higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ENTREPRENEURSKAP
NKR VLAK 2

(3021042)

11 Maart 2020 (Y-vraestel)
13:00–15:30

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

478Q1S2011

Kopiereg voorbehou

TYD: 2½ UUR
PUNTE: 100

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs 'n blou of swart pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Vir entrepreneurs is tyd byna net so waardevol as geld. ⌘

1.2 Onafhanklikheid is nie een van die voordele daarvan om ' entrepreneur te wees.

1.3 'n Nuwe tegnologiese innovasie is een van die bedreigings vir die meeste ondernemings.

1.4 Kliëntbetrekkinge gaan oor kliënte se behoeftes en gedrag en om 'n sterk verhouding met hulle te ontwikkel.

1.5 Die 'SWOT'-analise is nuttig vir die evaluering van 'n potensiële sakeonderneming. ⌘

1.6 Veranderlike koste is daardie koste in 'n onderneming wat elke maand dieselfde bly, ongeag hoeveel produkte jy verkoop.

1.7 Entrepreneurs gebruik 'n werkskedule om die pligte van hul werknemers te beplan.

1.8 Die inhoudsopgawe van die sakeplan bevat onder meer 'n 'SWOT'-analise, bemarkingsplan en finansiële plan. ⌘

1.9 'n Finansiële plan gee 'n oorsig oor die bemarkingstrategie; hoe jy te werk sal gaan om jou produkte te verkoop en bevorder.

1.10 Die identifisering van geleenthede en 'n drang na verantwoordelikheid is enkele van die eienskappe van ' entrepreneur.

1.11 'n Bestuursplan beskryf jou mededingers en hul bemarkingstrategieë.

1.12 Bemarkingsnavorsing bepaal die haalbaarheid van die produk, diens of die sake-idee self. ⌘

1.13 Masjinerie, grond en geboue is voorbeelde van bedryfsbates.

1.14 Mededingende prysing verwys na die praktyk waarvolgens die prys onder mededingers s'n vasgestel word.

1.15 Selfassessering kan gebruik word as 'n instrument vir die meting van entrepreneurs se sterk punte en swakhede.

(15 × 1) **[15]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n term uit KOLOM B om by 'n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–Q) langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Sluit die hele proses in, vanaf die ontwerp van die regte produk tot om dit aan die mark te bevorder	A	swak finansiële beheer
2.2	Entrepreneurs het 'n baie sterk begeerte om te presteer ⌘	B	interne omgewing
2.3	Een van verskeie maniere waarop 'n mens jou onderneming kan beskerm	C	finansiële bestuur
2.4	Een van die belangrikste redes waarom die meeste ondernemings misluk	D	bemarkingsfunksie
2.5	Onderneming het geen beheer oor hierdie omgewing nie.	E	algemene styging in die pryse van goedere en dienste
2.6	Maksimalisering van belegging en verlaging van uitgawes	F	selfverwesenliking
2.7	Inflasie	G	eksterne omgewing
2.8	Bepaal die kontantbehoeftes van die onderneming ⌘	H	handelsmerke ⌘
2.9	Komponent van die onderneming	I	operasionele plan/bedryfsplan.
2.10	Bepaal of die sake-idee sal werk of nie	J	bemarkingsnavorsing
2.11	Faktor beïnvloed prysbepaling.	K	vraagelastisiteit
2.12	Lys van beoogde gebeurtenisse en hul tydraamwerke.	L	markaandeel
2.13	Prysbepaling van 'n produk, 'n begrote kontantvloei	M	kontantvloeibegroting
2.14	Doel van 'n sakeplan	N	bestuursinstrument
2.15	Data wat deur 'n entrepreneur ingesamel is	O	finansiële plan
		P	rooster ⌘
		Q	primêre data

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

GLO IN JOUSELF

SHALEEN RAJABALLY is die stigter-eienaar van Natura Sugars, die enigste ware ongeraffineerde suiker wat in Suid-Afrika beskikbaar is. Sy het Natura Sugars drie jaar gelede in 'n hoogs mededingende mark gestig, en verkoop nou haar reeks ongeraffineerde suiker landswyd in toonaangewende kleinhandelaars. Sy het die volgende te sê oor haar produk.

'Glo in jou produkte. Ek was nog altyd daarvan oortuig dat die hoogstaande smaak, gehalte en gesondheidsvoordele wat met ons suiker verband hou, verbruikers se harte sal wen. Ek glo ook dat mense in alle ekonomiese kringe die geleentheid moet kry om produkte van die beste gehalte te verbruik.

'Dit was egter 'n groot uitdaging om die suikerkategorie, wat so goed gevestig is, te betree. Aan die een kant word die bedryf oorheers deur groot produsente en aan die ander kant glo die meeste mense hoe goedkoper die suiker, hoe beter Boonop is die reeks te midde van die banting-gier bekendgestel. Dit was gevolglik deurslaggewend om ' opvoedkundige veldtog te beplan om ons kernboodskap oor te dra dat 'nie alle suikers gelyk geskape word nie' en dat alle suikers dus nie sleg is nie.

'Ten einde verbruikers te oorreed om 'n lewenslange gewoonte van die gebruik van wit of standaard bruinsuiker te verander, het deursettingsvermoë asook taktiese beplanning deur beroepslui in bemarking verreis. Ek het 'n openbarebetrekkinge-agentskap wat blootstelling skep asook 'n sosialemedia-span wat my bystaan. Aangesien dit 'n kleinhandelproduk is, fokus ons ook sterk op winkelpromosies.'

3.1 Shaleen het haar suksesvolle onderneming Natura Sugars begin deur 'n gedetailleerde sakeplan te ontwikkel.

3.1.1 Verduidelik die VYF vereistes vir 'n goeie sakeplan. (5)

3.1.2 Noem EEN komponent van 'n sakeplan. (1)

3.2 Shaleen glo in haar produk. Verduidelik enige ander VIER persoonlik-heidstrekke of vaardighede waaroor ' entrepreneur moet beskik. (4 × 2) (8)

3.3 Noem die VIER 'bemarkingsamestelling'-faktore wat Shaleen moet oorweeg om kliënte te oorreed om haar produk te koop. (4)

3.4 Natura Sugars tree op in twee omgewings, naamlik intern asook ekstern.

3.4.1 Onderskei tussen die *interne* en *eksterne omgewing* wat 'n uitwerking op die sukses van Natura Sugars sal hê. (4)

Kopiereg voorbehou

3.4.2 Gee EEN voorbeeld van elk van die bostaande omgewings. (2)

3.5 Noem VYF items wat Shaleen by Natura Sugars se finansiële plan sal insluit. (5)

3.6 Shaleen het 'n nuwe, unieke ongeraffineerde suiker geskep. ⌘

Verduidelik EEN proses wat sy kan volg om haar innovasie te beskerm. (2)

3.7 Shaleen moet 'n goeie verhouding met haar kliënte vestig om die onderneming te laat slaag.

Noem VIER kernelemente wat aanwesig moet wees om goeie kliënt-betrekkinge te vestig. ⌘ (4)
[35]

VRAAG 4

Gebruik die volgende inligting wat op Natura Sugars gebaseer is.

Salarisse	R34 300
Grondstowwe	R17 100
Petrolkoste	R3 207
Versekeringspremie	R1 800
Huurgeld	R5 000
Telefoonrekening	R2 200

⌘

4.1 Gebruik die bostaande inligting om die volgende te bereken:

4.1.1 Veranderlike koste (4)

4.1.2 Vaste koste (4)

4.1.3 Totale koste ⌘ (3)

4.1.4 Die gelykbreekbedrag vir Natura Sugars as die vaste koste R33 600 beloop en die persentasie bruto wins 65% is. (3)

4.2 Definieer die term *mededingende prysing*. (1)
[15]

VRAAG 5

5.1 Shaleen sal 'n werkskedule as deel van haar beplanning gebruik.

5.1.1 Noem TWEE voordele van die gebruik van 'n werkskedule. ⌘ (2)

5.1.2 Gee EEN faktor wat daartoe kan lei dat Shaleen haar werkskedule aanpas. (1)

5.2 Verduidelik aan Shaleen die waarde van die gebruik en instandhouding van 'n taaklys vir haar werknemers. (2)

5.3 Die bestuurder van Natura Sugars moet die bestuursfunksies verrig.

Noem VIER bestuursfunksies wat deur Shaleen verrig moet word. ⌘ (4)

5.4 Verduidelik die betekenis van die volgende terme aan Shaleen:

5.4.1 'n Diensrooster

5.4.2 'n Dagboek ⌘

(2 × 2) (4)

5.5 Noem EEN media wat deur Natura Sugars gebruik word om sy produk te adverteer. (1)

5.6 Bespreek DRIE voordele daaraan verbonde om ' entrepreneur in Suid-Afrika te wees. (3 × 2) (6)

⌘ **[20]**

TOTAAL AFDELING B: 70
GROOTTOTAAL: 100

Kopiereg voorbehou