

OORSIG VAN DIE VAARDIGHEIDS PROGRAM – SESSIE 2

Afdeling 4: Gemeenskap Behoefte Bepaling (opvolg)

- 4.4. Algemene benaderings tot Gemeenskap Behoefte Bepaling
- 4.5. Navorsing Etiek
- 4.6. Vertaling

Afdeling 5: Oorsig oor die Suid-Afrikaanse Rooibos Bedryf

- 5.1. Wat is Rooibos?
- 5.2. Rooibos Produksie
- 5.3. Die Rooibos Bedryf
- 5.4. Rooibos Verkope

Afdeling 6: Mark Toegang

- 6.1. Die Suid Afrikaanse Rooibos Mark
- 6.2. Marknavorsing en Strategie
- 6.3. Tendense vir Rooibos
- 6.4. Handelsmerke

Afdeling 7: Internasionale Wetgewing en Standaarde

- 7.1. ISO
- 7.2. Omgewings Standaarde
- 7.3. Sosio-ekonomiese Standaarde
- 7.4. Gesondheid en Voedselveiligheid

Afdeling 8: Internasionale Standaarde vir Rooibos

- 8.1. Organies
- 8.2. SAG.A.P
- 8.3. Biodiversiteit en Right Rooibos
- 8.4. Fairtrade
- 8.5. UTZ
- 8.6. ICS (Interne Beheer Sisteem)
- 8.7. Voedsel Veiligheid en HACCP

Afdeling 9: Effektiewe Kommunikasie – Geskrewe

- 9.1. Die Beginsels van Geskrewe Kommunikasie
- 9.2. Voorbereiding van Geskrewe Kommunikasie
- 9.3. Metodes van Geskrewe Kommunikasie

AFDELING 4: GEMEENSKAPS BEHOEFTE BEPALING

4.4. Benaderings tot Gemeenskap Behoefte Bepaling

Ons het nou net geleer dat daar baie maniere is om 'n Gemeenskap Behoefte Bepaling te doen. Die metode wat jy kies sal:

- 1) Jou help om die regte vrae te ontwikkel
- 2) Bepaal watter leidings proses jy moet gebruik

Daar is drie leidende benaderings waarvan ons gebruik kan maak. Om te besluit watter een om te gebruik, moet jy jouself vra watter inligting jy benodig, bevoorbeeld:



Belangrik: Jou benadering moet ooreenstem met jou metode van benadering

1. Kwantitatiewe Benadering

Hierdie benadering laat jou toe om baie inligting van verskillende mense te versamel. Hierdie metode word gebruik wanneer daar reeds 'n begrip is oor die situasie. Dit kan jou help om te bevestig wat jy dink jy weet oor die situasie, of nie.

- 'n Goeie metode vir hierdie benadering is 'n gemeenskaplike opmeting
- Ontwikkel 'n goeie vraelys. Die vrae moet eenvoudig en maklik wees om te antwoord
- Jy moet die vrae presies stel soos hulle geskryf was op die vraelys met elke persoon wat jy die opmeting mee doen. Die vrae moet in dieselfde volgorde gevra word en elke keer op dieselfde manier verduidelik word. Hoe meer gestandaardiseer, hoe meer akkuraat sal die inligting wees

Onthou

Jy wil liewers 'n wye inligting reeks versamel oor 'n gemeenskap as 'n in-diepte inligting reeks oor 'n spesifieke persoon

1.6 Werknemers (Slegs van toepassing as jy werknemers het)	d. Wat is die verspreiding van permanente werknemers in terme van provinsies in getalle?	WK:	NK:	OK:	KZN:	GP:	
	e. Hoeveel seisoenale werknemers het jy in jou diens? (Hoog seisoen)	VS:	LMP:	Mpumalanga:	NW:	Buitelands	
	f. Wat is die aantal manlike/vroulike seisoenale werknemers? (Hoog seisoen)	<input type="checkbox"/> NVT	M:	V:	<input type="checkbox"/> NVT		
	g. Wat is die rasverspreiding van seisoenale werknemers in getalle? (Hoog seisoen)	Kleurling:	Swart:	Indiër:	Wit:	<input type="checkbox"/> NVT	
	h. Wat is die verspreiding van seisoenale werknemers in terme van provinsies in getalle? (Hoog seisoen)	WK:	NK:	OK:	KZN:	GP:	
	i. Hoe lank werk seisoenale werknemers gemiddeld in 'n jaar? (Hoog seisoen)	VS:	LMP:	Mpumalanga:	NW:	Buitelands	
j. Hoeveel van dieselfde seisoenale mense kom terug plaas toe elke jaar?	<input type="checkbox"/> 1 week	<input type="checkbox"/> 2 weke	<input type="checkbox"/> 3 weke	<input type="checkbox"/> 1 maand	<input type="checkbox"/> 2 maande	<input type="checkbox"/> 3 maande	
k. Hou jy rekords van al jou werknemers?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee	<input type="checkbox"/> NVT	l. Hou jy rekords van alle loon betalings?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee	<input type="checkbox"/> NVT
m. Het jy enige werknemers met gestremdhede?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee	<input type="checkbox"/> NVT	n. Indien JA, watter gestremdhede?	<input type="checkbox"/> NVT		
1.7. Vaardigheids Ontwikkeling	a. Hoe gereeld verskaf die besigheid/organisasie opleiding aan werknemers?	<input type="checkbox"/> Daaglik	<input type="checkbox"/> Weeklik	<input type="checkbox"/> Maandelik	<input type="checkbox"/> Elke 3 maande	<input type="checkbox"/> Elke 6 maande	
	b. Watter tipe opleiding verskaf die besigheid/organisasie?	<input type="checkbox"/> Jaarlik	<input type="checkbox"/> Wanneer nodig	<input type="checkbox"/> Nooit		<input type="checkbox"/> NVT	
	c. Hoe gereeld verskaf die besigheid/organisasie opleiding aan verskaffers?	<input type="checkbox"/> Daaglik	<input type="checkbox"/> Weeklik	<input type="checkbox"/> Maandelik	<input type="checkbox"/> Elke 3 maande	<input type="checkbox"/> Elke 6 maande	<input type="checkbox"/> NVT

2. Kwalitatiewe Benadering

Hierdie benadering laat jou toe om in-diepte inligting van 'n kleiner groep mense te versamel. Dit kan gebruik word om meer oor 'n situasie/probleem/geleentheid uit te vind. Dit kan ook gebruik word al het jy reeds 'n baie kennis het oor die situasie, maar moet nog meer leer oor spesifieke probleme of geleenthede.

- Gemeenskaplike onderhoude en fokus groepe is metodes wat gebruik word met benadering
- Vrae begin met “watter” of “hoe”. In 'n onderhoud of 'n fokus groep, wil jy hê die persoon moet soveel as moontlik verduidelik sodat jy soveel as moontlik inligting kan versamel
- Begin by makliker vrae en beweeg dan na die meer ingewikkelde of sensitiewe vrae toe. Dit is nie nodig om gedurende 'n onderhoud al die vrae op jou lys te vra nie, want hulle is dalk nie deel van die gesprek nie
- Jy moet buigsaam en gewillig wees om jou rigting te verander as die onderhoud dit verwag

Onthou

Dit beteken dat jy die onderhoud of fokus groep moet insien as 'n “gesprek met 'n doel”

- Maak seker dat die persoon met wie jy die onderhoud voer vir jou die inligting wat jy benodig verskaf, maar dit is belangrik om die deelnemer vrylik te laat praat. Hulle het dalk interessante of belangrike inligting wat nie op jou lys vrae verskyn nie. Jy moet instaat wees om aan te pas by so 'n situasie en meer vrae vra as daar benodig word in orde om te verstaan wat hulle sê

3. Gemengde Metode Benadering

Hierdie benadering sluit die kwantitatiewe en kwalitatiewe style in. Dit laat jou toe om beide breë en diepsinnige kennis oor jou gemeenskaplike kondisies, geleenthede en beperkinge te versamel.

- Jy kan enige metode gebruik in hierdie sort benadering. Jy behoort kwantitatiewe riglyne te volg wanneer jy kwantitatiewe metodes bv. opmeting toe pas en kwalitatiewe riglyne wanneer jy kwalitatiewe metodes bv. Onderhoude of fokus groepe volg
- Jy moet eerste besluit hoe jy jou studie wil begin en eindig. Jy kan begin om 'n breë reeks vrae te versamel deur 'n kwantitatiewe opmeting of jy kan begin om 'n diepsinnige reeks vrae te versamel deur 'n kwalitatiewe onderhoud



Laat die gereedskap werk vir jou

Mense raak soms deurmekaar met navorsings benaderings en metodes. As jy deel is van 'n groep wat besig is met 'n gemeenskaps behoefte bepaling, moet julle as 'n groep besluit watter benaderings en metodes om te gebruik. Deur saam te werk kan verwarring vermy word en 'n duidelike plan van aksie saamgestel word.

Sommige mense verkies sekere benaderings en metodes. As jy in 'n groep werk kan mense met verskillende vaardighede fokus op verskillende aspekte van die behoefte bepaling. Byvoorbeeld, een person kan die groep lei, een person kan al die inligting tik en die ander kan enkele onderhoude voer.

4.5. Navorsings Etiek

As jy 'n Gemeenskap Behoefte Bepaling aanpak, is dit baie belangrik om etiese riglyne te volg wat oor die jare deur navorsers ontwikkel was. Al is jou doel om algemene gemeenskaplike probleme te verstaan, sal jy steeds met enkele gemeenskaps lede praat. Sommige van die inligting wat jy bekom kan baie persoonlik wees.

Daar is belangrike etiese riglyne in plek wat gevolg moet word wanneer daar 'n Gemeenskap Behoefte Bepaling gedoen word. Hierdie reëls was ontwikkel om vertroulikheid en deursigtigheid te onderhou.

Vertroulikheid	Deursigtigheid
<ul style="list-style-type: none">• Om vrymoedigheid en geloofwaardigheid te behou• Om vertrou te word met geheime of private inligting• Om inligting privaat te hou deur slegs gemagtige mense toegang tot dit te gee• Verduidelik aan die deelnemers dat die inligting wat hulle met jou deel privaat is• Verduidelik ook aan hulle dat hulle die reg het om nie te antwoord as hulle nie gemaklik daarmee is nie• Jy kan slegs van hierdie inligting gebruik maak as hulle toestemming gee	<ul style="list-style-type: none">• 'n Manier om te werk te gaan met geen versteekte agenda nie• Om openlik en vrylik inligting te deel• Maak seker dat mense verstaan hoekom en waarom jy die inligting versamel• Jy moet ook aandui hoe hierdie inligting gebruik gaan word en met wie dit gedeel gaan word

Soms kan hierdie twee vereistes met mekaar bots. As jy seker moet maak dat van die inligting vertroulik moet bly, dan kan jy dalk voel dat jy nie heeltemal deursigtelik kan wees nie. Die beste manier om hierdie probleem op te los is om die behoeftes van die **deelnemers** eerste te stel.

Onthou

Al die lede van die Gemeenskap Assesserings Span moet met die vertroulikheids riglyne ooreenstem voordat hulle begin moet die behoefte bepaling

Vetroulikheid in Rekorkhouding

Wanneer jy inligting versamel, sal jy sekere geskrewe materiaal kry wat persoonlike inligting insluit. Jy moet verseker dat sulke inligting op 'n veilige plek geberg word om vertroulikheid te verseker. Jy moet nie die name van individue op die vraagstukke of onderhoud notas plaas nie. Dit is beter om elkeen deur 'n nommer stelsel te identifiseer.

Gevolge van jou Navorsing

Baie mense wat 'n Gemeenskap Behoefte Bepaling aanpak, wil skryf oor wat hulle geleer het om ander te leer of om organisasies te benader vir bystand. Wanneer inligting ontvang word van 'n gemeenskap, is dit belangrik om die gevolge te voorweeg wat kan geskied as die inligting gedeel word met mense buite die gemeenskap. Jou eerste prioriteit moet wees om die gemeenskap te beskerm want hulle vertrou jou met hierdie inligting. Jy moet nooit inligting deel wat jy geleer het gedurende 'n behoefte bepaling bekend maak as jy dink dit kan die gemeenskap skade aan doen of as die mense betrokke jou gevra het om dit vertroulik te hou nie.

Respek

Jy moet ten alle tye respek beklemtoon vir al die deelnemers in enige navorsing. Onthou dat hulle vir jou die inligting verskaf. Dit is veral belangrik om te onthou tydens betrokkeheid by fokus groepe of gemeenskaplike onderhoude. Mense sal nie vrylik bespreek wat hulle dink of voel as hulle nie gemaklik rondom jou voel nie. Voor jy begin met jou onderhoud, oefen hoe om opmetings of onderhoude te doen met jou familie of vriende en vra hul eerlike opinie of jy oop en eerlik blyk. Om te oefen sal ook meer versekerd laat voel.



↘ Individuele Oefening: Navorsings Etiek

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Maak gebruik van die inligting in jou Leerder Gids as leiding met die begrip van die oefening. Lees deur die volgende vrae en beskryf in jou eie woorde:

- Wat beteken **deursigtelikheid** vir jou a) as 'n navorser en b) as 'n navorsings deelnemer
- Wat beteken **vertroulikheid** vir jou a) as 'n navorser en b) as 'n navorsings deelnemer
- Wat beteken **respek** vir jou a) as 'n navorser en b) as 'n navorsings deelnemer

Skryf neer ten minste 2 beskrywende sinne in die spasie in jou eie Leerder Werkboek.

4.6. Vertaling

Baie mense wat deelneem aan Gemeenskaplike behoefte bepaling moet met vertalers werk omdat met mense werk wat verskillende tale praat.

Vertalers kan uitstekende bronne wees omdat jy ook na die onderhoud met hulle kan gesels na 'n onderhoud om hulle idees te hoor omtrent die inligting wat jy ontvang het. Baie keer kan vertalers ook as 'n navorsings assistent optree.

As jy met 'n vertaler moet werk, moet jy die volgende riglyne volg.

Vertaling Riglyne

1. Alle vertalers moet opleiding oor navorsing etiket ontvang. Hulle moet die noodsaaklikheid om die inligting privaat te hou verstaan sodat volle konfidensialiteit behou kan word.
2. Alle vertalers moet die geleentheid gegun word om te oefen voor die onderhoud of opmetings proses begin.
3. Vertalers moet alles vertaal soos dit woord-vir-woord gesê word om so akkuraat as moontlik te wees. As die vertaler herskryf of veranderinge aan die inligting maak voor dit vertaal word, kan baie belangrike inligting verloor word.
4. Gedurende die onderhoude moet vertalers vinnig geskrewe notas maak om al die goed wat hulle moet vertaal te onthou.
5. Dit kan moeilik wees om te wissel tussen twee tale. As die deelnemer baie het om te sê, moet die vertaler hulle op 'n bedagsame manier stop op gereelde tussenposes om te vertaal wat hulle gesê het en daarna vir hulle laat voortgaan. Dit moet op 'n respekvolle manier gedoen word. Deur te oefen, kan jy met jou vertaler saamwerk om die korrekte vloei van die gesprek te verseker.
6. As jy wil bespreek wat jy geleer het na 'n onderhoud met die vertaler, maak seker dat dit in 'n private plek geskied waar jy vry is om te praat sonder dat enigiemand jou hoor.

AFDELING 5: OORSIG OOR DIE ROOIBOS BEDRYF

5.1. Wat is Rooibos?

Die Rooibos plant (*Aspalathus Linearis*) is inheems aan Suid-Afrika en spesifiek aan die Noord-Kaap en Wes-Kaap. Dit beteken dat dit slegs natuurlik groei hier in die Kaapse Blom Koningkryk en die sapryke Karoo. Dit is twee van slegs ses Verenigde geklassifiseerde blom koningkryke. Hulle staan bekend as biodiversiteit “hotspots” wat beteken dat dit ‘n spesifieke area is wat een van die hoogste konsentrasies van plante spesies in die wêreld het en is dus in gevaar deur:

- Menslike bewoning
- Klimaats verandering
- Uitheemse plant en diere spesies

Hierdie omstandighede maak Rooibos uniek en gee dit ook ‘n natuurlike kompeterende voordeel. Ons sal meer uitbrei oor “*kompeterende voordele*” in ons volgende sessie. Alhoewel Rooibos uniek is, is dit ook onder bedreiging deur die vinnige habitat verandering geassosieer met Rooibos produksie. Met ander woorde, onverantwoordelike boerdery aktiwiteite, die aankweking van wilde Rooibos en die verwikkeling van nuwe grond is almal eienskappe wat *Fabaceae* (fynbos) spesies bedreig.



Foto 1: *Aspalathus Linearis* in bloeityd



Foto 2: Gedroogde en gefermerteerde Rooibos tee

Dit is ook een van die redes waarom die Rooibos Biodiversiteit Initiatief, bekend as Right Rooibos bekend gestel is. Deur South African Rooibos Council, met die ondersteuning van GreenChoice, WWF en Conservation International, het Right Rooibos die Biodiversiteit Beste Praktyk Riglyne ontwikkel. Hierdie riglyne is ontwikkel om te verseker dat veral die Rooibos kommersiële vervaardigers bewus raak van die impak wat hulle het op die omgewing en volgehoue produksie toepassings te implementeer. Right Rooibos en Biodiversiteit sal in meer diepte bespreek word in afdeling 8.

5.2. Rooibos produksie

Rooibos word gegroei en geproduseer deur beide kommersiële en kleinboere. Daar is huidiglik omtrent 330 kommersiële produsente, waarvan 10 PDI (previously disadvantaged individuals/voorheen benadeelde individue) boere is. Dit beteken dat daar voorheen benadeelde boere is wat op 'n groot skaal produseer en nie meer geklassifiseer kan word as 'n kleinboer nie. Die meerderheid van die kommersiële boere is in die Clanwilliam en Citrusdal omgewing geleë, maar kan ook gevind word in Piketberg, Sandveld, Vanrhynsdorp en Nieuwoudtville.



Foto 3: Kaart wat die Rooibos produksie areas aandui

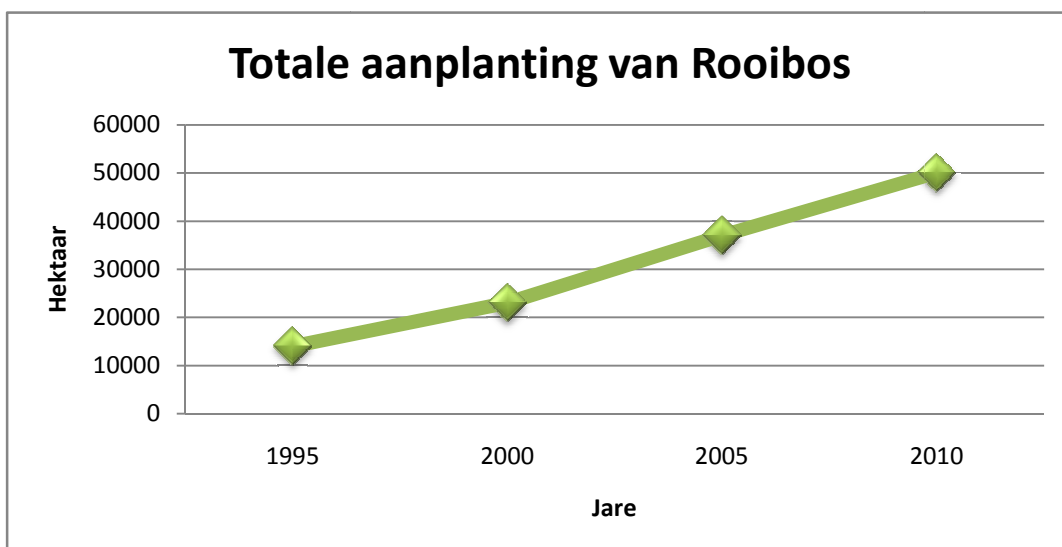
Die kaart hierbo dui die Rooibos produksie areas aan. Die hoeveelheid grond wat vir Rooibos aangeplant is het aansienlik verhoog sedert die vroeë negentiger jare en is tans teen 50,000 hektaar beraam. Dit is een van die redes waarom die beskerming van die Greater Cederberg Biodiversity Corridor (GCBC) die fokuspunt van die Right Rooibos initiatief sowel as die South African Rooibos Council (SARC) geword het.

Daar was voorheen slegs 2 streke waar kleinboere geleë was, dit was Nieuwoudtville en Wupperthal. In Nieuwoudtville behoort die meederheid van die kleinboere aan die Heiveld Koöperasie wat uit ±53 lede bestaan. Daar is ook omtrent 15 kleinboere in hierdie area wat aan ander groepe behoort.

In Wupperthal is daar ±240 produsente wat aan 1 van 2 koöperasies behoort sowel as 'n paar produsente wat onafhanklik produseer. Daar is ook 'n nuwe groep kleinboere in die Elim omgewing in die Suider-Kaap. Hierdie omgewing is nie 'n area waar Rooibos natuurlik groei nie maar proefnemings omtrent die geskiktheid van die grond en klimaat was suksesvol want dit is ook 'n omgewing waar fynbos spesies natuurlik voorkom. Daar is tans 10 kleinboere wat daar produseer as deel van die Strandveld Small Farmers Association.

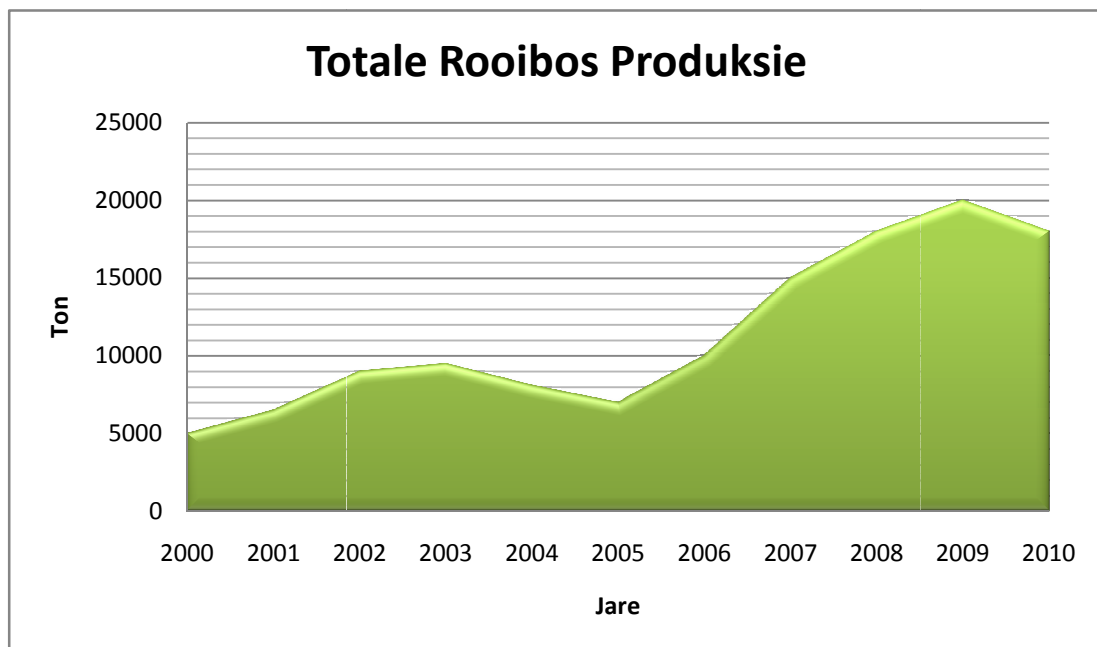
'n Afleiding kan gemaak word van die bogenoemde getalle dat daar ±650 Rooibos produsente is. Gedurende die oes in 2010, was 18,000 ton tee geproduseer, maar slegs 2% van dit was geproduseer deur kleinboere.

Die lyngrafiek onder toon die verhoging in grond wat gebruik word vir Rooibos oor die afgelope 15 jaar:



Natuurlik soos die aantal grond vir Rooibos aanplantings vermeerder het, het die aantal ton wat geproduseer word ook vermeerder. Die aantal Rooibos produksie jaar per jaar het drietallig vermeerder sedert die 90's toe dit ongeveer 5,000 ton was. Gedurende hierdie tyd was die prys per kilogram nie baie hoog nie maar soos meer Rooibos beskikbaar geraak het op die mark, het die prys aan die produsente ook gestyg. Alhoewel die prys vir Rooibos sy spitspunt bereik het in 2004 teen 16/kg, het dit ongelukkig afgeneem sedert dan en is tans R5/kg vir droë Rooibos.

Die grafiek hieronder dui aan hoe die totale produksie van Rooibos oor die jare gefluktueer het:



↘ Groep Oefening: Interpretasie van 'n grafiek

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Maak gebruik van die inligting in die grafiek, jou eie kennis en ervaring wat jy alreeds opgedoen het as 'n Rooibos boer met die voltooiing van die vraag. Lees en bespreek die vrae binne jou groep, en skryf jou antwoorde neer in jou eie Leerder Werkboek.

1. Verskaf 2 redes hoekom jy dink die prys van Rooibos gefluktueer het oor die afgelope 5 jare. Neem ook in ag waarom die produksie van Rooibos verhoog het in die afgelope 5 jaar.
2. As 'n Rooibos boer dink jy dit is winsgewend om betrokke te wees in hierdie bedryf ?
3. Verskaf ten minstens 1 rede om jou antwoord in vraag 2 te staaf.

Die fasiliteerder sal bystand gee soos nodig.

5.3. Die Rooibos Bedryf

Die Rooibos Geskiedenis

Wilde Rooibos was geoes in die 19de eeu deur die plaaslike mense van die Cederberg omgewing en was nie net gebruik om te drink nie maar ook vir verskeie siektes en medisinale doeleindes. Daar word tans navorsing gedoen op die geldigheid agter verskeie aansprake wat Rooibos graag wil maak, maar dit sal by die volgende sessie bespreek word.

In 1904, het 'n Rus genaamd Benjamin Ginsberg, Rooibos van Suid-Afrika "ontdek" en dit begin bemark aan ander lande. Teen 1930, het Dr P Le Fras Nortier, 'n dokter en plantkundige saam met Olef Bergh, 'n kommersiële boer, nuwe aanplanting metodes ontwikkel en die produksie van Rooibos het op 'n groter skaal begin.

In 1954 was die Rooibos Tee Kontrole Raad gestig om die bemarking van Rooibos beide plaaslik en buitelands te reguleer. Uiteindelik in 1994, het staatsbeheerde Rooibos uitvoere ontban en die bedryf is geprivatiseer. Die eerste maatskappy wat gevestig is, was Rooibos Limited in 1993 en is steeds huidiglik die grootste Rooibos verwerkers en uitvoerders.

The South African Rooibos Council



Die South African Rooibos Council was gestig in 2005 as 'n Sektie 21 maatskappy. Met die doel om die bedryfs liggaam te word om Rooibos te bemark en te beskerm in Suid Afrika asook op internasionale vlak. Dit het 'n raad verkose lede wat die raad bestuur volgens sy benodighede en vereistes van die bedryf en die SARC lede. Ten einde 2009, het hul lidmaatskap gegroei tot sowat 300 lede, insluitend produsente, verwerkers, vervaardigers en bemarkers.

Die SARC se doel is as volg:

- Om die belange van die Suid Afrikaanse bedryf beide plaaslik en buitelands te bevorder
- Om as 'n verteenwoordiger en samewerkende platform op te tree vir sy lede
- Om te kordineer en belê in generiese bemarking, navorsing en ontwikkeling
- Om strategieë te formuleer en implementeer vir volhoubare natuurlike hulpbron bestuur en bedryf transformasie.
- Om sy lede te ondersteun en kommunikasie en samewerking in die bedryf te bevorder

Die verwerkers, verpakkers en uitvoerders

Ons het al reeds na die produsent deel gekyk waaruit die Rooibos Bedryf bestaan sowel as die lidmaatskap raad wat dit ondersteun en bemark. Die oorblywende bedryf rolspelers wat oorweeg moet word is die verwerkers, verpakkers en uitvoerders.

Die hoofspelers kan gesien word in die tabel hieronder, dit is in geen spesifieke orde nie.

Verwerkers	Verpakkers	Uitvoerders
<ul style="list-style-type: none">• Khoisan Tea Processors• Coetzee & Coetzee• Rooibos Limited• Cape Natural Tea Products• King's Products• Red T Company• Elandsberg Processors• Maskam-Redbush• Bergendal• Nieuwoudtville Processors	<ul style="list-style-type: none">• National Brands Ltd (Entyce Beverages)• Unilever SA Foods• Joekels Tea Packers• Pioneer Foods• Pacmar• Fair packers• SA Rooibos• Cape Dry Products	<ul style="list-style-type: none">• Coetzee & Coetzee• Big 5 Rooibos Company• Carmien Tea• Rooibos Ltd• Khoisan Tea Imports & Exports

Dit moet ook genoem word dat die meeste verwerkers doen hul eie verpakking, maar dit is ook belangrik om te weet dat 97% van tee wat buite Suid-Afrika verkoop word is in groot aantalle en nie in die finale verpakte vorm nie.

Dit is algemene kennis dat Rooibos Ltd die grootste verwerker van Rooibos is. Dit is alhoewel nie heeltemal duidelik hoeveel markandeel hulle in die bedryf in beslag neem nie, verslae dui tussen 50%-70% aan. Die grootste koper in Suid Afrika is National Brands T/A Entyce Beverages wat omtrent dieselfde persentasie mark aandeel het. Hulle is bekend vir hulle Freshpak en Five Roses tee handelsname.



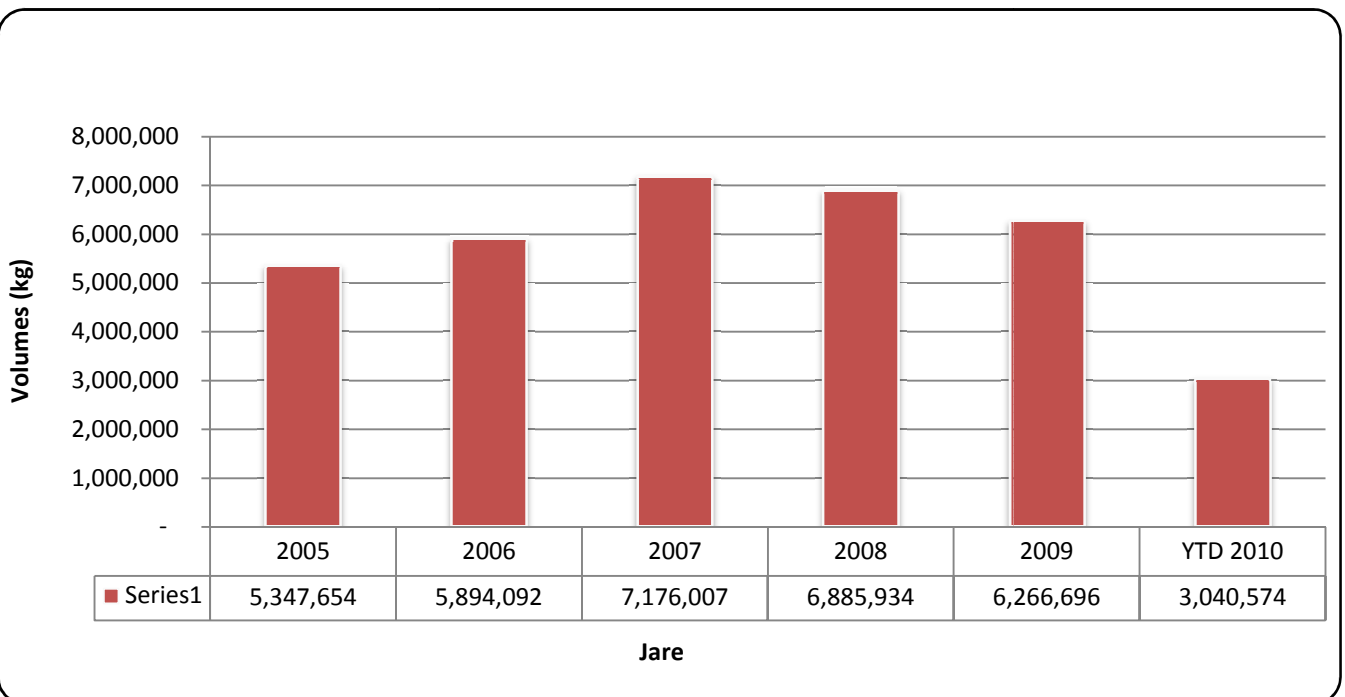
Net vir pret: Die Rooibos waardeketting

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Die fasiliteerder gaan julle in groepe verdeel en vra om die Rooibos waardeketting uit te beeld.

1. Maak gebruik van die Rooibos waardeketting prente om die vloei van Rooibos produksie uit te beeld vanaf die grond tot die finale produk.
2. Skryf ten minste een sin onder elke prentjie wat die proses beskryf.

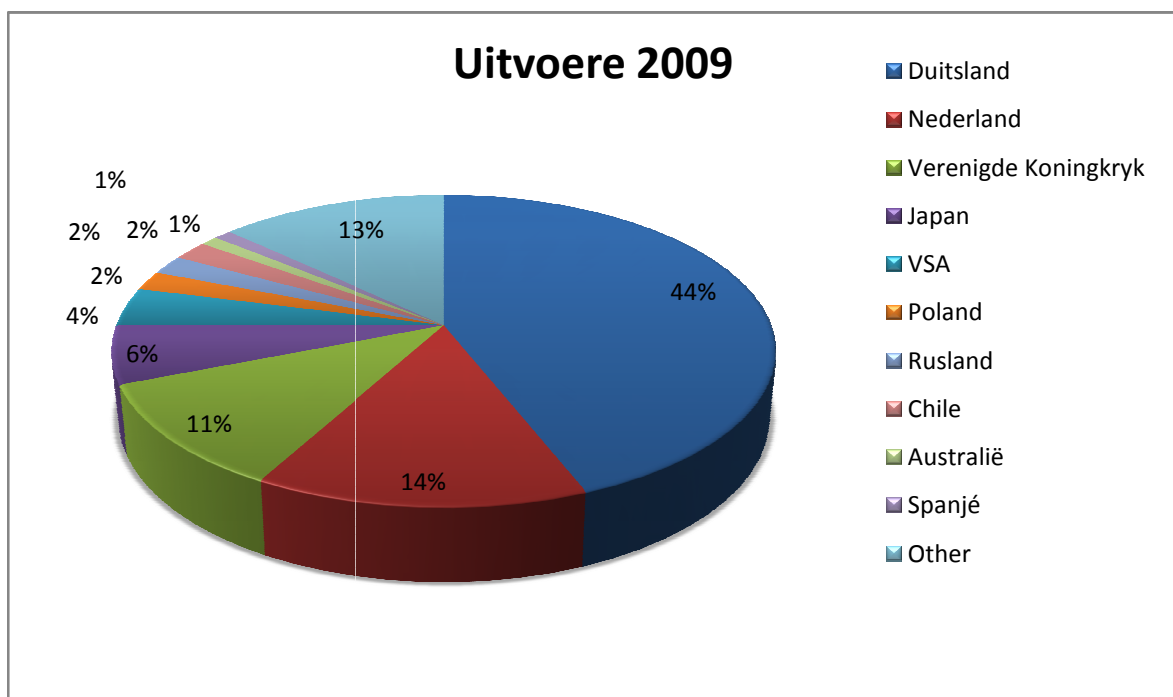
5.3. Rooibos Verkope

Van die 18,000 ton Rooibos wat geoes was in 2010, was daar ongeveer 13,000 ton verkoop. Van hierdie is 5,000 ton vir plaaslike gebruik en die oorblywende 7,500 ton sal uitgevoer word. Die grafiek hieronder dui die aantal ton wat uitgevoer was sedert 2005:



Die mees belangrikste regulerings liggaam op die oomblik is die Perishable Products Export Control Board (PPECB), wat kwaliteit en standarde van Rooibos uitvoere reguleer namens die Departement van Landbou. Hulle is ook verantwoordelik vir die implementering van SAG.A.P en die inspeksie daarvan op alle Rooibos plase. Ons sal hierna kyk in afdeling 8.

Die grafiek hieronder toon aan die grootste 10 uitvoer lande vir 2009. Die inligting van 2009 word eerder gebruik as die van 2010 omdat hierdie jaar se verkope nog nie klaar is nie. Soos ons kan sien, is Duitsland die grootste invoerland vir Rooibos. Daarna volg Nederland, Die Verenigde Koningryk, Japan en die VSA. Die 10 lande wat gelys is maak 87% van die totale uitvoer verkope op en verskeie lande oor die wêreld dan die 13% maar geen neem meer as 1% in beslag nie.



Van die totale uitvoere, die meerderheid bestaan uit konvensionele Rooibos. In 2009 het Fairtrade uitvoere opgetel tot 300 ton en organiese uitvoere tot 18%.

Vaardigheids Oefening: Watter inligting kan ons van grafieke kry?

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Die grafieke hierbo wys die uitvoere van Rooibos in 2009. Kyk na die persentasies en getalle wat na die verskillende lande toe gaan. Lees deur die volgende vrae om die oefening te voltooi:

- Watter land het die meeste Rooibos tee verbruik in 2009?
- Hoeveel lande in Europa koop Rooibos tee?
- Hoekom dink jy Duitsland is die grootste invoer land? Met hierdie kennis wat sal jy omtrent jou Rooibos tee verander om aan hierdie mark te verskaf?
- Werk uit die persentasie van die 2009 uitvoere wat as Fairtrade Rooibos verkoop was
- Werk uit hoeveel ton van die 2009 uitvoere as organiese Rooibos verkoop was

AFDELING 6: MARK TOEGANG

6.1. Die Suid Afrikaanse Rooibos mark

Suid Afrika is steeds die grooste verbruikers van Rooibos tee ter wêreld. Die verkoopsyfers dui aan dat 5 500 ton plaaslik verkoop is in 2009. Die grooste gedeelte van nasionale verkope word gedoen deur die eienaars van 5 handelsmerke. Sien asseblief die handelsmerke in die tabel hieronder:

Maatskappy	Voorbeelde van handelsmerke
National Brands Ltd	
Unilever SA Foods	
Joekels Tee	
Vital	
Carmien Tee	

Handelsmerke speel 'n belangrike rol in die behoeftes en in die kooprag van verbruikers. Die nuutste verkoopsyfers van 2006 dui aan dat Freshpak Rooibos die mees gewilde handelsmerk in Suid Afrika is, gevolg deur Joko. Handelsmerke sal in meer detail hieronder bespreek word.

Die nuutste data (2006) wat beskikbaar is vir die Suid Afrikaanse Rooibos industrie dui aan dat $\pm 25\%$ van die volwasse populasie van Suid Afrika Rooibos drinkers is. Dit beteken dat 1 uit elke 4 van ons drink Rooibos!

Dit is interessant dat Rooibos tee dikwels met swart tee vergelyk word, maar dit word eintlik geklassifiseer as kruie en nie tee nie. Die tipe tee wat eintlik met Rooibos meeding in die mark is chamomile, peppermint en heuningbos. Dit is ook interessant dat Suid Afrikaanse verbruikers 'n ander persepsie van Rooibos het as mense van ander lande. In Suid Afrika drink ons Rooibos op 'n alledaagse vlak en ons gebruik dit in plaas van swart tee. In Europa drink mense Rooibos as 'n gesonde alternatief tot swart tee en gewoonlik net as iets met hulle fout is. Hierdie tipe verbruik is as gevolg van die gesondheidsvoordele wat assosieër word met Rooibos tee. Dit sal in meer detail bespreek word in die afdeling oor marknavorsing.

6.2. Marknavorsing en Strategie

Al die syfers wat in die vorige afdeling gegee en bespreek is, is die resultaat van marknavorsing. Marknavorsing is duur en tydrowend, so dit word nie op 'n jaarlikse basis gedoen nie. Dit maak dit moeilik om data te kry oor die huidige situasie waar dit Rooibos tee aangaan.

Marknavorsing

Marknavorsing is die spesifikasie, die insameling, die analise en die interpretasie van inligting wat die bande tussen 'n organisasie/besigheid en hul mark verduidelik.

Maatskappye en industrieë doen marknavorsing sodat hulle meer kan leer oor die verbruikers van hulle produkte. Dit is belangrik om die behoeftes van jou verbruikers te verstaan sodat jy strategieë kan ontwikkel om in die behoeftes te voorsien. Om 'n effektiewe strategie te ontwikkel beteken nie slegs om seker te maak dat jou produk iets is wat die verbruiker wil hê nie. Daar is baie verskillende vlakke en aspekte van belydening wat 'n invloed kan hê op hoe verbruikers jou produk sien.

Ontwikkeling van Strategie

- Wanneer 'n besigheid 'n strategie ontwikkel, besluit hulle op 'n metode of 'n plan om hul produk in hul teikenmark te verkoop
- Strategiese planne moet ontwikkel word volgens die resultate van marknavorsing
- Besighede moet beplan sodat hulle 'n mededingende voordeel in die mark kan kry



Mededingende Voordeel

- 'n Mededingende voordeel beteken dat verbruikers voorkeur gee aan die produkte van een maatskappy bo dieselfde tipe produk van 'n ander maatskappy
- Met ander woorde Freshpak Rooibos het 'n mededingende voordeel bo ander Rooibos handelsmerke in die Suid Afrkaanse mark




Die verskillende areas van besluitneming wat deur 'n besigheid oorweeg moet word in hulle strategiese plan om hul mededingende voordeel te verseker, is as volg:

1. Wat is die teikenmark vir die produk? Daar kan meer as een wees. Indien daar meer as een is, is dit belangrik om die moontlike voordele van die produk in elke teikenmark te oorweeg.
2. Watter eienskappe van die produk wil jy aan die teikenmark kommunikeer? Moet die verpakking anders wees vir elke teikenmark?
3. Waar moet die produk verkoop word? Moet dit verskillend wees in verskillende areas?
4. Hoe moet die produk adverteer word? Onthou dat dit belangrik is om te dink aan die koste verwant aan verskillende tipes advertensie metodes en die begroting moet reg opgestel word.

5. Wat is die prys strategie vir die produk? Onthou dit is belangrik om te verstaan wat verskillende prysvlakke aan die verbruikers sal kommunikeer.
6. Hoe kan ons meet hoe tevrede verbruikers is met die produk? Onthou om nie slegs te dink aan hoe nie, maar ook aan hoe gereeld en hoe om verbruikers se klagtes te hanteer.
7. Wat gaan die handelsmerk van die produk wees? Onthou om te dink aan 'n naam, simbool, logo en slagspreuk. Die idee is om lojaliteit teenoor die handelsmerk op te bou.



Notas

- **Teikenmark**  'n Groep verbruikers wat min of meer dieselfde is aan wie 'n maatskappy hul produk wil verkoop. Dit kan volgens area, ouderdom, geslag of ander eienskappe wat belangrik is wees.
- **Prys strategie**  Prys strategie is 'n plan vir die prys situasies waarvoor 'n maatskappy te staan kan kom en hoe dit hanteer sal word. Dit sluit in die buigzaamheid van pryse, hoe die prys die waardes van die verbruiker sal beïnvloed en hoeveel geld die maatskappy wil/kan maak.
- **Handelsmerk lojaliteit**  Dit is wanneer die verbruiker op 'n konstante manier altyd voorkeur gee aan een handelsmerk en dit koop bo 'n ander handelsmerk in 'n spesifieke produk kategorie.





Projek: Die ontwikkeling van 'n strategiese plan

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. In julle groepe, ontwikkel 'n strategiese plan om jou produk in die mark te verkoop. Werk deur punte 1 – 6 (punt 7 oor handelsmerke word in die volgende afdeling ingesluit) hierbo om seker te maak dat jy al die punte in jou plan insluit. Die fasiliteerder sal hulp verleen waar nodig.

6.3. Tendense vir Rooibos

Rooibos en Gesondheid

Rooibos is gewild oorsee in markte wat gesondheids bewus en gesofistikeerd is. Die wêreldwye tendens is dat mense kos en drankies wil hê wat pas by hulle gesonde lewenstyl. Rooibos word bemark as 'n gesonde alternatief tot swart tee omdat dit natuurlik kaffiën vry is. Dit het ook geen kleurmiddels, bederfweringsmiddels of ander byvoegings nie.

Ongelukkig is daar nog min wetenskaplike bewyse dat Rooibos kan help vir maagkrampe, hoofpyn, slapeloosheid, depressie en selfs kanker. Dit is hoekom hierdie “voordele” nie op die verpakking vir die oorsese produkte gedruk kan word nie. Lande in die Noorde het altyd strenger reëls oor produk etikette as minder ontwikkelde lande

Daar is 'n nuwe Regulasie 146 van die “Foodstuff, Cosmetics and Disinfectants Act” wat nou deel is van Suid Afrikaanse wetgewing. Dit stel dat die volgende voedings inligting vir Rooibos tee op alle verpakking gedruk moet word vanaf 1 Maart 2011:

ROOIBOS TEA: TYPICAL NUTRITIONAL INFORMATION*

	Per 100 ml tea	Per single serving (200 ml tea)
Energy (kJ)	0	0
Protein (g)	0	0
Glycaemic carbohydrate (g)	0	0
of which total sugar (g)	0	0
Total fat (g)	0	0
of which saturated fat (g)	0	0
Dietary fibre (g)**	0	0
Total sodium (mg)	3.8	7.6

*Provided by the South African Rooibos Council based on analysis at SANAS-accredited laboratories **Fibre content determined with AOAC 985.29 method

Wetenskaplikes doen steeds navorsing oor die gesondheidsvoordele van Rooibos, so in die toekoms mag hierdie inligting op die verpakking gedruk word. Dit sal bydra tot die bemarkings waarde van die produk.

Kompetisie vir Rooibos

Soos reeds genoem is Rooibos eintlik 'n kruie tee, so as gevolg van bemarking, veral oorsee, kompeteer Rooibos met ander kruietee soos Chamomile en groen tee. Omdat dit ook 'n drankie is kompeteer dit ook met ander warm drankies soos koffie en ook met koue drankies soos vrugtesap en ystee. Behalwe vir die feit dat dit met ander drankies kompeteer, kompeteer dit ook met ander gesonde produkte soos vrugte "smoothies" en suiwel drankies. Rooibos hou minder as 0.3% van die wêreldmark vir tee en omtrent 10% van die wêreldmark vir kruietee.

Selfs al het uitvoer verkope van Rooibos gegroei oor die laaste par jaar, bly pryse steeds lag. Dit kan moontlik wees as gevolg van die faktore hieronder:

- Die wêreldwye tee industrie se kompeterende struktuur
- Hoë versperrings tot marktoegang
- Invloed van dominante kopers op pryse en verspreiding
- Verskaffing wat nie koördineerd is aan die produsent kant nie

Nog 'n tendens in Europa, die VK en die VSA is om organiese en Fair Trade produkte te koop. Dit is 'n uitstekende geleentheid vir klein boere om te verskaf aan hierdie niche mark, aangesien hulle hoër pryse vir gesertifiseerde Rooibos betaal.

Niche Mark

- 'n Niche mark is gerig op 'n baie spesifieke teiken mark met spesifieke behoeftes
- Die Fairtrade mark is niche omdat dit aantreklik is vir 'n klein spesiale groep mense wat graag hierdie tipe produkte wil koop



In Suid Afrika word Rooibos anders bemark. Dit word gesien as tee en nie as kruietee nie. Plaaslik kompeteer Rooibos met die swart tee mark. Hierdie mark is baie sensitief vir prys aangesien dit gesien word as 'n algemene verbruiksartikel en verbruikers verwag dat dit teen 'n lae prys beskikbaar moet wees. Plaaslik verteenwoordig Rooibos omtrent 18% van die tee mark.

Verdere groei van Rooibos, plaaslik en internasionaal, word uit die volgende areas verwag:

- Die vrugtesap kategorie, waar maatskappye soos Ceres Vrugtesappe Rooibos by hul sappe voeg
- Die suiwel kategorie, waar maatskappye soos Fair Cape Rooibos by hul joghurt voeg
- Die koffie kategorie, waar die maatskappy Red Espresso Rooibos espresso bekendgestel het as 'n gesonde alternatief tot koffie
- Die skoonheids industrie waar meer maatskappye Rooibos by hulle sepe, badprodukte en rome voeg. Dit sal nog meer toeneem soos die gesondheidsvoordele wetenskaplik bewys word.



6.4. Handelsmerke

Wat is 'n handelsmerk en hoekom is dit belangrik?

'n Handelsmerk is 'n simbool, 'n woord of 'n prentjie wat jou produk of besigheid van jou kompetisie onderskei. Daar is verskillende tipes handelsmerke:

Tipe handelsmerk	Voorbeeld	Hoe lyk dit?
'n Woord	FIFA World Cup	
'n Slagspreuk	Moving Forward (Toyota)	
'n Logo (prentjie)	Die Nike regmerk	
'n Vorm	Die Coca Cola botteltjie	
'n Woord	Kromland Farm	
'n Slagspreuk	The tea for me, Naturally (Freshpack)	
'n Logo (prentjie)	Rooibos Ltd	
'n Vorm	'n Teekoppie	

Hoekom is dit belangrik om 'n handelsmerk te hê?

Die eind doel van produksie is sodat ons die produk kan verkoop. 'n Handelsmerk is baie waardevol in ons kontak met die finale verbruiker van ons produk. 'n Verbruiker mag moontlik nooit ons plaas besoek of vir ons ontmoet nie, maar hulle kan die handelsmerk van ons produk erken en die produk koop aangesien dit die handelsmerk dra.

'n Handelsmerk, tesame met goeie reklame kommunikeer aan die verbruiker dat die produk sekere waardes verteenwoordige soos byvoorbeeld goeie kwaliteit, gesondheid, ens. Verbruikers vorm 'n band met die handelsmerk op grond van die waardes wat dit aan hulle kommunikeer en sal dan hierdie handelsmerk bo ander verkies.

Hoe ontwikkel ons 'n handelsmerk?

'n Handelsmerk is 'n baie goeie manier om met 'n verbruiker te kommunikeer. Daarom is dit belangrik dat ons die regte stappe volg wanneer ons 'n handelsmerk ontwikkel. Ons kan die volgende 6 stappe gebruik met die ontwikkeling van 'n handelsmerk:

1. **Identiteit:** definieer jou maatskappy se waardes en stel 'n missies telling op om te sê waarnatoe jy wil ontwikkel. Dink ook wat maak jou produk uniek en anders as die produkte van die produsente met wie jy kompeteer.
2. **Narvorsing:** jy moet narvorsing doen in die mark van die volgende: teiken marke wat alreeds bestaan, mark pryse van dieselfde tipe produkte en jou kompetisie.
3. **Kies die regte naam:** die naam van 'n produk kan ons help om te kommunikeer waaroor ons besigheid en produk gaan. Dit is ook goed om te oorweeg om 'n logo (prentjie) saam met die naam te gebruik, aangesien dit menses al help om die produk makliker te herken.
4. **Identifiseer jou teiken mark:** wanneer ons advertree moet ons weet wie die mense is wat ons wil bereik. Hoe oud is hulle, het hulle kinders, watter tipe leefstyl het hulle.

5. **Kry 'n professionele ontwerper om jou te help:** ons kan nie self ons handelsmerk ontwerp nie, aangesien ons nie gekwalifiseerd is om dit te doen nie. Dit is baie goed om 'n derde party te betrek wat ondervinding het en wat ons goeie en professionele advies kan gee. Alhoewel dit geld kos, is dit 'n belegging in die toekoms van ons produk en ons besigheid.
6. **Wees konstant in die gebruik van jou handelsmerk:** wanneer ons 'n boodskap aan die verbruiker kommunikeer, is dit goed om altyd dieselfde boodskap te kommunikeer. Die handelsmerk moet altyd dieselfde wees en op dieselfde manier gebruik word. Wanneer dit op 'n vervoertrok, 'n besigheidskaartjie of webblad verskyn moet dit dieselfde wees.
7. **Adverteer met sorg:** bespaar tyd en geld deur slegs te adverteer waar dit sin maak. Jy wil graag adverteer waar jou teiken mark dit gaan sien, so dink aan water publikasies jou teiken mark sal lees, waar hulle gewoonlik inkopies doen, na watter radio stasies hulle luister, ens.

↘ Groep Oefening 1: Verskillende handelsmerke

Voltooi die oefening in jou Leerder Werkboek. Elke groep gaan verskillende pakkies tee ontvang. Gebruik die pakkies tee om die vrae in jou Leerder Werkboek te beantwoord. Die fasiliteerder sal raad en ondersteuning gee waar nodig.

↘ Groep Oefening 2: Ontwerp 'n handelsmerk

Voltooi die oefening in jou Leerder Werkboek. Elke groep gaan hul eie handelsmerk ontwerp. Bespreek en voltooi die vrae in jou Leerder Werkboek ter voorbereiding. Die fasiliteerder sal raad en ondersteuning gee waar nodig.

AFDELING 7: INTERNASIONALE WETGEWING EN STANDAARDE

Wat is ISO?

ISO (International Organization for Standardization) is die wêreld se grootste uitgewer van international standarde. ISO is 'n **network** van nationale standarde organisasies van **163 lande**, een lid per land en 'n sentrale kantoor in Switzerland.



ISO is 'n nie-regerings organisasie. ISO is opgestel deur industry assosiasies. ISO probeer consensus bereik deur oplossings te vind wat besighede sowel as die breër behoefte van die samelewing in ag neem.

Hoekom is standarde belangrik?

Standaarde verseker die voorkeur eienskappe van 'n produk (goedere of dienste) soos gehalte, omgewingsvriendelik, veilig, betroubaar, doeltreffend – teen 'n goeie prys! Standaarde verseker dat produkte aan ons verwagtinge voldoen. As verbruikers het ons baie verskillende verwagtinge van verskillende produkte. Produkte word ook in baie verskillende land geproduseer en vervaardig.

Globalisering beskryf to proses waardeur streeks ekonomie, samelewings en culture meer geïntegreer raak deur die groeiende network van kommunikasie en handel. Standaarde is dus nodig om verwagtinge te formaliseer: dit gee vir kopers en verbruikers die gerusstelling, en vir produsente en vervaardigers riglyne om volgens te werk.

ISO is verantwoordelik vir duisende internasionale standarde!

ISO standaarde:

- Maak die ontwikkeling, produksie en verskaffing van produkte en dienste meer doeltreffend, veiliger en skoner
- Fasiliteer handel tussen lande om dit meer regverdig te maak
- Verskaf vir regerings 'n basis vir veiligheid, gesondheid en omgewings wetgewing en 'n konsekwente manier om dit te assessee en evalueer
- Deel tegnologiese bevindinge en goeie bestuurs praktyke
- Versprei innovasie
- Beskerm verbruikers



Voordeel van International Standaarde

- Vir **besighede** is die wye voldoening aan international standarde beteken dat verskaffers produkte en dienste kan bied wat breë aanvaarding in hul sektore. Besighede wat aan international standarde voldoen kan in heelwat meer market kompeteer.

- Vir **kliente** beteken international standaarde 'n breër keuse. Hulle trek ook voordeel uit kompetisie tussen verskaffers.
- Vir **regerings** verskaf ISO standaarde 'n tegnologiese en wetenskaplike basis vir regulasies en wetgewing.
- Vir **ontwikkende** lande is die publikasie van die einskappe wat produkte vir die uitvoer mark moet hê. Dit help dus om die regte strategiese besluite te maak rondom beleggings.
- Vir **verbruikers** beteken internasionale standaarde versekering oor gehalte, veiligheid en gesondheid en betroubaarheid.
- Vir die **aarde** beteken dit dat die impak van produkte op lug, water, grond en ander natuurlike hulpbronne bydra tot die beskerming van die omgewing.

'International Labour Organization' (ILO)

Die International Labour Organization (ILO) of in Afrikaans die International Arbeids Organisasie se doel is die verbetering van geleenthede vir mans en vrouens om in produktiewe, veilige en gelyke werksomstandighede te wees. Die ILO se doelstellings is om:

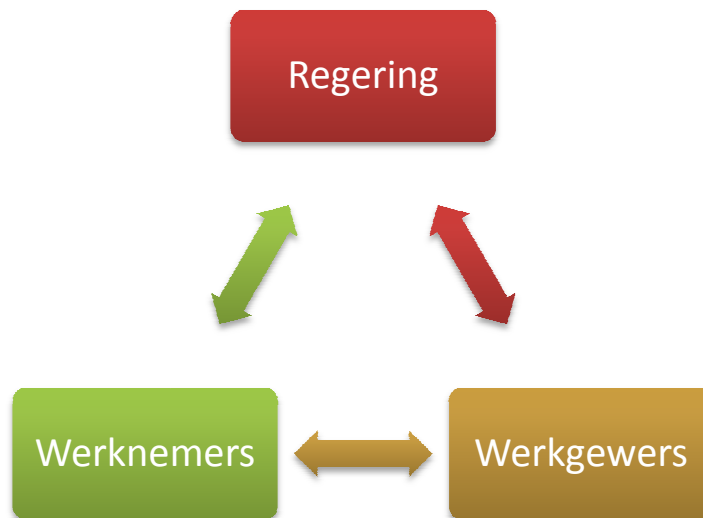


1. Regte van werknemers te beskerm
2. Gelyke werksgeleenthede
3. Meer kommunikasie en gesprek oor die hantering van werks verwante kwessies

Deur sosiale geregtigheid en internasionaal erkende menseregte te bevorder, streef die ILO na die organisasie se stigtings rede, naamlik: arbeidsvrede is noodsaaklik vir welvaart.

Die ILO is gebaaseer op die aanname dat werk sentraal is tot mense se welstand. Werk verskaf 'n inkomste en kan ook tot breë sosiale en ekonomiese ontwikkeling bydra deur mense, hul families en gemeenskappe te versterk. Volgens die ILO is werk die hoof roete uit armoede. Dit word geskat dat meer as 2 biljoen mense minder as \$2 per dag oorleef.

'Tripartite' beteken dat 3 verskillende rolspelers betrokke is by die ILO, naamlik: die regering, werkgewers en werknemers. Hierdie 3 groepe skep gesamentlik beleide en programme vir die ILO en bring die kennis en ervaring van die partye geaffekteer word.



Die ILO is die globale liggaam (van die Verenigde Nasies – VN) verantwoordelik vir die opstel en monitering van international arbeids standarde. In samewerking met die organisasie se lid-lande poog hulle om te verseker dat werknemers se regte beskerm word in die praktyk sowel as in beginsel.

Die ILO het 4 hoof doelstellings:

- Vaslegging van standarde en basiese beginsels van regte in die werksplek
- Skep geleenthede vir vrouens en mans om 'n menswaardige werk en inkomste
- Verbreed die dekking van sosiale beskerming en sosiale welvaart
- Versterk 'tripartite' gesprek

Die ILO fokus op die volgende temas en julle sal oplet dat al die sosiale en arbeids standaarde wat ons hierna gaan bespreek is afkomstig van hierdie hoof temas.

Kinderarbeid
Menswaardige werk
Ekonomiese en sosiale ontwikkeling



Bevordering van werk
Werkssekuriteit
Gelykheid en diskriminasie



Dwang arbeid
Vryheid van Assosiasie
MIV/VIGS
Spesifieke sektore of industrieë
Arbeids Wetgewing
Migrasie
Veiligheid en gesondheid



Vaardighede, kennis en werkseleenthede
Sosiale Versekering
Werkers en wernemers organisasies



Werkomstandighede
Jong werkers



AFDELING 8: INTERNASIONALE STANDAARDE VIR ROOIBOS

8.1. Organies

Wat beteken organies?

Organies is 'n term wat gebruik word om na 'n landbou produk te verwys wat geproduseer is met geen sintetiese stowwe. Dit is interessant om op te merk dat die grootste deel van menslike geskiedenis, was die voedsel wat geproduseer is organies. Dit is slegs van die 20ste eeu wat 'n groot aantal chemiese stowwe bekend gestel was in die landboubedryf.

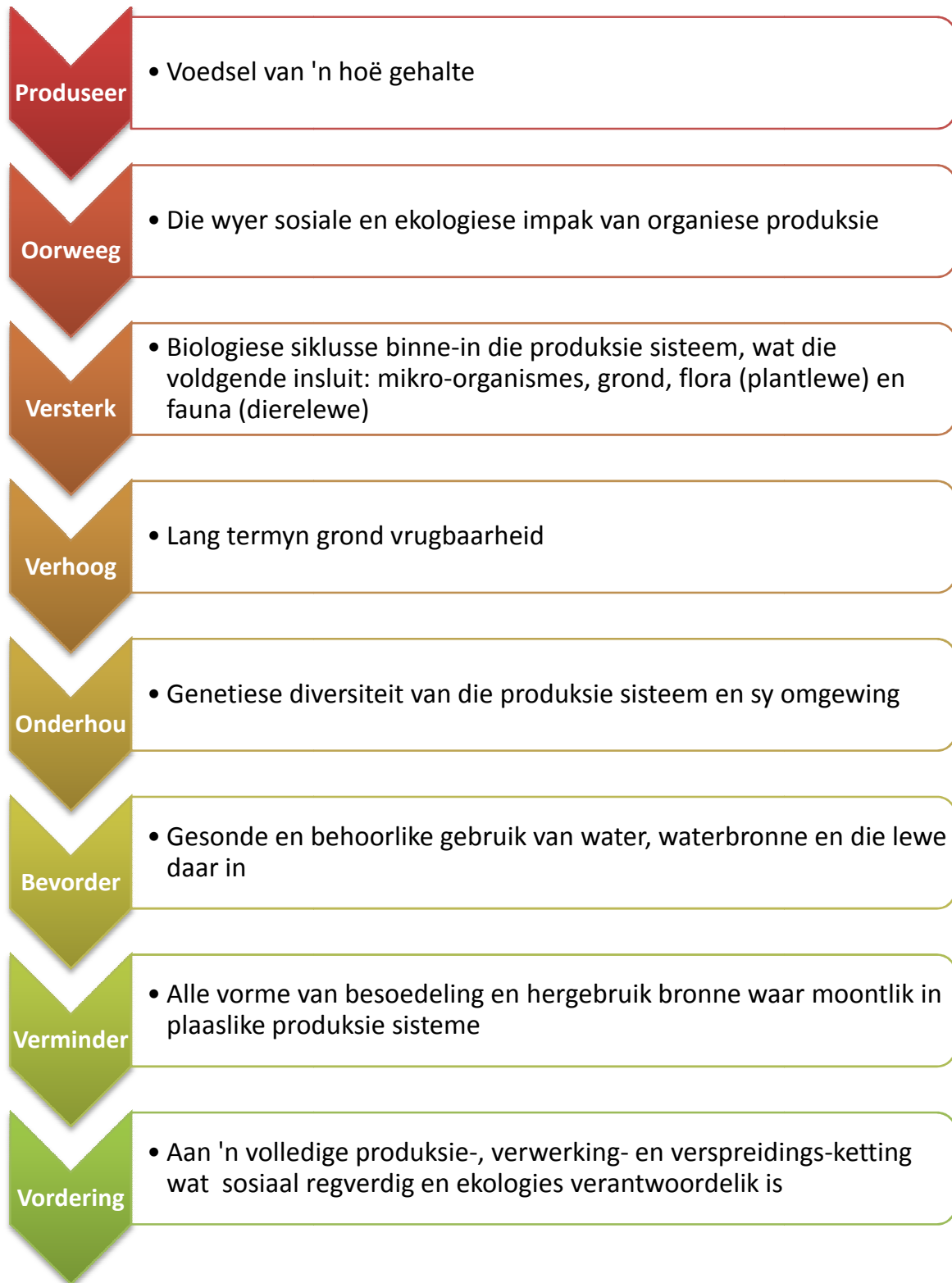


Rooibos wat organies verbou word verseker dat geen skadelike chemiese stowwe gebruik word in die produksie proses nie. Dit verseker dat daar geen skadelike lang termyn effekte op mens se gesondheid en die omgewing het nie.



- IFOAM is die International Federation of Organic Agriculture Movement
- Dit beteken dat dit 'n internasionale organisasie is vir organiese landbou
- Daar is nie een standaard vir organies nie, so IFOAM sit basiese beginsels in plek wat al hulle lede met hul eie standaarde in verskillende lande (soos Eco-cert en Afrisco) moet volg

IFOAM toon duidelik die doelwitte wat bereik moet word deur organiese produksie en verwerking. Dit is belangrik dat jy die streng kriteria kan verstaan om 'n organiese produsent te word.



Wat is organiese sertifisering?



Organiese sertifisering is die proses waar 'n onafhanklike sertifiserings organisasie versekering gee dat die produk volgens die spesifieke organiese standaard geproduseer is.




'n Volledige oudit van 'n organiese maatskappy geskied ten minste een keer per jaar. Al die aktiwiteite wat 'n maatskappy moet deur gaan om gesertifiseer te word, word geïnspekteer. Dit sal die volgende prosesse insluit: produksie, verwerking, voorraad, verpakking, bemerking en uitvoere. Behalwe die jaarlikse oudit, sal meeste inspekteurs ook onwerwagte besoeke af lê, en die maatskappy moet altyd vir hulle onbeperkte toegang tot fasiliteite en dokumente bied.

Daar is 'n hele aantal maatskappye in Suid-Afrika wat 'n organiese oudit kan doen. Hierdie sluit in: Eco-Cert, CERES, Africert, Control Union, NSF-Cmi en IMO.

Logos en standaarde

Daar is nie een organiese standaard wat wêreld wyd gebruik word nie, so baie keer vereis verskillende lande dat 'n spesifieke standaard gebruik word. Sommige van die organiese standaarde wat ons in Suid-Afrika gebruik sluit in:

Logo	Standaard
	Official Journal of the European Union: COMMISSION REGULATION (EC) No 889/2008 –“ laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 on organic production and labeling of organic products with regard to organic production, labelling and control”
	NOP – National Organic Program of the USDA (United States Department of Agriculture)

	<p>JAS – Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Products of the MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan)</p>
	<p>Naturland – Organisasie vir organiese landbou in Duitsland</p>
	<p>Soil Association – Verenigde Kongkryk se sertifiserings organisasie vir organiese voedsel en produsering</p>
	<p>AFRISCO Organiese Standaarde vir uitvoer na Europa, VSA en Japan</p>

Algemene punte vir alle organiese standaarde

Die tabel hieronder verwys na die mees belangrike punte van organiese standaarde. Die algemene onderwerp dui aan waaroor die punt gaan en die spesifieke kriteria gee meer inligting oor daai punt.

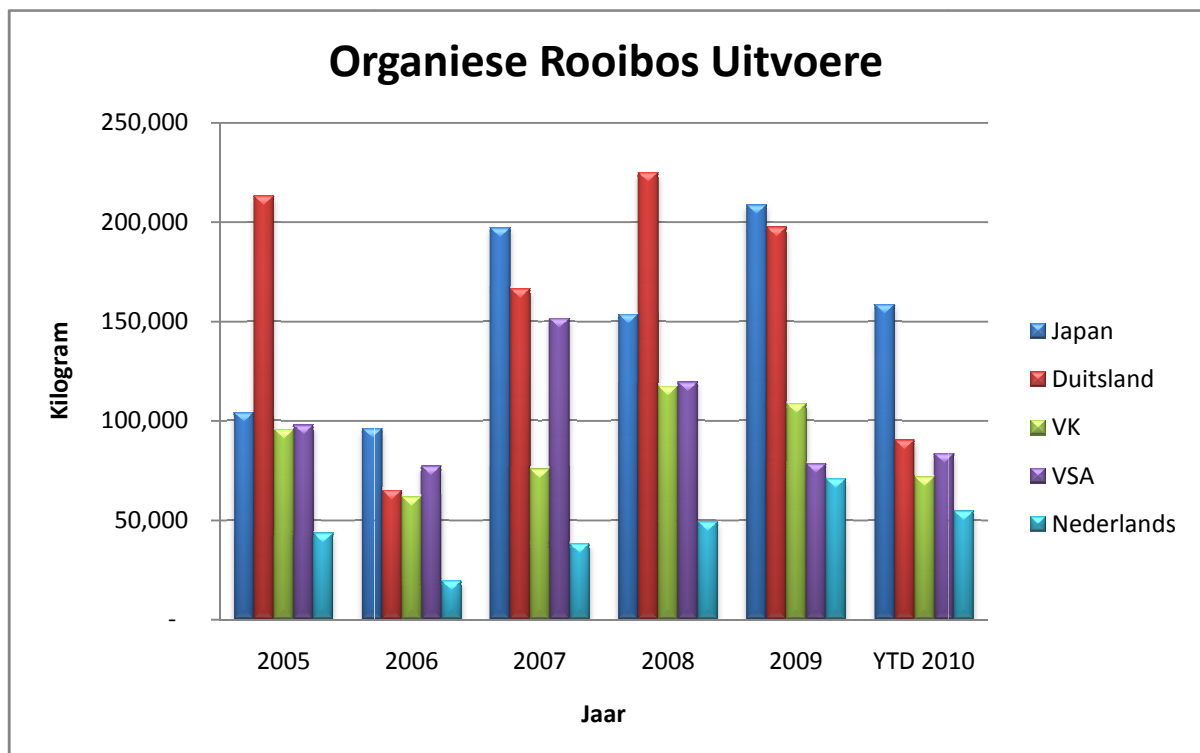
Algemene Onderwerpe	Spesifieke Kriteria
<p>Dokumentasie van die besigheid moet vir 5 jaar gehou word</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Produksie van die produk • Oes van die produk • Hantering van die produk
<p>Chemikalieë (daar is 'n lys met toelaatbare produkte en alle andere wat nie daarop is nie mag nie gebruik word nie)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Geen chemiese plaagdoder • Geen chemiese onkruidoder • Geen chemiese swamdoder • Geen chemiese insekdoder • Geen chemiese spreid residu van enige soort nie

Natuurlike bronne	<ul style="list-style-type: none">• Behou of verbeter grond en water kwaliteit• Geen oorbodige vermorsing of vermindering van water bronne nie• Beskerming van primêre ekosisteme• Ontwikkeling van buffersone
Produksie plan	<ul style="list-style-type: none">• Beskrywing van alle praktyke en prosedures wat in plek moet wees om 'n organiese produk te lewer• Dit sluit moniterings praktyke in om die implementering van die plan te bevestig
Grond vrugbaarheid en gewas voedingstof bestuur	<ul style="list-style-type: none">• Implementering van grondbewerking en verbouings praktyke om fisiese, chemiese en biologiese omstandighede van die grond te verbeter• Verhoeding van gronderosie• Die gebruik van rotasie en bedekkings gewasse• Die toepassing van plant en dier material
Afsondering van die organiese produk	<ul style="list-style-type: none">• Alle organiese produkte moet op 'n sigbare wyse verdeel word van konvensionele produkte• Dit sluit die land, alle vervoer fasiliteite en alle verwerkings sisteme in
Sade	<ul style="list-style-type: none">• Geen GVO (genetiese veranderde organismes) word toegelaat nie• Alle sade moet organies behandel word

Die organiese mark

Organiese Rooibos is steeds 'n niche mark en neem slegs aanspreeklikheid vir minder as 1% van totale Rooibos tee verkope in die plaaslike mark. Tussen 15-18% van alle Rooibos wat uitgevoer word is organies gesertifiseer. Die prys per kilogram vir organiese Rooibos was aansienlik hoër as die van konvensionele Rooibos. Omdat die gemiddelde prys van Rooibos afgedaal het die laaste 5 jaar, en daar soveel organiese Rooibos beskikbaar is, is die prys nou slegs R0.40 meer as konvensionele Rooibos. Dit is wel noodsaaklik, om nie net die verskille in prys te oorweeg nie maar na al die verskille wat organiese produksie vir jou besigheid kan beteken. Byvoorbeeld, deur geen chemikalieë te gebruik, kan jy jou bedryfskoste verlaag en jy kan die omgewing en mense se gesondheid beter beskerm.

Die grafiek hieronder dui aan die organiese uitvoere van Rooibos oor die laaste 5 jaar. Dit gee ook die aantal kilogram wat die 5 grootste organiese invoer lande gekoop het.



Dit is interessant om te merk dat Japan die grootste organiese mark vir Rooibos is aangesien ons voorheen gevind het dat Duitsland die grootste mark vir Rooibos in totaal besit.

↘ Individuele Oefening: Veld observasie en praktyk

Gedurende die veldbesoek, luister aandagtig en beantwoord dan die volgende vrae:

- Hoe toets jy vir grond digtheid m.a.w sodat dit reg is om Rooibos saailinge te plant?
- Watter tyd van die jaar is die regte tyd om Rooibos te plant en waarom?
- Noem 3 dinge wat jy moet in ag neem as jy Rooibos plant?
- Hoe verwyder jy vreemde uitheemse spesies en hoe identifiseer jy watter plante is skadelik en watter is nie?

8.2. SAG.A.P

SAG.A.P staan vir South African Good Agricultural Practices. Dit is 'n kode wat ontwikkel is deur die Departement van Landbou in samewerking met PPECB en Rooibos Beperk spesifiek vir die Rooibos bedryf.

SAG.A.P is die Suid Afrikaanse Standaard vir Voedselveiligheid in die Primêre Produksie Gebiede. Die standaard is van toepassing op alle kommersiële boere, verwerkers en kleinboere wat hulle produk wil uitvoer. Die wetgewing is ingestel in 2005 en PPECB is aangestel deur die Departement van Landbou om die monitering en sertifisering te doen van produksie eenhede en verwerkings aanlegte.



Die Wet sê dat alle Rooibos wat uitgevoer word gesertifiseer moet wees. Die koste van sertifisering is R2400 jaarliks (in 2010). Dit is 'n baie hoë bedrag vir 'n kleinboer om te betaal, daarom het PPECB die saak opgeneem met die Departement van Landbou. Hulle het 'n vergunning gegee dat kleinboere wat in groepe georganiseer is, op een sertifikaat kan wees om die kostes te deel. Met ander woorde as daar 10 kleinboere op een sertifikaat is, dan is dit gelyk aan R240 per kleinboer. Die onus rus tans op die kleinboere om na PPECB te kom met die name van die produsente wat op een sertifikaat wil kom, tesame met die geld. Dan sal PPECB uitkom om die groep te sertifiseer volgens die standaard.

Die kontrole dokument vir SAG.A.P het 9 verskillende afdelings wat die volgende onderwerpe dek:

1. Plantmateriaal
2. Plantasiegeskiedenis
3. Plantasiebestuur
4. Oes van plantasie
5. Verwerkings area
6. Kneus, sweet en drogingsbaan
7. Finale produk area
8. Opspoorbaarheid
9. Dokumentasie

Onder is 'n voorbeeld van hoe een van die afdelings lyk:

Item	Kontrole Punt	Belangrikheids Vlak	Voldoen aan Vereistes Ja / Nee / N.V.T	Kommentaar
1.4.11	Alleenlik opgeleide en gemagtigde swammiddelpersone word toegelaat in swammiddel stoorkamer	MINDER		
1.4.12	Dokumentasie rakende die swammiddels in die swammiddel stoorkamer is beskikbaar	MINDER		
1.4.13	Alle swammiddel word gestoor in hulle oorspronklike verpakking	MINDER		
1.4.14	Die swammiddels stoorkamer is gemerk met duidelike gevaartekens	MINDER		
1.4.15	Verouderde swammiddels en leë houers word veilig gestoor en verwyder deur bevoegde persone, leë en verouderde houers word nie hergebruik nie.	MINDER		
2.	PLANTASIE GESKIEDENIS			
2.1	Daar is 'n studie gedoen van die omgewing waar rooibosplantasies is en gevestig gaan word in die toekoms.	BELANGRIK		
2.2	Daar is die nodige bufferareas tussen rooibosplantasies en ander aangeplante boerdery-aktiwiteite (sitrus boorde, aartappels, groente aanplantings ens.)	MINDER		
2.3	Alle plantasies het blok name/nommers waarteen produksie-statistieke aangeteken is.	MINDER		
2.4	Dokumentasie is beskikbaar rakende bogenoemde aksies	BELANGRIK		
3.	PLANTASIEBESTUUR			
3.1	ONKRUIDBEHEER			
3.1.1	Alle onkruid word meganies beheer	MINDER		
3.1.2	Alle onkruid word chemies beheer	MINDER		

Daar is 'n hele paar kontrole punte (170 in totaal) gegroepeer onder verskillende afdelings. In die “Belangrikheids Vlak” kolom dui dit aan die belangrikheid van die kontrole punt m.a.w kan dit “MINDER” of “BELANGRIK” wees. “BELANGRIK” werk op dieselfde manier as 'n minimum vereiste in die ander standaarde m.a.w as dit nie in plek is nie sal jy nie die oudit slaag nie. Daar is 39 “BELANGRIKE” punte en 131 “MINDER” punte.

➤ Pare Oefening: SAG.A.P se toepassing op kleinboere

Werk in pare, en verwys na die afdeling van SAG.A.P wat hierbo ingesluit is. Die uittreksel kom uit die afdeling 1.4: **Swammiddel Stoorkamer**. Dit sluit ook in afdeling 2: **Plantasie Geskiedenis** en afdeling 3: **Plantasiebestuur**

Gaan deur elke punt met jou spanmaat en bespreek of dit van toepassing op jou is as 'n Rooibos kleinboer. As daar 'n punt is wat op jou van toepassing is, maar jy voel dat dit te moeilik is om aan te voldoen, dui dit aan en gee 'n rede vir jou antwoord.

8.3. Biodiversiteit en Rught Rooibos

Wat beteken biodiversiteit?

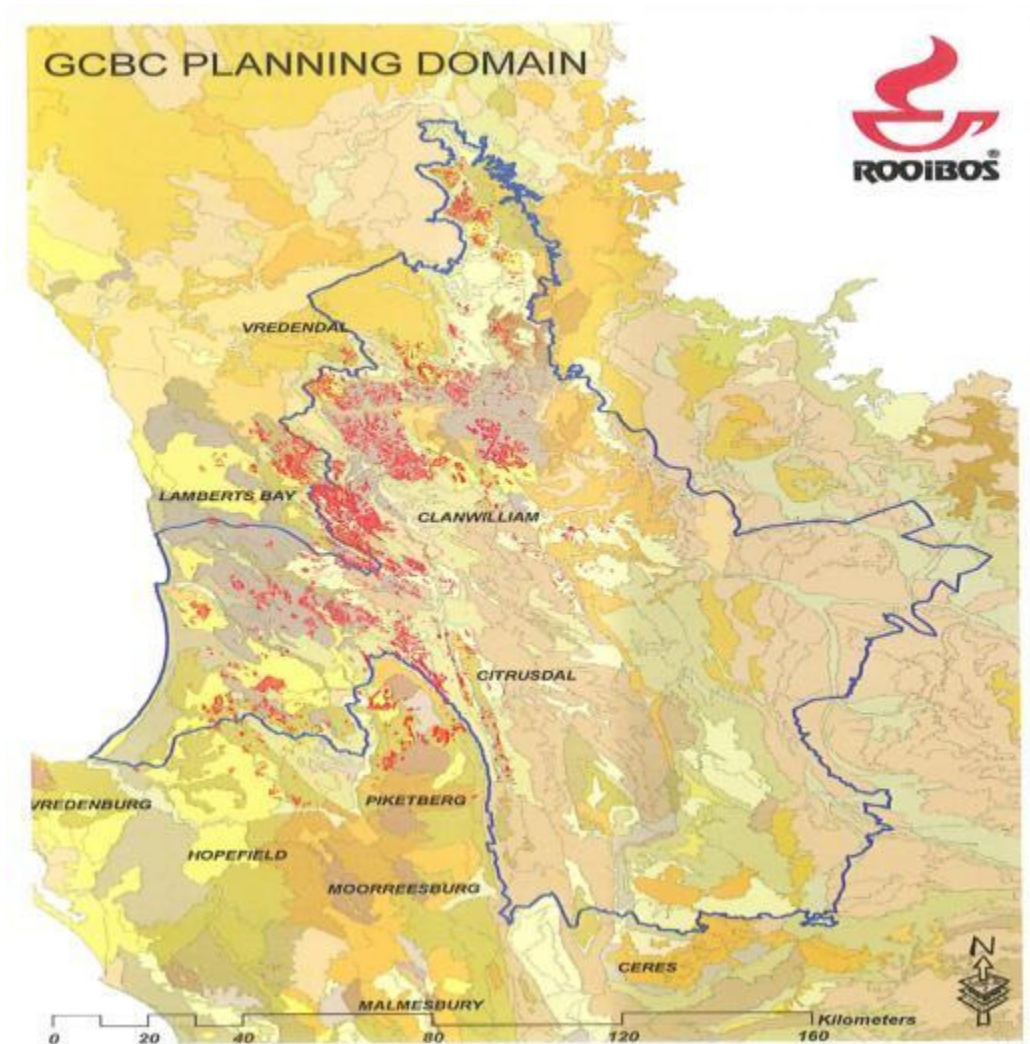
Biodiversiteit beskryf die verskeidenheid van lewe in 'n sekere area. Dit dui aan hoeveel verskillende spesies van plante, insekte, voëls en diere nog steeds in hul natuurlike habitat voorkom. Dit gaan ook verder en dui op die genetiese welstand in elke spesie sowel as die onderlinge verhouding tussen hulle en hulle omgewing.



Dit is basies 'n manier waarop die gesondheidsvlak van 'n biologiese sisteem gemeet kan word. Dit het van groot belang in die wêreld geword. In werklikheid, was 2010 as die Internasionale jaar van biodiversiteit verklaar. Suid-Afrika en veral die Kaapse Blom Koningkryk is bemaagtig met diversiteit wat spesies betref. Ons land se grondoppervlak beslaan slegs 1% van die aarde se totale grondoppervlak maar besit 10% van die wêreld se totale aantal voëls, vis en plant spesies, sowel as 6% van die wêreld se aantal soogdiere en reptiele.

Hierdie ongelooflike rykdom word bedreig deur die mensdom en hul behoefte in terme van voedsel en ruimte. As ons hierdie biodiversiteit verloor, reageer die natuur onvoorspelbaar teenoor omgewings veranderinge wat kan lei tot die vernietiging van spesies.

Die kaart hieronder dui die Greater Cederberg Biodiversity Corridor (GCBC) en Rooibos vervaardiging areas aan in rooi. Die GCBC is 'n beskermende area wat die Noord en Wes-Kaap oorspan en die doelwit is om die mense en die omgewing te beskerm. Plattelandse gemeenskappe en grond eienaars wat woon en produseer in die omgewing moet voorgestel word aan verdedigbare en volhoubare maniere om die natuurlike bronne wat bestaan in hierdie unieke deel van die wêreld te benut.



Wat is Right Rooibos?

Right Rooibos (RR) was voorheen verwys na as die Rooibos Biodiversiteit Initiatief wat begin het as 'n medewerkende projek om volgehoue vervaardiging van Rooibos te verseker in die in GCBC. Dit het begin in 2007 met 36 loodspulse wat 85,000 hektaar beloop het en hulle verbind het om volhoubare vervaardiging aktiwiteite uit te oefen met die hulp van Beste Praktyk Riglyne vir Rooibosproduksie wat ontwikkel is deur Gerhard Pretorius en Natura Libra Environmental Consultants.



Volhoubaarheid

Volhoubaarheid is die kapasiteit om te verdra. Dit kan in verband staan met iets soos 'n besigheid, 'n bedryf, 'n ekosisteem of selfs 'n projek. As iets volhoubaar is, beteken dit dat dit kan oorleef en produktief wees met tyd.

Om volhoubaarheid van Rooibos te verseker, het RR 'n paar strategieë in plek gesit:

- Ontwikkeling van volhoubare riglyne
- Implementering van hierdie riglyne deur 36 loodsplase
- Behartig navorsing om die vereistes van volhoubare Rooibos vervaardiging te verstaan
- Om tegniese bystand te lewer aan Rooibos vervaardigers
- Ontwikkeling van 'n Omgewings Bestuursplan vir elke produsent wat betrokke is by die initiatief
- Ontwikkeling van 'n monitering en evaluering sisteem om die integriteit en geloofwaardigheid van die initiatief te verseker
- Probeer kopers in die aanvoerketting oortuig om volhoubare Rooibos te koop

Die doelwit van RR is om 90% van die bedryf, die volhoubare beginsels in plek te sit deur:

- Derde party sertifisering sisteme
- 'n Bedryfswye handelsmerk
- Geographic Indicator (GI) program

Natuurlike hulpbronne en biodiversiteit

Wat beteken dit?

- Die natuurlike omgewing moet beskerm word
- Daar moet 'n omgewingsbestuur plan wees om die balans te vind tussen die natuur en boerdery
- Die boerdery se impak op die natuur moet minimaal wees

Die volgende onderwerpe word behandel:

1. Omgewingsimpak en risiko bepaling, beplanning en monitering
2. Maak van lande
3. Natuurlike veld
4. Grond
5. Water
6. Landbouchemikalieë
7. Afval
8. Brand

1. Omgewingsimpak en risiko bepaling, beplanning en monitering

Dit is 'n analise van die effek wat menslike aktiwiteite, in hierdie geval landbou aktiwiteite, op die natuur het. Boerderye moet:

- Analiseer watter impakte die voorbereiding van lande, ploeg, bemesting, pesbeheer en onkruidbeheer op die omgewing het
- Planne ontwikkel om daardie impakte te voorkom of te verminder
- Die implementering van daardie planne monitor

2. Maak van lande

- Geen nuwe lande binne 32m vanaf waterbronne (permanente of seisoenale vleie, riviere, strome)
- Los “korridors” van natuurlike veld tussen lande
- Vuur moet nie gebruik word vir skoonmaak van lande nie
- Geen lande in Kritiese Biodiversiteit Areas (CBA) of Ekologiese Ondersteunings Areas (ESA) nie. Natura Libra kan hierdie inligting en kaarte gratis verskaf
- Magtiging nodig van owerhede af vir nuwe lande



Foto 4: 'n Voorbeeld hoe Rooibos geplant word. Beide kante van die velde is waar natuurlike gange gehou moet word



Foto 5: Kleinboer wat wilde Rooibos oes

3. Natuurlike veld en wilde rooibos

- Natuurlike veld is habitat vir baie voordelige organismes soos pes-predatore en bestuiwers. Dit beskerm ook die grond en water en werk teen klimaatsverandering
- Natuurlike veld moet beskerm word en nie oorbeweid word nie
- Wilde rooibos moet beskerm word omdat dit die toekomstige kultivars kan wees wat beter opbrengste gee, meer pesbestand is en droër toestande kan oorleef
- “Rooi lys” plantspesies is baie skaars en word as Krities Bedreig, Bedreig of Kwesbaar geklassifiseer. Sulke spesies moet ten alle kostes beskerm word



Foto 6,7 & 8: Sommige van die plantspesies wat bedreig word in die Kaapse Blom Koningkryk

4. Grond

- Grond is die basis van alle landbou en moet bewaar en reg bestuur word
- Analiseer geskiktheid van grond vir Rooibos voor aanplanting
- Korrekte bemesting moet gebruik word met die klem op organiese bemesting



Erosie moet voorkom word:

- Winderosie kan voorkom word deur organiese materiaal in bogrond op te bou, bewaringsbewerking te gebruik, windskerms te hê byvoorbeeld natuurlike bosstroke, en wisselbou toe te pas
- Watererosie kan voorkom word deur lande nie teen steil hellings te maak nie, paaie reg uit te lê, en dongas met klipwalle te herwin

5. Water

- Die hoeveelheid en gehalte van water word verseker deur natuurlike waterbronne te beskerm
- Bewaar natuurlike plantegroei rondom alle waterbronne soos vleie en riviere, wat dien as grond stabiliserders en filters
- Bekamp indringerplante wat water “steel” en veral waterbronne binnedring. Dit verdring ook biodiversiteit
- Waterbronne moet nie besoedel word nie
- Die natuurlike vloei van water moet nie onderbreek of versteur word nie



6. Landbou chemikalieë

- Die hoeveelheid chemikalieë wat gebruik word moet stelselmatig verminder word tot sover as moontlik
- Chemikalieë sluit in kunsmatige bemestingsmiddels, pesbeheermiddels, onkruiddoders, brandstof, olie en skoonmaakmiddels
- Bemesting moet nie uit die duim gesuig word nie maar op grondanalises gebaseer wees. Die opbou van organiese materiaal in die bogrond verminder die nodigheid vir bemesting. Organiese bemesting is verkieslik
- Geïntegreerde pesbeheer verminder die nodigheid vir pesbeheermiddels
- Chemikalieë moet toegesluit wees in goed geventileerde store weg van waterbronne af. Store moet keerwalle hê wat besoedeling voorkom ingeval van lekkasies
- Slegs geregistreerde pesbeheermiddels mag gebruik word. Daar is middels wat verbode is bv “Dirty Dozen” en WHO lys van verbode middels
- Chemikalieë moet gestoor en gebruik word soos daarvoor voorgeskryf



7. Afvalbestuur

- Vloeibare en soliede afval moet bestuur word deur dit stelselmatig te verminder, te herwin en hergebruik, en wat oorbly op die regte manier te stort
- Vullisgate vir huidhoudelike afval moet omhein wees om te verhoed dat vullis rondwaai, en om persone insluitend kinders uit te hou
- “Nat” organiese afval moet gekomposteer word en kan weer in grond ingewerk word



Gevaarlike afval:

- Oortollige of ongebruikte afval moet toegesluit word totdat dit aan handelaars teruggegee kan word
- Leë chemiese houers moet 3 keer uitgespoel en stukkend gemaak word voor storting
- Herwinning waar moontlik bv. Glas, metaal, papier, dik plastiek en ou olie

- “E-waste” soos batterye, elektriese en elektroniese toerusting (fluorescent en energy saving ligte) moet eenkant gehou word totdat verwydering kan plaasvind na gemagtigde stortingsterrein

8. Brand

Fynbos moet verkieslik elke 12-15 jaar gebrand word om gesond te bly, maar onbeplande brande moet beheer word:

- Maak brandbane op geskikte plekke om wegholbrande te kan beveg
- Bure moet ingelig wees voordat ’n beheerde brand uitgevoer word
- Brande moet net van middel Maart tot middel Mei plaasvind, op gematigde dae met min wind
- Sorg dat daar altyd brandbeheertoerusting in ’n goeie werkende toestand is
- Werk saam met die Groter Cederberg Brandbeskermingsvereniging.

↘ Groep Oefening: Die belangrikheid van biodiversiteit

Bespreek in jou groep wat jy dink die mees belangrikste aspek van Biodiversiteit is en hoekom.

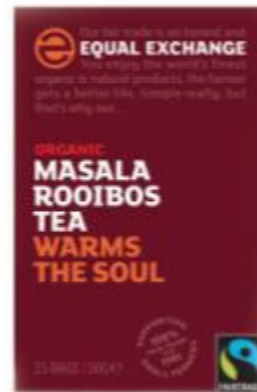
↘ Individuele Oefening: Die Right Rooibos Inisiatief

Verbeel jou, jy as ’n kleinboer raak betrokke by die Right Rooibos inisiatief. ’n Konsultant sal dan na jou grond toe kom en jou verskeie vervaardigings metodes evalueer en sal jou dan bystand bied om ’n Omgewings Bestuurplan te ontwikkel. Voor hy begin moet jy die volgende inligting aan hom verskaf gebaseer op die 8 aspekte van Biodiversiteit soos bogenoem:

1. Is daar enige van hierdie 8 aspekte wat jy voel jy het reeds in plek gesit het? Indien ja, noem asseblief watter een en hoe.
2. Watter een van hierdie 8 aspekte sal die grootste uitdaging vir jou wees en hoekom?
3. Watter een van die 8 aspekte sal jy eerste in plek wil hê en hoekom?

8.4. Fairtrade

- Fairtrade is 'n handelsvennootskap (tussen kopers en verkopers) wat fokus op groter gelykheid binne internasionale handel
- Fairtrade is 'n internasionale organisasie wat deursigtigheid, kommunikasie en respek binne internasionale handel aanmoedig
- Fairtrade dra by tot ontwikkeling deur beter handelsomstandighede te bied vir benadeelde produsente en werknemers, en ook om die regte van benadeelde produsente en werknemers te beskerm



Wat is die Voordele van Fairtrade?

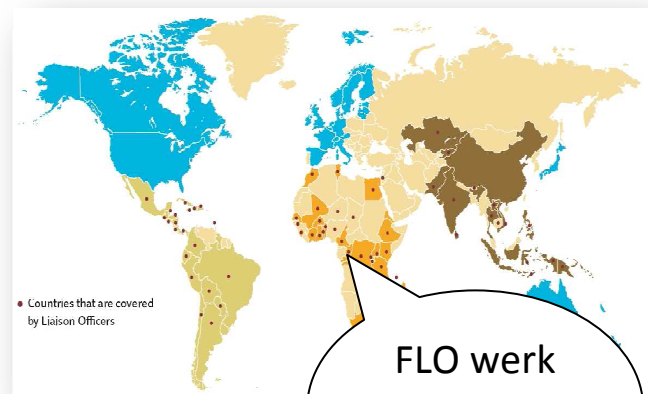
- 1. Die Fairtrade Standaard** is ontwerp om armoede te verlig, om produsente te bemagtig en om die regte van werknemers in arm lande reg rondom die wêreld te beskerm.
- 2. Die Minimum Prys** word aan die organisasie betaal vir die produk. Die prys word uitgewerk op grond van die produksie koste van die plaas, bv. arbeidskoste, koste van water, plantmateriaal en bemestingstowwe. Dit verseker dat produksie onkoste gedek word en dat die organisasie 'n redelike wins maak.
- 3. Die Fairtrade Premie** is 'n sosiale premie wat deur verbruikers in ontwikkelde lande betaal word. Hierdie verbruikers is bereid om meer te betaal vir 'n Fairtrade produk. Die Fairtrade Premie moet in die ontwikkeling van die organisasie en die lede belê word.

Fairtrade Labelling Organization (FLO) Stelsel



Wanneer die organisasie 'n Fairtrade oudit gehad het en voldoen aan die Generiese Standaard vir

Kleinboer Organisasies, sal die organisasie 'n sertifikaat ontvang wat sê dat hulle Fairtrade gesertifiseerd is.



FLO werk
oor die hele
wêreld

Dit beteken dat hul produk verkoop kan word met die Fairtrade etiket.

- Alle Fairtrade produkte wat verkoop word in lande soos Engeland, Duitsland en Holland word in **ontwikkelende lande** soos Afrika, Asië en Latyns-Amerika produseer
- Organisasies in ontwikkelde lande wat lede is van FLO, bevorder en bemark die beginsels van Fairtrade en die produkte met die Fairtrade etiket
- In Suid Afrika het ons 'n unieke organisasie genaamd Fair Trade Suid Afrika (FTSA) wat Fairtrade produkte binne die Suid Afrikaanse mark wil bemark, maar wat ook die belange verteenwoordige van Suid Afrikaanse Fairtrade produsente wat Fairtrade produkte uitvoer na ander markte

Fairtrade Standaarde

- Fairtrade is 'n opsionele sertifisering wat beskikbaar is aan beide kommersiële Rooibos produsente en kleinboere.
- Daar is huidiglik 4 Fairtrade gesertifiseerde kommersiële produsente, en 2 gesertifiseerde kleinboer koöperasies.
- Daar is ook 3 gesertifiseerde Fairtrade handelaars in Suid Afrika.

Kleinboere kan deelneem aan Fairtrade as hulle 'n organisasie gevorm het wat demokraties bestuur word en omsien na die sosiale, ekonomiese en omgewings standarde van Fairtrade. FLO wil verseker dat produsente 'n regverdige prys vir hulle produkte kry, maar ook dat boere en werknemers op 'n regverdige manier behandel word en onder goeie omstandighede werk.

Om dit te verseker het FLO 'n stel reëls ontwikkel waaraan plase moet voldoen. Ons noem hierdie stel reëls die **Fairtrade Standaard**. Daar is twee tipes standarde waaraan plase moet voldoen:

1. Die Generiese Standaard vir Kleinboer Organisasies
2. Die Produk en Handel Standaard

1. Die Generiese Standaard vir Kleinboere het vier afdelings:

Sosiale Ontwikkeling	Die afdeling fokus op demokrasie, deursigtigheid en deelname van die organisasie en vereis dat die lede kleinboere is.
Ekonomiese Ontwikkeling	Dit gee riglyne oor die ekonomiese ontwikkeling van boere en werknemers en hul families op gemeenskapsvlak.
Omgewings Ontwikkeling	Dit gee riglyne oor hoe die boerdery bestuur moet word om nie die omgewing skade aan te doen nie.
Arbeids Omstandighede	Dit gee riglyne oor die basiese regte van die werknemers asook die verbeteringe van die werksomstandighede.

2. Die Produk en Handel Standaarde

Daar is ook Produk en Handel Standaarde wat verseker dat die kopers 'n regverdige prys en premie betaal. FLO het verskillende Standaarde vir verskillende produkte en daar is ook verskillende minimum pryse en premies.

Huidiglik is Fairtrade Rooibos pryse hoogs aanloklik vir die produsente en is dit die hoogste betaalde "tipe" Rooibos, alhoewel die Fairtrade mark vir Rooibos net ongeveer 300 ton per jaar is.

Tipe Produsent	Produk	Eenheid	Fairtrade Minimum Prys teen EXW *	Fairtrade Premie
Loonarbeid	Konvensionele en Fairtrade Rooibos	1 kg	ZAR: R13.00	ZAR: R12.00
Loonarbeid	Organies en Fairtrade Rooibos	1 kg	ZAR: R18.00	ZAR: R12.00
Kleinboer organisasie	Konvensionele en Fairtrade Rooibos	1 kg	ZAR: R20.00	ZAR: R5.00
Kleinboer organisasie	Konvensionele en Fairtrade Rooibos	1 kg	ZAR: R25.00	ZAR: R5.00

EXW (Plaashek)

- Dit is 'n Inco terme wat 'n kommersiële handels konsep is.
- Dit word gebruik in handels kontrakte tydens die verkope van goedere.
- EXW staan vir Ex Works wat beteken dat aflewering plaasvind sodra die verkoper die goedere beskikbaar stel aan die koper by 'n bekende plek.
- Met ander woorde daar word ooreengekom dat indien die koper die goedere kom afhaal by die verkoper se erf/plek of dat die verkoper die goedere sal aflewer by die koper se erf/plek, die EXW in aanmerking kom.

Individuele Oefening: Hoeveel geld kry ons?

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. In jou groepe lees deur die volgende vrae en bereken hoeveel geld julle vir julle tee gaan ontvang. Jy het 100 ton Rooibos om te verkoop en jy gaan dit as volg verkoop:

1. 50 ton as Fairtrade
2. 10 ton as organies
3. 30 ton as konvensioneel
4. 10 ton as Fairtrade en organies

Onthou

- Die prys vir konvensionele Rooibos tee = R5.00 per Kg
- Die prys vir organiese Rooibos tee = R7.50 per Kg

Fairtrade Premie

FLO het ook Standaarde oor hoe die Premie gelde gespandeer moet word. Die volgende inligting moet in gedagte gehou word met die besluite rondom Premie Projekte:

- ✓ Lede van `n Koöperasie en die gemeenskap kan voordeel trek uit Fairtrade Premie projekte
- ✓ Die voordeel moet lang termyn wees
- ✓ Die projekte moet bydra tot sosiale en ekonomiese ontwikkeling van die gemeenskap
- ✓ Die Fairtrade Premie projekte kan die ekonomiese ontwikkeling van die organisasie ondersteun en versterk

Die Premie mag nie op die volgende wyse gebruik word nie:

- ✗ Dit kan nie in kontant versprei word in nie
- ✗ Op `n ondemokratiese manier oor besluit word nie

Hoe om die FLO-CERT Vereistes te bereik om aan die Fairtrade Standaarde te voldoen

FLO Sertifiserings Siklus

Die tyd tussen inspeksies, die hoeveelheid van inspeksies en die durasie van die sertifikaat is deel van die sertifiserings siklus. Met FLO-CERT is daar 'n sertifiseringsiklus en elke siklus neem 3 jaar. Dit laat die produsent toe om stadig maar seker aan die kriteria te voldoen en om binne meer realistiese tydslyne hulle besigheid ten volle volgens die Fairtrade Standaard te ontwikkel.

Daar is 3 siklusse voor die produsent aan alle kriteria voldoen. Indien die produsent slaag daarin om aan al drie siklusse se inspeksie en sertifikasie te voldoen, word siklus 3 herhaal, met 'n audit elke 3 jaar en ondersoek inspeksies vir die ander twee jare.

Oudit inspeksie	Jare 0, 3 and 6	Hier word daar seker gemaak dat die produsent voldoen aan die kriteria wat aangedui word in jare 0, 3 en 6. Indien die produsent die inspeksie slaag, kry hulle 'n sertifikaat wat geldig is vir 3 jaar.
Eerste ondersoek inspeksie	Jare 1, 4 and 7	Hier word daar seker gemaak dat die produsent steeds voldoen aan die kriteria van die vorige inspeksie. 'n Leemteontleding word gedoen om vas te stel hoe die produsent moet ontwikkel vir die volgende oudit inspeksie.
Tweede ondersoek inspeksie	Jare 2,5 and 8	Hier word daar seker gemaak dat die produsent steeds voldoen aan die kriteria van die vorige oudit inspeksie. FLO lig ook die produsent in oor wat reeds in plek is vir die volgende oudit inspeksie en wat nog in plek moet kom

Die FLO Oudit Proses

Hoekom vind die oudit plaas?

Gedurende die oudit moet die ouditeur sien dat die organisasie en lede beleide en praktyke in plek het en dat die plaas werk volgens die Fairtrade Standaard.

Wie doen die oudit?

Die ouditeur van FLO- CERT doen persoonlik die oudit by die organisasie en by die lede.

Wanneer vind die oudit plaas?

Daar sal een keer per jaar 'n oudit wees. Dit vind gewoonlik tydens 'n besige tyd van die jaar plaas, sodat die ouditeur die geleentheid het om onderhoude met lede, permanente en seisoenale werknemers te voer.



Voorbeeld: FLO Sertifikaat



Pare Projek: Die Fairtrade Plakkaat

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Die fasiliteerder sal julle in groepe verdeel en vra dat julle:

1. Beplan hoe julle 'n plakkaat gaan ontwikkel om as hulpmiddel te dien met die uitbeelding van Fairtrade Standaarde
2. Voorberei watter inligting en prente op die plakkaat gaan verskyn
3. Die plakkaat ontwikkel wat die groep kan gebruik as metode om ander bewus te maak oor Fairtrade Standaarde
4. Die plakkaat kan ook opgeplak word waar almal dit kan sien

8.5. UTZ

Geskiedenis

UTZ CERTIFIED 'Good Inside' is 'n sertifikasie en standaard organisasie wat in 2002 begin het met die koffie aanvoerketting. Die oprigters het dit eers die organisasie "Utz Kapeh" genoem wat "Goeie Koffie" beteken in 'n Mayan taal wat gekies was omdat die eerste koffie plase geleë was in Guatemala Stad, Suid-Amerika.



In 2007, het die naam na UTZ CERTIFIED 'Good Inside' verander omdat hulle na 'n multi-handelaars program verander het. Vandag het UTZ Certified standaard vir Koffie, Kakao en Tee en monitor ook die nasporing van Palmolie in die aanvoerketting.

UTZ CERTIFIED's se visie is om volhoubare landbou aanvoerkettings te stig wat die groei behoeftes en verwagtinge tevrede stel van produsente, die kos bedryf en verbruikers. Die UTZ CERTIFIED handelsmerk is 'n waarborg dat die produk 'Good Inside' is, met ander woorde dat die produk professionele, sosiale en omgewings kwaliteits standaard bevredig.

Ouditering en Sertifisering

Omdat UTZ CERTIFIED 'n nie-winsgewende organisasie is, vra hulle geen geld vir 'n maatskappy wat gesertifiseer wil word deur UTZ CERTIFIED nie. Dit maak van hulle 'n bekostigbare keuse vir die produsent of handelaar wat deel wil wees van die program. UTZ CERTIFIED verskil op hierdie manier van Fairtrade asook dat hulle 'n Besigheid tot Besigheid sertifikasie is, waar Fairtrade 'n Besigheid aan Verbruiker sertifikasie is



Besigheid tot Besigheid(B2B)

- B2B beskryf 'n transaksie tussen 2 besighede, bevoorbeeld 'n plaas en vervaardiger
- Rooibos Ltd verkoop Rooibos tee aan Sara Lee is 'n B2B transaksie
- Die UTZ handelsmerk dui aan Sara Lee dat die Rooibos geproduseer was deur 'n verantwoordelike en veilige manier



Besigheid aan Verbruiker (B2C)

- B2C beskryf 'n transaksie tussen 'n besigheid en die finale verbruiker
- Sainsburys verkoop Carmien tee in die winkels is 'n B2C transaksie
- Die Fairtrade handelsmerk dui dat dat die label Rooibos op 'n verantwoordelike manier geproduseer was

UTZ CERTIFIED is 'n volle lid van die ISEAL Alliansie wat 'n beskuttings organisasie is wat verseker dat sekere metodes gevolg word deur organisasies soos UTZ CERTIFIED om 'n regverdige en deursigtige standaard stelsel in plek te hê. Dit is hoekom dit nodig was om 'n publieke UTZ werkwinkel in Julie 2010 te hou m.a.w om te verseker dat daar terugvoering is oor die Kode wat ontwikkel is vir Rooibos.

UTZ CERTIFIED is nie 'n ouditerings liggaam nie en dit is hoekom ons Suid-Afrikaanse organisasies moet kry om die produsente en verwerkers te audit teen die UTZ Code vir Rooibos. Deur nie self die audit te behartig nie, gee die program onafhanklike versekering van volhoubare produksie en bron naspeurbaarheid. Dit bied ware aanlynse nasporing van landbou produkte terug na hulle oorsprong.

'n Produsent, verwekker of verpakker moet jaarliks geaudit word as hulle UTZ CERTIFIED wil bly of word. Hulle sal die jaarlikse sertifiserings bedrag aan 'n sertifiserings organisasie og besigheid betaal en geen bedrag aan UTZ CERTIFIED nie. Die audit moet binne 3 maande van die begin van die oes of 3 maande na die oes plaasvind. Die sertifikaat sal eers uitgedien word met die begin van die eintlike oes.



Self inspeksie

- Voor die jaarlikse inspeksie moet die produsent self inspeksie uitoefen teen die gedragskode
- Dit moet aan die sertifiserings raad gestuur word voor die inspeksie sodat hulle die huidige situasie kan hersien



Onvoldoende aksie

- In die geval dat 'n produsent nie voldoen aan die standaard nie, sal hulle korrektiewe aksies ontvang en hulle het 4 weke om dit in plek te kry voordat hulle die sertifikaat sal kry

Die UTZ CERTIFIED Gedragskode vir Rooibos

Die Gedragskode vir Rooibos was ontwikkel deur UTZ CERTIFIED in 2010 met die bystand van verskeie deskundiges in die bedryf en konsultante wat spesialiseer in standarde. Die Kode word huidiglik gebruik om die volgende rolspelers in die bedryf te sertifiseer in 'n 3 jaar proef projek:

- 5 kommersiële vervaardigers
- 3 verwerkers en verpakkers
- 1 kleinboer koöperasie

Dit beteken dat die eerste UTZ CERTIFIED Rooibos tee beskikbaar sal wees teen Maart 2011 op die laaste. Na die voltooiing van die proef projek sal die kode gefinaliseer word en ander maatskappye in die bedryf kan dan gesertifiseer word.

Die Kode sluit in die volgende algemene onderwerpe:

1. Nasporing, produk identifikasie en afsondering
2. Bestuurstelsels, rekordhouding en self inspeksie
3. Variëteite en wortel voorraad
4. Grondbestuur
5. Gebruik van bemestingstowwe
6. Besproeiing
7. Geïntegreerde pesbeheer en gewas beskerming
8. Oes
9. Na-oes produk hantering (tee baan)
10. Werkerregte en gesondheid en veiligheid
11. Biodiversiteit

Kontrole punte van UTZ

- In Verpligte m.a.w hulle moet nagekom word OF
- Addisionele m.a.w hulle hoef nie nagekom te word nie, maar verskaf ekstra punte
- Die Verpligte kontrole punte is toepaslik in jaar 1, jaar 2, jaar 3 of jaar 4

Pryse en die UTZ Premie

UTZ CERTIFIED bepaal nie die prys waarvoor UTZ CERTIFIED Rooibos verkoop moet word nie. Dit word besluit tussen die koper en verkoper van die UTZ CERTIFIED Rooibos.

UTZ CERTIFIED Rooibos verseker kopers dat die produk geproduseer word onder redelike omstandighede, volgens goeie sosiale en omgewings praktyke en dat die produsent daarom 'n beter prys vir sy tee verdien. Hierna word verwys as die UTZ Premie. Dit is ook nie 'n bedrag wat deur UTZ vasgestel word nie, maar wat tussen die koper en verkoper ooreengekom word.

UTZ CERTIFIED reguleer ook nie presies waarvoor die Premie gebruik moet word nie, maar dit moet deursigtig wees en bewyse vir waarop die geld gebruik was mag aangevra word deur die ouditeur.

↘ Groep Oefening: Analiseer die verskillende standaarde

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. Die fasiliteerder sal julle in groepe verdeel. Analiseer in jou groepe, Biodiversiteit, Fairtrade, Organies, SAG.A.P en UTZ en beantwoord dan die volgende vrae:

1. Noem 5 goed wat dieselfde is in al die standaarde
2. Noem 3 goed wat verskillend is tussen al die standaarde
3. Watter standaard dink jy sal die maklikste wees om aan te voldoen en hoekom?
4. Watter standaard dink jy sal die moeilikste wees om aan te voldoen en hoekom?

Die fasiliteerder sal bystand verleen waar nodig.

8.6. ICS

Wat is 'n ICS?

Die ICS (Internal Control System) is 'n interne beheer sisteem wat fokus op kwaliteitsbestuur en wat gebruik kan word deur enige groep kleinboere wat gesertifiseer wil word. Dit help produsente om hul organisasie vaardighede, bestuur en effektiwiteit te verbeter.

Die doel agter die ontwikkeling van die ICS is om sertifisering kostes te verlaag want dit help die groep om baie van die monitering self te doen. Dit help om die reëls en regulasies te vergemaklik en bemagtig die kleinboere omdat hulle self verantwoordelik is vir die bestuur van hul eie sisteem. Dit beteken wel nie dat die reëls van die sertifisering nie gevolg moet word nie!

Dit beteken dat die ouditeur verantwoordelik is vir:

- Nagaan van die rekordhouding van die groep
- Verseker dat data opnames vlot verloop
- Die audit van 'n klein aantal plase

'n ICS is 'n vereiste vir:

- Organiese sertifisering
- UTZ sertifisering

Maar dit is ook 'n goeie sisteem om in plek te hê ongeag watter sertifikasie of standarde die groep mee werk.

Hoekom moet 'n kleinboer organisasie 'n ICS vestig?

'n ICS kan verseker dat alle lede van 'n kleinboer groep voldoen aan die standaard. 'n ICS kan die groep help om die volgende te verbeter:

- Bestuur verrigting
- Produksie prosesse
- Bemerkings prosesse
- Rekordhouding
- Kommunikasie
- Deursigtigheid
- Betroubaarheid

Wie se verantwoordelikheid is die ICS?

Die beste manier om 'n ICS te bestuur is om 'n ICS bestuurder aan te stel en afhange van die grootte en ligging van die groep kan daar meer as een wees. 'n ICS bestuurder moet die volgende wees:

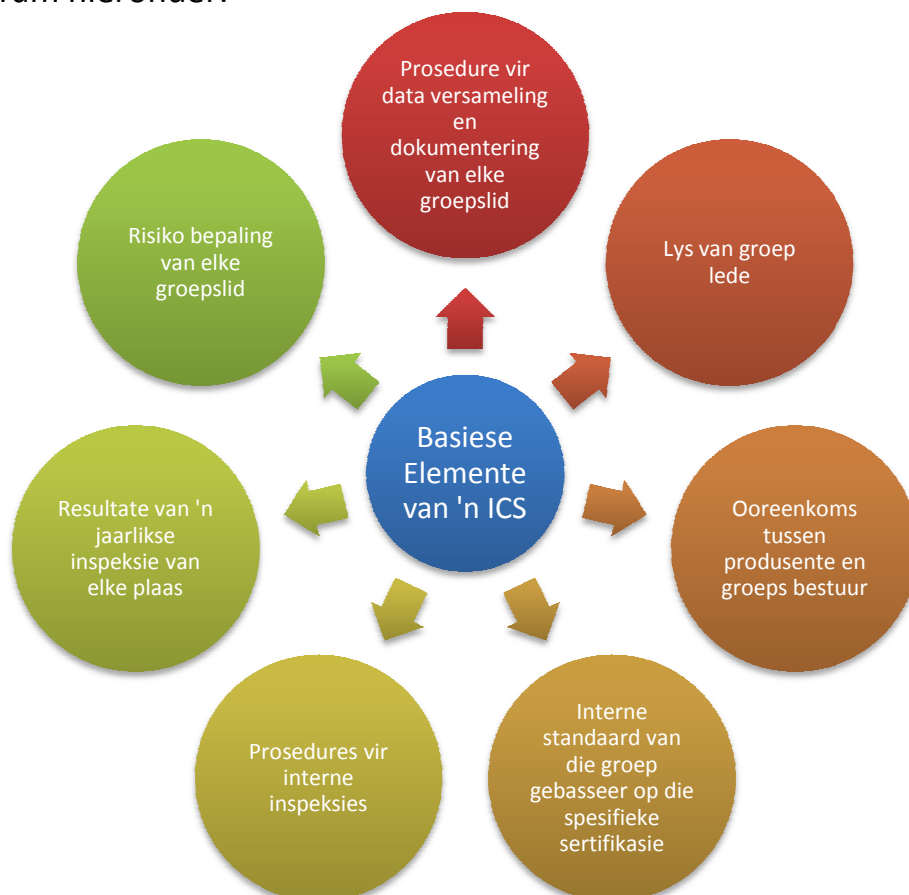
Rol van 'n ICS bestuurder	Bevoegdheid van 'n ICS bestuurder	Opleiding wat 'n ICS bestuurder benodig
<ul style="list-style-type: none">• Organiseer die ICS• Maak seker die inligting word aan al die lede gegee• Motiveer lede van die groep• Voorsien toepaslike opleiding	<ul style="list-style-type: none">• Gedetailleerde kennis van 'n spesifieke standaard• Goeie kennis van die ICS prosedures• Vermoë om 'n span te lei• Vermoë om ander op te lei• Doeltreffendheid• Gesag	<ul style="list-style-type: none">• Hoe om 'n ICS bestuurder te wees• Opleiding op verskeie standarde en sertifikasies• Hoe om rekord te hou• Hoe om op te lei• Hoe om te kommunikeer

Daar moet nie van die ICS bestuurder verwag word om alle take self uit te voer nie. Dit is belangrik dat hulle ondersteun word in die volgende indien moontlik:

- 'n Interne inspekteur wat elke lid op 'n jaarlike basis kan besoek
- 'n Goedkeuring en bekragtigings bestuurder/komitee om besluite te neem oor die groep se lid status
- 'n Opleier wat bewustheid kan versprei tussen produsente
- 'n Persoon verantwoordelik vir nasporing, etikettering en afsondering van die gesertifiseerde produk
- 'n Verantwoordelike persoon vir menslike hulpbronne m.a.w werksomstandighede van die produsente en hulle werkers sowel as die werknemers van die groep

Basiese elemente van 'n ICS

Die basiese elemente wat benodig word om 'n ICS te vestig kan gesien word in die diagram hieronder:



Wat is 'n risiko bepaling?

- 'n Risiko bepaling is 'n tegniek wat gebruik word om faktore wat die sukses van jou besigheid kan beïnvloed te kan identifiseer
- Hierdie tegniek help ook om voorkomende maatstawwe te definieer om die waarskynlikheid van hierdie faktore te verminder
- Die interne reëls van die ICS moet bepaal word deur 'n risiko bepaling wat gedoen word op sleutel groeplede en die sentrale raad van die groep
- Die risiko's wat spesifiek oorweeg moet word is:
 - Gesondheid en Veiligheid
 - Voedselveiligheid
 - Werksomstandighede
 - Die omgewing

Na 'n risiko bepaling gedoen is, moet 'n interne standaard ontwikkel word vir die groep. Dit is eintlik 'n Gedragskode wat alle prosedures sal verduidelik wat gevolg moet word om die standaard in plek te sit.

Punte wat ingesluit moet word in 'n ICS

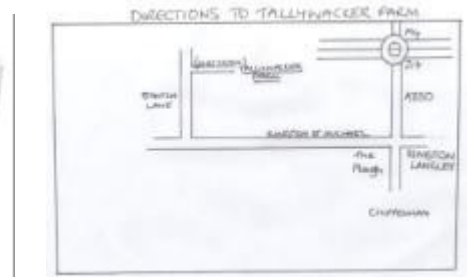
Grondvrugbaarheid en struktuur	Geïntegreerde pesbeheer	Oes en na-oes
Gewas beskerming	Stoor van agro-chemiese stowwe	Produk kwaliteit
Higiëne	Gesondheid en veiligheid	Werkksomstandighede
Beskerming van die omgewing	Bestuur sisteme en rekordhouding	Nasporing en afsondering van die produk

Projek: Ontwikkeling van 'n produsent inligtings kaart

As deel van die ICS is dit noodsaaklik om 'n lys van al die produsente te hê wat deel is van die groep. Elke produsent moet 'n inligtings kaart hê wat die ICS bestuurder in staat stel om die sisteem effektief te kontroleer. In groepe, ontwikkel 'n produsent inligting kaart. Die fasiliteerders sal jou begelei waar nodig. Onthou dat die volgende moet ingesluit wees:



- Persoonlik inligting
- Familie inligting
- Inligting van werknemers
- Inligting oor die boedery en die omgewing
- Behoefte aan 'n plaaskaart

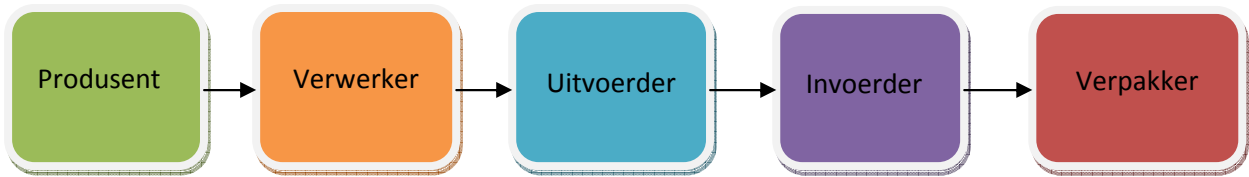


8.7. Voedsel Veiligheid en HACCP

Wat is voedselveiligheid en hoekom is dit belangrik?

Voedselveiligheid verwys na die prosesse betrokke wanneer voedsel hanteer, voorberei of gestoor word om dit te beskerm van besmetting. Alle soorte voedsel van vleis, vrugte, groente en selfs tee dra siektes van die veld tot by ons finale verbruikers.

Dit is belangrik om te verstaan dat voedselveiligheid nie net belangrik is vir die organisasie wat die produk verpak nie maar vir alle prosesse in die handelsketting. Die diagram hieronder dui die verskillende stappe in die Rooibos ketting aan.



Die produsent, verwerker, uitvoerder, invoerder en verpakker moet almal aan voedselveiligheid dink. Hulle moet die fisiese, chemiese en biologiese risikos identifiseer en moet voorkomende stappe neem eerder as om slegs te reageer indien iets verkeerd sou loop. Dit is wat in die 1980's geskied het met die *salmonella* paniek in Australië wat amper die bedryf geskend het.

Salmonella

- *Salmonella* is 'n bakterieë wat in koue en warm bloedige diere (insluitende mense) sowel as die omgewing voorkom
- Hulle kan baie voedselverwante siektes voortbring soos tifoëdkoors
- Die siektes word oorgedra deur die eet van besmette voedsel

Om te vermy dat bakterië soos *salmonella* Rooibos affekteer, het die bedryf begin om die tee te pasteuriseer in 1986. Die proses is baie effektief en daar was geen bekende gevalle van besmette Rooibos sedert dan. Dit beteken wel nie dat vervaardigers nie besmette Rooibos vervaardig het nie!

Pasteurisasie

- Pasteurisasie is die proses van verhitng van Rooibos tot 'n hoë temperatuur vir 'n sekere tydperk en dit word dan dadelik verkoel
- Dit verstadig die mikrobiese groei in voedsel
- Die proses verhoog die klamheid van die tee, so dit moet weer gedroog word voor verpakking.

↘ Groep Oefening: Hoe kan ek besmetting voorkom?

Bespreek in jou groep wat jy as produsent kan doen om besmetting te voorkom voordat jou Rooibos verwerk word. Na die bespreking skryf asseblief die 5 belangrikste metodes van hoe jy besmetting kan voorkom in die Leerder Werkboek neer. Die fasiliteerder sal hulp en idees gee waar nodig.



HACCP

HACCP staan vir Hazard Analysis Critical Control Point en word gebruik in die voedselbedryf om gesondheids en veiligheids gevare te identifiseer en om voorkomingstegnieke in plek te sit wat die risiko verminder of elimineer. HACCP is steeds 'n vrywillige sisteem in die Rooibos bedryf en is iets wat nog steeds geïmplementeer moet word by die prosessering stadiums teenoor die primêre plaas produksie stadium. Dit is nie van toepassing in alle bedrywe nie, maar spesifiek op Rooibos omdat die primêre plaas produksie stadium 'n relatiewe lae risiko is. Dit is wel belangrik om HACCP by die tee baan te implimenteer.



Daar is 7 beginsels van die HACCP sisteem wat in die tabel hieronder opgesom is:

Beginsel	Verduideliking
1. Doen 'n risiko bepaling	Identifiseer die risiko in jou besigheid wat die Rooibos onveilig kan maak vir mense
2. Identifiseer kritiese kontrole punte (CCP)	'n CCP is 'n punt, stap of proses waar kontrole toegepas kan word om die risiko te verminder
3. Identifiseer die kritiese limiete van elke kontrole punt	'n Kritiese limiet is die minimum of maksimum waarde tot wat 'n gevaar gekontroleer moet word om die risiko te verminder
4. Identifiseer die kritiese kontrole punt monitoring vereistes	Die monitor van aktiwiteite verseker dat die proses by elke stap onder beheer is van elke CCP
5. Identifiseer korrektiewe aksies	As monitoring enige afwyking aandui van die kritiese limiet is dit nodig om korrektiewe aksie te neem
6. Identifiseer rekordhouding stappe	Jy moet rekord hou van jou HACCP plan en dokumenteer hoe jy CCP's monitor en bepaal het
7. Identifiseer stappe wat verseker dat die HACCP sisteem werk soos dit moet	Jy moet in staat wees om jou HACCP plan te evalueer om te verseker dat dit effektief is en dat dit doen waarvoor dit ontwerp is

ISO 22000

Nog 'n voedselveiligheid standaard is die International Organization for Standardization (ISO) en die nuutste weergawe daarvan is ISO 22000. Dit sluit HACCP in by die voedselveiligheid vereistes maar sluit ook die volgende elemente in:

- Bestuursisteam - 'n Gestruktureerde sisteem wat verseker dat die organisasie se aktiwiteite voedselveiligheid aktiwiteite insluit
- Interaktiewe kommunikasie – in die voedselketting tussen alle organisasies om te verseker dat alle voedsel en veiligheid gevare geïdentifiseer en gekontroleer is
- Voorvereiste programme – 'n voorvereiste program is 'n manier om te bepaal en te dokumenteer hoekom sekere geïdentifiseerde gevare gekontroleer moet word
- HACCP beginsels – soos hierbo bespreek

Kwaliteitsbeheer

Elke stadium van die produksie proses, vanaf die ontvang van die produk tot die verpakking, hang af van die kwaliteitsbeheer en laboratorium toetse wat verseker dat die finale produk verwagtinge tevrede stel. Ons het meer geleer oor kwaliteitsbeheer gedurende ons besoek aan die Rooibos Ltd's gehalte sentrum.



Foto 9 & 10: Rooibos Ltd's gehalte sentrum en gehaltebeheer

Alle toetse wat deur Rooibos Ltd gedoen word, is saamgestel deur die Department van Landbou en die Department van Landbou se direktoraat van plante en kwaliteitsbestuur, onder die toesighouding van PPECB. Hulle volg ook die Europese Unie se streng riglyne. Die mikpunt van alle vervaardigers en verwerkers moet wees om 'n produk van die hoogste kwaliteit te lewer ten alle tye. Dit sal verseker dat verbruikers altyd 'n veilige produk gebruik wat ten einde 'n volhoubare bedryf sal op lewer.

Vaardigheids Oefening: Hoe kan ek kwaliteit en veiligheid van my produk verseker?

Lees die kort paragraaf in jy Leerder Werkboek en bespreek elke kwessie hieronder in julle groepe. Skryf by elke kwessie twee punte neer wat julle as belangrik sien in die spesifieke konteks. Die fasiliteerder sal bystand verleen waar nodig.

1. As jy 'n bemarker was, hoe sou jy die kwaliteit van jou produk aan jou verbruikers verduidelik?
 - As jy 'n produsent was, wat sou jy doen om te verseker dat die produk wat jy uitvoer veilig is vir verbruikers?
 - As jy 'n verwerker was, hoe sou jy seker maak dat die Rooibos wat jy ontvang van die produsente veilig is?

AFDELING 9: EFFEKTIEWE KOMMUNIKASIE – GESKREWE

Inleiding

Geskrewe kommunikasie vind selde plaas sonder `n spesifieke doel. Ons skryf vir mense in verskillende kontekse om in spesifieke inligting te kommunikeer aan `n spesifieke gehoor. Moontlik is jy baie bekend met die gehoor, minder bekend in sommige gevalle en in ander gevalle relatief onbekend.

Die doel van skryf is baie divers - dit sluit onder andere persoonlike kommunikasie en besigheids kommunikasie in. Dit sluit ook in die skryf van besigheids briewe, verslae, aanbiedings, advertensies, nuusbriewe, aansoeke en projekte. Die doel van kommunikasie bly nog steeds die bevestiging van begrip, die ruil van inligting, idees, gedagtes, feite en opinies. Dit word ook benodig om inligting of sienswyses oor te dra, om te oorrede, in te lig of selfs te beïnvloed.

Dit is nog steeds `n twee rigting proses waar een persoon die inligting stuur en die ander persoon die inligting ontvang. Tydens die geskrewe kommunikasie proses word hierdie rolle gekombineer want elk van die persone verskaf en ontvang inligting tydens die proses.

Groep Bespreking: Geskrewe Kommunikasie

Voltooi die oefening in jou Leerder Werkboek. Bespreek kortliks die vrae hieronder in jou groep en skryf jou eie notas in jou Leerder Werkboek neer.

1. In jou groep wat is jou definisie van geskrewe kommunikasie?
2. Waarom is dit belangrik in jou werksomgewing of eie besigheid?
3. Waarvoor en wanneer gebruik jy geskrewe kommunikasie?
4. Hoeveel tyd spandeer jy aan geskrewe kommunikasie?

9.1. Beginsels van Geskrewe Kommunikasie

As 'n toesighouer of bestuurder word daar gereeld van jou verwag om op 'n geskrewe wyse te kommunikeer deur middel van memo's, vorderingsverslae en om instruksies deur te gee deur middel van epos ens. Dit is dus baie belangrik dat jy 'n goeie begrip en kennis het van beide die geskrewe woord, tesame met die styl en formaat.

Dit is belangrik wanneer inligting op 'n geskrewe manier aan ander deurgegee moet word dat die volgende riglyne gevolg moet word:

- Wees objektief
- Maak seker dat die boodskap duidelik is
- Gebruik eenvoudige woorde sodat inligting maklik verstaanbaar kan wees
- Wees logies en duidelik met die volgorde en verloop van gebeure of inligting wat gebruik word tydens geskrewe kommunikasie
- Inligting wat deurgegee word moet akkuraat moet wees
- Die geskrewe inligting moet volledig en voltooid wees
- Die geskrewe inligting moet netjies en leesbaar wees



9.2. Voorbereiding van Geskrewe Kommunikasie

Geskrewe kommunikasie kan gesien word as die kuns om inligting in geskrewe vorm te sit. Effektiewe kommunikasie is wanneer die bedoelde boodskap voorberei word deur die stuurder om `n spesifieke ontvanger te bereik.

1. Die Gehoor

Dit is belangrik om eers die gehoor vir wie die boodskap bedoel is te identifiseer, asook enige spesifieke beskrywings van die gehoor moet vasgestel word. Die geskrewe metode waarop besluit word hang af van verskillende faktore soos byvoorbeeld:

- Aan **wie** stuur jy jou boodskap?
- **Wat** is hulle belangstelling?
- **Wat** wil hulle eintlik weet?
- **Wat** moet jy vir hulle sê?
- **Wat** is die beste geskrewe metode om met hierdie teikengroep te kommunikeer?
- Wat is die **kulturele agtergrond**?
- Wat is die **vlak van kennis** oor die spesifieke onderwerp of situasie?
- Wat is die **houding** oor die spesifieke onderwerp of situasie?
- **Status** in die besigheid, organisasie of gemeenskap

2. Die Doel

Die doel van geskrewe kommunikasie beïnvloed verder die styl, formaat en die algemene gevoel van die skrywe. Die doel kan enige van die volgende aspekte of selfs `n kombinasie van die volgende aspekte insluit:

- Beskryf van `n sekere proses
- Verduideliking van `n konsep
- Instruksies
- Rekord neem van resultate
- Evaluering van resultate
- Aanbevelings of voorstelle van aksies

- Aanmoediging van goedgesindheid
- Oorreding
- Voorgestelde aksie, projek en idees
- Befondsing
- Verkoop of bemarking van `n produk, konsep of idee
- Verskaffing van inligting
- Wegwysing van `n voorstel

9.3. Metodes van Geskrewe Kommunikasie

1. Skryf van `n Verslag

- `n Verslag is `n formele, geskrewe dokument wat `n beskrywing en inligting gee oor `n projek of `n situasie, en is gebaseer op feite.
- `n Verslag is dus `n dokument wat gekenmerk word deur inligting gebaseer op `n spesifieke ondersoek of navrae wat op so `n wyse geskryf word dat dit aanpas by die spesifieke situasie en gehoor.
- Verslae word geskryf nadat `n instruksie ontvang was om inligting te verskaf, rekord te neem van feite, om te oorreed, te help om besluite te neem, om aksies aan te beveel of op te som.
- Verslae kan geskryf word vir privaat besighede of organisasies of vir die publiek of gemeenskap. Dit hanteer gewoonlik vrae wat deur individue gestel was van besighede, opleidings organisasies, wetenskaplike afdelings, navorsings doeleindes, die gemeenskap en ook die regering.
- Verslae is oor die algemeen `n vertroulike dokument.

Tipes formate van verslae

- Brief vorm - word gebruik vir kort informele verslae, (gewoonlik 8 of minder bladsye) word geskryf aan mense buite die organisasie.
- Memo - vir kort verslae wat binne die organisasie gaan bly
- Manuskrip - is langer en meer formele verslae



Verskillende tipes informele verslae sluit in:

- *Inligtingsverslae* wanneer data versamel en ondersoek word soos finansiële verslae, begrotings verslae
- *Aanbevelingsverslae* soos inspeksie verslae, evaluerings verslae, omgewings verslae, verslae oor spesifieke prosedures/ beleide
- *Vorderingsverslae* soos Jaar verslae, werksplek verslae
- *Vergaderingsverslae* soos die neem van notules tydens vergaderings en
- *Lewensvatbare verslae/studies* word geskryf wanneer `n organisasie of besigheid moet besluit om voort te gaan met `n plan van aksie

Die stappe met die skryf van `n verslag

1. Beplan versigtig deur te weet wat die doel is en wie die gehoor is.
2. Versamel en organiseer die nodige data en inligting
3. Skryf rowwe notas, ontwikkel en proeflees die verslag
4. Doen `n finale aanbieding
5. Lewer die verslag op tyd

Die uitleg van `n verslag

Die liggaam van die verslag kan byvoorbeeld insluit:

- Inleiding of kontak sin (Ek het die plesier om die volgende verslag in te handig ter sake ...).
- Waaroor gaan die verslag
- Versamel van inligting prosedure of metodes (Wat was die plan van aksie)
- Resultate of Bevindings
- Opsomming of Afsluiting
- Aanbevelings (Aksies vorentoe)
- Lys van Verwysings of hulpbronne (in alfabetiese volgorde)

Die styl van `n verslag

Verslae word in `n formele, onpersoonlike en objektiewe styl geskryf deur feite van opinies te onderskei.

↘ **Individuele Oefening: Hersiening van die verslag**

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek duer gebruik te maak van die verslag wat jy in Sessie 1 voltooi het as 'n bron dokument. Lees deur die instruksie en jou geskrewe verslag.

1. Evalueer die vlak van organisasie in jou verslag deur dit te meet met die kontrole lys hieronder. Lees deur die kriteria en merk af by die toepaslike kolom.
2. Gebruik al die inligting wat jy nou geleer het om die verslag oor te skryf.

Kriteria	Ja	Amper	Nee
1. Die doel van my skrywe word duidelik uitgebeeld			
2. Die behoeftes van die gehoor word spesifiek bepaal			
3. Die formaat en uitleg wat gekies was is toepaslik vir die gehoor en die situasie			
4. Die inligting word op `n logiese en georganiseerde wyse deurgegee			
5. Die inleidende paragraaf is interessant en gryp die aandag van die gehoor			
6. Die afsluiting is `n effektiewe opsomming met sterk aanbevelings vir aksies			
7. Verwys na hulpbronne waar navorsing nodig was			

2. Briewe

Briewe is `n belangrike wyse van kontak tussen organisasies en interne en eksterne kliënte. Die volgende tipes briewe word oor die algemeen gebruik:

- Briewe om inligting te bekom
- Terugvoerings op navrae
- Briewe van klagtes
- Briewe om aanpassings
- Uitnodigings briewe
- Positiewe en negatiewe nuus en neutrale briewe

Die formaat van `n tipiese formele besigheids brief:

- a. Adres van die stuurder
- b. Verwysings nommer
- c. Datum
- d. Adres van die Ontvanger
- e. Openings groete
- f. Inleidende paragraaf
- g. Liggaam van die brief
- h. Opsommende paragraaf
- i. Komplimentêre afsluiting
- j. Naam van die stuurder
- k. Posisie van die stuurder



➤ Groep Oefening: Skryf van formele brief

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek. In jou gemeenskapsgroepe bespreek die formaat en uitleg van die brief. Skryf `n brief aan die koöperasie bestuur om die volgende inligting te versoek:

- Die Grondwet
- Die volgende datum van bestuurs en lede vergaderings
- Wat die huidige prys is dat hulle vir die Rooibos kry
- Inligting oor die beplanning van oestyd vir 2011

Hou die brief kort en saaklik. Die fasiliteerder gee bystand soos nodig

3. Voorstelle

Voorstelle is feitlike dokumente wat opgestel word met die doel om aksie aan te moedig en moet dit goed georganiseer en duidelik wees.

Formaat van `n voorstel:

- a. Hoof titel wat die voorstel gee of voorgestelde aksie uitwys
- b. Voorstellings opsomming wat die sleutel punte verskaf
- c. Agtergrond van die voorstel
- d. Breedvoerige besonderhede van voorstel
- e. Regverdiging of wettiging
- f. Versterking

4. Aansoeke

Wat is die LRAD Toelae?

Land Redistribution for Agricultural Development (LRAD) sub-programme, was geskep om voorheen benadeelde burgers te help, van Swart Afrikaner, Kleurlinge en Indiër gemeenskappe om toegang tot grond te hê spesifiek vir landbou doeleindes, of om beter gebruik te maak van grond wat alreeds beskikbaar is.

Dit is `n nie-terugbetaalbare vorm van befondsing of finansiële bydrae deur die regering om toekomstige boere te help om grond te koop.

Wie kan aansoek doen?

Om te kwalifiseer, moet jy:

- `n lid wees van `n voorheen benadeelde groep (bv. Swart Afrikaner, Kleurling of Indiër)
- 18 jaar of ouer wees
- van voorneme wees om die grond alleenlik vir landbou doeleides te gebruik
- van voorneme wees om te boer op `n voltydse basis

- geen posisie in die politieke strukture aanneem nie
- voorbereid wees om deel te neem in opleidings programme nadat jy die grond verkry het
- in `n posisie wees om eie bydrae te kan lewer
- `n organiseerde entiteit te wees indien as `n groep aansoek gedoen word
- `n bank rekening hê

Watter Departemente is verantwoordelik vir die LRAD programme?

Toelae word verkry deur die Departement van Grond Sake, maar beide die Departemente van Grond Sake en Landbou sal saamwerk om die volle proses van begin tot einde te oorsien.

Watter soort dokumentasie moet ek inplek het?

- Grond gebruik voorstel/ plaas plan (projek voorstel)
- Die opsie om te verkoop met `n ooreenstemmende prys, indien huur met die opsie om te koop
- `n Lys van die lede van die huishouding of groep lede (indien voorstel vir `n groep gedoen word)
- Bevestiging dat die titel tot die grond duidelik is (transport akte dokumente), vry van grond-eise, geregistreer in die naam van die verkoper en dat die onderhandelde prys nie hoër as die geskatte mark prys is nie
- Bewyse van beskikbaarheid van oorblywende finansies (eie fondse of moontlike lening kontrak)
- Wardasie verslag

Waar kan ek omhulp gaan vra met die voorbereiding van die dokumentasie?

Aansoekers mag al die beplanning op hul eie doen, of hulle kan kies om die hulp van `n ontwerp agent te aanvaar. Dit is nie verpligtend om na `n agent te gaan indien die aansoeker voel dat hy/sy die aansoek self kan behartig en aan al die vereistes kan voldoen. Distrik/wyk beamptes kan ook bystand gee met die aansoeke soos nodig.

Hoe begin ek met die proses?

Skakel: 012 319 7020 of raadpleeg jou naaste Departement van Grond Sake of Landbou Provinsiale kantoor.

Kontak besonderhede van Streeks Kantore

Provinsie:	Noord Kaap
Stad/dorp:	Kimberley
Tel:	053 830 4000
Faks:	053 813 4095
Fisiese adres:	Nuwe Publieke Gebou, h/v Stead en Knight Straat, Kimberley 8301
Pos adres:	Department van Grond Sake, Privaat Sak X5007, Kimberley 8300

Provinsie:	Wes Kaap
Stad/dorp:	Kaapstad
Tel:	021 426 2947
Faks:	021 426 2702
Fisiese adres:	3de vloer Nedbank Gebou, 63 Strand Straat, Kaapstad 8001
Pos adres:	Department van Grond Sake, Privaatsak X9159, Kaapstad 8000

↘ Groep Oefening: Voltooi van Fairtrade aansoek vorm

Voltooi die oefening in die Leerder Werkboek deur die Fairtrade aansoek vorm so volledig as moontlik te voltooi. Die aktiwiteit kan in die onderskeie groepe bespreek word en inligting kan uitgeruil word, maar die leerder moet eie vorm in hul Leerder Werkboeke voltooi.

Die fasiliteerder sal help met die vertaling na Afrikaans indien nodig, asook verduideliking van spesifieke konsepte of inhoud soos nodig.

AANHANGSEL: HULPBRONNE LYS

Uittreksels en boeke:

Rooibos Environmental Overview_2009, GreenChoice

Aaker, D., Kumar, V. & Day, G., *Marketing Research*, 8th Edition, John Wiley & Sons, Inc.

Perreault, W.D. & McCarthy, J.E., *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach*, 14th Edition, McGraw-Hill Irwin

Web blaaie:

<http://www.bcb.uwc.ac.za/envfacts/facts/biosa.htm>

<http://www.kleinkarowines.co.za/biodiversity.asp>

<http://www.cederbergcorridor.org.za/>

<http://www.emg.org.za>

<http://www.utzcertified.org>

Maatskappye en Organisasies:

South African Rooibos Council

Rooibos Limited

Mense:

Soekie Snyman

Johan Brand

Gerhard Pretorius