Desember 2011 No 35

Koejawel Nuus

Koejawel Produsente Vereniging
Guava Producers' Association

Hoofstraat 258 Main Road
PAARL 7646
Posbus 426 P O Box
PAARL 7620

☏ [021 872-1501
Fax [021] 872-2675
: victor@guavas.co.za
: **www.guavaproducers.co.za**

Redakteur/ Editor Wiehahn Victor

Inhoudsopgawe / Index

Bladsy

1. Inhoudsopgawe 1
2. Die 2011 Koejawel Oesjaar 2
3. SUPERCAN 3
4. Dissipline in die Werkplek : Wangedrag 4 - 5
5. Verbruikerstudie Olimpiade 6
6. Koejawel Resepteboek vir Kersfees / Webwerf 7
7. Kersgroete 8

DIE 2011 KOEJAWEL OESJAAR

Die 2011 oesjaar van koejawels is dalk een van daardie oesjare waaroor daar min goeie herinneringe is en wat so gou as moontlik vergeet sal word met beter verwagtinge in gedagte vir die toekoms. Die oes was klein, die gehalte nie na wense nie en die mark vir die grootste gedeelte van die jaar onder druk. Voeg daarby ook nog dat winsgewende uitvoere aan bande gelê is met die sterk Rand. ‘n Resep van moeilikhede wat mens so gou as moontlik uit die geheue wil uitvee!

Aan die positiewe kant het die Vereniging uitstekende werk gedoen om koejawelbemarking te bevorder. Die promosie veldtog vir 2011 deur Lethu Marketing het goed verloop in opvolging van die vorige drie jaar se suksesse. Uitstaande was die pragtige Koejawel Resepteboek wat uitgegee is. Die resepteboek besing die koejawel as die "Natuur se Wondervrug" met sy gesondheidswaarde en veeldoeligheid. Die terugvoer oor die resepteboek is baie positief.

Verder word ook in hierdie nuusbrief verslag gedoen oor die "Supercan" promosie veldtog om ingemaakte vrugte in die algemeen in Suid-Afrika te bevorder, waaruit koejawels ook groot voordeel trek. Verder het koejawels ook promosie myle gekry by die Verbruikerstudie Olimpiade, daar waar die langtermyn voordele vir koejawels by leerders en opvoedkundige instellings lê.

Die Vereniging sluit 2011 af met ‘n groot mate van onsekerheid oor sy voortbestaan as gevolg van ‘n tekort aan fondse. As gevolg van die swak jaar en kleiner oes is ledeheffings vanaf verwerkers minder, maar die grootste bekommernis is dat bykans geen ledeheffings van varsverkope ontvang word nie. Vir sy koejawel promosie veldtog het die Vereniging fondse vanaf die Department van Handel en Nywerheid bekom teen R10-00 projekgeld vir elke R2-00 eie fondse belê.

Die Bestuursraad van die Vereniging sal ‘n belangrike besluit moet neem oor die voortbestaan van die Vereniging. Indien die Vereniging waarde toevoeg vir die koejawel produsent, sal planne beraam moet word om fondse te verkry vir voortbestaan.

‘n Geseënde Kersfees en Voorspoedige 2012 word u toegewens.

- Wiehahn Victor -

Changing the Consumer Mindset about Canned Fruit

The first phase of the SUPERCAN campaign is well on its way. Our target of over 3 million consumers is receiving regular messages about the goodness of canned fruit, the nutritional benefits, the convenience and the many ways one can enjoy canned fruit as it is or in tempting dessert and main course recipes. It has been a time to "remind" the market that canned fruit is always available and make it a part of our lives even in modern times. The SUPERCAN campaign was led by a print campaign with 7 eye-catching themes. A total of 45 adverts were spread over 12 magazines reaching 50% of our target market.

Another important element of the campaign is to develop the South African canned fruit industry. The market is flooded with imported canned products to the detriment of the farmers, farm labour and the canning industry as a whole. The leading South African brands have been highlighted in the adverts with a view to encouraging South Africans to "Buy South African".

- The campaign has gone a long way towards changing consumers' mindsets about canned food. Canned fruit retains its nutritional value making it an integral part of a 5 fruit and vegetables diet plan for health conscious people.

DISSIPLINE IN DIE WERKSPLEK: WANGEDRAG

Wangedrag is die mees algemene rede (en ook regverdiging) vir die ontslag van 'n werknemer in Suid-Afrika. Tog vind 'n mens geen duidelike definisie in regsterme van wat "wangedrag" dan werklik behels nie en kan dit ook baie verskillende vorme aanneem. Volgens arbeidsreg vind 'wangedrag' plaas in gevalle waar 'n werknemer op 'n doelbewuste wyse die reëls (hetsy geskrewe of geïmpliseerd) van die Werkgewer ïgnoreer. **Derhalwe is dit belangrik dat 'n Werkgewer (veral groter werkgewers) 'n dissiplinêre kode sal besit wat sy werksplekreëls duidelik uiteen sal sit en die tipe oortredings sal uitwys, wat tot 'n ontslag of minder ernstige sanksies kan lei.**

Die eerste, en mees algemene vorm van wangedrag, is **WERKSAFWESIGHEID.**

Verskeie redes word dikwels deur 'n werknemer geopper vir waarom hy/sy nie by die werk was nie. *"Ek kon nie skakel nie, aangesien ek nie 'airtime' gehad het om die kantoor te skakel nie"; "Ek is na die kliniek, maar hulle was te besig om vir my 'n sieknota te gee"; "Ek moes 'n begrafnis bywoon en het eers op die laaste nippertjie hiervan te hore gekom en het nie tyd gehad om aansoek te doen vir verlof nie".* Hierdie is maar net 'n paar van die verskonings wat dikwels as rede gebruik word vir werksafwesigheid.

In hedendaagse arbeidsreg word daar baie bepaald 'n onderskeid getref tussen werksafwesigheid, langdurige werksafwesigheid (i.e 'abscondment') en dros ('desertion'). Werksafwesigheid kan weer verdeel word in laat-rapportering vir werk, afwesigheid van 'n spesifieke werkstasie en afwesigheid van die werksplek in geheel. Langdurige afwesigheid ('abscondment') verwys na 'n situasie waar die werknemer afwesig is vir 'n periode wat die Werkgewer die afleiding laat maak dat hy/sy geen intensie het om na sy/haar werk terug te keer nie. Dros verwys na 'n situasie waar die werknemer in wese aangedui het (hetsy eksplisiet of by implikasie) dat hy/sy nie na die werk sal terugkeer nie.

Hoe dit ookal sy, hoe langer die periode van werksafwesigheid, hoe sterker die saak van die Werkgewer om die dienste van sodanige werknemer te termineer. Let asb. daarop dat ‘n kortstondige afwesigheid van die werk nie genoegsame rede is vir die ontslag van ‘n werknemer nie. Desnieteenstaande, kan werksafwesigheid wel lei tot uiteindelike ontslag indien dissipline op ‘n progressiewe wyse toegepas word, met ander woorde in gevalle waar ‘n werknemer reeds herhaalde waarskuwings ontvang het vir werksafwesigheid, maar geen ag daarop slaan nie. Selfs in so ‘n geval moet die Werkgewer kan bewys lewer dat die ontslag op ‘n billike wyse toegepas is.

Laat ons kortliks let op die elemente van ‘n oortreding van werksafwesigheid. Die volgende kriteria geld:

1. Die werknemer moes van die werk afwesig gewees het vir ‘n tyd wat hy/sy kontraktueel verbind was om by die werk te wees;
2. Die werknemer moes geen redelike en/of aanvaarbare rede gehad het vir sy/haar afwesigheid nie;
3. Die werknemer het daarin gefaal om sy/haar Werkgewer onmiddellik in kennis te stel van die rede vir werksafwesigheid.

Daar moet egter gelet word daarop dat die onus op die werknemer rus om die rede(s) vir sy/haar afwesigheid aan die Werkgewer te kommunikeer. Soos alle ander tipes wangedrag, vereis werksafwesigheid ‘foutiewe optrede’ vanaf die werknemer. Werknemers wat ernstig siek is, hulself in ‘n koma of in die tronk bevind, of wie nie opdaag vir werk vanweë oneffektiewe publieke transport word onder normale omstandighede nie beskou as ‘n “fout” aan die kant van die betrokke werknemer nie en moet met groot omsigtigheid hanteer word gedurende enige dissiplinêre ondersoek.

VERBRUIKERSTUDIE OLIMPIADE

Die Vereniging het weer vanjaar 'n borgskap aan die Verbruikerstudie Olimpiade, wat deur die Universiteit Stellenbosch gereël word, toegeken.

Die doelwitte met die ondersteuning is:

- om koejawels generies te promoveer;
- om 'n bydrae tot transformasie/opleiding aksies te maak.

Die Verbruikerstudie Olimpiade is vanjaar vir die 28ste agtereenvolgende jaar aangebied. Hierdie kompetisie vir Verbruikerstudieleerders is geskryf op 2 Augustus 2011 by al die deelnemende skole. Die kompetisie, wat landwyd gehou word, het beslaan uit 'n totaal van 4846 (Graad 11 en 12) leerders, wat deelgeneem het uit 218 skole.

Die prysuitdeling het op 30 September 2011 by LNR Infruitec-Nietvoorbij plaasgevind. Die algehele Top 20, meriete Top 10, kategoriewenners en onderwyseresse is uitgenooi na die oggend se aktiwiteite. Mnr Wiehahn Victor van die Inmaakvrugte Produsente Vereniging het die belangrike rol van landbou in die lewe van die hedendaagse verbruiker beklemtoon.

Ander borge wat ook betrokke is, is onder andere AMC Classic, Bernina, Defy, Heinz Foods, Huletts, Koejawel Produsente Vereniging, Lucky Star, Pick n Pay, Unilever, Lapa Uitgewers, Life & Leisure en Ina Paarman's Kombuis.

Besoek ons Webwerf

www.guavaproducers.co.za

Ons webwerf is ook nou in Afrikaans beskikbaar

Skryf vir ons 'n briefie

victor@guavas.co.za

KOEJAWEL RESEPTEBOEK VIR KERSFEES

Vir 'n uitstekende kersgeskenk bestel 'n pragtige koejawel resepteboek vir u vriende of familie. Teen die afslag prys van R25-00 (die res van die drukwerk deur die Vereniging betaal) kan u hierdie resepteboek van uitstaande gehalte bestel.

Die resepteboek bestaan uit 40 verskillende koejawel resepte wat insluit hoofgeregte, slaaie, warm/koue nageregte en skemerkelkies.

Die resepteboek wys op die verskeidenheid van gebruike van koejawels.

Bestellings by : victor@guavas.co.za
Of
[021] 87 21 501

Direkte inbetaling sal waardeer word :

BANK	:	ABSA
TAK	:	Paarl
TAKKODE	:	33 42 10
REKENING NOMMER	:	400 159 459
NAAM VAN REKENING	:	Koejawel Produsente Vereniging

LEDEHEFFINGS

Ledeheffings teen R6-00 per ton (6 sent per kilogram) vir varsverkope van koejawels kan by bostaande rekening gedoen word.

Die Voorsitter, Bestuurslede asook die personeel van die

KOEJAWEL PRODUSENTE VERENIGING

Wens u 'n vreugdevolle feestyd en 'n Voorspoedige 2012

The Chairman, Members and staff of the

GUAVA PRODUSER'S ASSOCIATION

Wish you a joyful season and a prosperous 2012