

BRONNELYS

ADENDORFF, S.A. & DE WIT, P.W.C. 1997. *Produksie- en operasionele bestuur*, 2de uitgawe. Suid-Afrika: Nasionale Boekdrukkery.

AGRI-SA. 2002. *SA-landbou: Internasionale konteks*. Suid-Afrika: Nasionale Boekdrukkery.

BAYLEY, B. 2000. *A revolution in the market: the deregulation of South African agriculture*. England: Kall Kwik Printers.

BATEMAN, T.S. & SNELL, S.A. 1996. *Management: building competitive advantage*. USA: Irwin.

BICKERSTAFFE, G. 1997. Financial Times: *Mastering management your single-source guide to becoming a master of management*. Great Britain: William Clowes Ltd.

BOONE, L.E. & KURTZ D.L. 1999. *Contemporary Business*, 9th edition. USA: Harcourt Brace College Publishers.

BORONICO, J.S. 2000. *Studies in the strategy and tactics of competitive advantage management in the new millennium*. USA: Edwin Mellen Press.

BOURGEOIS, L.J., DUHAIME, I.M. & STIMPert, J.L. 1999. *Strategic management: A managerial perspective*, 2nd edition. USA: The Dryden Press.

BOVET, D. & MARTHA, J. 2000. *Value nets: Breaking the supply chain to unlock hidden profits*. Canada: John Wiley and Sons.

BOWMAN, C. 1998. *Strategy in practice*. Great Britain: Biddles.

BURNES, B. 1996. *Managing change: A strategic approach to organizational dynamics*, 2nd edition. Great Britain: Clays.

CHASE, R.B., AQUILANO, N.J. & JACOBS, F.R. 1998. *Production and Operations Management – Manufacturing and Services*, 8th edition. USA: Irwin McGraw-Hill.

CHRISTOPHER, M. 1998. *Logistics and supply chain management*, 2nd edition. Great Britain: Biddles.

COOPER, D.R. & SCHINDLER, P.S. 1998. *Business research methods*, 6th edition. Singapore: McGraw-Hill Book.

CORTADA, J.W. 2001. *21st Century business: Managing and working in the new digital economy*. USA: Prentice Hall.

COX, A. & HINES, P. 1997. *Advanced supply management: The best practice debate*. Great Britain: Bookcraft.

CRONJE, F.J., DU TOIT, G.S. & MOTLATLA, M.D.C. 2000. *Inleiding tot die bestuurswese*, 5de uitgawe. Kaapstad: Clyson Printers.

CUMMINGS, T.G. & WORLEY, C.G. *Essentials of organization development and change*. USA: South-Western College Publishing.

CUSHWAY, B. & LODGE, D. 1999. *Organizational behaviour and design*, 2nd edition. England: Biddles.

DAFT, R.L. 2000. *Management*, 5th edition. USA: Dryden Press.

DAVID, F.R. 1999. *Strategic Management Concepts*, 7th edition. New Jersey: Prentice Hall.

DAY, G.S., REIBSTEIN, D.J. & GUNTHER, R.E. 1997. *Wharton on dynamic competitive strategy*. USA: John Wiley and Sons.

DEPARTMENT OF AGRICULTURE. 2002. Agribusiness changes worldwide. *Agricultural News*, July 2002, no. 14, p. 8-9.

DEPARTMENT OF AGRICULTURE - DIRECTORATE AGRICULTURAL INFORMATION SERVICES. 2002. *Trends in the agricultural sector*. Pretoria: Department of Agriculture.

DE WIT, B. & MEYER, R. 1999. *Strategy process, content, context*. London: Thomson Business Press.

DIRECTORATE: AGRICULTURAL STATISTICS OF THE NATIONAL DEPARTMENT OF AGRICULTURE. 2002. *Abstract of agricultural statistics*. Pretoria: Department of Agriculture.

DIRECTORATE COMMUNICATION NATIONAL DEPARTEMENT OF AGRICULTURE. 2001. *Agricultural Digest of South Africa*. Pretoria: National Department of Agriculture.

DIRECTORATE STATISTICAL INFORMATION. 2001. *Department of Agriculture: Economic review of South African Agriculture*. Pretoria: National Department of Agriculture.

DOOLEY, D. 1990. *Social research methods*, 2nd edition. New Jersey: Prentice-Hall.

DU BRIN, A.J. 2000. *The active manager: how to plan, organize, lead and control your way to success*. USA: International Thomson Publishing.

DRUCKER, P.F. 1999. *Innovation and entrepreneurship*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

EIDMAN, V.R. 1995. The continuing search for relevance in agricultural economics. *American Journal of Agricultural Economics*, 1995, vol. 77, no. 5, p. 1083-1095.

EKSTEEN, F.R.L.N. & MILLER, H.R. 1995. *Ondernemingsbestuur 'n Inleiding*. Kaapstad: Nasionale Boekdrukkery.

FENYES, T.I. & MEYER, N.G. 1998. Agricultural policy and macroeconomic issues in South Africa in perspective. *Agrekon*, March 1998, vol. 37, no. 1, p. 63-80.

FLOOD, P., DROMGOOLE, F., CARROLL, S.J. & GORMAN, L. 2000. *Managing strategy implementation: An organizational behaviour perspective*. USA: Blackwell Publishers.

FRAZER, L. & LAWLEY, M. 2000. *Questionnaire design and administration*. Singapore: John Wiley and Sons.

FREDENDAL, L.D. & HILL, E.D. 2001. *Basics of supply chain management*. USA: St. Lucie Press.

FRY, F.L. & STONER, C.R. 1995. *Strategic planning for the new and small business*. USA: Upstart publishing company.

GATTORNA, J.L. & WALTERS, D.W. 1996. *Managing the supply chain: a strategic perspective*. Great Britain: Antony Rowe.

GENUS, A. 1995. *Flexible Strategic Management*. Great Britain: Alden Press.

GITMAN, L.J. 1998. *Principles of managerial finance*, 8th edition. USA: Addison-Wesley Longman.

GOMEZ-MEJIA, L.R., BALKIN, D.B. & CARDY, R.L. 1998. *Managing human resources*. USA: Prentice-Hall.

HARMON, F. 2001. *Business 2010: Five forces that will reshape business- and how to make them work for you*. USA: Kiplinger Washington Editors.

HEENE, A. & SANCHEZ, R. 1997. *Competence-based strategic management*. England: John Wiley & Sons.

HEILLRIEGEL, JACKSON, SLOCUM, STAUDE & ASSOCIATES. 2001. *Management*. New York: Oxford University Press.

HILL, C.W.L. 2001. *International business competing in the global marketplace*, 3rd edition. New York: Mc Graw-Hill.

HUGO, W.M.J., VAN ROOYEN, D.C. & BADENHORST, J.A. 1997. *Aankope- en materiaalbestuur*. Pretoria: Nasionale Boekdrukkery.

HUNGER, J.D. & WHEELLEN, T.L. 2001. *Essentials of strategic management*, 2nd edition. New Jersey: Prentice-Hall.

HUSSEY, D. 1999. *Strategy and planning: A manager's guide*. England: John Wiley and Sons.

JACKSON, D. 2000. *Becoming dynamic: Creating and sustaining the dynamic organization*. USA: St. Martin's Press.

JOHNSON, J.C. & WOOD, D.F. 1996. *Contemporary logistics*, 6th edition. USA: Prentice-Hall.

JOYCE, P. & WOODS, A. 1996. *Essential strategic management from modernism to pragmatism*. Great Britain: Hartnolls.

KELLY, K. 1998. *New rules for the new economy: ten radical strategies for a connected world*. USA: Penguin Group.

KILIAN, J. 2002. Positiewe betrokkenheid kan Zim-opsie hier keer. *Beeld*, 19 September 2002, p. 16.

KLUGER, M.P., BAKER, W.A. & GARVAL, H.S. 1998. *Strategic business planning*. USA: CWLA publications.

KOCH, R. 1995. *The Financial Times Guide To Strategy*. Great Britain: Bell and Bain.

KOHL, D.M. 2000. Global trends, changes, and implications to South African finance. *Agrekon*, December 2000, vol. 39, no. 4, p. 401-411.

KROON, J. 1996. *Algemene bestuur*, 3de hersiene uitgawe. Durban: Colorgraphic.

LAWLER III, E.E., MOHRMAN, S.A. & LEDFORD, G.E. 1998. *Strategies for high performance organizations – the CEO report: Employee involvement, TQM and reengineering programs in fortune 1000 corporations*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

LE PERE, G. 2002. Kalmte in Harare deksel op siendende kookpot. *Beeld*, 19 September 2002, p. 17.

LEVICKI, C. 1999. *The interactive strategy workout*. Great Britain: Redwood Books.

LEWIS, P.S., GOODMAN, S.H. & FANDT. 1998. *Management challenges in the 21st century*, 2nd edition. USA: International Thomson Publishing.

LOEWEN, J. 1998. *The power of strategy: A practical guide for South African managers*, 2nd edition. Cape Town: Creda Communications.

LYNCH, R. 2000. *Corporate strategy*, 2nd edition. England: Pitman Publishing.

MARTINS, J.H., LOUBSER, M. & VAN WYK, H.J. 1996. *Marketing research: A south African approach*. Western Cape: National book printers.

MARX, S., VAN ROOYEN, D.C., BOCH, J.K., REYNDERS, H.J.J. 1998. *Ondernemingsbestuur*, 2de hersiene uitgawe. Wes-Kaap: Nasionale Boekdrukkery.

MESCON, M.H., BOVEE, C.L. & THILL, J.V. 2002. *Business Today*, 10th edition. New Jersey: Prentice Hall.

MIDDLETON, J. 2000. *Writing the new economy: The ultimate e-business library*. UK: TJ Intrenational Ltd.

MINTZBERG, H. & QUINN, J.B. 1996. *The strategy process: concepts, context, cases*, 3rd edition. USA: Prentice-Hall.

MOHRMAN, S.A., GALBRAITH, J.A. & LAWLER, E.E. 1998. *Tomorrow's organization: Crafting winning capabilities in a dynamic world*. San Francisco: Jossey-Bass.

MONDY, R.W., NOE, R.M. & PREMEAUX, S.R. 1999. *Human Resource Management*, 7th edition. USA: Prentice Hall.

NASIONALE DEPARTEMENT VAN LANDBOU. 2000. *Landbou-Ekonomie Deel 3 Boerderybesigheidsbestuur*. Pretoria: Nasionale Departement van Landbou.

NATIONAL AGRICULTURAL MARKETING COUNCIL. 1998. *Annual report of the national agricultural marketing council*. Pretoria: Nasionale Departement van Landbou

NATIONAL AGRICULTURAL MARKETING COUNCIL. 1999. *Annual report of the national agricultural marketing council*. Pretoria: Nasionale Departement van Landbou.

NATIONAL AGRICULTURAL MARKETING COUNCIL. 1999. *Section 7 committee evaluating the deregulation process: The wheat to bread value chain*. Pretoria: Nasionale Departement van Landbou.

NUTHALL, P.L. 2001. Managerial ability- a review of its basis and potential improvement using psychological concepts. *Agricultural economics*, March 2001, vol. 24, no. 3, p. 247-262.

NUTHALL, P.L. & BENBOW, C. 1998. *Computer system uptake and use on New Zealand farms*. Canterbury: Lincoln.

OOSTHUIZEN, L.K. 1999. Agricultural economics, farm management and agribusiness: Combining the strengths and stretching the frontiers in Africa. *Agrekon*, December 1999, vol. 38, no. 4, p. 401-431.

ORTMANN, G.G. 2000. Use of information technology in South African agriculture. *Agrekon*, March 2000, vol. 39, no. 1, p. 33.

OSTROFF, F. 1999. *The horizontal organization: What the organization of the Future looks like and how it delivers value to customers*. USA: Oxford University Press.

PAKER, B. 1998. *Globalization and business practice: Managing across boundaries*. Great Britain: Butler and Tanner.

PEARCE, J.A. & ROBINSON, R.B. 1997. *Strategic management: Formulation, implementation, and control*, 6th edition. USA: McGraw-Hill.

PEARCE, J.A. & ROBINSON, R.B. 2000. *Strategic management: Formulation, implementation and control*, 7th edition. USA: McGraw-Hill.

PENG, M.W. 2000. *Business strategies in transition economies*. USA: Sage Publications.

PIETERS, G.R. & YOUNG, D.W. 2000. *The ever-changing organization: Creating the capacity for continuous change, learning and improvement*. USA: St. Lucie Press.

RILEY, M., WOOD, R.C., CLARK, M.A., WILKIE, E. & SZIVAN, E. 2000. *Researching and writing dissertations in business and management*. Croatia: Zrinski.

ROBERT, M. 1998. *Strategy pure and simple: How winning companies dominate their competitors*. USA: R.R. Donnelley & Sons Company.

ROUSE, W.B. 1998. *Don't jump to solutions: Thirteen delusions that undermine strategic thinking*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

STACEY, R.D. 1996. *Strategic management and organizational dynamics*, 2nd edition. Great Britain: Pitman Publishing.

STATISTICS SOUTH AFRICA & NATIONAL DEPARTMENT OF AGRICULTURE. 2000. *Employment trends in agriculture in South Africa*. Pretoria: Statistics South Africa.

STEENKAMP, E. & KRISTEN, J.F. 2000. Review the achievements of South African agricultural exports between 1988 and 1997. *Agrekon*, 2000, vol. 39, no. 2, p. 174-192.

STEYN, A.G.W., SMIT, C.F., DU TOIT, S.H.C. & STRASHEIM, C. 1995. *Moderne statistiek vir die praktyk*, 5de uitgawe. Kaapstad: Nasionale Boekdrukkery.

STOCK, J.R. & LAMBERT, D.M. 2001. *Strategic logistics management*. 4th edition. United States: McGraw-Hill.

THEUNISSEN, P. 2001. Farm management in four easy steps. *Farm management*, September 2001, p. 50.

THOMPSON, A.A. & STRICKLAND, A.J. 2001. *Strategic management: Concepts and cases*. USA: McGraw-Hill.

THOMPSON, J.L. 2001. *Strategic management*, 4th edition. Italy: G. Canale & C.

VAN REENEN, M.J. & DAVEL, J.A.H. 1987. *Boerderybestuur: 'n Sakebenadering*. Pretoria: Sigma-Pers.

VAN ZYL, J. 2002. Nuwe aangesig, nuwe uitdagings. *Finansies en Tegniek*, April 2002, p. 38,51.

VERDIN, P. & VAN HECK, N. 2001. *From local champions to global masters: A strategic perspective on managing internationalization*. Great Britain: Print and Design.

VINK, N. 2000. *Farm profitability and the cost of production inputs in South African agriculture*. Suid-Afrika: Nasionale Boekdrukkery.

VOGT, J.J., PIENAAR, W.J. & DE WIT, P.W.C. 2002. *Business logistics management theory and practice*. Southern Africa: Clyson Printers.

WHEELEN, T.L. & HUNGER, J.D. 1998. *Strategic management and business police entering 21st century global society*. 6th edition. USA: Addison-Wesley Longman.

WICKHAM, P.A. 1998. *Strategic entrepreneurship*. Great Britain: Clays.

WILD, J.J., WILD, K.L. & HAN, J.C.Y. 2001. *International business: An integrated approach*. New Jersey: Prentice-Hall.

WOOD, I.M. 2000. *The bucks start here: How great digital companies create lasting business value*. USA: T.J. International.

ZIKMUND, W.G. & D'AMICO, M. 2001. *Marketing: Creating and Keeping Customers in an e-commerce World*, 7th edition. USA: South-Western College Publishing.

ZIKMUND, W.G. 2000. *Business research methods*, 6th edition. USA: Harcourt College Publishers.

AANHANGSEL A

Finale vraelys





Universiteit van Pretoria

Pretoria 0002 Republiek van Suid-Afrika Tel (012) 4204111
<http://www.up.ac.za>

Fakulteit Ekonomiese en
 Bestuurswetenskappe

v1

--	--	--

1-3

**’N ONDERSOEK NA STRATEGIESE BOERDERYBESTUUR IN
 ’N VERANDERENDE OMGEWING**

Geagte Respondent

Dié vraelys sal ’n bydrae vorm tot die fundering van en navorsing oor die strategiese bestuur van die boerdery-onderneming.

Die inligting en opinie wat u verskaf is van besondere waarde en u samewerking word op prys gestel.

ALLE INLIGTING IS STRENG VERTROULIK.

Ane-lize du Plessis

Tel: (H) 013 261 2729

Cell 082 953 9880

E-pos rduplessis@freemail.absa.co.za

INSTRUKSIES VIR VOLTOOIING VAN DIE VRAELYS:

’n Vyfpuntskaal se beoordelingsnorme word deurgaans as volg toegepas:

Nooit	1
Swak	2
Mindere	3
Meerdere	4
Uitstekend	5

Trek ’n kruis bo-oor die nommer van die antwoord.

Die doel van die volgende vrae is om ’n aanduiding te kry van die mate waarin u **Strategiese Bestuur** in u boerdery-onderneming toepas.



Die strategiese bestuursproses bestaan uit sewe bestuurstake naamlik:

- Formulering van `n visie en missie
- Die stel van doelwitte
- Analise van die interne omgewing
- Analise van die eksterne omgewing
- Formulering van `n strategie
- Implementering van die strategie
- Evaluering van die prestasie

Hierdie take sal vervolgens ondersoek word.

AFDELING A

FORMULEER `N MISSIE

Die missie van die boerdery-onderneming identifiseer die kernbesigheid. `n Missie se fokus is op die hede (wie jy is en wat jy doen). `n Goeie missie identifiseer die boerdery-onderneming se basiese produkte of dienste, die primêre mark wat bedien word, ondernemingsdoelstellings, ondernemingsfilosofie en die onderneming se beeld na buite.

1. Tot watter mate formuleer u `n missie vir u boerdery-onderneming?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v2 4

2. Tot watter mate vergelyk u boerdery-onderneming se missie aan die vereistes van `n goeie missie?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v3 5

FORMULEER `N VISIE

`n Visie is `n padkaart van dit wat die boerdery-onderneming in die toekoms wil bereik. Die fokus van die visie is in die toekoms. (`n Visie voorsien langtermyn rigting, skets wat die boerdery-onderneming in die toekoms wil bereik en gee `n sin vir doelgerigte aksie).

3. Tot watter mate het u `n visie vir u boerdery-onderneming geformuleer?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v4 6

4. Tot watter mate vergelyk u boerdery-onderneming se visie aan die vereistes van `n goeie visie?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v5 7



STEL DOELWITTE

Doelwitte omskep die visie in spesifieke resultate wat die boerdery-onderneming wil bereik. Dit funksioneer soos 'n meetstok waarteen die boerdery-onderneming se prestasie en vordering gemeet kan word.

5. Tot watter mate stel u doelwitte vir die boerdery-onderneming?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v6 8

6. Tot watter mate omskryf die doelwitte van u boerdery-onderneming, die resultate wat u boerdery-onderneming wil bereik?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v7 9

ANALISEER DIE EKSTERNE OMGEWING

Die makro-omgewing omvat alle **eksterne invloede** waarmee die onderneming te doen kry en wat **nie binne sy direkte invloedssfeer** val nie, soos die:

- ekonomiese omgewing,
- sosiale omgewing (kultuur, demografie, omgewingsake),
- politieke omgewing (owerheid),
- tegnologiese omgewing,
- mededingende omgewing (mededinging, verskaffers substituuat produkte, verbruiker, nuwe toetreders)

7. Tot watter mate versamel u boerdery-onderneming inligting in oor die **dominante ekonomiese faktore** in die landboubedryf?

(bv. Dominante ekonomiese faktore is: die grootte van die mark, groeikoers van die mark, hoeveelheid ondernemings in die bedryf, gemak van toetrede, hoeveelheid kopers en verkopers, tempo waarteen tegnologie verander)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

v8 10



8. Tot hoe `n mate bepaal u boerdery-onderneming hoe sterk die volgende mededingende kragte in die landboubedryf is?

Hoe sterk is:

8.1 Bedreiging van nuwe toetreders tot die landboubedryf?	1	2	3	4	5	V9	<input type="text"/>	11
8.2 Onderhandelingsmag van kopers?	1	2	3	4	5	V10	<input type="text"/>	12
8.3 Onderhandelingsmag van verskaffers?	1	2	3	4	5	V11	<input type="text"/>	13
8.4 Bedreigings van substituuatprodukte?	1	2	3	4	5	V12	<input type="text"/>	14
8.5 Mededinging tussen mededingende boerdery-ondernemings?	1	2	3	4	5	V13	<input type="text"/>	15

9. Tot watter mate sanel u boerdery-onderneming inligting in oor: dié faktore wat verantwoordelik is vir verandering in die mededingende omgewing?

(bv. Faktore: globalisering van die industrie, verandering van verskaffers, verandering in verbruikers innovasie van produkte, verandering in tegnologie, toetrede of onttrekking van groot ondernemings, verandering in die owerheid se regulasies en wetgewing)

1 2 3 4 5 V14 16

10. Tot watter mate identifiseer u die boerdery-onderneming se sterkste en swakste mededinging?

1 2 3 4 5 V15 17

11. Tot watter mate kan u die volgende beweging van u mededinging voorspel?

1 2 3 4 5 V16 18

12. Tot watter mate kan u die sleutelfaktore vir sukses in die boerdery-onderneming identifiseer?

(bv. Sleutelfaktore vir sukses: Produk eienskappe, bekwaamhede, mededingende vaardighede en markprestasie wat die grootste direkte verband op die winsgewendheid van die boerdery-onderneming het)

1 2 3 4 5 V17 19



13. Tot watter mate voorspel u die landboubedryf se vooruitsigte en algehele aantreklikheid vir die toekoms?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V18 20

INTERNE OMGEWING

Die interne omgewing analiseer onder andere die boerdery-onderneming se bestuur-, bemarking-, finansies-, produksie-, navorsing- en ontwikkeling- asook die inligtingstelsel. Dié omgewing kan regstreeks of onregstreeks deur bestuur beïnvloed word.

14. Tot watter mate identifiseer u die volgende:

14.1 Sterkpunte van u boerdery-onderneming	1	2	3	4	5
14.2 Swakpunte van u boerdery-onderneming	1	2	3	4	5
14.3 Geleenthede in die landboubedryf	1	2	3	4	5
14.4 Bedreigings in die landboubedryf	1	2	3	4	5

V19 21

V20 22

V21 23

V22 24

15. Tot watter mate bepaal u boerdery-onderneming die koste van die funksies en aktiwiteite om die produk of diens effektief van die plaas tot by die verbruiker te kry?

(Funksies soos: aankope, vervaardiging, fisiese distribusie, verkope en bemarking, diens.

Aktiwiteite soos: navorsing, menslikehulpbronne, tegnologie, administrasie)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V23 25

16. Tot watter mate vergelyk u dié koste (vraag 15) met die mededinging se koste?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V24 26

17. Tot watter mate bepaal u of u boerdery-onderneming se mededingende posisie besig is om te verbeter of te verswak teenoor die mededinging?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V25 27



18. Tot watter mate vergelyk u, u boerdery-onderneming se sleutelfaktore vir sukses met die van u mededinging sin?

(bv. **Sleutelfaktore vir sukses** is produk eienskappe, bekwaamhede, mededingende vaardighede en markprestasie met die grootste direkte verband op die winsgewendheid van die boerdery-onderneming)

1	2	3	4	5	V26	<input type="text"/>	26
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

19. Tot watter mate bepaal u strategiese uitdagings en probleme wat moontlike struikelblokke tot toekomstige sukses van die boerdery-onderneming kan inhou?

(bv. **Uitdagings en probleme:** Nuwe innovasie van produkte, globalisering, nuwe regulasies)

1	2	3	4	5	V27	<input type="text"/>	29
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

FORMULEER 'N STRATEGIE

Strategie formulering is die proses om 'n strategie te formuleer wat lei tot 'n wesenlike mededingende voordeel. 'n Strategie is die wyse waarop langtermyn doelwitte bereik gaan word - byvoorbeeld, geografiese uitbreiding, diversifikasie, oorname en mark penetrasie.

20. Formuleer u 'n strategie vir u boerdery-onderneming?

Ja	1	V28	<input type="text"/>	30
Nee	2			

21. Formuleer u 'n geskrewe strategie vir u boerdery-onderneming?

Ja	1	V29	<input type="text"/>	31
Nee	2			



Indien u NIE 'n geskrewe strategie formuleer nie – Beantwoord vraag 22

22. Waarom formuleer u nie 'n geskrewe strategie nie?
(Kies die antwoorde wat van toepassing is)

22.1 Strategiese bestuur neem te veel tyd in beslag		V30	<input type="checkbox"/>	32
22.2 Het nie genoeg kennis van strategiese bestuur nie		V31	<input type="checkbox"/>	33
22.3 Die onderneming pas by die veranderende omgewing aan - eers wanneer dit reeds verander het.		V32	<input type="checkbox"/>	34
22.4 Ander – spesifiseer		V33	<input type="checkbox"/>	35

Indien u 'n geskrewe strategie formuleer – Beantwoord vraag 23

23. Tot watter mate ontleed u die strategie van die boerdery-onderneming?

1	2	3	4	5	V34	<input type="checkbox"/>	36
---	---	---	---	---	-----	--------------------------	----

24. Tot watter mate is die strategie versoenbaar met die visie, missie, doelstellings, saketerrein en sake-omgewing?

1	2	3	4	5	V35	<input type="checkbox"/>	37
---	---	---	---	---	-----	--------------------------	----

25. Tot watter mate vergelyk u die geleenthede en bedreigings in die landboubedryf met u boerdery-onderneming se sterk- en swakpunte?

1	2	3	4	5	V36	<input type="checkbox"/>	38
---	---	---	---	---	-----	--------------------------	----

26. Tot watter mate kan u bepaal of u die volgende strategieë moet implementeer?

26.1 Handhawingstrategie (<i>behou status quo</i>)	1	2	3	4	5	V37	<input type="checkbox"/>	39
26.2 Inkortingstrategie (<i>inkorting van sakebedrywighede</i>)	1	2	3	4	5	V38	<input type="checkbox"/>	40
26.3 Groeistrategie (<i>markontwikkeling, produkmodifikasie</i>)	1	2	3	4	5	V39	<input type="checkbox"/>	41



IMPLEMENTERING EN UITVOERING VAN DIE STRATEGIE

Implementering is die somtotaal van aktiwiteite en besluite wat nodig is om die **strategiese plan** uit te voer. Die strategie word uitgevoer deur die ontwikkeling van programme, prosedures en begrotings. Die uitvoering van die strategie is die toesighouding oor die nastrewing van die strategie.

27. Tot watter mate is daar 'n verbintenis tot deurlopende verbetering in die onderneming?

1	2	3	4	5	V40	<input type="text"/>	42
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

28. Wanneer die strategie geïmplementeer word:
Tot watter mate is daar 'n beleid en prosedure in plek sodat die werknemers weet hoe die handeling en aktiwiteit uitgevoer moet word?

1	2	3	4	5	V41	<input type="text"/>	43
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

29. Tot watter mate is daar 'n strategie-ondersteunende vergoedingstelsel in plek?

('n Strategie-ondersteunende vergoedingstelsel gee erkenning aan werknemers wat hulle prestasie resultate bereik)

1	2	3	4	5	V42	<input type="text"/>	44
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

30. By die implementering van die strategie:
Tot watter mate bepaal u of die nuwe strategiese plan finansiële haalbaar en wesenlik is?

1	2	3	4	5	V43	<input type="text"/>	45
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

EVALUERING VAN DIE STRATEGIE

Evalueer prestasie, monitor nuwe verwikkelinge en inisieer regstellende veranderings.

31. Tot watter mate het u huidige inligtingstelsels die vermoë om voldoende terugvoering te gee oor die aktiwiteite en prestasie voortvloeiend uit die nuwe strategie?

1	2	3	4	5	V44	<input type="text"/>	46
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----

32. Tot watter mate kan prestasieresultate vasgepen word per gebied, eenheid, afdeling, projek of funksie?

1	2	3	4	5	V45	<input type="text"/>	47
---	---	---	---	---	-----	----------------------	----



33. Hoe het die boerdery-onderneming die afgelope jaar presteer in terme van winsgewendheid?

33.1 Verbeter	1
33.2 Dieselfde	2
33.3 Verswak	3
33.4 Onseker	4

V46 48

34. Tot watter mate sal strategiese bestuur die prestasie - in terme van winsgewendheid - in u boerdery-onderneming verbeter?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V47 49

35. Tot watter mate bestaan daar beheermaatregte om te verseker dat die werklike prestasie van die onderneming in ooreenstemming met die kort- en langtermyn doelwitte is?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V48 50

36. Indien daar 'n koersafwyking is wanneer die strategie geïmplementeer word, tot watter mate word regstellende optrede geïnisieer?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

V49 51

37. Gee u geakkrediteerde opleiding aan u werknemers?
(Geakkrediteerde opleiding is opleiding wat by 'n SETA geregistreer is)

Ja	1
Nee	2

V50 52



AFDELING B
Houding teenoor strategiese bestuur

Die doel van die volgende vraag is om 'n aanduiding te kry van u houding teenoor strategiese bestuur.

'n Vyfpuntskaal se beoordelingsnorme is soos volg toegepas:

Onbelangrik	1
Minder belangrik	2
Redelik belangrik	3
Baie belangrik	4
Noodsaaklik	5

38. Tot watter mate is elkeen van die volgende elemente van strategiese bestuur vir u belangrik in die bestuur van u boerdery-onderneming?

38.1 Formuleer 'n missie en visie	1	2	3	4	5	V51	<input type="text"/>	53
38.2 Stel doelwitte	1	2	3	4	5	V52	<input type="text"/>	54
38.3 Analiseer die eksterne omgewing	1	2	3	4	5	V53	<input type="text"/>	55
38.4 Analiseer die interne omgewing	1	2	3	4	5	V54	<input type="text"/>	56
38.5 Formuleer 'n strategie	1	2	3	4	5	V55	<input type="text"/>	57
38.6 Implementeer die strategie	1	2	3	4	5	V56	<input type="text"/>	58
38.7 Evalueer die strategie	1	2	3	4	5	V57	<input type="text"/>	59

AFDELING C
Biografiese inligting

39. Posisie in die onderneming?

Topbestuur	1	V58	<input type="text"/>	60
Middelbestuur	2			
Toesighouer	3			

40. Hoeveel jaar ondervinding het u in die bestuur van 'n plaas?

Geen	1	V59	<input type="text"/>	61
1 – 5	2			
6 – 10	3			
11 – 15	4			
16 en meer	5			



41. Hoogste kwalifikasie verwerf.

Laer as Matriek	1	V60 <input type="checkbox"/> 62
Matriek	2	
Diploma / Beroepskwalifikasie	3	
Graad	4	
Nagraadse kwalifikasie	5	

42. Het u kennis van strategiese bestuur?

Ja	1	V61 <input type="checkbox"/> 63
Nee	2	

43. Dui die kategorie van u ouderdom aan.

Jonger as 25	1	V62 <input type="checkbox"/> 64
26 tot 35	2	
36 tot 45	3	
46 tot 55	4	
56 en ouer	5	