higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N480**(A)**(J14)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

ENTREPRENEURSKAP EN ONDERNEMINGSBESTUUR N6

(Eerste Vraestel)

(4090336)

14 Junie 2018 (X-Vraestel)
09:00–09:30

TOEBOEKEKSAMEN

Hierdie vraestel bestaan uit 5 bladsye en 'n antwoordblad van 3 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
ENTREPRENEURSKAP EN ONDERNEMINGSBESTUUR N6
TYD: 30 MINUTE
PUNTE: 50

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. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die korrekte antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.7) in jou ANTWOORDBOEK neer.

1.1.1 Wat is die hoofdoel van ’n sakeplan?

A Die plan help die maatskappy om ’n 'padkaart' te ontwikkel wat hy kan volg.
B Die plan stel potensiële beleggers en ander belanghebbers aan die sakegeleentheid bekend.
C A en B is ewe belangrik.
D Nie A of B gee die ware doel van ’n sakeplan weer nie.

1.1.2 Watter van die volgende stellings oor sakeplanne is verkeerd?

A ’n Onderneming se sakeplan is tipies die eerste element van ’n voorgestelde onderneming wat ’n belegger onder oë kry.
B Om van ander sakeplanne onderskei te kan word, moet ’n sakeplan ’n onkonvensionele struktuur volg.
C ’n Sakeplan het ’n eksterne sowel as ’n interne gehoor.
D ’n Maatskappy se sakeplan word tipies deur die stigters van die maatskappy geskryf.

1.1.3 Finansiële bestuur handel oor twee kwessies, naamlik die verkryging van geld en …

A bedryfsbestuur.
B voorraadbeheer.
C die bestuur van ’n maatskappy se finansies.
D produksiebestuur.

1.1.4 Die eerste stap om ’n teikenmark te kies, is om die bedryf te bestudeer waarin die onderneming beoog om mee te ding en die verskillende potensiële teikenmarkte in daardie bedryf te bepaal. Hierdie proses word ... genoem.

A markposisionering
B markverdeling
C markteikening
D marksegmentering

1.1.5 Watter van die volgende is ’n voorbeeld van ’n interne groeistrategie?

A lisensiëring
B samesmelting
C nuweprodukontwikkeling
D strategiese bondgenootskap

Kopiereg voorbehou

1.1.6 Watter van die volgende is ’n voorbeeld van ’n eksterne groeistrategie?

A strategiese bondgenootskappe en gesamentlike ondernemings
B die verbetering van ’n bestaande produk of diens
C ’n toename in die markpenetrasie van ’n bestaande produk of diens
D die uitbreiding van produklyne

1.1.7 Entrepreneursondernemings wat groei deur van hul oorspronklike ligging na bykomende geografiese plekke uit te brei, volg ’n ...

A gemeenskaplike uitbreidingstrategie.
B markpenetrasiestrategie.
C universele netwerkvormingstrategie.
D geografiese uitbreidingstrategie.

(7 × 2) (14)

1.2 Kies 'n beskrywing uit kolom B wat by 'n woord/term in kolom A pas. Skryf slegs die letter (A–H) langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.7) in jou ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.2.1	betalingsbalans	A	die ontasbare waarde van ’n onderneming
1.2.2	bruto binnelandse produk	B	’n persoon wat ’n onderneming, wat met rekenaars of soortgelyke tegnologie gemoeid is, oprig
1.2.3	klandisiewaarde	C	’n rekord van al die ekonomiese transaksies tussen een land en al sy handelsvennote
1.2.4	boekwaarde	D	die benaderings wat bestuurders volg en hul bewegings om spesifieke resultate in een spesifieke lyn van besigheid te bereik
1.2.5	tegnopreneurs	E	die waarde van bates vir die huidige eienaar uit ’n rekeningkundige oogpunt
1.2.6	mapreneur	F	langtermyndoelwitte wat op die versterking van ’n onderneming se mededingingsposisie gerig is
1.2.7	sakestrategie	G	die totale waarde van alle eindgoedere en -dienste wat ’n land binne een jaar lewer
		H	’n vrou wat haar eie onderneming oprig en bedryf buiten die versorging van haar jong kind of kinders

(7 × 1) (7)

1.3 Verduidelik die verskil tussen ’n onderneming se *visie*- en *missieverklarings*. (4)

1.4 Wanneer ’n onderneming sy missie geformuleer en sy doelwitte ontwikkel het, weet hy waarheen hy heen wil gaan. Noem VIER moontlike strategieë wat ’n onderneming kan gebruik om sy missie en doelwitte te bereik. (8)

1.5 Ondernemings kan strategieë gebruik om ’n mededingingsvoordeel bo hul mededingerondernemings te verkry. Noem DRIE offensiewe strategieë wat maatskappye gebruik om ’n mededingingsvoordeel te verkry. (3)

1.6 Noem Porter se VYF mededingingskragte. (5)

1.7 Maatskappye wat ’n kosteleierskapstrategie volg en dié wat ’n differensiasiestrategie gebruik, deel een belangrike kenmerk. Albei groepe poog om oor die algemeen vir klante aanloklik te wees. Identifiseer die strategieë wat deur die volgende maatskappye gevolg word:

1.7.1 Redbox huur DVD's en videospeletjies vir R10,00 deur middel van muntoutomate uit.

1.7.2 Papa Murphy's gebruik sy goedkoop wegneem-en-bak-pizzas om sy visier op waardebewuste gesinne te stel.

1.7.3 Whole Foods Market fokus op die verkoop van natuurlike en organiese produkte.

1.7.4 Claire's gebruik sy goedkoop juweliersware en toebehore asook sy diens om gaatjies in ore te skiet, om jong vroue te teiken.

1.7.5 By Build-A-Bear Workshop geniet klante dit om teddiebere deur middel van ’n interaktiewe proses te ontwerp en aanmekaar te sit.

1.7.6 Die toewyding van Mercedes-Benz aan die jongste tegnologie, goeie stilering en veiligheidsinnoverings maak dat diegene wat welvarend genoeg is om dit te bekostig, die onderneming se voertuie hoogskat.

(6 × 1) (6)

1.8 Een van Happy Homes se doelwitte is 'om inkomste te verhoog'. Verander hierdie doelwit in ’n *SMART*-doelwit. (3)

[50]

TOTAAL: 50

Kopiereg voorbehou

ANTWOORDBLAD

EKSAMENNOMMER | | | | | | | | | | | | | |

VRAAG 1

1.1 1.1.1 _____

1.1.2 _____

1.1.3 _____

1.1.4 _____

1.1.5 _____

1.1.6 _____

1.1.7 _____

(7 × 2) (14)

1.2 1.2.1 _____

1.2.2 _____

1.2.3 _____

1.2.4 _____

1.2.5 _____

1.2.6 _____

1.2.7 _____

(7 × 1) (7)

1.3 Verduidelik die verskil tussen 'n onderneming se visie- en missieverklarings.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

(4)

Kopiereg voorbehou

EKSAMENNOMMER | | | | | | | | | | | | | |

1.4 Die bereiking van die missie en doelwitte

(8)

1.5 Offensiewe strategieë om ’n mededingingsvoordeel te verkry

(3)

1.6 Porter se mededingingskragte

(5)

1.7 Kosteleierskap-/Differensiasiestrategieë

1.7.1 _____

1.7.2 _____

1.7.3 _____

1.7.4 _____

Kopiereg voorbehou

EKSAMENNOMMER | | | | | | | | | | | | | |

1.7.5 _____

1.7.6 _____

(6 × 1) (6)

1.8 *SMART*-doelwit

_____

_____

_____

_____

_____

_____

(3)

[50]

TOTAAL: 50

Kopiereg voorbehou