Hoofstuk 1 Hersiening: Memorandum

Vraag 1

1.1.1 A ✓
1.1.2 B ✓
1.1.3 C✓
1.1.4 D✓
1.1.5 A✓ (5)

Vraag 2

2.1 verbruiker✓
2.2 mededingend ✓
2.3 kwitansie✓
2.4 hoë-gehalte ✓
2.5 ŉ Mededingende voorsprong ✓ (5)

Vraag 3

3.1 Kapitaal, passie, produk of diens, prys ✓
3.2 Toepaslik vir die teikengroep; ontwerp van verpakking; etikettering; gehalte van grondstowwe wat gebruik word; gehalte van bergingsmetodes en prosedures wat gebruik word ✓ (2)

Vraag 4

4.1 Hou dit kort en eenvoudig ✓
Wees spesifiek en akkuraat in jou beskrywing ✓
Beplan die uitleg sorgvuldig ✓
Gebruik dinge wat die aandag trek en die beste eienskappe van die produk beklemtoon ✓
Gebruik ŉ lettertipe wat maklik leesbaar is ✓
Die boodskap moet maklik verstaanbaar wees, inligting verskaf en opreg wees. ✓ (maks 5)

4.2.1 Marknavorsing help met die identifikasie van ŉ spesifieke teikenmark. ✓
Dit dra daartoe by dat 'n spesifieke identiteit vir die produk gebou kan word. ✓
Dit help met die bepaling van die strategie vir die maak✓, bemarking✓ en reklame van die produk. ✓
Dit help met die beplanning van die produkspesifikasie ✓ en verpakking✓, byvoorbeeld kinders se speelgoed sal met ander verpakkingsmateriaal verpak word as verf vir ŉ huis. ✓
Dit verseker dat die korrekte etikette ontwerp word en op die produkte gebruik word. ✓
Dit identifiseer die prysvlak en gehalte van die produk wat die geskikste is vir die teikenmark. ✓ (maks 8)

4.2.2 Finansiële haalbaarheidstudie bereken die aanvangskapitaal; ✓ en die produksiekoste✓ en identifiseer die winsopslag wat die besigheid graag wil hê. ✓ Dit sal gebruik word om die verkoopprys te bereken. ✓ ŉ Finansiële haalbaarheidstudie ontwikkel ook ŉ basiese kontantvloeiprojeksie of begroting. ✓ (maks 4)

4.3.1 Die entrepreneur is die persoon wat sy eie geld belê ✓ om ŉ besigheid te begin. ✓
ŉ Persoon wat ŉ gaping in die mark of ŉ besigheidsgeleentheid sien en dit implementeer. ✓

Oxford University Press Southern Africa (Edms.) Bpk. 2013

ʼn Persoon wat risiko's kan neem, ✓ kreatief is en daartoe verbind is om die besigheidsidee ʼn werklikheid te maak. ✓
Hy of sy het die vermoë om ʼn besigheid op hulle eie te bestuur. ✓
ʼn Persoon wat produkte of diente maak of verkoop. ✓
ʼn Persoon wat ʼn besigheid begin ten einde 'n groter wins te maak ✓ as wat hy sou ontvang indien hy dieselfde geld in 'n ander onderneming belê het. ✓ (4)

4.3.2 Die teikenmark is die spesifieke groep mense ✓ waaraan jou produkte of dienste verkoop. ✓ (maks 2)

4.3.3 Gelykbreekpunt is die berekening ✓ om die aantal produkte wat gemaak en verkoop moet word, te identifiseer ✓ ten einde te verseker dat die inkomste gelyk is aan die koste, ✓ met ander woorde, geen wins of verlies word gemaak nie. ✓ (maks 2)

4.3.4 Aanvangskapitaal is die totale bedrag ✓ wat nodig is om die besigheid te begin ✓ en te bedryf totdat die besigheid selfonderhoudend kan wees. ✓ (maks 3)

4.4 Produk, prys, plek, promosie, persone (5 × 1)

[32]

Vraag 5

5.1

	Veranderlike koste (R1 510 × 5 dae)✓	**✓7 550**	
	Vaste koste	✓1 250	
	Totale produksiekoste	✓✓8 800	

(5)

5.2 Produksiekoste per eenheid R8 800✓ ÷ 160✓ = R55✓✓ (4)

5.3 Verkoopsprys per item R55✓ + (55 × toeslag 60%✓) = (R55✓ + 33✓) R88✓✓ (6)

5.4 Gelykbreekpunt sal Joshua help om die presiese aantal produkte wat hy moet maak en verkoop om gelyk te breek, te identifiseer. ✓ Hy kan dan sy verkoopteiken vir elke week bereken ✓ om te verseker dat hy die vereiste wins maak. ✓ (3)

5.5 Joshua moet weet wat die spesifikasies van sy produk is ✓ sodat hy elke keer dieselfde gehalte produk reproduseer. ✓
Hy moet weet wie sy teikenmark is ✓ sodat sy produk aan hulle spesifieke behoeftes kan voldoen. ✓
Hy moet sy koste beheer en dit so laag as moontlik hou sonder om die gehalte in te boet. ✓
Hy moet gebruik maak van ʼn begroting of kontantvloeiprojeksie ✓ om sy finansies te beheer. ✓
Joshua moet op verskillende fases van die produksie die gehalte nagaan om te verseker dat die gehalte reg is. ✓
Hy moet verseker dat die grondstowwe van die regte gehalte is. ✓ (maks 8)

[26]

Totale punte: 70

Oxford University Press Southern Africa (Edms.) Bpk. 2013