7. Evalueer die prestasie en inisieer regstellende optrede.

Hierdie studie is hoofsaaklik onderneem om ondersoek in te stel na die mate waarin die kommersiële boer sy boerdery-onderneming strategies bestuur. Onderzoek word ook ingestel of die kommersiële boer oor voldoende kennis van strategiese bestuur beskik.

Hierdie ondersoekende studie van strategiese bestuur in die boerdery-onderneming word deur 'n omvattende literatuurstudie sowel as 'n empiriese ondersoek gerugsteun. Die literatuur gee 'n oorsig oor die landboubedryf se interne omgewing en eksterne omgewing. Strategiese bestuur kom daarna onder die soeklig. Vir die doel van hierdie ondersoek is vraelyste en persoonlike onderhoude in die empiriese studie gebruik. Respondente is persoonlik op die plase besoek. Tydens die voltooiing van die vraelyste het die respondente vrae aangaande strategiese bestuur beantwoord. In die persoonlike onderhoude is konsepte verhelder en die bestuursprobleem is gevolglik beter in die persoonlike onderhoude ondervang. Die opname is onder 70 kommersiële boere in die Loskopskema: Marble Hall-streek gedoen.

Bevindings dui daarop dat bestuurders nie willens en wetens 'n strategie formuleer nie. Die strategie kom inkrementeel tot stand. Boere volg 'n meer informele en minder omvattende rigting in die formulering van 'n strategie. Moontlike oorsake vir 'n meer informele strategie is die onstabiele omgewing van die landboubedryf en 'n tekort aan kennis van strategiese bestuur. Daar word aanbeveel dat strategiese bestuur as 'n riglyn gebruik word om by die veranderende omgewing van die landboubedryf aan te pas. Bestuur van die onderneming moet beter beheer en ontwikkel word ten einde by nuwe strategiese rigtings wat ontstaan aan te pas.

Die sukses van 'n onderneming word nie deur die implementering en uitvoering van 'n goeie strategie verseker nie. Die verantwoordelikheid berus by die bestuur om by veranderende omstandighede aan te pas. 'n Verdedigende strategie moet onderneem word om teenspoed die hoof te bied. Die logiese grond vir die gebruik van strategiese bestuur is gevolglik dat dit tot beter prestasie sal lei.



SUMMARY

STRATEGIC MANAGEMENT OF A FARM IN A CHANGING ENVIRONMENT

BY

Ane-lize du Plessis

Promotor: Prof. P.W.C. De Wit
Department: Business Management
Degree: Magister Commercii

Powerful forces are propelling the agricultural industry toward new dimensions for the 21st Century. Changing circumstances in the agricultural sector require new skills to address these challenges.

Managerial ability has always been regarded as an important parameter in agricultural production. Managerial behavior is the determining factor that causes a business, including a farm business, to prosper or fail. Few studies have focused on the strategic management of a farm business. Strategic management is almost a forgotten resource. This study is designed to appraise the background of strategic management in a farm business. The emphasis was placed on seven interrelated managerial tasks of strategic management:

1. Forming a strategic vision and mission.
2. Setting objectives.
3. Analyse the external environment.
4. Analyse the internal environment.
5. Crafting a strategy.
6. Implementing and executing the chosen strategy.
7. Evaluating performance and initiating corrective adjustments.

The study's main objective is to examine the degree to which the farm business is using a strategic management process effectively in managing its business. At the same time this study investigates if the commercial farmers have sufficient knowledge of the concept of strategic management.

This study is investigative of strategic management and is backed by a comprehensive literature review and empirical study. The literature gives an overview of the internal environment and external environment of agriculture and the field of study strategic management is also introduced. The empirical study consists of a questionnaire and personal interviews. Each of the respondents was subsequently visited, and questionnaires were completed regarding aspects of strategic management. Depth and detail of information was secured by a personal interview. The survey involves 70 commercial farmers in the Loskop scheme: Marble Hall-region.

Die results of the research indicate that managers do not follow a deliberate strategy but rather an emergency strategy. Strategic direction is not controlled through setting prior, widely shared intention and monitoring outcomes. A possible reason for this phenomenon is the instability of the agricultural environment and the lack of knowledge of strategic management. Recommendations are made on how managers must seek to provoke around the instability of the environment and pressing challenges by using strategic management as a guideline. Managers have to adopt a form of control and development that enables new strategic direction to emerge.

Effective strategy combined with effective strategy execution doesn't guarantee the success of a company. It is the responsibility of a company's management to adjust to unexpectedly tough conditions by undertaking strategic defenses and business approaches that can overcome adversity. The rationale for using strategic management is therefore compelling: the better conceived a company's strategy and the more competently it is executed, the more likely it is that the company will be a standout performer and exhibit enviable business practices.

DANKBETUIGING

Dit is vir my `n voorreg om langs hierdie weg `n woord van opregte dank en waardering uit te spreek teenoor die ondergenoemde persone wat elkeen `n onmisbare bydrae gelewer het in die voltooiing van hierdie verhandeling.

- In die eerste plek wil ek Prof. De Wit bedank vir die daadwerklike en bekwame wyse waarop hy leiding gegee het as my promotor vir hierdie verhandeling. Sy bereidwilligheid om nieteenstaande `n druk werksprogram behulpsaam te wees word veral hoog op prys gestel.
- My opregte waardering gaan ook aan twee personeellede van die Universiteit van Pretoria naamlik, Mej. Bodenstien en Dr. Van der Linde van die Departement Statistiek vir hulle harde werk, raad en deurgaande hulp met die empiriese studie.
- Dank ook aan oom Jan du Plessis vir sy bereidwilligheid om, tydig en ontydig behulpsaam te wees, met die afronding van hierdie verhandeling.
- Teenoor Wesley wil ek waardering uitspreek vir sy daadwerklike bystand, ondersteuning en gebede gedurende die tydperk waarin ek aan my studies gewerk het.
- Woorde is onvoldoende om die dank en waardering teenoor my ouers uit te spreek wat hulle in werklikheid toekom. Ek wil hulle egter verseker dat die liefde en gebede wat hulle gegee om dit vir my moontlik te maak het om verder te studeer, nie ongesiens verbygegaan het nie. Ek kan nie nalaat om `n spesiale woord van dank teenoor Elmarié en Rheeder uit te spreek vir hulle voortdurende aanmoediging en belangstelling. Dit was vir my deurgaans `n riem onder die hart.

Ef. 3:20 “Aan Hom wat deur sy krag wat in ons werk, magtig is om oneindig meer te doen as wat ons bid of dink, aan Hom kom die eer toe”

Alleen aan God die eer!

Ane-lize du Plessis

November 2002

INHOUDSOPGAWE

Bladsy

1. AGTERGROND EN DEFINISIE VAN DIE PROBLEEM

1.1 INLEIDING	1
1.2 AGTERGROND TOT DIE STUDIE	2
1.2.1 Landbou as 'n sleutelbedryf van voedselproduksie	2
1.2.2 Die landbou as werkverskaffer	3
1.2.3 Landbou se belangrikheid as valutaverdiener	4
1.2.4 Landbou as kern van landelike ontwikkeling	4
1.3 LITERATUURSTUDIE	5
1.3.1 Inleiding	5
1.3.2 Die wese van strategiese bestuur	5
1.3.3 Boerderybestuur	7
1.4 PROBLEEMFORMULERING	9
1.5 DOEL MET DIE ONDERSOEK	10
1.5.1 Hipoteseformulering	11
1.6 NAVORSINGSMETODOLOGIE	12
1.6.1 Navorsingsontwerp	12
1.6.1.1 Onderzoekende navorsingsontwerp	12
1.6.1.2 Beskrywende studies	13
1.6.2 Metingskale	14
1.6.3 Steekproefseleksie en grootte	15
1.7 BEPERKINGS	16
1.8 INDELING VAN DIE STUDIE	17
1.9 SAMEVATTING	17



2. DIE MIKRO-OMGEWING VAN DIE ONDERNEMING IN PERSPEKTIEF

2.1 INLEIDING	19
2.2 ONDERNEMINGSBESTUUR	20
2.3 SAMESTELLING VAN DIE BESTUURSOMGEWING	22
2.4 DIE INTERNE MIKRO-OMGEWING VANDIE LANDBOU BEDRYF	24
2.4.1 Visie, missie en ondernemingsdoelstellings	24
2.4.2 Ondernemingsfunksies van die onderneming	25
2.4.2.1 Algemene bestuur	26
2.4.2.2 Produksiefunksie	32
2.4.2.3 Aankoopbestuur	33
2.4.2.4 Menslikehulpbronbestuur	34
2.4.2.5 Inligtingsbestuur	34
2.4.2.6 Finansiële bestuur	35
2.4.2.7 Korporatiewe kommunikasiebestuur	36
2.4.2.8 Bemarkingsbestuur	36
2.4.3 Produksiefaktore	36
2.5 LOGISTIEKE BESTUUR	39
2.5.1 Logistieke bestuur is `n mededingende voordeel	41
2.5.2 Logistieke bestuur is verantwoordelik vir tyd- en pleknut	41
2.5.3 Logistieke bestuur is verantwoordelik vir die effektiewe beweging van produkte, dienste en inligting na die verbruiker	41
2.5.4 Logistiek as `n eienaarsbelang	42
2.6 INTERNE INTEGRASIE VAN DIE ONDERNEMING	43
2.7 SAMEVATTING	47



3. DIE VERANDERENDE EKSTERNE OMGEWING

3.1	INLEIDING	48
3.2	DIE UITEENLOPENDE OMGEWING VAN LANDBOU	49
3.3	DIE EKSTERNE MARKOMGEWING VAN DIE LANDBOU- BEDRYF	50
3.3.1	Die verbruikers en verbruikerswese	51
3.3.2	Tussengangers	52
3.4	DIE EKSTERNE MAKRO-OMGEWING VAN DIE LANDBOU- BEDRYF	52
3.4.1	Die tegnologiese omgewing	54
3.4.2	Die ekonomiese omgewing	55
3.4.3	Die institusionele omgewing	58
3.4.3.1	Die Wet op Bemarking van Landbouprodukte, nr. 59 van 1968: Die beheerde landboumarkstelsel	59
3.4.3.2	Die Wet op Bemarking van Landbouprodukte, nr. 47 van 1996: Die markgeoriënteerde landboumarkstelsel	60
3.4.3.3	Die implikasie van deregulasie	61
3.4.4	Die politieke omgewing	62
3.4.5	Die fisiese omgewing	63
3.4.6	Die internasionale omgewing	65
3.4.7	Ander kragte	66
3.5	DIE NETWERKEKONOMIE	67
3.6	DIE VERANDERENDE LOGISTIEKE OMGEWING	71
3.6.1	Diens aan die verbruiker	71
3.6.2	Beperkte tyd	73
3.6.3	Globalisering van die bedryf	73
3.6.4	Integrasie van die onderneming	75
3.7	DIE IMPLIKASIE VAN VERANDERING OP DIE BOERDERY- ONDERNEMING	75
3.8	SAMEVATTING	77

4. DIE AARD VAN STRATEGIESE BESTUUR

4.1 INLEIDING	78
4.2 STRATEGIE EN STRATEGIESE BESTUUR:	
`N OMSKRYWING	79
4.3 DIE MERIETE VAN STRATEGIESE BESTUUR	82
4.4 DIE PROSES VAN STRATEGIESE BESTUUR:	
DIE TAKE VAN DIE STRATEGIESE BESTUURDER	84
4.4.1 Formuleer `n strategiese visie en missie	85
4.4.2 Stel doelwitte	87
4.4.3 Analiseer die eksterne omgewing: Bedryf en mededingende analise	88
4.4.3.1 Dominante ekonomiese eienskappe van die bedryf	90
4.4.3.2 Analise van die mededingende kragte	91
4.4.3.3 Dryfkragte wat verantwoordelik is vir verandering in die bedryf se mededingende omstandighede	93
4.4.3.4 Mededingende posisie van direkte mededingers	94
4.4.3.5 Analiseer die mededingers	95
4.4.3.6 Bedryf se sleutelfaktore vir mededingende sukses	96
4.4.3.7 Vooruitsigte en algehele aantreklikheid van die bedryf	96
4.4.4 Evalueer die onderneming se interne omgewing: Analiseer die onderneming se situasie	98
4.4.4.1 Ontleed die huidige strategie van die onderneming	99
4.4.4.2 Doen `n SWOT-analise	99
4.4.4.3 Bepaal die mededingendheid ten opsigte van prys en koste	101
4.4.4.4 Bepaal die sterkte van die onderneming se mededingende posisie	103
4.4.4.5 Identifiseer die strategiese kwessies waarvoor die onderneming te staan kom	104
4.4.5 Ontwerp `n strategie	104
4.4.5.1 Korporatiewe strategie	106



4.4.5.2 Besigheidstrategie	107
4.4.5.3 Funktionale strategie	109
4.4.6 Implementering en uitvoering van die strategie	110
4.4.7 Evalueer prestasie, monitor nuwe ontwikkelings en inisieer regstellende veranderings	111
4.5 SAMEVATTING	112

5. NAVORSINGSMETODOLOGIE

5.1 INLEIDING	114
5.2 PROBLEEMSTELLING	115
5.3 DIE DOELSTELLING VAN DIE STUDIE	116
5.3.1 Die primêre doelwit	116
5.3.2 Die sekondêre doelwitte	116
5.4 DATA VERLANG	117
5.4.1 Die populasie	117
5.4.2 Steekproefneming en grootte	117
5.5 METODES OF TEGNIEKE OM DATA IN TE SAMEL	117
5.5.1 Onderhoude	119
5.5.2 Vraelys-ontwerp	119
5.5.3 Metingskale	120
5.6 STATISTIESE VERWERKING VAN DATA	120
5.6.1 Beskrywende statistiek	122
5.6.2 Nie-parametriese statistiek	122
5.7 SAMEVATTING	123

6. NAVORSINGSRESULTATE

6.1 INLEIDING	124
6.2 STRATEGIESE BESTUUR VAN DIE BOERDERY- ONDERNEMING	125



6.2.1	Formulering van `n missie en visie	125
6.2.2	Die stel van doelwitte	127
6.2.3	Analiseer die eksterne omgewing	128
6.2.3.1	Identifiseer die dominante ekonomiese faktore in die bedryf	128
6.2.3.2	Analise van die mededinging	129
6.2.3.3	Dryfkragte wat vir verandering in die bedryf se mededingende omstandighede verantwoordelik is	131
6.2.3.4	Mededingende posisie van direkte mededinging	131
6.2.3.5	Analisering van die mededinging	132
6.2.3.6	Bedryf se sleutelfaktore vir mededingende sukses	133
6.2.3.7	Vooruitsigte en algehele aantreklikheid van die bedryf	133
6.2.4	Analiseer die interne omgewing	134
6.2.4.1	Ontleding van die huidige strategie van die onderneming	134
6.2.4.2	Doen van `n SWOT-analise	135
6.2.4.3	Mededingendheid ten opsigte van prys en koste	136
6.2.4.4	Die sterkte van die onderneming se mededingende posisie	137
6.2.4.5	Identifiseer die strategiese kwessies waarvoor die onderneming te staan kom	138
6.2.5	Formulering van `n strategie	139
6.2.6	Implementering en uitvoering van die strategie	144
6.2.6.1	Bou `n bekwame onderneming met die vaardighede, vermoëns en hulpbronne ten einde die strategie uit te voer	145
6.2.6.2	Verbinding van die begroting met die strategie	146
6.2.6.3	Strategie-ondersteunende beleid en prosedures	147
6.2.6.4	`n Verbintenis tot deurlopende verbetering	148
6.2.6.5	Installeer `n ondersteuningstelsel	149
6.2.6.6	Strategie-ondersteunende vergoedingstelsel	149
6.2.6.7	Bou van `n strategie-ondersteunende korporatiewe kultuur	150
6.2.7	Evaluering van die prestasie	151
6.3	HOUDING TEENoor STRATEGIESE BESTUUR	155
6.3.1	Formulering van `n missie en visie	155



6.3.2	Stel van doelwitte	156
6.3.3	Analisering van die eksterne omgewing	156
6.3.4	Analisering van die interne omgewing	157
6.3.5	Formulering van `n strategie	158
6.3.6	Implementering van die strategie	158
6.3.7	Evaluering van die strategie	159
6.4	BIOGRAFIESE INLIGTING	159
6.5	NIE-PARAMETRIESE BETEKENISVOLHEIDS-TOETS	162
6.5.1	Resultate van die chi-kwadraat (X^2)-toets	163
6.5.1.1	Die formulering van `n goeie missie	163
6.5.1.2	Die formulering van `n goeie visie	164
6.5.1.3	Doelwitte omskryf die resultate wat die onderneming wil bereik	164
6.5.1.4	Verband tussen die respondente se kennis van strategiese bestuur en die uitvoering van die sewe bestuurstake	165
6.6	SAMEVATTING	170
7. GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS		
7.1	INLEIDING	171
7.2	LITERATUUR OORSIG	171
7.3	GEVOLGTREKKING	174
7.3.1	Strategiese bestuur in `n veranderende omgewing	174
7.3.1.1	Formulering van `n visie en missie	174
7.3.1.2	Die stel van doelwitte	175
7.3.1.3	Analise van die eksterne omgewing	175
7.3.1.4	Analise van die interne omgewing	177
7.3.1.5	Formulering van `n strategie	179
7.3.1.6	Implementering van die strategie	180
7.3.1.7	Evaluering van die prestasie	181
7.3.1.8	Respondente se kennis van strategiese bestuur	182



7.4 DIE STAND VAN STRATEGIESE BESTUUR IN DIE KOMMERSIËLE BOERDERY-ONDERNEMING	183
7.5 AANBEVELINGS	185
7.5.1 Formuleer 'n missie, visie en doelstellings vir die onderneming	185
7.5.2 Analiseer die eksterne omgewing	186
7.5.3 Analiseer die interne omgewing	187
7.5.4 Aanvaar 'n strategiese bestuursfilosofie	187
7.5.5 Implementeer die strategie	188
7.5.6 Evalueer die strategie	188
7.5.7 Strategiese bestuursopleiding aan boere	189
7.6 TEKORTKOMINGS VAN HIERDIE STUDIE	190
7.7 IDENTIFISERING VAN VERDERE NAVORSINGS- ONDERWERPE	192
7.8 SAMEVATTING	192
BRONNELYS	194

LYS VAN FIGURE

	Bladsy
FIGUUR 2.1 Die sake-omgewing	23
FIGUUR 2.2 Die mikro-omgewing van die onderneming	24
FIGUUR 2.3 Die ondernemingsfunksies en hul onderlinge verwantskap	26
FIGUUR 2.4 Die take van bestuur	28
FIGUUR 2.5 Die onderneming as 'n stelsel van sy omgewing	37
FIGUUR 2.6 Die logistieke bestuursproses	42
FIGUUR 2.7 Die vertikale onderneming se fokus	43
FIGUUR 2.8 Die horisontale onderneming se fokus	45
FIGUUR 2.9 Fase een – basislyn	46
FIGUUR 2.10 Fase twee – funksionele integrasie	46
FIGUUR 2.11 Fase drie – interne integrasie	46
FIGUUR 3.1 Die markomgewing van die onderneming	50
FIGUUR 3.2 Die makro-omgewing van die onderneming	53

FIGUUR 3.3 Die konvensionele ekonomie: Die ondernemingstrategie se fokus is op aparte entiteite	68
FIGUUR 3.4 Die netwerkekonomie: Die ondernemingstrategie se fokus is op die verbindings tussen die entiteite	69
FIGUUR 3.5 `n Geïntegreerde verskaffingsketting	70
FIGUUR 3.6 Die elemente van diens aan die verbruikers	72
FIGUUR 4.1 Die take van die strategiese bestuurder	86
FIGUUR 4.2 `n Konteks van die onderneming se omgewing	89
FIGUUR 4.3 Porter se model van mededingende kragte	91
FIGUUR 4.4 Onsekerheid in die eksterne omgewing	97
FIGUUR 4.5 Die waardeketting	101
FIGUUR 4.6 Vlakke van strategiese bestuur: Multi-besigheidonderneming	105
FIGUUR 4.7 Vlakke van strategiese bestuur: Enkelbesigheidonderneming	106

LYS VAN TABELLE

	Bladsy
TABEL 6.1 Formulering van `n missie	125
TABEL 6.2 Formulering van `n visie	126
TABEL 6.3 Formulering van `n goeie missie	127
TABEL 6.4 Formulering van `n goeie visie	127
TABEL 6.5 Die stel van doelwitte	128
TABEL 6.6 Die doelwit beskryf die resultate wat die onderneming wil bereik	128
TABEL 6.7 Identifisering van die dominante ekonomiese faktore van die bedryf	129
TABEL 6.8 Analise van die mededinging	130
TABEL 6.9 Inligting oor die dryfkragte in die landoubedryf	131
TABEL 6.10 Mededingende posisie van direkte mededinging	132
TABEL 6.11 Analisering van die mededinging	132
TABEL 6.12 Die sleutelsuksesfaktore	133



TABEL 6.13	Vooruitsigte en algehele aantreklikheid van die bedryf	134
TABEL 6.14	Ontleed die huidige strategie van die onderneming	135
TABEL 6.15	SWOT-analise	135
TABEL 6.16	Bepaal die mededingendheid ten opsigte van prys en koste	136
TABEL 6.17	Vergelyk die koste met die mededinger se koste	137
TABEL 6.18	Posisie in die mark	137
TABEL 6.19	Mededingende voordeel	138
TABEL 6.20	Identifiseer die strategiese kwessies waarvoor die onderneming te staan kom	139
TABEL 6.21	Formuleer 'n strategie vir die onderneming	139
TABEL 6.22	'n Geskrewe of ongeskrewe strategie	140
TABEL 6.23	Die rede waarom die strategie nie 'n geskrewe strategie is nie	141
TABEL 6.24	Die versoenbaarheid van die strategie met die missie, visie, doelstellings, interne omgewing en eksterne omgewing	142
TABEL 6.25	Vergelyking van die geleenthede en bedreigings in die bedryf met die sterkpunte en swakpunte van die onderneming	143

TABEL 6.26 Oorweging van alternatiewe strategieë wat geïmplementeer moet word	144
TABEL 6.27 Opleiding	146
TABEL 6.28 Die finansiële wesenlikheid en haalbaarheid van die strategie	147
TABEL 6.29 Beleid en prosedures	148
TABEL 6.30 `n Verbintenis tot deurlopende verbetering	149
TABEL 6.31 Strategie-ondersteunende vergoedingstelsel	150
TABEL 6.32 Terugvoering oor aktiwiteite en prestasie	151
TABEL 6.33 Die vaspen van prestasieresultate	152
TABEL 6.34 Beheermaatreëls	153
TABEL 6.35 Regstellende optrede	153
TABEL 6.36 Prestasie van die onderneming	154
TABEL 6.37 Prestasie en strategiese bestuur	154
TABEL 6.38 Houding teenoor die formulering van `n missie en visie	155
TABEL 6.39 Houding teenoor die stel van doelwitte	156



TABEL 6.40	Houding teenoor die analise van die eksterne omgewing	157
TABEL 6.41	Houding teenoor die analise van die interne omgewing	157
TABEL 6.42	Houding teenoor die formulering van `n strategie	158
TABEL 6.43	Houding teenoor die implementering van die strategie	158
TABEL 6.44	Houding teenoor die evaluering van die strategie	159
TABEL 6.45	Posisie in die onderneming	160
TABEL 6.46	Ondervinding in die bestuur van die onderneming	160
TABEL 6.47	Hoogste kwalifikasie verwerf	161
TABEL 6.48	Kennis van strategiese bestuur	161
TABEL 6.49	Ouderdom van die respondente	162
TABEL 6.50	Verband tussen die mate waarin `n missie geformuleer word en die mate waaraan die missie aan die vereistes van `n goeie missie voldoen	163
TABEL 6.51	Verband tussen die mate waarin `n visie geformuleer word en die mate waaraan die visie aan die vereistes van `n goeie visie voldoen	164
TABEL 6.52	Verband tussen die mate waarin doelwitte gestel word en die mate waarin die doelwitte die resultate omskryf wat die onderneming wil bereik	165



TABEL 6.53 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die formulering van 'n missie	166
TABEL 6.54 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die formulering van 'n visie	166
TABEL 6.55 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die stel van doelwitte	167
TABEL 6.56 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die analise van die eksterne omgewing	167
TABEL 6.57 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die analise van die interne omgewing	168
TABEL 6.58 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die formulering van 'n strategie	168
TABEL 6.59 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die implementering van die strategie	169
TABEL 6.60 Die verband tussen kennis van strategiese bestuur en die evaluering van die strategie	169

LYS VAN AANHANGSELS

Bladsye

AANHANGSEL A: FINALE VRAELYS

205