

‘n EKONOMIESE BENADERING TOT MEGANISASIEBESTUUR

DEUR

DR PHILIP THEUNISSEN

BESLUITNEMING BY DIE AANKOOP VAN ‘N TREKKER

Navorsers verstaan nie mooi duidelik hoe boere belangrike besluite soos byvoorbeeld oor die aankoop van trekkers neem nie. Die rede hiervoor is dat boere nie juis sulke besluite dokumenteer nie, omdat hulle die oorwegings en argumente hoofsaaklik in hulle koppe rondrol. ‘n Boer het nie nodig om ‘n hele hoofbestuur of ‘n direksie van sy besluit te oortuig nie en moet gewoonlik net homself oortuig. Daarom is dit dus nie nodig om ‘n hele ‘Power Point’ voorlegging op ‘n skootrekenaar oor sy besluit voor te berei nie. Gevolglik kan die boer se besluit nie behoorlik nagespoor word nie en sy logika agter die besluit kom ook nie duidelik na vore nie.

Die doelwit van meganisatiebestuur is dat dit op ‘n koste-effektiewe manier tot totale bestuur moet bydra. ‘n Begrip van die verskillende koste-komponente en die toepassing van behoorlike ekonomiese beginsels op die meganisasiestelsel sal positief tot die wins van ‘n boerdery bydra.

In 1992 het die Deense Departement van Landbou ‘n studie onder Deense boere gedoen om vas te stel hoe hulle die besluit om ‘n nuwe trekker aan te koop, benader. Die resultate daarvan kan net sowel op Suid-Afrikaanse boere van toepassing wees. Die uitgangspunt was om te fokus op die ‘wanneer’ en ‘hoe’ om die boer besluit om ‘n trekker aan te koop. Die bevindings is verdeel in die voorkoopse en die nakoopse proses.

VOORKOOPSE PROSES

Toe die boere uitgevra is oor die proses waardeur hulle gaan om ‘n trekker te koop, kon hulle dit in twee fases verdeel. Daar is ‘n lang fase van 6-12 maande waartydens hulle ‘n toekomstige aankoop oorweeg. Dit word gewoonlik opgevolg met ‘n kort fase van tussen 2 ure en twee weke waartydens die werklike keuse ten opsigte van die fabrikaat, tipe trekker en die handelaar gemaak word. Gedurende die langer fase is boere geneig om nie die aangeleentheid met ander persone te bespreek nie. Wanneer hulle dan die werklike besluit neem, kom dit vir mense na aan die boere voor asof hulle ‘n skielike impulsiewe besluit geneem het terwyl die boer self dink dat dit ‘n weldeurdagte en goedbeplande besluit was.

Die feit dat boere gedurende die lang fase nie hulle moontlike aankope bekend maak nie, stem ook ooreen met navorsing wat die Deense Boere-unie elke twee jaar doen. Tydens hierdie navorsing word boere gevra wat hulle beplan om in die volgende 3 tot 9 maande aan te koop. Terselfdertyd word hulle ook gevra wat hulle wel die afgelope 3 tot 9 maande aangekoop het. Daardeur kon beplande aankope met werklike aankope vergelyk word. Die bevindings was dat boere in die meeste gevalle hulle toekomstige aankope onderskat het. Die werklike aankope was vir 15 jaar bykans dubbeld dit wat boere telkens beplan het om aan te koop. Die bevindings het verder ook daarop gedui dat die aankope redelik konstant is. Trekkeraankope het nie regtig met boere se inkomste ooreen gestem nie. Die gevolgtrekking waartoe daar gekom is, is dat boere slegs die

besluite bekend maak waarop hulle reeds met finaliteit besluit het en nie die wat nog onder oorweging is nie.

Redes vir aankope

Die Deense ondersoek het bevind dat vrees vir groot reparasies as die belangrikste rede aangevoer word vir trekkeraankope. Daarna was pryse die belangrikste oorweging en dan tegnologie, terwyl werksomstandighede daarna op die lys verskyn het. ñ Verdere oorweging was die inruilprys wat die boer vir sy bestaande trekker kan kry. Tegnieuse vermoëns en die prys van die trekker speel die belangrikste rol by die keuse van die soort trekker wat aangekoop word.

Daar is bevind dat die vrees vir groot reparasies oordrewe was en dat dit meestal ñ verskoning is vir die feit dat die nuwe trekker beter en geriefliker as die oue is. Verder is daar ook tot die gevolgtrekking gekom dat ògedwongeö veranderings, soos nuwe bewerkingspraktyke, ook ñ rol in trekkeraankope speel en dat trekkergrottes van gemiddeld 57kW in 1980 tot 77kW in 1995 gestyg het.

Met betrekking tot die spesifieke tyd binne die finansiële jaar wanneer aankope gedoen word, is daar bevind dat die meeste aankope gedoen is in die maand waarop die belastingjaar eindig. Die maande waarin trekkers die meeste gebruik word het nie ñ rol gespeel nie. In die Suid-Afrikaanse konteks sal dit dus beteken dat daar baie aankope in Februarie sal wees wanneer die belastingjaar eindig, terwyl daar min aankope in Oktober/November sal plaasvind wanneer trekkers eintlik die meeste gebruik word.

Die aankoop

Ondervinding in Denemarke het getoon dat boere goed ingelig was oor handelaars en die pryse van verskillende fabrikate. Die belangrikste bron van inligting rondom ñ spesifieke trekker is geskoei op vorige ondervinding met ñ soortgelyke trekker. Tevredenheid met ñ spesifieke soort trekker is dus die mees dominante oorweging by die aankoop van ñ nuwe trekker. Boeredae en landbouskoue was baie laag geag as ñ bron van inligting, terwyl verkoopsmanne weer baie hoog geag was.

Baie min boere het hulle besluit met ander boere bespreek en daar is aangedui dat hulle min van ander boere gebruik gemaak het om inligting oor ñ spesifieke trekker te bekom. Tog het hulle aangevoer dat 70% van hulle bure dieselfde trekker aangekoop het. Dit was verder ook duidelik dat boere redelik lojaal teenoor ñ spesieke fabrikaat was en ook net so lojaal teenoor ñ spesifieke plaaslike handelaar was. Dit het boere baie huiwerig gemaak om na ander fabrikate of handelaars te kyk wanneer hulle beplan om ñ nuwe trekker aan te koop.

In Denemarke is dit normaal om afslag op nuwe trekkerpryse te kry. Hierdie afslag wissel tussen 20 en 30%. Die afslag het egter ñ kleiner deurslag gegee as die inruilprys van die ou trekker. Dit het in so ñ mate ñ rol gespeel dat handelaars in Denemarke daarvan afgesien het om hulle lyspryse so laag as moontlik te hou en teruggeval het op ñ hoë prysstrategie om meer ruimte vir hoë inruilpryse te kan bied. Die gevolg is dat die netto verskil steeds die dieselfde was, maar dat die sielkundige effek van ñ hoë inruilprys meer bevorderlik vir verkope van nuwe trekkers is.

Deense boere maak selde van hulle rekenmeesters of bankbestuurders gebruik gedurende die voorkoopproses van trekkeraankope. Die rede hiervoor is dat hulle voel dat die adviseurs te krities is. Omdat boere nie van õneeö as ñ antwoord hou nie, beskou hulle dit as veiliger om eerder nie advies te vra nie. Hulle sal dus die rekenmeester of bankbestuurder se opinie vra as die trekker al bykans klaar gekoop is. Die proses is dan al so ver gevorder dat die boer dit nie meer sal kan

kanselleer nie en die rekenmeester of bankbestuurder se opinie is dan eerder ñ gemoedsrus dat die boer wel op die regte spoor is.

NAKOOPSE PROSES

Nadat die besluit geneem is en die trekker afgelewer is, kan daar gevra word wat uit die besluit geleer kan word vir die toekoms. Dit is nie ñ besluit wat die boer byvoorbeeld op ñ daaglikse basis neem nie en daarom speel die boer se tevredenheid met die trekker én die handelaar ñ belangrike rol in toekomstige besluite. As die boer gelukkig is daarmee, is die kans baie goed dat dieselfde handelaar die volgende bestelling ook sal kry.

Die Deense ondersoek het in die finale instansie tot die gevolgtrekking gekom dat boere nie baie daarvan hou om somme te maak oor die meriete van hulle besluit nie. Hulle sal nie werklik ñ berekening gaan maak om te bepaal of die nuwe trekker ekonomies beter as die oue was nie. Daarom sal slegte ondervindings met ñ ontydige breuk of duur reparasies wat uit die kop onthou kan word eerder ñ rol by toekomstige aankope speel, as wat ñ sent of twee per liter diesel of ñ rand of twee per hektaar die boer se keuse gaan beïnvloed. Die slotsom is dus dat die boer nie ñ impulsiewe besluit rondom trekkeraankope neem nie, al mag dit vir ñ buitestaander so lyk. Hy sal wel vir ñ vooraf tydperk deeglike oorweging aan sy besluit skenk en dan in ñ kort tydperk tot die werklike aankoop oorgaan. Verder is tegniese tevredenheid met die trekker en goeie diens van die handelaar die deurslaggewendste faktore om ñ boer lojaal teenoor ñ spesifieke fabrikaat te hou.

BETHLEHEM

Julie 2007