higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

ENTREPRENEURSKAP EN ONDERNEMINGSBESTUUR N6

(Tweede Vraestel)

26 NOVEMBER 2019

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 10 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 2.1.1 STUDENT SE EIE ANTWOORD

Die missieverklaring moet spesifiek ten opsigte van die volgende wees:
- Produk of diens
- Die primêre mark
- Tegnologie (Die eksaminator moet 'n voorbeeld verskaf – 3 × 2) (6)

2.1.2 STUDENT SE EIE ANTWOORD

Die doelwitte moet meetbaar✓✓ en tydsgebonde wees.✓✓ Daar moet 'n spesifieke uitkoms binne 'n gespesifiseerde tyd wees.
(Die eksaminator moet 'n voorbeeld verskaf – 2 × 2) (4)

2.1.3 Die studente moet hul doelwitte aan die hand van die SMART- en ander kriteria ontleed:
- Spesifiek
- Meetbaar
- Bereikbaar
- Toepaslik
- Tydsverwant/-gebonde/-spesifiek
- Aanvaar
- Gekoördineer
- Omvattend
- Buigsaam
- Geprioritiseer (EIE ANTWOORD – 3 × 2) (6)

2.1.4
- Dit meet elke vyf minute die bloedsuikervlakke.
- Dit voorsien addisionele insulien of weerhou dit, soos dit benodig word. (2 × 2) (4)

2.1.5 Produkinnovering
- Dit kan die klantebasis van die bedryf vergroot en lewe in 'n spesifieke bedryf se groeikoers inblaas.
- Die tegnologie het verandering meegebring in die wyse waarop diabeetlyers hul bloedsuikervlakke kan monitor. (3 × 2) (6)

2.1.6
- Val mededingers se sterkpunte aan.
- Val mededingers se swakhede aan.
- Grootskaalse offensiewe
- Eindlopie-offensiewe
- Guerilla-offensiewe
- Voorspringaanval (Enige 4 × 1) (4)

2.2 2.2.1 Bekendstellingstadium✓ – 'Die produk sal eers volgende jaar beskikbaar wees.'✓ (2)

2.2.2
- Die teëls is nie bonkige metaalkiste nie.
- 'n Reeks teëls is ontwerp om in te smelt met die dak terwyl dit ook die krag van die son inspan. (2 × 2) (4)

2.2.3 'n Verkryging/samesmelting (2)

2.3 2.3.1
- Opvoeding en toewyding
- Betrokkenheid en deelname
- Onderhandeling en ooreenkoms
- Manipulasie en koöptering
- Implisiete en eksplisiete dwang (Enige 2 × 1) (2)

2.3.2
- Entrepreneurs skep en blaas lewe in nuwe tegnologieë, produkte en dienste en bring sodoende nuwe markte tot stand en skep nuwe poste.
- Entrepreneurs is slim risikonemers, implementeerders en reëlverbrekers – of, in een woord, innoveerders.
- Soos enige opkomende ekonomie wat graag wil vorentoe beweeg, het Suid-Afrika baie van hulle nodig.
- Om idees in ekonomiese geleenthede om te skakel, is die kern van entrepreneurskap.
- Op ekonomiese gebied skep entrepreneurskap nuwe markte. Die oprigting van nuwe ondernemings lei tot werkskepping wat 'n vermenigvuldigingseffek op die ekonomie het.
- Op sosiale gebied bemagtig entrepreneurskap burgers, werk innovering in die hand en verander denkpatrone. Hierdie veranderinge het die potensiaal om ontwikkelende lande met die wêreldwye ekonomie te integreer.
- Entrepreneurs kom met oplossings vorendag wat gevestigde kennis en die status quo uitdaag. Hulle loop risiko's deur geleenthede na te jaag wat ander moontlik nie eens as geleenthede herken nie of dalk selfs as probleme of bedreigings kan beskou.
- Deur entrepreneurskap te vertroetel, word ondernemings se mededingendheid bevorder. (Enige 3 × 2) (6)

2.3.3
- Dit verander die bedryfstruktuur en wysig sodoende die reëls van die kompetisie.
- Dit bring 'n mededingingsvoordeel teweeg deurdat dit nuwe maniere aan maatskappye bied om beter as hul mededingers te presteer.
- Dit is verantwoordelik vir heeltemal nuwe ondernemings wat dikwels van binne 'n maatskappy se bedrywighede bedrywighede verrys. (Enige 2 × 2) (4)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3

3.1
- Grootskaalse offensief
- Die bekendstelling van nuwe produkte op sy spyskaart
- Groter reklame- en bemarkingsveldtogte
- Prysverlagings
- Spesiale promosie-aanbiedinge (Enige 2 × 2) (4)

3.2
- Maak aankondigings oor nuwe produkte wat direk teen Food for Thought kompeteer.
- Begin met 'n bemarkingsveldtog wat direk na Flavour Nation se pryse en produkte verwys en waarin onderneem word om Food for Thought se gehalte en pryse te oortref.
- Maak seker dat hy oor die kapitaal en hulpbronne beskik om produksie te verhoog of om met 'n nuwe produkreeks te begin. (3 × 2) (6)

3.3
- Stel nuwe produkte bekend, byvoorbeeld 'bunny chows'.
- Nuwe verpakking – in plaas daarvan om byvoorbeeld plastiekhouers te gebruik, gebruik herwinbare verpakking.

(Enige ander toepaslike antwoord – 2 × 2) (4)

3.4
- Die stabiliteit van die politieke stelsel beïnvloed die aantreklikheid van 'n bepaalde nasionale mark.
- Regerings vaardig wetgewing uit wat die verhouding tussen die organisasie en sy klante, sy verskaffers en ander firmas direk beïnvloed.
- Regerings sien sakeorganisasies as 'n belangrike instrument in die hande van maatskaplike transformasie.
- Die regering is daarby verantwoordelik daarvoor om die openbare belange in die geheel te beskerm.
- Die ekonomiese omgewing word deur die regering se optrede beïnvloed.
- Die regering is self 'n groot verbruiker van goedere en dienste.
- Regeringsbeleide kan die oorheersende maatskaplike en kultuurwaardes van 'n land beïnvloed.
- Organisasies moet nie net die politieke omgewing monitor nie; hulle moet ook daartoe bydra. (Enige 4 × 2) (8)

Kopiereg voorbehou

3.5 **Kultuurtemas**

- Elke samelewing het sy eie 'kultuurtemas' wat 'n aansienlike uitwerking het op die manier waarop daardie kultuur sake doen. Chinese kultuurtemas is byvoorbeeld veranker in volksgewoontes en Confuciaanse waardes, insluitende ouerverering, spaarsaamheid, uithouvermoë en betroubaarheid. Hierdie waardes is diep gewortel in die Chinese psige. Die Confuciaanse waarde van volharding oefen 'n diepgaande invloed op die Chinese se sakeprosesse uit.

Kommunikasie
- 'n Begrip van die subtiele uitdagings in die gebruik van Engels met sprekers wat Engels nie behoorlik magtig is nie asook die nuanses van nieverbale kommunikasie is van kritieke belang om sakedoelwitte te bereik wanneer daar oor kulture heen sake gedoen word. In Oos-Asiatiese kulture is kommunikasie uiters subtiel en indirek. Die Westerse styl van direkte kommunikasie kan ander kulture dus maklik te na kom, ten spyte van die beste voornemens.

Groepsdinamiek
- Dit behels 'n begrip van hoe individue uit bepaalde kulture in groepe met mekaar omgaan. As die groepsdinamiek in die teikenkultuur begryp kan word, sal dit die verkoopsproses aansienlik beïnvloed.

Glokalisering
- Wêreldwye handelsmerkgewing, boodskappe, korporatiewe waardes en bemarking moet alles gelokaliseer word – vandaar die term 'glokalisering'. As 'n maatskappy se hoofkantoor in Asië geleë is, met satellietkantore in Europa en Noord-Amerika, moet die wêreldwye handelsmerk, boodskappe en inderdaad elke soort kommunikasie, hetsy intern of ekstern, op 'n manier vertaal word dat dit kultureel aanvaarbaar is.

Tydsoriëntasie
- Hierdie konsep het betrekking op die manier waarop 'n samelewing tyd na waarde skat, uitvoer en benut. In Westerse kulture is tyd 'n kommoditeit. As jy nie vroeg is nie, is jy laat. Tyd is geld. (Enige 4 × 2) (8)

3.6 3.6.1 Probleme

- Die totale uitgawes is te hoog (in 2017 was dit 30%).
- Die salarisse wat betaal word, is te hoog (20%).
- Die maatskappy betaal uiters hoë huurgeld (10%)
- Hy bestee te min aan reklame en bemarking (1%).
- Die invorderingstydperk vir debiteure is te lank (45 dae). (5 × 2) (10)

3.6.2 Oplossings

- Die totale uitgawes moet tot 23% verlaag word. Verminder verkwisting in die onderneming deur telefoonrekeninge, elektrisiteitsrekeninge, die gebruik van voertuie, stortsels en verouderde voorraad, en so meer, te verminder.
- Oorweeg dit om personeel af te lê of toe te laat dat personeel deeltyds of skiktyd werk om die salarisrekening te verminder.
- Onderverhuur 'n gedeelte van die gebou, byvoorbeeld vir selfoonherstelwerk, muntoutomate, ensovoorts, of onderhandel 'n nuwe huurkontrak of trek na 'n ander plek toe.
- Maak van aggressiewe reklame en bemarking gebruik. Verhoog dit tot 3% van die begroting.
- Verminder die tydperk waarin skuld ingevorder word tot 30 dae.

(5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 4

4.1

Tasbare netto waarde			✓✓740 000
(580 000 + 160 000)✓✓			
Gemiddelde netto verdienste			
(368 000 + 246 000 + 202 000) ÷ 3✓✓		✓✓272 000	
Min: Redelike inkomste vir koper		✓✓–233 320	
Verdienvermoë (R238 000 @ 14%)	✓✓33 320		
Plus: Redelike salaris vir eienaar	✓✓+200 000		
Addisionele verdienvermoë vir onderneming		✓✓38 952	
Waarde van ontasbare items			
5 × 38 952✓✓			✓✓194 760
FINALE PRYS			✓✓**934 760**

(24)

4.2

- Keg, 'n bekende franchise, maak sy deure in die KCT-winkelsentrum oop, reg langs haar kroeg.
- Daar is 'n hoë personeelomset by Senzo's Pub.
- Haar winsgrense is uiters laag.
- Die verbygaande verkeer het met die opening van die nuwe winkelsentrum afgeneem.

(2 × 2) (4)

4.3
- Laer risiko vir mislukking van die onderneming: 'n Onderneming wat al 'n tyd lank sake doen, sal waarskynlik nie misluk nie, vergeleke met 'n nuwe onderneming.
- Bestaande handelsgeskiedenis: Die onderneming spog met gevestigde prestasies uit die verlede; dus weet jy dit gaan goed vaar as dit goed bestuur word.
- Bestaande klantebasis: Jy hoef nie klante op te spoor soos met 'n nuwe onderneming nie.
- Bestaande verskaffers: Jy hoef nie na verskaffers te soek of verskafferskontrakte te onderhandel nie aangesien verskaffers reeds bestaan.
- Die winsvlak reeds deur die onderneming behaal: Omdat jy die winsvlakke kan sien, gee dit jou 'n aanduiding van hoe gesond die onderneming is.
- Bestaande masjinerie en toerusting: Die huidige eienaar het reeds toepaslike masjinerie en toerusting aangekoop en dus hoef jy dit nie nog te verkry nie.
- Die perseel se bedryfsposisie: Dit is reeds gevestig. Bestaande ondernemings wat suksesvol bedryf word, bevind hulle op 'n goeie bedryfsplek wat hoë verkeersvolumes fasiliteer.
- In baie gevalle sal die bestaande personeel aanbly.
- Die onderneming se eienaar kan selfs bereid wees om die eerste paar maande lank saam met jou te werk ten einde jou te leer wat jy alles moet weet. (Enige 4 × 2) (8)

4.4
- Die redes dat die eienaar die onderneming wil verkoop
- Die onderneming se bates en fisiese voorkoms
- Huidige en potensiële klantebasis en mededinging asook die vraag na die produk en potensiële vraag
- Regsaspekte
- Finansiële posisie (Enige 4 × 2) (8)

4.5
- Inspirerende omgewing: Broeikaste voorsien 'n omgewing waarin aangemoedig en geïnspireer word. In hierdie omgewing is baie potensiaal vir die kruisbestuiwing van idees en moontlike bondgenootskappe en sinergieë. Andersins kan ruimtes en ander ingeslote omgewings waarin daar saamgewerk word, 'n inspirerende omgewing bied.
- Gehalte-advies: Ervare entrepreneurs en beroepslui, wat beskikbaar is deur middel van die infrastruktuur wat deur 'n broeikas toeganklik is, kan 'n bate wees.
- Nuwe ondernemings word ernstig opgeneem: Dit is waarskynlik een van die belangrikste redes om met 'n betroubare broeikas geassosieer te word. Nuwe ondernemings word ernstig opgeneem en het dus 'n beter kans om toegang tot die markte te verkry.
- Ondersteuningstruktuur: 'n Broeikas kan 'n bate wees as sy leierskap en netwerk uit 'n holistiese mengsel talent en ervaring bestaan. Broeikaste wat die moeite werd is, bied goeie toegang tot allerhande soorte hulpbronne wat vir nuwe ondernemings noodsaaklik is. Dit sluit promosie en mediadekking in, en nuwe ondernemings kan sodoende sinergisties voordeel uit hul betrokkenheid by die broeikas trek.
- Leer: Om by ander nuwe ondernemings in die broeikas of die uitgebreide ekostelsel te leer, is 'n kritieke rede om by 'n broeikas aan te sluit. Die opleiding en mentorskap wat broeikaste bied, is van die grootste bates wat uit die betrokkenheid by 'n broeikas verkry kan word. (Enige 3 × 2) (6)

[50]

VRAAG 5

5.1
- Outentieke/egte doel

Elke maatskappy moet kan neerpen 'waarom ons doen wat ons doen'.

- Kragtige handelsmerk

As jy 'n onderneming tot stand wil bring wat groter vraag kan hanteer, moet jy verstaan hoe kritiek dit is om handelsmerk-ekwiteit en emosionele bande met klante op te bou.

- Vennootskap en samewerking

Jy kan in die versoeking kom om alles aan die begin self te doen wanneer finansies min en ambisies hoog is. Terwyl daar niks met 'n praktiese benadering verkeerd is nie, kan dit op die lange duur skadelik wees as jy meer doen as wat jy kan hanteer, veral in die areas waarin jy nie ervaring het nie. In 'n era waarin daar wêreldwyd sprake van 'n 'vryskut-ekonomie' is, is dit glad nie moeilik om talentvolle kenners in te kry nie; jy moet egter weet waar om hulle op te spoor.

- Klantebehoud

Behou die klante wat jy reeds het. Wanneer klante 'n sterk emosionele band met jou produkte het, sal hulle aanhou terugkeer na jou toe.

- Gemeenskap

'n Onderneming-ekostelsel is 'n ekonomiese gemeenskap van organisasies en individue wat op ontelbare maniere met mekaar in wisselwerking tree. Hierdie ekostelsel moedig maatskappye aan om hul vermoëns op 'n mededingende wyse te ontwikkel. (Enige 3 × 2) (6)

5.2
- Franchisegelde – Aanvangskoste en tantième kan 'n ernstige demper op 'n franchisenemer se netto wins plaas.
- Tantième – Franchisenemers moet elke jaar gelde aan die franchisegewer betaal wat met 12,5% van verkope gelykstaande is.
- Opgeblase grondstofkoste – Om konsekwentheid betreffende hul aanbiedings te handhaaf, dring die meeste franchisegewers daarop aan dat die franchisenemers die benodigde grondstowwe direk by hulle aankoop, of by 'n verskaffer met wie hulle 'n 'spesiale' verhouding het, wat beteken dat die franchisegewers kortings ontvang op dit wat die franchisenemers bestel.
- Finansiering van dalings sonder koopsteun ('freefall') – Die meeste franchisegewers verskaf geen finansiering nie. Dit beteken dat die franchisenemer waarskynlik hul spaargeld sal moet uitput of die een of ander bron van finansiering sal moet verkry (soos 'n kleinsakelening).
- Mededingingskruiping – Alhoewel die meeste franchisegewers die aantal winkels wat hulle in 'n gegewe gebied laat oopmaak, sal beperk weens vrese vir markversadiging en afnemenede opbrengste, sal daar tog franchisegewers wees wat gaan probeer om soveel kleinhandelswinkels in 'n gegewe gebied moontlik in te druk.
- 'n Kreatiwiteitsgat – Franchisegewers dring aan op eenvormigheid. Om die waarheid te sê, alles – van die dekor, tekens en produkte aangebied in die winkel en die uniforms wat die werknemers dra – word deur die franchisegewer gedikteer. Vir iemand wat daarvan hou om kreatief te wees, kan dit 'n droewe bestaan wees.
- Liggingsverpligtinge – Tensy die franchisegewer 'n winkel op 'n goeie plek oopmaak wat die onderneming sal ondersteun, gaan dit ongelooflik moeilik vir die franchisenemer wees om kop bo water te hou. (Enige 4 × 2) (8)

5.3 Onkreukbare karakter
- 'n Effektiewe konsultant moet 'n persoon met 'n onkreukbare karakter wees. Hulle moet volkome professioneel optree. Die konsultant moet bereid wees om die kliënt se beste belange bo hul eie voorop te stel.

Deurgronde ervaring
- 'n goeie konsultant moet ervaring in die uitdagings of geleenthede hê waarmee jy en jou maatskappy gekontronteer word.

Kreatiewe probleemoplossingsvaardighede
- Jy wil 'n konsultant aanstel wat 'n uitnemende probleemoplosser is.

Voortreflike kommunikasievaardighede
- 'n Goeie konsultant moet wel ter tale wees. Hulle moet oor ongewone sterk kommunikasievaardighede beskik, sowel mondelings as skriftelik.

Uitstekende interpersoonlike vaardighede
- As 'n konsultant daarin wil slaag om jou maatskappy van hulp te weees, moet daar 'n vertrouegebaseerde verhouding tussen julle ontstaan. Jy moet gemaklik voel om die intieme besonderhede van hou onderneming met hulle te deel. (Enige 3 × 2) (6)

5.4 Waardeverminderingswaarde
- Die jaarlikse vermindering in die waarde van 'n bate om vir slytasie voorsiening te maak

Boekwaarde
- Die waarde van 'n bate nadat waardevermindering afgetrek is

Vervangingswaarde
- Die koste verbonde aan die vervanging van 'n bate deur 'n bygewerkte of 'n nuwe model (6)

5.5
- Omskryf die verandering duidelik en bring dit in ooreenstemming met die ondernemingsdoelstellings.
- Stel vas wat die uitwerking van die verandering is op diegene wat daardeur geraak word.
- Ontwikkel 'n kommunikasiestrategie.
- Voorsien effektiewe opleiding.
- Implementeer 'n ondersteuningstruktuur.
- Meet die veranderingsproses. (Enige 5 × 2) (10)

5.6
- Suid-Afrika se ekonomiese en demografiese faktore
- Beskikbaarheid van ekonomiese vaardighede
- Die verskuiwing na 'n dienste-ekonomie
- Entrepreneursopvoeding
- Entrepreneurs as helde
- Tegnologiese vooruitgang
- Internasionale geleenthede
- Onafhanklike lewenstyl (Enige 3 × 2) (6)

5.7
- Markgrootte en -groei
- Aantal mededingers
- Die omvang van mededinging
- Kopersbehoeftes en -vereistes
- Mate van produkdifferensiasie
- Produkinnovering
- Die pas van tegnologiese verandering
- Vertikale integrasie
- Skaalbesparings (Enige 4 × 2) (8)

[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou