higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N490**(A)**(J6)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

ENTREPRENEURSKAP EN ONDERNEMINGSBESTUUR N6

(Tweede Vraestel)

(4090336)

6 Junie 2019 (X-Vraestel)
09:30–12:00

OOPBOEKEKSAMEN

VYF verwysingswerke, insluitende woordeboeke, handboeke en studentelêers wat klasaantekeninge bevat, word toegelaat.

Sakrekenaars mag gebruik word.

Hierdie vraestel bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
ENTREPRENEURSKAP EN ONDERNEMINGSBESTUUR N6
(Tweede Vraestel)
TYD: 2½ UUR
PUNTE: 150

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 word
4. Begin elke afdeling op 'n NUWE bladsy.
5. Gebruik 'n slegs BLOU of SWART ink.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 Lees die uittreksel en beantwoord die vrae.

STARBUCKS

Taste Holdings (Taste), 'n plaaslike lisensiehouer vir Starbucks in Suid-Afrika, staak enige planne om bykomende afsetpunte van die VS-koffieketting oop te maak omdat hy sukkel om te voort te bestaan. Taste, wat ook die juwelier, Arthur Kaplan, en Domino's Pizza besit, het oor die ses maande tot en met die einde van Augustus bedryfsverliese van R87 miljoen gely, met verkope wat tot 3% gedaal het. Die groep dui aan dat, alhoewel die winkelnetwerk van twaalf Starbucks-afsetpunte op 'n verkoopsvlak steeds winsgewend is, hy nietemin nie die verlangde opbrengs op sy belegging behaal nie.

Om 'n nuwe Starbucks-winkel in Suid-Afrika te vestig, kos R5 miljoen tot R8 miljoen, volgens die groep. Dit is uiters duur, sê Simon Brown, die stigter en direkteur van die beleggingswebtuiste, JustOneLap.com. Brown skat dat die werklike koste nou selfs hoër kan wees as wat voorheen aangedui is – miskien selfs in die omgewing van R20 miljoen.

Hitesh Patel, direkteur van nuwe ondernemings by die Starbucks-mededinger, Vida e Caffè, sê dat die gemiddelde koste verbonde daaraan om een van sy winkels op te rig, slegs omtrent R1,5 miljoen kos. Dit is minder as 'n derde van die minimum koste van 'n nuwe Starbucks-winkel.

Taste het 'n 25 jaar lange lisensieooreenkoms om Starbucks-winkels in Suid-Afrika te bedryf – en hy moet tantième vir die VS-handelsmerk betaal, wat hom ook duur te staan kom, beweer Michael Treherne, kleinhandelsanalis by die fondsbestuurder, Vestact.

Weens die tantième en duur winkeloprigtingskoste sê Treherne dat Starbuck Suid-Afrika genoop word om sy toevlug tot premieprysing te neem – wat geensins 'n goeie strategie tydens 'n resessie is nie.

[Aangepas uit: *Business Insider SA*]

2.1 Watter soort franchise is Starbucks? (2)

2.2 Waarom het Taste Holdings die opening van enige verdere Starbucks-winkels in Suid-Afrika gestaak? (3 × 2) (6)

2.3 Noem EEN nadeel verbonde aan die oprigting van 'n Starbucks-winkel. (2)

2.4 Wie is 'n mededinger van Starbucks in Suid-Afrika? (2)

2.5 Waarom is dit duur om tantième vir die VS-handelsmerk te betaal? (2)

2.6 Verduidelik die term *premieprysing*. (2)

Kopiereg voorbehou

2.7 Jy stel belang daarin om 'n Vida e Caffè te koop, maar jy het meer inligting nodig.

Skryf VIER vrae neer wat jy Vida e Caffè omtrent die franchise se bedryfsbesonderhede kan vra. (4 × 2) (8)

2.8 Jy wil graag jou eie klein onderneming oprig en jy het 'n sakeplan nodig om aansoek om finansiering te doen.

Gee 'n uiteensetting (opsomming) van die sakeplan wat jy sou aanbied. (7 × 2) (14)

2.9 Watter vrae sou jy jouself afvra om duidelikheid oor jou finansiële behoeftes te verkry sodra jou onderneming aan die gang is? (6 × 2) (12)

[50]

VRAAG 3

3.1

EERSTE NASIONALE BANK SE MISSIEVERKLARING

Dit is ons oogmerk om die toonaangewendste finansiëledienstegroep te wees en konstant goeie winste deur voortreflike kliëntediens, innovering en professionele optredes te verdien wat verwesenlik word deur 'n gemotiveerde en toegewyde span wat trots is op wie ons is, wat ons doen en hoe ons dit doen.

3.1.1 Identifiseer TWEE hoofkomponente wat ENB in sy missieverklaring uitlig. (2 × 2) (4)

3.1.2 Watter voordeel belowe hy aan sy kliënte? (2)

3.1.3 Gee TWEE dryfkragte in die finansiëledienstebedryf. (2 × 2) (4)

3.2

SEEP-AANSPRAAK UITGEWAS

LUX-seep se vervaardigers mag nie meer daarop aanspraak maak dat die seep 40% meer bevogtiging voorsien as ander seep nie, en dit volg ná 'n beslissing deur die Reklamestandaarde van Suid-Afrika. Dié owerheid sê dat die langdurige bevogtigingsaanspraak sy oorsprong van binne die vervaardiger, Unilever, self het en nie afkomstig is van 'n geloofwaardige, onafhanklike navorsingsentiteit wat vir die owerheid aanvaarbaar is nie. Die aanspraak sinspeel daarop dat die produk teen mededingers se seep getoets is.

Die Reklamestandaarde het verder 'n klagte van Johnson & Johnson verwerp waarin hy beweer dat sy babaprodukte met die leuse, 'No More Tears', welbekend is en kla dat Nature Goodness se aanspraak van 'No Tears' op sy Tiny Tots Baby Shampoo en vloeibareseepverpakking nie gestaaf is nie.

3.2.1 Water generiese strategie word deur LUX-seep se vervaardigers en Johnson & Johnson gebruik? Gee redes vir jou antwoord. (2 × 2) (4)

3.2.2 Hoe verdedig Johnson & Johnson sy mededingingsvoordeel? (2)

Kopiereg voorbehou

3.2.3 Identifiseer TWEE hoofdryfkragte uit die scenario. (2 × 2) (4)

3.2.4 Watter probleme kan 'n nuwe onderneming teëkom wanneer hy probeer om hierdie bedryf te betree? (2 × 2) (4)

3.3 Moringa Miracles besluit om na internasionale markte uit te brei. 'n Agent word aangestel om sy produkte in vier Afrikalande te verkoop en te bemark en om kredietfasiliteite aan nuwe kliënte beskikbaar te stel. Die Moringa Miracles-produkte verkoop uiters goed in Afrika en twee jaar ná sy aanvanklike toetrede tot die internasionale mark rig die maatskappy en 'n Botswana-moringaboer 'n fabriek op. Hulle begin toe om Moringa Miracle-produkte in Botswana te vervaardig.

3.3.1 Van watter metode maak Moringa Miracles gebruik om markte in Afrikalande te betree? (2)

3.3.2 Van watter metode maak hy gebruik om markte in Botswana te betree? (2)

3.3.3 Watter voordele is verbonde aan die metode wat in VRAAG 3.3.2 gebruik word? (2)

3.3.4 Gestel dat die Suid-Afrikaanse geldeenheid swakker as Botswana s'n is, sou dit 'n POSITIEWE of 'n NEGATIEWE uitwerking hê op die besluit om uit te voer? Gee redes vir jou antwoord. (2 + 2) (4)

3.4 Verduidelik kortliks hoe die volgende aspekte Moringa Miracles se sukses in Botswana kan beïnvloed:

3.4.1 Materiële kultuur

3.4.2 Taal

3.4.3 Kommersiële infrastruktuur

3.4.4 Verstedeliking

(4 × 2) (8)

3.5 Dui 'n langtermyndoelwit vir elkeen van die volgende funksies van die onderneming aan:

3.5.1 Finansies

3.5.2 Bedrywighede

3.5.3 Personeel

3.5.4 Bemarking

(4 × 2) (8)

[50]

VRAAG 4

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

SALON M

John Mbethe werk al die afgelope 10 jaar by Beyonce Hair and Beauty Products, maar die maatskappy word herstruktureer en hy ontvang 'n afleggingspakket. John is 39 jaar oud en besluit om sy eie onderneming te koop en dus van nou af sy eie baas te wees. John se vrou, Chrissy, is 'n haarkapper en sy stel voor dat hulle 'n goed gevestigde haarsalon in 'n besige inkopiesentrum in Umtata koop.

John en Chrissy doen deeglik navorsing oor die haarsalon wat hulle graag wil koop. Die prys is hoog, maar die salon is altyd vol vanweë die hoëgehaltediens wat gelewer word. Die personeel sal aanbly as hulle die salon koop. Die toerusting se vervangingswaarde is R540 000, maar R40 000 moet as die laaste paaiement vir die nuwe salonstoele betaal word. Die voorraad in die salon is R100 000 werd. Die beste rentekoers is tans 20%. 'n Billike salaris vir die bestuurder is R250 000.

Die winsgrens vir die afgelope vier jaar sien soos volg daaruit:

2015 – R300 000
2016 – R350 000
2017 – R420 000
2018 – R550 000

4.1 Bereken 'n regverdige prys vir hierdie onderneming. (20)

4.2 Waarom sou jy die Mbethe-egpaar aanraai om die salon te koop? (3 × 2) (6)

4.3 Die personeel sal aanbly wanneer die nuwe bestuur gevestig is, maar waarom kan hulle dalk weerstand teen die verandering bied? (4 × 2) (8)

4.4 Hoe kan die Mbethes hierdie weerstand teen verandering bestuur? (3 × 2) (6)

4.5 Verduidelik die belangrikheid van klandisiewaarde wanneer 'n bestaande onderneming gekoop word. (3 × 2) (6)

4.6 Gee TWEE maniere waarop die Mbethes die salon van vooraf kan bekendstel. (2 × 2) (4)

[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou