

Hoofstuk 4: Navorsing en die aanbieding van data en inligting

1 Wat is Besigheidskommunikasie?

Wanneer ons dink aan die term Besigheidskommunikasie, kan ons aan verskeie voorbeelde dink:

- Die brief wat die bestuurder se Persoonlike Assistent (PA) aan 'n personeellid stuur
- Die Jaarverslag wat die Direkteure aan die aandeelhouers uitreik
- Die advertensie op TV of in die koerant of die sms/e-pos wat aan kliënte gestuur word om die besigheid of sy produkte of dienste te adverteer
- Die e-pos tussen kollegas wat idees uitruil of 'n vergadering bevestig, ens.

Die term *Besigheidskommunikasie* bestaan uit twee begrippe, nl. *Besigheid* en *Kommunikasie*. Besigheidskommunikasie kan dus gedefinieer word as alle kommunikasie wat plaasvind in enige besigheidskonteks. Dit sluit in interne kommunikasie, sowel as eksterne kommunikasie.

Wat presies word dan bedoel met die konsep, Kommunikasie? Kommunikasie is 'n tweerigting-proses

waar inligting deur een persoon of groep gestuur word en deur 'n ander persoon of groep ontvang en geïnterpreteer word. Hierdie ontvanger(s) kan dan terugvoer gee rakende die oorspronklike boodskap (of dalk nie).

Ongelukkig is daar dikwels 'n "filter" tussen die boodskap wat gestuur is en die een wat ontvang is, sodat die boodskap misverstaan word en dit veroorsaak dus dat die kommunikasie minder effektief is. In sommige gevalle mag dit selfs lei tot konflik wat 'n negatiewe uitwerking kan hê op die sukses van die onderneming. Dit is belangrik dat mense altyd bewus is van verskillende soorte filters wat kan lei daartoe dat die boodskap verkeerd opgeneem word. Filters kan die volgende insluit:

- **Taalprobleme:**
 - Te dikwels gebruik mense registers (spesiale woorde of tegniese taal), sleng (informele taal) of akronieme ('n nuwe woord wat gevorm word uit die eerste letters van ander woorde) wat spesifieke taalgebruik is van 'n sekere groep mense en hulle neem dan aan dat almal die gesprek sal verstaan. Kyk of jy die volgende sin kan verstaan: *Volgens VIS'e, is daar lekker taksonomieë om te sien hoe taai 'n toets is:*
 - *VIS'e = Vakinhoudspesialiste (bv. onderwysers) → Akroniem*
 - *Taksonomieë = sisteme, metodes → register (Jargon in Engels)*
 - *Lekker = goed → sleng*
 - *taai = moeilik → sleng*
 - *Vertaal in goeie Afrikaans → Volgens onderwysers is daar goeie sisteme wat gebruik kan word om te sien hoe moeilik 'n toets is.*

- In Suid-Afrika waar ons elf offisiële tale het, moet Besigheidskommunikasie meestal plaasvind in Engels. Omdat Engels egter nie almal se moedertaal is nie, kan misverstande soms plaasvind. Dit kan deur 'n paar voorbeelde geïllustreer word:



Afgelaai van <http://www.pinterest.com/pin/410531322253131124/> op 10 Julie 2014.

Die aanname is dat hierdie entrepreneur hopelik/waarskynlik wou sê: Effens **BESKADIGDE** toiletrolle?

'n Tweede voorbeeld van 'n probleem veroorsaak deur taalkwessies in die kommunikasieproses, word

dikwels aangehaal: Toe KFC (Kentucky Fried Chicken) aan die begin toegetree het tot die Chinese mark vir kitskos, wou hulle die slagspreuk van "finger lickin' good" vertaal, maar tot hul ontsteltenis is dit vertaal tot iets wat "eat your fingers off" beteken.

En dan is daar hierdie probleem met kommunikasie: Dit is nie duidelik wat hierdie boodskap behoort te wees nie ... 😊



Afgelaai van

<http://www.travelground.com/blog/funny-signs-spotted-south-africa/> op 10 Julie 2014.

Aktiwiteit 1:

Google die frase "language barriers in a business situation". Kies twee voorbeelde van probleme wat regtig voorgekom het en verduidelik hoe hierdie probleme verhoed kon word.

- Behalwe die taalprobleem is daar ander filters wat kan lei tot die misverstaan van die boodskap, bv. **Kulturele verskille**. 'n Kollega kan byvoorbeeld vir iemand in sy/haar afdeling 'n toebroodjie uit sy/haar kospakkie aanbied. As die toebroodjie egter "ham, kaas en tamatie" op het, kan jy jou voorstel hoe ontsteld en geaffronteerd die persoon sal wees as hy/sy Joods of 'n Moslem is en hulle eet glad nie varkveis nie?

- **Fisiese geraas** kan ook 'n probleem wees in die kommunikasieproses aangesien dit letterlik beteken dat die boodskap nie korrek gehoor word nie. Fisiese geraas beteken meer as slegs harde musiek of geraas deur masjiene; dit is enige fisiese probleem wat konsentrasie bemoeilik, bv. swak beligting, uiterste temperature of selfs 'pop-ups' op die internet wat die persoon, wat probeer konsentreer, se aandag aflei.
- **Fisiologiese faktore** kan ook inmeng met die kommunikasieproses. Hoe effektief is leer en onderrig in die klaskamer as die leerder honger of moeg is of siek voel?

2 Die belang van Besigheidskommunikasie

Kommunikasie speel 'n belangrike rol in byna elke aspek van die lewe. 'n Persoon se vermoë om homself/haarself uit te druk sal 'n direkte impak hê op sy/haar werkverrigting. Dink aan die volgende voorbeelde:

- 'n Baba huil. Dit is omdat hy/sy honger of dors is, 'n skoon doek benodig, oorpyn het of miskien kry hy/sy warm. Die baba se onvermoë om die probleem te kan uiter, maak dit moeilik vir die oppasser om die probleem op te los.
- 'n Student wat klasse moet bywoon en toetse skryf in 'n taal waarin hy/sy nie vlot is nie, kan nie goed presteer nie, alhoewel hy/sy baie intelligent is.
- Wanneer jy 'n ander land besoek waar 'n taal wat jy nie verstaan nie, gepraat word, hoe sal jy vir aanwysings na die lughawe kan vra as jy verdwaal het en slegs beperkte tyd het om jou vlug te haal?

Maar hoekom is goeie Kommunikasievaardighede belangrik in die besigheidswêreld?

Duidelike en verstaanbare kommunikasie laat jou toe om jou idees oor te dra aan jou teikengehoor.

Dit kan onder andere die volgende moontlikhede insluit:

- Die Direksie wat terugvoer gee aan die aandeelhouers oor die prestasie van die besigheid in die Algemene Jaarverslag, of by die Algemene Jaarvergadering (AGM/AJV).
- 'n Bestuurder wat 'n taak delegeer aan 'n werknemer (vir hom/haar sê wat om te doen, hoe om dit te doen en teen wanneer dit gedoen moet wees).
- 'n Werknemer wat terugvoer gee aan sy toesighouer/bestuurder van 'n taak wat afgehandel is of dalk van probleme wat tydens die uitvoering daarvan ondervind is.
- Die entrepreneur wat aansoek doen vir fondse by die bank en 'n sakeplan voorlê om te toon dat dit 'n moontlike en lewensvatbare besigheidsidee is.
- Die Bestuur wat die visie (of dalk 'n visieverandering) aan die werknemers kommunikeer om seker te maak dat almal sal in-koop.
- Die Bemerkingsafdeling wat met die teikenmark d.m.v. 'n advertensieveldtog kommunikeer om die produk/diens of die algehele handelsmerk/-naam van die besigheid te bevorder.

3 Verskillende vorme van Besigheidskommunikasie

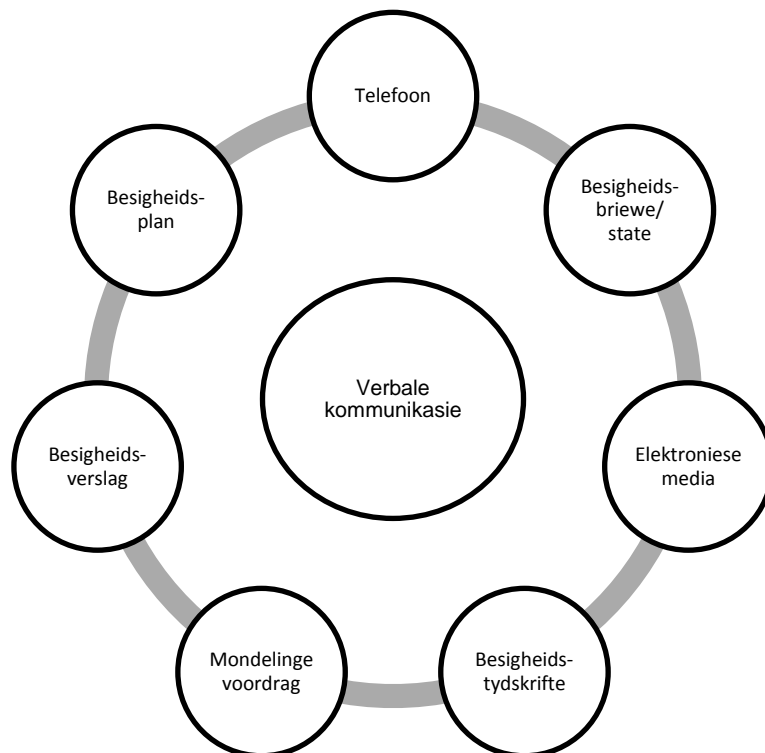
Ongeag of die kommunikasie gerig is op 'n eksterne of interne gehoor, is dit krities dat die kommunikasie akkuraat en gepas moet wees om die risiko van misverstande en verwarring te voorkom, omdat dit kan lei tot disfunksionele konflik.



Kommunikasie kan verbaal of nie-verbaal wees. Verbale kommunikasie verwys nie net na mondelinge kommunikasie nie (d.w.s. die gesproke woord), maar sluit ook ander vorms van kommunikasie in waar woorde (gesproke of geskrewe) gebruik word om die boodskap oor te dra.

Nie-verbale kommunikasie aan die anderkant, gebruik geen woorde as kommunikasie nie en kan liggaamstaal of verskeie grafiese vorme insluit.

3.1 Verbale kommunikasie:



- 3.1.1 Telefoniese kommunikasie, bv. tussen kliënte en inbelsentrums is belangrik. Dit gee die besigheid die moontlikheid om nuwe kliënte te vind (wie het nog nie 'n oproep van 'n selfoonmaatskappy gekry wat jou probeer oorrede om oor te skakel na hulle nie?), om terugvoer te gee aan huidige kliënte of om kliënte toe te laat om in te bel en inligting te verkry oor produkte of dienste.
- 3.1.2 Besigheidsbriewe of -state word gepos aan kliënte om aan hulle inligting te gee (bv. die bedrag wat agterstallig is op 'n rekening of oor die bekendstelling van 'n nuwe produk) of om inligting te kry van kliënte (bv. voltooi asseblief die volgende om jou nuwe inligting te verskaf indien enigiets verander het).
- 3.1.3 Elektroniese media soos byvoorbeeld e-posse, sms'e, twitter en facebook word al hoe meer gebruik om sekere produkte bekend te stel of om *aansporings* te skep waar mense 'n beloning ontvang as hulle praat oor produkte of oor die besigheid, bv. mense kry afslag vir verwysings.
- 3.1.4 Besigheidstydskrifte of advertensies beland dikwels in ons posbusse of word in die winkel aan ons gegee. Dink aan Dischem wat 'n tydskrif druk met allerlei brokkies inligting wat verband hou met gesondheidsaspekte en gee dit dan aan kliënte in die winkel as deel van die bevordering van algemene gesondheid, maar ook om sommige van die produkte wat hulle verkoop te adverteer.
- 3.1.5 Mondelinge aanbiedings met skyfievertonings en/of pamflette word dikwels in die besigheid gebruik om mense in kennis te stel van komende gebeurtenisse of om terugvoer te gee oor sekere kwessies. Een van die grootste probleme met aanbiedings is dat mense dikwels nie weet hoe om hul skyfies te ontwerp nie. Kom ons hersien 'n paar reëls rakende 'n skyfievertoning:
- Gebruik EEN idee per skyfie. Te veel inligting veroorsaak dat die gehoor probeer om die skyfie te lees eerder as om te luister na wat verduidelik word.
 - Gebruik grafika en kleur, maar wees versigtig dat die animasies nie so fassinerend is dat die mense vergeet om te luister na die boodskap nie.
 - Gebruik praktiese voorbeelde om jou punt verder te illustreer. Mense is geneig om iets beter te verstaan as 'n voorbeeld gebruik word om te verduidelik wat bedoel word.
 - Nie-verbale instrumente soos grafieke, tabelle en diagramme, ens. is handig om 'n saak te illustreer. Jy ken tog die uitdrukking: 'n prent is 'n duisend woorde werd... Gebruik dit!
 - 'n Skyfievertoning is nie 'n verskoning vir die aanbieder om vir die gehoor te lees nie. Die aanbieder moet die inhoud goed genoeg ken om te kan voortgaan selfs tydens 'n kragonderbreking!
 - KISS – Keep it short and simple! / BEK – Bly eenvoudig en kort!
- 3.1.6 'n Besigheidsverslag is 'n metode om inligting oor 'n spesifieke onderwerp te organiseer en aan te bied vir 'n spesifieke gehoor, om 'n spesifieke uitgangspunt te verwoord en om aanbevelings te maak rakende die oplossing van 'n probleem. Om die leser(s) te help om die boodskap te verstaan het die besigheidsverslag 'n spesifieke struktuur:

- Dit word gerig aan ... ('n spesifieke persoon of 'n groep mense wat die geskrewe verslag aangevra het).
- Die onderwerp word ooglopend aangedui. Bestuurders kry dikwels elke maand 'n aantal verslae en as hy/sy 'n spesifieke verslag verlang, maak dit dinge makliker as hulle kan kyk na die onderwerp as opskrif.
- Dit sal begin met 'n inleiding. 'n Inleiding stel die leser bekend aan die verslag; dit dien as *inleier* tot die verslag. Dit lig die leser in oor dit WAT bespreek word en die DOEL van die verslag (die nut daarvan). 'n Goeie inleiding beteken NIE OM DIE VRAAG TE HERHAAL NIE. Al hierdie klink dalk baie verwarrend en is dalk makliker om te verstaan wanneer dit geïllustreer word met 'n praktiese voorbeeld.

Voorbeeld:

David het pas sy 50ste verjaarsdag gevier en het besluit dit is tyd om af te tree. Hy het 'n stewige som geld gespaar terwyl hy gewerk het en toe sy ouma dood is 'n paar jaar tevore, het sy ongeveer 3 miljoen Rand aan hom nagelaat. Na sorgvuldige oorweging het David besluit om 'n Gastehuis te open. Hy sal dit 'Gastehuis op Groovystraat' (GOGS) noem.

David het nog nooit sy eie besigheid besit nie en alhoewel hy hou van die idêe daarvan om 'n entrepreneur te wees, is hy realisties en weet hy dat hy 'n paar uitdagings die hoof sal moet bied om 'n suksesvolle gastehuis te vestig.

GEVRA:

David het jou as besigheidskonsultant gevra, om hom te help. Jou eerste taak is om die omgewing waarin GOGS sal funksioneer te analiseer en hom te waarsku teen baie moontlike etiese slaggate wat hy in sy nuwe besigheid kan teëkom.

'n Moontlike inleiding:

Rakende: 'n Analise van die omgewings waarin 'n nuwe gastehuis sal funksioneer.

Vele entrepreneurs het al misluk in hul pogings om 'n suksesvolle nuwe besigheid te vestig, omdat nie genoegsame navorsing rakende die besigheidsomgewing waarin die onderneming moet meeding, gedoen is nie. 'n SSGB-analise is 'n nuttige instrument om die interne sterkpunte en swakpunte te identifiseer, sowel as die eksterne geleenthede en bedreigings wat die besigheid kan teëkom. Dit laat ook die entrepreneur toe om verskillende strategieë te bedink om die negatiewe te oorkom (wat o.a. etiese dilemmas kan insluit), terwyl op die positiewe elemente gefokus word.

Aktiwiteit 2:

In groepe van drie tot vier, formuleer minstens DRIE verskillende inleidende stellings vir die bogenoemde vraag. Lees dan jou groep se inleidings aan die res van die klas om kommentaar daarop te lewer.

- Jou verslag moet onderteken en gedateer word: Die persoon wat die verslag opstel, behoort dit te teken om aan te toon dat dit sy/haar siening van die probleem is. Die datum is belangrik aangesien daar veranderinge in die omstandighede kan wees, bv. in die verslag verwys die skrywer na 'n inflasiekoers van 6% en dus word 'n sekere aanbeveling gemaak. As daar geen datum is nie en die verslag word gelees op 'n later stadium wanneer die inflasiekoers verander het, sal dit geen sin maak vir die leser oor hoekom seker stellings gemaak is nie.
- Die liggaam (hoofdeel): dit gee al die feite terwyl opskrifte en sub-opskrifte gebruik word waar nodig.
- 'n Gevolgtrekking sal jou mening oor die kwessie opsom en aanbevelings doen om die probleem op te los. Dit moet natuurlik nie verhoed dat jy deurgaans aanbevelings maak wanneer jy 'n probleem aanspreek nie.

Bykomende wenke en raad vir die beantwoording van 'n besigheidsverslag:

- *Onthou om jou stellings te motiveer. Aangesien jy nie teenwoordig is wanneer die persoon die verslag lees nie, kan die persoon dus nie vra HOEKOM jy iets gesê of aanbeveel het nie. Jou antwoorde moet in so 'n mate gemotiveerd wees dat dit nie nodig sal wees vir die leser om HOEKOM te vra nie.*
- *Die vraag wat aan jou gegee is, sal binne 'n spesifieke konteks wees. Maak seker dat jy toepaslike voorbeelde vanuit hierdie konteks gebruik om die gehalte van jou antwoord te verhoog. As ons dus byvoorbeeld dink aan die vraag hierbo waar David 'n gastehuis wil begin, moet jy spesifieke kwessies insluit wat in hierdie tipe situasie kan voorkom. Sodanige voorbeelde kan insluit:*
 - *Die huidige tendense met betrekking tot toerisme in Suid-Afrika*
 - *Moontlike gebeurtenisse (bv. komende sportwedstryde of wêreldkonferensies wat hier gehou gaan word) wat dalk besoekers na die gebied sal lok,*
 - *Die huidige rentekoers indien David dalk meer kapitaal moet leen.*
 - *Ekonomiese omstandighede, d.i. dreigende resessie en dus minder beskikbare inkomste vir luuksheid soos vakansies en gastehuse.*
 - *Boetes/strafmaatreëls van SAID indien David skuldig bevind word aan belastingontduiking*
 - ...

- *Gebruik teoretiese kennis en ook kennis van die tipe probleme wat in hierdie industrie voorkom om ...*
- *Organiseer jou feite om samehang tussen ...*
- *Gebruik vak kennis vanuit ...*

Aktiwiteit 3:

Kom ons veronderstel dat wat nou volg 'n uittreksel is uit 'n besigheidsverslag soos geskryf deur een van jou klasmaats. Hoe sal punte toegeken word volgens die LOT (laer orde denke)- en HOT (hoër orde denke)-rubriek? Jou onderwyser sal die rubrieke verskaf sodat julle kan sien waarvoor die punte toegeken word. Begin nou hierdie verslag nasien. Bespreek die punte wat deur verskillende leerders in die klas toegeken is om te begryp watter kriteria op die rubriek bereik is en watter nie.

Aan: David

15 Maart 2015

Rakende: 'n Analise van die omgewings waarin 'n nuwe gastehuis sal funksioneer.

Vele entrepreneurs het al misluk in hul pogings om 'n suksesvolle nuwe besigheid te vestig, omdat nie genoegsame navorsing rakende die besigheidsomgewing waarin die onderneming moet meeding, gedoen is nie. 'n SSGB-analise is 'n nuttige instrument om die interne sterkpunte en swakpunte te identifiseer, sowel as die eksterne geleenthede en bedreigings wat die besigheid kan teëkom. Dit laat ook die entrepreneur toe om verskillende strategieë te bedink om die negatiewe te oorkom (wat o.a. etiese dilemmas kan insluit), terwyl op die positiewe elemente gefokus word.

Wanneer 'n SSGB-analise gebruik word om geleenthede en bedreigings te ondersoek, sal die fokus op die ...