



NASIONALE SENIOR CERTIFIKAAT-EKSAMEN
NOVEMBER 2018

BESIGHEIDSTUDIES: VRAESTEL I

NASIENRIGLYNE

Tyd: 2 ure

200 punte

Hierdie nasienriglyne word voorberei vir gebruik deur eksaminatore en hulpeksaminatore. Daar word van alle nasieners vereis om 'n standaardiseringsvergadering by te woon om te verseker dat die nasienriglyne konsekwent vertolk en toegepas word tydens die bepunting van kandidate se skrifte.

Die IEB sal geen gesprek aanknoop of korrespondensie voer oor enige nasienriglyne nie. Daar word toegegee dat verskillende menings rondom sake van beklemtoning of detail in sodanige riglyne mag voorkom. Dit is ook voor die hand liggend dat, sonder die voordeel van bywoning van 'n standaardiseringsvergadering, daar verskillende interpretasies mag wees oor die toepassing van die nasienriglyne.

AFDELING A**VRAAG 1****MEERKEUSEVRAE**

1.1	A
1.2	C
1.3	C
1.4	B
1.5	D
1.6	D
1.7	B
1.8	A
1.9	D
1.10	B

VRAAG 2**PAS DIE KOLOMME**

2.1	P
2.2	B
2.3	G
2.4	N
2.5	A
2.6	M
2.7	D
2.8	Q
2.9	L
2.10	E

VRAAG 3

3.1	Sekondêre/simpatie-staking
3.2	Wet op Verbruikersbeskerming
3.3	eerste klousule
3.4	Porter se Seskragtemodel/SWOT/noukeurige omgewingsondersoek
3.5	Normstelling

AFDELING B**VRAAG 4****4.1 Menskapitaalfunksie by Taste Holdings Bpk.****4.1.1 Noem die doel van mannekragbeplanning.**

- Om vas te stel hoeveel werknemers benodig word.
- Om vas te stel watter vaardighede hierdie werknemers moet hê; en
- Om vas te stel wanneer hierdie werknemers benodig gaan word.

(Oorweeg enige ander toepaslike feit oor die doel van mannekragbeplanning.)

4.1.2 Hoekom sal 'n kitskosfranchise interne werwing gebruik?

- Die rekrut is reeds vertrouwd met die roetine/ge gedragskode van die organisasie en sal minder opleiding/oriëntering nodig hê.
- Interne werwing is goedkoper as eksterne werwing, aangesien koste wat met eksterne werwing gepaard gaan, bv. uitgebreide advertering van die pos, opleiding, ens. verminder word.
- Met interne werwing is daar gewoonlik opheffing van werkers se motivering, aangesien werkers sien dat die bestuur hulle bo buitelanders verkies en dat daar vordering in die rekrut se loopbaan is.

(Oorweeg enige ander rede vir 'n kitskosfranchise wat interne werwing gebruik.)

4.1.3 Noem VIER onderwerpe wat in die induksieprogram gedek kan word.

- Mees toepaslike en onmiddellike tipe inligting, bv. maatskappybeleide; klededragkode; gedragskode ens.
- Kennis van wat toesighouers verwag, hoe lank dit neem om aan verwagte werkstandaarde te voldoen en waar om hulp en raad te kry.
- Bekendstelling aan medewerkers en mense met wie hulle werk.
- Hoe die afdeling by die organisasie in sy geheel inpas.
- Kennis van produkte en dienste.
- Die rol van 'n mentor in die organisasie.
- Die prestasiebeoordelingstelsel.
- Die inhoud van die etiese kode
- Besonderhede van die organisasie se struktuur
- 'n Oriënteringstoer

**(Oorweeg enige ander toepaslike onderwerp wat in 'n oriënteringsprogram behandel kan word)
(Sien net eerste 4 onderwerpe na)**

4.1.4 Verduidelik die begrip "byvoordeel" en gee 'n voorbeeld om jou antwoord te ondersteun.

'n Byvoordeel is 'n bykomende voordeel (bv. klere, reistoelae, behuisingstoelae, ens.) wat 'n werker kan ontvang bo en behalwe die basiese salaris of enige ander vereiste wat in die Wet op Basiese Diensvoorwaardes gestipuleer word.

(Oorweeg enige ander toepaslike voorbeeld van 'n byvoordeel)

4.2 **Beleggingsgeleenthede en versekering wat deur Famous Brands Bpk. gebruik word**

4.2.1 **Verduidelik die moontlike redes hoekom 'n besigheid kan besluit om in die buiteland te belê.**

- Die risiko's is oor verskillende lande versprei.
- d.i. internasionale diversifikasie
- Sommige lande word geag meer stabiele markte (ontwikkelde lande) as ander (ontluikende markte) te hê.
- Veranderings in wisselkoerse kan dit aantrekliker maak om in 'n ander land te belê.
- Die rand het 'n neiging getoon om teen ander groot geldeenhede van die wêreld te depresieer. Indien die geldeenheid depresieer, is dit gunstig vir iemand met 'n belegging in 'n ander land.
- Daar kan beleggingsgeleenthede in ander lande wees wat nie in Suid-Afrika bestaan nie. Bv. Suid-Afrika het nie olie nie en indien 'n belegger dink dat olie 'n goeie belegging is, sal hy/sy aandele in 'n oliemaatskappy wat in 'n ander land genoteer is, moet koop.
- Iemand kan die opsie van emigrasie na 'n ander land oorweeg. Vanweë die deviesebeheerregulasies in Suid-Afrika is dit net moontlik om 'n beperkte bedrag geld elke jaar uit die land te neem. Dit kan dan 'n goeie idee wees om 'n beleggingsportefeulje in die ander land te begin.

(Oorweeg enige ander toepaslike rede hoekom 'n besigheid besluit om in beleggings in ander lande te belê.)

4.2.2 **Bespreek die verband tussen risiko en opbrengs wanneer in vaste eiendom belê word.**

- Hoë risiko = hoë beloning of omgekeerd.
- Daar is baie faktore wat die risiko wat met vaste eiendom gepaard gaan, beïnvloed, bv. die ligging van die eiendom – dit is beter om 'n kleiner eiendom in 'n goeie woonbuurt te koop as 'n groot eiendom in 'n mindere woonbuurt.
- Die stand van die ekonomie het ook 'n uitwerking op die risiko van die eiendomsbelegging. Indien rentekoerse verhoog word, raak dit moeiliker vir die eienaar van die eiendom met 'n verband om die lening terug te betaal en die risiko word verhoog en jou opbrengs word verlaag.
- Hoë inflasiekoerse verminder die besteebare inkomste van verbruikers en maak dit moeiliker om verbandpaaie vol te hou.
- Die eienaar van die eiendom kan huur vra en 'n goeie opbrengs verdien.
- Eiendomspryse is geneig om mettertyd te styg (mits die area waarin die eiendom geleë is nie agteruitgaan (risiko) nie.)

(Oorweeg enige ander toepaslike rede vir die verband tussen risiko en opbrengs wanneer in vaste eiendom belê word.)

4.2.3 **Beskryf die vereistes vir 'n geldige versekeringskontrak.**

(a) **Versekerbare belang**

- Versekerbare belang beteken dat die versekerde moet kan bewys dat hy/sy finansiëel 'n verlies sal ly indien die voorwerp wat verseker is, vernietig of beskadig word. Die persoon of objek in gevaar vorm die basis van die kontrak.
- Die volgende is voorbeelde van versekerbare belang:
 - 'n Persoon het 'n versekerbare belang in sy/haar eie lewe en gesondheid.
 - Vennote het 'n versekerbare belang in die lewens van medevennote.
 - 'n Krediteur het 'n versekerbare belang in die lewe van sy/haar debiteur.
 - 'n Getroude persoon het 'n versekerbare belang in die lewe van die gade.
 - 'n Persoon het versekerbare belang in sy/haar eie eiendom.

(b) **Goeie trou/Absolute eerlikheid**

- Die versekerde moet aan die versekeraar alle toepaslike inligting wat die risiko kan affekteer, bekendmaak.
- Alle vrae wat deur die versekeraar gevra word, moet eerlik en akkuraat beantwoord word, anders sal die polis nietig verklaar word.

(c) **Handelingsbevoegdheid**

Die persoon wat die versekeringskontrak aangaan is meerderjarig (18) en by sy/haar volle verstand.

(d) **Vorneme om te verbind**

Die partye tot die kontrak moet ernstig wees oor waaroor hul in die kontrak ooreenkom.

(e) **Uitvoerbaar**

Redelike voorwaardes waaraan voldoen moet word, moet by die kontrak ingesluit word.

(f) **Verpligting**

Albei partye moet duidelik begryp wat van hulle in die kontrak verwag word.

(g) **Regtens bindend**

Die kontrak moet 'n regsoogmerk hê. Mens kan nie 'n kontrak sluit oor iets wat onregmatig is nie.

(h) **Kontrakvereistes**

Die kontrak moet 'n datum en geldige handtekeninge van die partye tot die kontrak hê.

(Oorweeg enige ander toepaslike vereistes vir 'n geldige versekeringskontrak)

(Oorweeg die breedte/diepte van antwoord wanneer punte toegeken word)

4.2.4 **Lys TWEE verpligte versekerings.**

- Werkloosheidsversekeringsfonds (WVF)
- Die Wet op Vergoeding vir Beroepsbeserings en -siektes (WVBBS)
- Padongelukfonds (POF)

(Sien slegs eerste 2 verpligte versekerings na)

4.3 **Professionele, verantwoordelike, etiese en effektiewe besigheidspraktyk in 'n kitskosfranchise**

4.3.1 **'n Botsing van belange kan 'n etiese uitdaging vir 'n kitskosbesigheid wees. Gee 'n voorbeeld van so 'n situasie en stel voor hoe dit hanteer moet word.**

- Indien 'n persoon wat 'n tender toeken die persoon ken wat die tender indien, kan hy/sy nie die finale besluit neem oor wie die tender gaan kry nie. Dit is oneties.

Voorstel oor hoe om onetiese uitdaging te hanteer:

Daar moet deursigtigheid wees rakende wie in die tenderkomitee dien.

Volledige openbaarmaking van enige persoonlike verhoudings moet gedoen word.

- Indien iemand deel van die werwing- en keurpaneel is en hy/sy versuim om te openbaar dat een van die applikante 'n vriend of familielid is.

Voorstel oor hoe om onetiese uitdaging te hanteer:

Die persoon op die paneel moet hom-/haarself van die komitee uitsluit.

Daar moet dissiplinêre optrede teen enigeen wees wat versuim om die feit dat hy/sy 'n vriend/familiedid is, bekend te maak.

- Dit sal 'n botsing van belange wees indien 'n persoon wat in die direksie dien deur 'n verskaffer genader word om deel van die direksie te wees.

Voorstel oor hoe om onetiese uitdaging te hanteer:

Daar moet 'n onafhanklike komitee wees wat mense vir die direksie kies.

Daar kan monetêre vergoeding wees vir enigeen wat hierdie tipe onetiese situasie onder die aandag van die bestuur bring.

(Oorweeg enige ander toepaslike voorbeeld wat toon hoe botsing van belange 'n etiese uitdaging vir die besigheid is)

4.3.2 **Verduidelik hoe 'n franchisenemer die etiese uitdaging kan hanteer van 'n kassier wat fondse vir persoonlike gebruik neem sonder magtiging.**

- Die kassier kry 'n skriftelike waarskuwing, of die franchisegewer volg die dissiplinêre prosedures wat in die Wet op Arbeidsverhoudinge uiteengesit is.
- Daar word van die kassier 'n voorbeeld gemaak en hy/sy moet die geld terugbetaal of 'n ander vorm van straf sodat die franchisegewer proaktief is in die hantering van die etiese kwessie.
- Die franchisegewer kan dit as 'n geleentheid beskou om 'n gesprek te voer oor wat aanvaarbare sakepraktyk is, veral vir personeel wat met geld werk.
- Die franchisegewer kan die kassiere roteer en sodoende die geleentheid uitskakel vir hulle om geld van die besigheid te verduister.
- Die franchisegewer kan waarborgversekering uitneem –individuele polis wat 'n spesifieke persoon dek vir die risiko van diefstal of 'n sambreel polis wat alle personeel in die franchise dek.

(Oorweeg enige ander toepaslike strategie oor hoe die franchisegewer die etiese uitdaging kan hanteer)

4.3.3 'n Kitskosfranchise wat besluit om na 'n ander land uit te brei, sal moet oorweeg hoe etiek op 'n internasionale vlak die aktiwiteite van die besigheid kan beïnvloed.

Verduidelik hierdie stelling en gebruik 'n voorbeeld om jou antwoord te illustreer.

- Etiese standaarde tussen verskillende lande verskil aansienlik.
- Die franchise kan in 'n land oopgemaak word waar daar growwe skending van menseregte is.
- Die franchise sal dan moet besluit hoe hy hierdie delikate situasie moet hanteer, aangesien die persepsie kan bestaan dat die franchise die onetiese praktyk ondersteun en klante kan die franchise boikot.
- Daar kan meningsverskil wees oor die gepastheid om ekonomiese sanksies op die land waar die franchise werkzaam is, toe te pas. Bv. Zimbabwe en Irak.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat 'n begrip toon van hoe etiek op 'n internasionale vlak die aktiwiteite van 'n franchise kan beïnvloed) (Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking hê) OF (Volpunte kan verdien word indien die voorbeeld volle begrip illustreer van hoe etiek op 'n internasionale vlak die aktiwiteite van 'n franchise beïnvloed)

4.4 Die Bemerkingsafdeling

4.4.1 Lys DRIE komponente van die promosiebeleid (bemarkingskommunikasie) van 'n kitskosfranchise.

- Advertering
- Verkoopspromosie
- Persoonlike verkope
- Publisiteit
- Mondelings
- Openbare betrekkinge
- Gebeure en ervarings
- Direkte bemarking
- Sosialemedia/interkatiewe bemarking

(Sien eerste 3 komponente na)

4.4.2 Motiveer hoekom bemarking van strategiese belang vir 'n besigheid is.

- Bemarking kan omskryf word as die deurlopende aktiwiteite van die besigheid om die teikenmark (LSM) te bereik; en
- die metodes wat die besigheid gebruik om met sy teikenmark om te gaan en by sy teikenmark betrokke te raak.
- Die doel van hierdie betrokkenheid is om die mark van die waarde van die produk en/of diens te oortuig met die doel om hierdie produkte of dienste te verkoop en 'n wins te maak.
- Bemarking moet 'n sterk en positiewe handelsmerkidentiteit in die mark skep en ondersteun
- deur 'n goed beplande en goed geïmplementeerde bemarking-strategie.
- Strategiese beplanning bestaan uit die besigheid
 - wat 'n visie (langtermynaspirasie of -droom) ontwikkel; en
 - die visie in 'n missieverklaring omskakel;
 - wat die kernwaardes ('n waardestelling) omskryf wat gehandhaaf word terwyl beoog word om die visie en missie te bereik;
 - wat langtermynplanne formuleer en strategieë vestig om kortertermyn doelwitte te bereik wat tot die bereiking van langtermyn doelwitte sal lei.
- Enige besigheid wat 'n winsmotief het, moet inkomste genereer – as mens dit in gedagte hou, word die strategiese belangrikheid van bemarking duidelik, d.i.
 - sonder 'n produk en/of diens sal daar geen verkope wees nie.

- Die produk/diens moet teen 'n prys verkoop word wat die verbruiker in die teikenmark bereid is om te betaal.
- Om die produk/diens te kan verkoop, moet die produk/diens in 'n plek aangebied word wat gerieflik en toeganklik vir die verbruiker is.
- Daar moet kommunikasie (promosie) tussen die besigheid en die klant wees om te verseker die klant is bewus van die produk-/diensaanbieding.
- Alle prosesse in die besigheid moet toegespits wees op verkope. Dit sluit mense (werknemers) en die fisiese bewys (voorkoms) van die winkel (of aanlyn verkoopsplatform) in.

(Oorweeg enige 4 toepaslike feite oor die strategiese belangrikheid van bemarking)

4.4.3 Verduidelik hoe fisiese bewys, as een van die elemente van die bemarkingsamestelling, 'n kitskosfranchise in staat kan stel om 'n mededingende voordeel te bekom.

- Oorweging moet geskenk word aan die aanbieding van die franchise en die voorkoms van die personeellede, aangesien dit vir klante die gevoel van gehalte gee.
- Die instandhouding van 'n omgewing wat skoon, netjies, vriendelik en mooi versier is, sal help om verbruikers gerus te stel oor wat hulle koop.
- Fisiese bewys help om die aannames van die klant te demonstree en bevestig.
- Ook ingesluit, is ander tasbare elemente soos briefhoofde, aanwysings/uithangborde wat op die perseel gebruik word, spyskaarte en selfs die voorkoms van die webwerf op die internet.
- Die manier waarop bogenoemde gebruik word om die besigheid te bemark, sal 'n uitwerking op sy mededingende voordeel hê.

(Oorweeg enige ander toepaslike faktore wat verduidelik hoe fisiese bewys 'n kitskosfranchise in staat kan stel om 'n mededingende voordeel te bekom)

VRAAG 5**5.1 5.1.1 Verduidelik wat met die term "totale gehaltebestuur" bedoel word.**

- Dit verwys na 'n poging wat deur die hele besigheid geïmplementeer word om bewus te wees van
- (d.i. om te beplan en beheer) hoe alle handeling
- die standarde van alle werksaamhede beïnvloed
- om die beste produk of diens aan die klant te lewer.

5.1.2 Beskryf die voordele vir 'n kitskosfranchise wanneer dit doeltreffende gehaltebeheer onderneem.

- Verbeterde winsgewendheid, omdat minder tyd en geld gemors word om iets reg te stel wat in die eerste plek beter gedoen moes gewees het.
- Gehaltebeheer sal werkers aanmoediging om produkte en dienste van 'n goeie gehalte te lewer wat as 'n basis vir vergoedingsbesluite kan dien.
- Verspreiders soos groothandelaars sal minder klagtes en terugkommers hê, wat hoër omset vir hulle tot gevolg kan hê.

(Oorweeg enige ander voordele wanner 'n kitskosfranchise doeltreffende gehaltebeheer onderneem)

5.1.3 Evalueer hoe die finansiële afdeling van Famous Brands Bpk. kan help om die gehalte van prestasie te verbeter.

- Die finansiële afdeling kan die Staat van Omvattende Inkomste en die Staat van Finansiële Posisie met verskillende verhoudings ontleed.
- Die finansiële afdeling kan dan meet hoe geslaagd Famous Brands die volgende oogmerke bereik het:
- **Maksimering van winste**
 - Dit kan bereik word deur met verskaffers vir beter pryse te onderhandel of 'n goedkoper verskaffer te vind, sonder om gehalte op te offer. Kyk na die uitwerking van koste op verkope.
- **Verhoog winsgewendheid**
 - Deur die opbrengs op belegging deur middel van die maksimering van winste te meet en verhoog.
- **Verseker likiditeit**
 - Die bedryfsverhouding meet die likiditeit van die maatskappy, d.i. die vermoë van die maatskappy om huidige verpligtinge op kort termyn na te kom.
 - Dit is van pas vir besighede om 'n bedryfsverhouding te hê waar die bedryfsbates groter as die bedryfslaste is.
 - Enige afwykings hiervan sal vereis dat strategieë gevestig word om die prestasiegaping te verbeter.
 - Indien 'n besigheid die uitwerking van voorraad op die likiditeitsberekening wil uitskakel, moet hulle die vuurproefverhouding gebruik.
- **Om solvent te bly**
 - Om na die verhouding tussen totale bates en totale laste te kyk.
 - Vir 'n besigheid om solvent te wees, moet bates meer as laste wees.

(Oorweeg enige ander toepaslike faktore wat die finansiële afdeling kan gebruik as 'n meting van gehalte van prestasie)

5.1.4 **Bespreek hoe die aankoopbestuurder kan help om die prestasie van 'n kitskosfranchise te verbeter.**

- Die koopbestuurder moet die nodige navorsing doen wanneer vir die beste verskaffer gesoek word wat goeie ooreenkomste aanbied.
- Die koopbestuurder moet die bes moontlike pryse met die verskillende verskaffers beding, terwyl die gehalte in gedagte gehou word, bv. neem grootmaatafslag indien dit deur die verskaffer aangebied word. Om koste te verminder, behoort die opbrengs op belegging te verhoog.
- Die koopbestuurder moet 'n deeglike toevoerkettingontleding doen, d.i. die hoeveelheid grondstowwe oorweeg wat nodig is om die produk te produseer; die voorraad van klaarprodukte bestuur om hul veilige bewaring deur geskikte voorraadbeheermeganismes te verseker; gereeld die vervoer en verspreiding van hulpbronne deur die hele franchise te monitor.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat die koopbestuurder kan gebruik om te help om die gehalte van prestasie van 'n kitskosfranchise te verbeter)

5.1.5 **Die finansiële perspektief is een van die elemente van die balanstelkaart. Lys en beskryf ander elemente van die balanstelkaart wat die bestuur van 'n kitskosfranchise kan gebruik om die algehele prestasie van die besigheid te bepaal.**

NB: Moet nie punte toeken vir die finansiële perspektief van die gebalanseerde telkaart nie.

- **Interne sakeperspektief**
 - Kyk na wat gedoen kan word om 'n mededingende voordeel in die mark te skep deur op die volgende te fokus:
 - Geleenthede vir nuwe produkte en dienste;
 - Ontwikkeling van hierdie nuwe produkte deur navorsing en ontwikkeling;
 - Ontwikkeling en handhawing van verskafferverhoudings;
 - Verbetering van verspreiding en lewering van produkte en dienste aan klante;
 - Kyk na omgewingskwessies (energie- en hulpbronverbruik en vrystellings in die lug, water en grond);
 - Veiligheid- en gesondheidskwessies (veiligheidsgevaare vir werknemers). Indiensnemingspraktyke (diversiteit van werknemers).
- **Leer-en-groei-perspektief**
 - Kyk na hoe werknemers in die besigheid steeds kan verbeter en waarde skep.
 - Dit kan bereik word deur ontasbare bates van die besigheid soos inligtingskapitaal (d.i. die skep van intellektuele eiendom).
 - Ander maniere kan wees deur die skepping van 'n kultuur van lewenslange leer. Of
 - Bevorder leierskap (om 'n mentorskapprogram te hê waar bestuurders werknemers in die rol van bestuur lei).
 - Toerekenbaarheid (om werknemers aan te moediging om verantwoordelikheid vir hul besluitneming/optrede te aanvaar).
 - Spanwerk en
 - Aanmoediging van intrapreneurskap.

- **Klantperspektief**

- Fokus op hoe die klant die besigheid sien en wat sy/haar verwagtings moontlik is.
- Die besigheid sal navorsing/opnames doen om uit te vind wat hul klant se perspektief is.
- Groepsbesprekings/terugvoering kan gehou word om die klant by hierdie kwessie te betrek.

Puntetoekenning per perspektief:

(Oorweeg enige ander toepaslike punt onder elke perspektief)

(Maak voorsiening vir breedte en diepte wanneer punte toegeken word)

5.1.6 Verduidelik hoe integrasiestrategieë gebruik kan word om 'n mededingende voordeel vir 'n kitskosbesigheid te skep. Gebruik 'n voorbeeld om jou antwoord te illustreer.

- Voorwaartse integrasie
 - Die besigheid neem een van die verskaffers laer af in die aanbodketting oor ten einde die middelman in die verspreidingsproses uit te skakel en die uiteindelijke verkoopprijs vir die klant te verlaag.
 - Die verkoopprijs kan verlaag word omdat daar nie meer 'n middelman is, wat wins byvoeg nie.
 - Voorbeeld: wanneer 'n kitskosfranchise die aflewering van die kos doen deur sy eie afleweringsskopfietse te gebruik en nie hierdie aktiwiteit uitkontraakteer nie.
- Terugwaartse integrasie
 - Die besigheid besluit om die mag van verskaffers hoër op in die aanbodketting uit te skakel deur óf die verskaffer uit te koop óf sy eie vervaardigingsaanleg te skep.
 - Voorbeeld: Famous Brands Beperk het dit gedoen en voorsien nou sy eie kaas, roomys, souses en 'n verskeidenheid ander produkte wat gebruik kan word om kitskositems in sy franchises te skep.
 - Deur terugwaartse integrasie word die besigheid verseker dat daar altyd 'n voorraad sal wees (en goedkoper omdat geen ander besigheid wins moet maak nie) van die produkte wat vereis word.
- Vertikale integrasie
(Kombinasie van beide voorwaartse en terugwaartse integrasie)
- Horisontale integrasie
 - Dit is waar die besigheid een van sy mededingers oorgeneem het.
Voorbeeld: Waar Famous Brands KFC oorneem.

(Oorweeg enige ander toepaslike feit wat verduidelik hoe integrasiestrategieë gebruik kan word om 'n mededingende voordeel vir 'n kitskosbesigheid te skep)

(Kandidate kan volle krediet kry indien die voorbeeld wat gegee is die integrasiestrategie verduidelik)

5.2 Identifiseer TWEE beginsels van korporatiewe beheer wat in die uittreksel genoem is. Verduidelik elke beginsel en hoe 'n besigheid soos Taste Holdings Bpk. hierdie beginsels kan gebruik om aan die verwagtings van belangegroep te voldoen. Gebruik voorbeelde om jou antwoord te illustreer.

• **Deursigtigheid**

- Beginsels wat diegene wat deur 'n besluit of saketransaksie geraak word in staat stel om nie net die feite en syfers te hê nie, maar ook om die betrokke meganismes en prosesse te verstaan.
- Maatskappye wat meer deursigtig in reële tyd is, het belanghebbendes wat meer vertrou in die bestuur het.
- Hierdie belanghebbendes is meer bereidwillig om in die maatskappy te belê en sodoende koste van kapitaalverkryging te verminder.
- Deursigtigheid verseker ook dat bedrog vermy word en maatreëls word gevestig om bedrog te voorkom.

Moontlike voorbeelde waar 'n maatskappy as deursigtig beskou kan word:

- Om die gelde van direkteure en hul byvoordele bekend te maak.
- Om volle openbaring van onderhandelings met vakbonde oor loon-/salarisverhogings te doen.
- Stempresedures en stembestuur op AJV's.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat 'n begrip toon van hoe die beginsel van Deursigtigheid verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke presteer)

**(Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking gee) OF
(Volpunte kan verdien word indien die voorbeeld volledige begrip illustreer van hoe die beginsel van Deursigtigheid verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke presteer)**

• **Dissipline**

- Persoonlike dissipline, d.i. topvlakbestuur gee die toon aan vir die res van die organisasie.
- Hulle moet 'n voorbeeld stel en gedissiplineerd in hul sakebesluite wees – die besigheid moet homself daarvan weerhou om strategieë te volg sonder om alle aspekte en gevolge van 'n besluit te verstaan.
- Markdissipline – dit vereis dat direkteure dissipline uitoefen ten opsigte van waar die maatskappyfondse belê word.
- Beleggers sal 'n premie vir maatskappye betaal wat as goed gedissiplineerd beskou word wat hul finansies betref.
- Regulerende dissipline, d.i. die maatskappy moet die vereistes van die reg volg.
- Dit verminder irrasionele, hoërisikosakebesluite en bedrog.

Moontlike voorbeelde waar 'n maatskappy as gedissiplineerd ervaar kan word:

- Om die regsvereistes van die verskillende wette wat die bedryf van maatskappye beïnvloed, te volg, bv. die Maatskappywet, die Wet op Arbeidsverhoudinge, ens.
- Die noteringsvereistes op die JSE.
- Om interne begrotings te hê.
- 'n Stelsel wat gehalte van prestasie in die verskillende afdelings monitor.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat 'n begrip toon van hoe die beginsel van Dissipline verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke presteer)

**(Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking gee) OF
(Volpunte kan verdien word indien die voorbeeld volledige begrip illustreer van hoe die beginsel van Dissipline verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke presteer)**

- **Integriteit**

- Integriteit verwys na die vermoë van bestuurders, werkers en belanghebbendes om eties en eerlik op te tree.
- Om waarde tot mens se karakter te voeg deur die regte ding te doen, selfs al beteken dit dat daar negatiewe gevolge is.

Moontlike voorbeeld van waar 'n maatskappy blyk **integriteit** te toon:

- 'n Direkteur toon integriteit wanneer hy/sy van 'n keurkomitee onttrek waar 'n familielid een van die kandidate is wat gekeur word.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat 'n begrip toon van hoe die beginsel van Integriteit verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke presteer)

**(Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking gee) OF
(Volpunte kan verdien word indien die voorbeeld volledige begrip illustreer van hoe die beginsel van Integriteit verseker dat Taste Holding Bpk. op optimumvlakke presteer)**

- **Risiko**

- Risiko behels die identifikasie, ontleding, assessering, beheer en dus vermyding, minimalisering of uitskakeling van take/gebeurtenisse wat 'n bedreiging vir kapitaal of inkomste van 'n besigheid bied.
- Besighede kan risikovermindering gebruik deur prosesse aan te pas, risikovermyding deur bedreigings te bespeur, risikobehoud as die winsmotief swaarder weeg as die risiko, risiko-oordrag deur versekering uit te neem of 'n kombinasie hiervan in bestuur van risiko.

Moontlike voorbeeld van waar 'n maatskappy voor **risiko's** te staan kan kom:

- Finansiële onsekerheid, regs aanspreeklikhede, bedreigings van inligtingstegnologie, strategiese bestuursfoute, natuurrampe, politieke onsekerhede. Die besigheid moet 'n risikobestuursplan hê.

(Oorweeg enige ander toepaslike feite wat 'n begrip toon van hoe die beginsel van Risiko verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke funksioneer)

**(Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking gee) OF
(Volpunte kan verdien word indien die voorbeeld volledige begrip illustreer van hoe die beginsel van Risiko verseker dat Taste Holdings Bpk. op optimumvlakke funksioneer)
(Sien slegs eerste TWEE beginsels van korporatiewe beheer na)**

5.3 Lys die elemente van driedubbele/geïntegreerde verslagdoening en bespreek hoe Taste Holdings Bpk. aan die vereistes van driedubbele verslagdoening kan voldoen. Gebruik voorbeelde om jou antwoord te illustreer.

- **Die verdienste van wins (minimum vereiste)**
 - Die finansiële state van Taste Holdings Bpk. word ekstern geouditeer en verseker sodoende dat die vereistes van die Maatskappywet nagekom word.
 - Die ouditeure lewer kommentaar op die feit dat die winste en feite wat in die jaarsverslag vervat is 'n juiste weerspieëling van die finansiële prestasie van die besigheid is.
 - Die maatskappy het ook aan die toepaslike risiko-assessering en etiese vereistes van die Maatskappywet voldoen.
 - Voorbeelde: winste is nodig om die bedryfsuitgawes van die maatskappy te dek.
 - Winste is nodig om aan aandeelhouers 'n opbrengs op hul beleggings te gee.
- **Die bestuur van die mense/belanghebbendes van die organisasie**
 - Die maatskappy het 'n verbintenis tot sy franchisenemers en verskaf opleidingsprogramme aan hulle oor kwessies van werwing, ontwikkeling van bestuursbevoegdhede, bemaking en handelsmerkgewing, gesondheidskwessies, ens.
 - Taste Holdings Beperk is van mening dat die gemeenskappe wat hulle dien beter daaraan toe behoort te wees vanweë hulle teenwoordigheid.
 - Voorbeeld: die franchisenemer belê in omgewingsprojekte, bv. KIDS, 'n werknemergedrewe inisiatief waar werknemers in die Kersseisoen geskenke aan behoeftige kinders skenk of by een of ander KMV-projek in die gemeenskap betrokke is.
- **Die volhoubaarheid van die omgewing waarin die maatskappy werksaam is**
 - Taste Holding Bpk. het onderneem om sy logistieke en vervaardigingsbedrywighede op te knap sodat daar meer produktiwiteit en doeltreffendheid is.
 - Voorbeeld: in die strewe na hierdie doeltreffendheid is daar 'n skuif na omgewingsvolhoubaarheid, d.i. herwinning en die gebruik van hernubare hulpbronne/sonkrag/organiese boerdery.

(Oorweeg enige ander toepaslike voorbeeld vir elke element van die Driedubbele/Geïntegreerde Verslagdoening)

VRAAG 6**6.1 6.1.1 Lys en beskryf faktore wat kan help om 'n suksesvolle handelsmerk soos KFC te ontwikkel.**

- **Gehalte:**
 - is 'n noodsaaklike deel van 'n handelsmerk.
 - verteenwoordig die kernvoordeel,
 - dit wat die verbruiker van die handelsmerk verwag.
- **Herposisionering:**
 - kom voor wanneer 'n handelsmerk probeer om sy markposisie te verander ten einde die verandering in klantsmake te weerspieël.
 - kan wees dat die handelsmerk oud en moeg geword het en
 - miskien nie meer tot 'n markgroep spreek nie,
 - d.i. die oorspronklike markgroep het ontwikkel.
 - 'n Nuwe benadering moet gevolg word om 'n nuwe posisie in die huidige of nuwe mark te skep.
- **Kommunikasie:**
 - verseker dat al die elemente van die bemarkingsamestelling duidelik deurdink is en
 - met die klante se persepsies in gedagte.
 - Dit moet bewustheid kweek en
 - help om 'n persoonlikheid te bou en
 - om die persepsies te versterk.
- **Langtermynperspektief:**
 - Dit verwys daarna om 'n handelsmerk mettertyd te ontwikkel en daarin te belê, en
 - om spesifiek te kyk hoe klantlojaliteit geskep en gehandhaaf kan word.
- **Interne bemarking:**
 - Kyk na hoe die handelsmerk intern ontwikkel word
 - en ook ekstern
 - deur op die hele besigheid se begrip van die handelsmerkwaardes en
 - posisionering met betrekking tot die besigheid se
 - missie en visie te fokus.
 - Om die werknemers so ver te kry om die handelsmerk te leef, en
 - in wese die handelsnaamambassadeurs te word.
- **Geloofwaardigheid/vertroue:**
 - Dit is die besigheid se belofte om te lewer wat hy gesê het hy sal,
 - deur die regte gehalte op die regte
 - tyd,
 - teen die regte prys en
 - op die regte plek, te lewer,
 - bou die besigheid 'n positiewe reputasie by verbruikers.
- **Konsekwentheid:**
 - Die klant se ervaring met die handelsmerk moet oor 'n lang tydperk konsekwent wees,
 - of dit van aangesig tot aangesig gebeur,
 - in winkels,
 - deur advertering
 - of interaksie met werknemers.
 - Die handelsmerk projekteer en herinner verbruikers wat die besigheid verteenwoordig
 - op elke geleentheid moontlik.

- **Duidelike identiteit:**

- Die handelsnaam verteenwoordig iets uniek vir die klant.
- Wat is belangriker, gehalte of waarde vir geld?
- Gee die handelsmerk die regte boodskap aan die regte LSM.

(Oorweeg enige ander toepaslike faktor wat help om 'n suksesvolle handelsmerk te bou)

(Oorweeg die breedte en diepte van die antwoord wanneer punte toegeken word)

6.1.2 Beskryf hoe sielkundige faktore 'n koper se besluit om 'n KFC-produk te koop, kan beïnvloed.

- Motivering, d.i. hoe word 'n verbruiker deur die advertensies wat hy/sy kyk, gemotiveer?
- Persepsie, bv. die siening dat kitskos ongesond is.
- Gesindhede, d.i. dit verwys na jou gesindheid rakende vorige ervarings óf positief óf negatief.

(Oorweeg enige ander toepaslike feit oor hoe sielkundige faktore 'n koper se besluit kan beïnvloed om 'n KFC-produk te koop)

6.1.3 Bespreek moontlike nadele van franchising vir die franchisenemer.

- Die koste om die franchise te vestig, is gewoonlik baie hoog en die franchisenemer moet ook nog die maandelikse tantième betaal.
- Dit kan frustrerend en inperkend vir die franchisenemer wees om by die streng voorskrifte van die franchisegewer te hou (veral as die franchisenemer baie kreatief en innoverend is).
- Sommige franchisegewers kan versuim om die voortgesette ondersteuning te gee wat aanvanklik belowe is en dit kan die franchisenemer se vermoë om 'n mededingende voordeel te hê, belemmer.
- 'n Franchisenemer wat 'n uitdaging wil hê, kan verveeld raak met die voorskriftelike aard van die franchise.

(Oorweeg enige ander toepaslike nadeel wat franchising die franchisenemer kan bied)

6.1.4 Sosiale media kan die prestasie van die besigheid óf verbeter óf belemmer. Bespreek hierdie stelling. Gebruik voorbeelde om jou antwoord te illustreer.

- Die reaktiewe aard van sosiale media kan 'n negatiewe uitwerking op die beeld van die besigheid hê.
- Die bemarkingsafdeling moet op negatiewe sosiale media in die kortste moontlike tyd reageer om die skade te beperk.
- Die besigheid moet proaktief wees wanneer die uitdaging hanteer word. Stuur 'n persverklaring op sosiale media.
- Huidige dienslewering kan op sosiale media in reële tyd vertoon word.
- Die besigheid moet die kwessies wat in sosiale media genoem word, as 'n terugvoeringsmeganisme gebruik en dit onder die aandag van die besigheid bring.
- Gebruik aansporing om klante aan te moedig om op die positiewe/negatiewe aspekte van die diensleweringsskwessies kommentaar te lewer.
- Die probleem van fopnuus wat op werwe van sosiale media geplaas word.
- Die besigheid moet 'n aangewese persoon hê, bv. sosialemedia-beampte, wat moniteer wat op die werwe van sosiale media geplaas word.

- Hierdie persoon moet regsake aanhangig kan maak, waar moontlik, teen individue of organisasies wat die fopnuus plaas.
- Toegang tot sosialemidiaplatforms is maklik en gerieflik.
- Die besigheid moet dit nie as 'n uitdaging sien nie, maar as 'n geleentheid vir groei.
- Bemerkingsnavorsing kan gedoen word wat gebruik kan word as 'n werktuig vir gehalte van prestasie of om ander onontginde marksegmente te identifiseer.

(Oorweeg enige ander toepaslike faktore en voorbeelde wat die prestasie van die besigheid óf kan verbeter óf belemmer.

6.2 **Verduidelik met behulp van voorbeelde die interafhanklikheid tussen die bemarkingsafdeling en ander besigheidsfunksies.**

- Al die sakefunksies word vereis om saam as 'n homogene eenheid te werk,
- met gemeenskaplike doelwitte van die besigheid in gedagte indien die besigheid sukses wil behaal en sy volle potensiaal bereik.
- Nie een van die sakefunksies moet onafhanklik van die ander funksies werk nie en
- alles is nodig om saam met mekaar op 'n besluitnemings- en bedryfsvlak te werk.
- Indien dit nie gebeur nie, sal die besigheid bedryfsprobleme ervaar en nie bedryfsdoeltreffendheid bereik nie.
(Ken 'n maksimum van 1 punt toe vir enige van die bogenoemde)
- Voorbeelde: die bemarkingsafdeling kan nie 'n bemarkingsveldtog sonder voldoende befondsing (vanaf die finansiële afdeling) beplan nie, verskaf befondsing om personeel in diens te neem, voorraad te koop. OF
- Die produksiedepartement sal met die bemarkingsdepartement skakel om uit te vind hoeveel produkte aangesien die bemarkingsdepartement die data van marknavorsing sal hê.
- Die menskapitaal-/menslikehulpbronafdeling verskaf die arbeid (om in die bemarkingsdepartement te werk) om die bedryfsdoelwitte te bereik asook die opleiding om die korrekte vaardighede in die besigheid te verseker om alle take te verrig en betaal billike salarisse.
- Die bestuursfunksie is nodig om al die aktiwiteite te koördineer.
- Die koopafdeling koop voorraad, verseker die beskikbaarheid van die korrekte gehalte en hoeveelheid teen die tyd wat die produksie-afdeling materiaal nodig het en die bemarkingsveldtog verbind is om te lewer.

**(Oorweeg enige ander toepaslike punt en voorbeelde oor die interafhanklikheid van die bemarkingsafdeling met ander sakefunksies)
(Kandidate moet minstens een voorbeeld in hul verduideliking gee) OF
(Vopunte kan verdien word indien die voorbeeld volledige begrip illustreer van die interafhanklikheid van die bemarkingsafdeling met ander sake funksies)**

6.3 Beskryf die doel van die Wet op Vaardigheidsontwikkeling en die uitwerking van hierdie wet op werkgewers en werknemers van 'n kitskosfranchise.

- Die Wet op Vaardigheidsontwikkeling help werkers om hul vaardigheidsvlakke en kwalifikasies te verbeter terwyl 'n inkomste verdien word en dus die gemiddelde lewenstandaard van die werkersklas verhoog.
- Die werkplek word as 'n opleidingsplek gebruik.
- Daar is 'n verbetering in die vlak van belegging in onderwys en opleiding.
- Gehalteopleiding deur geakkrediteerde programme word verseker.
- Die indiensnemingsgeleenthede vir benadeelde individue word verbeter.
- Werkers word aangemoedig om by opleidingsprogramme en leerderskappe betrokke te raak.
- Entrepreneurskap word aangemoedig deur opleiding te verskaf waar nodig.
- Die werksmag is gemotiveerd en goed opgelei.
- Besighede dra by om die opvoedingswanbalanse van die apartheidsregering om te keer.

(Oorweeg enige ander toepaslike uitwerking van die Wet op Vaardigheidsontwikkeling op werkgewers en werknemers van 'n kitskosfranchise)

6.4 6.4.1 Verduidelik elk van die volgende leierskapstyle. Gee 'n voorbeeld om 'n nadeel van hierdie leierskapstyl te demonstreer.

(a) Outokraties

- 'n Outokratiese leier neem selde insette van ondergeskiktes in ag en neem al die besluite.

Voorbeeld: 'n bestuurder/die bestuur kan besluit om 'n kitskosfranchise 24 uur 'n dag oop te hou sonder om vervoer vir hul personeel na hul huise/woonplekke laat in die nag aan te bied.

- Personeel kan 'n lae moreel hê en onderwaardeer deur die bestuurder voel.

Voorbeeld: die bestuur besluit op die kleredragkode wat in die werkplek geïmplementeer moet word.

- Die bestuurder sal 'n strategie implementeer wat nie by alle personeellede gewild is nie.

Voorbeeld: deel van die jaarlikse bonusse vir werkers word vir noodhulpopleiding gebruik.

(Oorweeg enige ander toepaslike beskrywing en voorbeeld om die nadeel van die outokratiese leierskapstyl aan te dui)

(b) Transaksioneel

- Hierdie leierskapstyl is op die veronderstelling gegrond dat die leier iets van waarde aan die volgelinge bied. Daar is die nadeel dat die leier nie beloftes nakom nie.

Voorbeeld: 'n franchisenemer kan aan sy werkers meer verlof aanbied indien hulle hom/haar oor 'n sekere kwessie ondersteun, maar die franchisegewer keur nie die verlof goed nie.

- Hierdie leierskap het 'n wen-verloor-situasie tussen die leiers en volgelinge aangebied.

Voorbeeld: sommige van die werkers stem dalk nie saam met wat die leierskap aanbied nie en kan weerstand bied, bv. staking, pikettering om hul ongelukkigheid te toon. Dit kan die beeld van die franchise skaad.

- Die leiers kan hul volgelinge mislei. Hulle kan op 'n sekere manier optree om die vertroue van die volgelinge te kry, maar nie getrou wees aan die eienskappe van 'n goeie leier nie, d.i. hulle kan korrup/oneties, ens. wees.

Voorbeeld: dit kan lyk asof leiers die sake van werkers steun wat ongelukkig is, bv. die jaarlikse loonverhogingskoers, maar sodra hulle die mag in hande het, verskyn hierdie saak nie eers op die agenda nie.

(Oorweeg enige ander toepaslike beskrywing en voorbeeld om die nadeel van die transaksionele leierskapstyl aan te dui)

6.4.2 **Beskryf hoe swak kommunikasie 'n kitskosfranchise kan verhoed om 'n mededingende voordeel te bekom en maak voorstelle om die probleem op te los.**

- Daar kan hindernisse tot effektiewe kommunikasie wees, bv. gebrek aan begrip van die onderrigtaal (moontlik nie moedertaal nie).
- Die metode wat gebruik word om te kommunikeer, kan misleidend wees (mondelinge vs. skriftelike kommunikasie).
- Daar kan 'n steuring in kommunikasie wees, veral as die boodskap deur verskillende vlakke van bestuur moet gaan, d.i. die gebrekketelefoonsindroom.
- Die boodskap kan gemanipuleer word om onetiese doelwitte te bereik.
- Kommunikasie het 'n bo-na-onder-; onder-na-bo-impak in die organisasie. Wat die bestuur aan laer vlakke in die organisasie kommunikeer, moet herkommunikeer word aan die topvlakbestuur in die vorm van prestasieverslae. Enige steuring op hierdie vlak van kommunikasie kan daartoe lei dat die besigheid nie 'n mededingende voordeel bereik nie.

Voorstelle om die probleem op te los:

- Maak seker die organisasie het 'n duidelik geformuleerde kommunikasiebeleid.
- Lei werkers op oor die doeltreffende gebruik van kommunikasie, vanaf etiket wanneer e-posse beantwoord word tot hoe om met klante op 'n gepaste manier te praat.
- Kry tolke wanneer belangrike inligting gekommunikeer word (veral aan laervlakwerkers).

(Oorweeg enige ander toepaslike bekrywing en voorstelle oor hoekom swak kommunikasie 'n kitskosfranchise sal verhoed om 'n mededingende voordeel te bereik)

6.4.3 Die besigheid sal slegs suksesvol wees indien die eienaar inisiatief as 'n bestuursbevoegdheid gebruik.

Bespreek die geldigheid van hierdie stelling deur voorbeelde te gebruik wat met 'n kitskosbesigheid verband hou.

- **Die stelling is geldig**
- **Inisiatief**
 - Stel die bestuurder in staat om uit die huis te dink en wanneer nodig met kreatiewe idees na vore te kom om probleme op te los.
 - **Voorbeelde:**
 - Die bestuurder sal weet wanneer om watter leierskapstyl te gebruik.
 - Die bestuurder moet weet hoe om verskillende strategieë te gebruik wanneer uitdagings hanteer word.
 - In sommige gevalle werk ou oplossings nie meer nie, dus moet die bestuurder nuwe, innoverende idees gebruik om ou probleme op te los.
 - Die mededinging in die kitskosbedryf vereis nuwe idees, bv. gebruik selfoontoepassings om maaltye te bestel, lewer kommentaar oor dienslewering, betaal die rekening met Q-kaarte, verskaf vermaak in kitskosfranchises, ens.
 - Die stelling is ongeldig
 - Die besigheid moet nie net inisiatief oorweeg nie, maar hoe die besigheid in samewerking met ander bestuursbevoegdhede suksesvol kan wees (organisasie bewustheid, globale bewustheid, analise, strategiese aksie, spanwerk, bemagtiging en talentontwikkeling, oordeel, kliëntediens oriëntasie en onderhandeling)

(Oorweeg enige ander toepaslike punte en voorbeelde ter ondersteuning van die geldigheid of ongeldigheid van die stelling)
Voltooi instruksie oor die toekenning van punte

Totaal: 200 punte