higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1090**(A)**(J15)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSBESTUUR N6

(4030076)

15 Junie 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
BEMARKINGSBESTUUR N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200 **(14 font)**

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Afdeling A is verpligtend.
2. Beantwoord enige DRIE vrae uit AFDELING B
3. Lees AL die vrae aandagtig deur.
4. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
5. Begin elke vraag op 'n NUWE bladsy.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

STREWE NA VLEISLOSE MAC: MCDONALD'S SE UITBREIDINGSTRATEGIEË IN INDIË

Die McDonald's maatskappy het hom in Maart 2001 by 'n kritieke kruispad in sy evolusie bevind. Die maatskappy het sy kleinhandelbasis van Mumbai en Delhi uitgebrei na Bangalore, Pune, Jaipur en die Delhi-Agra-hoofweg. Gedurende 2001, het McDonald planne gehad om 15 afsetpunte oop te maak met een elk in Ludhiana en Ahmedabad. McDonald's het 'n lang geskiedenis in Asië. Die maatskappy het in 1971 toegetree tot die Japanese mark, en dit is gevolg deur toetrede tot ander nuut geïndustrialiseerde ekonomieë (soos Singapoer en Hong Kong). McDonald's het in 1996 in Indië begin sake doen.

Indië is 'n groot subkontinent met 'n bevolking van ongeveer 950 miljoen - byna vier keer meer as die bevolking in die VSA. Meer as 20 hooftale en meer as 200 dialekte word gepraat. Ongeveer 50 persent van die bevolking word as ongeletterd beskou, en reklame bereik hulle deur middel van uithangborde en oudiovisuele middele. Vir nasionale bekendstellings word ten minste agt tale gebruik.

Wat die politieke stelsel betref, is Indië 'n demokrasie. Sedert onafhanklikwording van Brittanje in 1947, pas die regering streng beheer uit oor die in- en uitkoms van binnelandse en multinasionale maatskappye (MNM'e). MNM'e het ook te kampe met 'n verskeidenheid ander beperkings.

McDonald's Indië is in 1983 ingelyf as 'n volfiliaal. In April 1995, het die volfiliaal 50:50 ondernemings aangegaan met Connaught Plaza Restaurante (Vikram Bakshi) om die Delhi Restaurante te besit en te bestuur; en Hardcastle Restaurante (Amit Jatia) om die Mumbai-afsetpunte te besit en te bestuur.

Alhoewel McDonald's in verskeie vorige ondernemings produkaanpassings gedoen het om aan te pas by plaaslike smake en kulture, soos die Teriyaki Burger in Japan, rysgeregte in Indonesië, noedels in Manila en McLox-salmtoebroodjies in Noorweë, was die omvang van aanpassing wat in Indië nodig was, heelwat groter. McDonald's het sy kernproduk, die Big Mac, met die Maharaj Mac vervang. Laasgenoemde het maalvleis (in plaas van beesvleis) in die Big Mac bevat om die Hindoes (80 persent van die bevolking) nie aanstoot te gee nie aangesien hulle beeste as heilig beskou, en Moslems (12 persent van die bevolking) vir wie varkvleis taboe is.

McDonald's se prysingstrategieë, asook spesiale promosies, is deur mededingers beïnvloed. In Februarie 1999, het verskeie mededingers spesiale promosies aangebied. KFC het 'n maaltyd aangebied van hoender, rys en sous vir R39. Vir R35, het Pizza Hut 'n hele gesinsete aangebied, insluitend twee medium pizzas, brood en Pepsi. Wimpy met megamaaltye teen R35 aangebied.

Sommige elemente van die promosiestrategie het dieselfde gebly as in ander wêrelddele. Een voorbeeld hiervan behels die klem om kinders te lok. 'n Happy Meal-film is deurlopend op Cartoon Network en die Zee ('n plaaslike kanaal) Disney Hour vertoon.

Kopiereg voorbehou

'n Toegewyde verspreidingskanaal is uitkontrakteer aan AFL Logistics. AFL Logistics was verantwoordelik vir die temperatuurbeheerbeweging van al die produkte (per spoor, pad of lug, soos toepaslik).

Gedurende die eerste 12 maande van die bedryf het McDonald's 350,000 Maharaj Macs voorgesit. Kliënte het gedink dat McDonald's se kos 'n unieke smaak het.

Bron: (2011, 07). Case Studies. StudyMode.com. Besoek 07, 2011, by http://www.studymode.com/essay s/Case-studies-737294.html, Case study 8: Beefing up the beefless Mac: McDonald's expansion strategies in India, pp.120-127

1.1 Noem en verduidelik twee toetreestrategieë wat McDonald's gebruik het om die mark in Indië in 1995 en 1983 te betree. (6)

1.2 Produkaanpassing behels dat die produk verander word om aan te pas by vreemde omstandighede of voorkeure.

Maak 'n lys van VIER scenario's uit die gevallestudie wat produkaanpassing deur McDonald's aandui. (8)

1.3 Die omgewing waarin McDonald's werk, verander voortdurend. Gebruik DRIE feite om aan te dui hoekom McDonald's voortdurend omgewingsontledings moet doen. (6)

1.4 Noem VYF voordele vir McDonald's om internasionaal handel te dryf. (10)

1.5 McDonald's het sy kleinhandelbasis van Mumbai en Delhi na Bangalore, Pune, Jaipur en die Delhi-Agra-hoofweg uitgebrei.

1.5.1 Noem en verduidelik die groeistrategie wat hierbo gebruik word. (4)

1.5.2 Verduidelik kortliks en toon met behulp van voorbeelde hoe McDonald's VIER ander groeistrategieë kan gebruik om hulle besigheid uit te brei. (16)

[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

Beantwoord slegs DRIE vrae uit hierdie afdeling.

VRAAG 2

2.1 Toon by wyse van voorbeelde hoe die bemarkingfunksie met die volgende funksies verband hou.

2.1.1 Aankoopfunksie

2.1.2 Produksiefunksie

2.1.3 Finansiële funksie

2.1.4 Inligtingsfunksie

2.1.5 Openbarebetrekkingefunksie

2.1.6 Menslikehulpbronfunksie

(6 × 2) (12)

2.2 Noem TWEE voordele en TWEE nadele van die kliëntstruktuur. (8)

2.3 Noem VYF veranderlikes van markaantreklikheid, gebaseer op die Markaantreklikheid- en Organisatoriesesterktemodel (Market Attractiveness and Organizational strength model). (10)

2.4 Beskryf VIER aankoopmetodes wat industriële bemarkers kan gebruik om hulle produkte aan te koop. (12)

2.5 Identifiseer VIER prysingsmetodes wat diensbemarkers kan gebruik. (8)
[50]

VRAAG 3

3.1 Hoe sal jou kollege die volgende beperkings oorkom wat deur die volgende kenmerke van diens gestel word?

3.1.1 Ontasbaarheid

3.1.2 Onskeibaarheid

3.1.3 Bederfbaarheid

3.1.4 Fluktuerende aanvraag

3.1.5 Heterogeniteit

3.1.6 Eienaarskap

(6 × 3) (18)

3.2 Bespreek die volgende koopsituasies kortliks.

3.2.1 Nuwe Taak

3.2.2 Direkte Herkoop

3.2.3 Gemodifiseerde Herkoop

(3 × 4) (12)

3.3 Die vier beginsels van die bemarkingskonsep wat die grondslag van alle bemarkingsbesluite behoort te wees, is verbruikersoriëntering, winsoriëntering, stelseloriëntasie en sosiale oriëntering.

Verduidelik die VIER beginsels en toon hoe die bank hierdie beginsels kan toepas. (16)

3.4 Noem VIER makro-omgewingskragte wat 'n aansienlike uitwerking op enige organisasie se bemarkingstelsel het. (4)
[50]

VRAAG 4

4.1 Verduidelik kortliks VYF komponente wat die verbruiker kan gebruik om diensgehalte te evalueer. (10)

4.2 Noem die AGT stappe van die buitelandse markte se siftingsproses in die korrekte volgorde. (16)

4.3 Noem VYF omgewingsfaktore wat die gedrag van 'n industriële koper kan beïnvloed. (10)

4.4 Verduidelik wat handelstruikelblokke is en noem VIER vorme van handelstruikelblokke wat besighede wat graag in die buiteland wil handel dryf, kan ervaar. (10)

4.5 Noem VIER differensiasiemetodes wat die besigheid kan gebruik om hulle produk van die produkte van mededingers te onderskei. (4)
[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 5

5.1 Integrasie is een van die groeistrategieë wat besighede kan gebruik as hulle wil uitbrei.

Noem en verduidelik die DRIE soorte integrasiestrategieë. (12)

5.2 Toon hoe 'n bakkery die volgende koopmetodes kan gebruik om hulle produkte te koop.

Verduidelik die volgende kortliks met praktiese voorbeelde deur die bakkery as industriële koper te gebruik.

5.2.1 Beskrywing

5.2.2 Inspeksie

5.2.3 Steekproefneming

5.2.4 Onderhandeling

(4 × 4) (16)

5.3 Verduidelik DRIE strategieë vir volwasse en dalende markte. (12)

5.4 Wanneer die missiestelling van die onderneming geskryf word, moet dit vyf vrae beantwoord.

Noem die VYF VRAE wat die missiestelling moet dek. (10)
[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou