

'N IDEE VIR 'N BESIGHEID*

Siyavula Uploaders

This work is produced by OpenStax-CNX and licensed under the Creative Commons Attribution License 3.0[†]

1 EKONOMIESE EN BESTUURSWETENSKAPPE

2 Graad 9

3 ENTREPRENEURSKAP

4 Module 12

5 'N IDEE VIR 'N BESIGHEID

6 Aktiwiteit 1:

7 Om die waarde van entrepreneurskap vir die gemeenskap te bespreek en besigheidsidees deur middel van 'n SWOT-analis te genereer

8 [LU 4.5, 4.1]

- Lees die volgende berig uit *Die Burger* van 5 Julie 2003 oor die poging van 'n entrepreneur in Kaapstad:

BRON

'N LANG DRAAD VAN ARMOEDE AF TOT BY 'N BETER LEWE

Nellie Brand

Mnr. Unite Chimbadzo het ver gekom van die strate van Johannesburg en Kaapstad af tot in die vertoonkamertjie in 'n gebou in Kloofstraat waar interessante draadkuns agter vuilerige vensters gesien kan word.

Sy draadkuns het Dinsdagaand op die tafels gepryk op die glansryke rugbydinee van die nuwe Springbokspan in die Kaapse internasionale konferensiesentrum om geld in te samel vir beseerde rugbyspelers.

Dit is in die vertoonkamer en werkwinkel in Kloofstraat 8 waar *Loxionwires*, die beslote korporasie wat hy en vyf ander kunstenaars gestig het, nou bedryf word. Voorheen is hul draadornamente op straat gemaak en uitgestal.

Die 60 draadballe wat vir die Springbokdinee gemaak is, is die soort bestelling wat hy hoop die beslote korporasie meer van sal kry.

Volgens hom het hulle *Loxionwires* gestig om groter projekte te kry. "Ons wil ons klante vertrouwe gee om bestellings te plaas. As ons op straat werk, gaan ons nooit groot bestellings kry nie," sê hy.

Hy het 'n brandende begeerte om ander werklose mense op te lei en hulle uit 'n moeras van armoede, misdaad en dwelms – 'n bekende verskynsel in sy woonbuurt in Khayelitsha – te red. Hy sê die besluit om die beslote korporasie te stig, is deur dié begeerte gedryf.

*Version 1.1: Jun 14, 2009 2:46 pm -0500

[†]<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Die naam van die onderneming word immers uitgespreek soos op straat na “location” verwys word – “waar die mense woon wat ons wil werk gee”, sê hy.

Loxionwires het tans 42 mense in diens.

Hy sê werklose mense word opgelei om te verseker dat hulle die dag wanneer hulle ‘n groot bestelling kry, die gehalte sal kan bied wat klante tevrede sal stel.

Hy verwag dat sake teen einde vanjaar, wanneer hulle draad-Kersboompies maak, sal verbeter.

Hy vertel van jong mense wat werkloos is en hulle wend tot misdad om te oorleef.

“Dit is nie veilig vir my om die enigste een in my woonbuurt te wees wat in die aand met geld in my sak huis toe gaan nie,” sê hy. “Ek weet iewers langs die pad gaan ek gevaar teenkom.”

Hy hoop sy voorbeeld sal sulke mense oortuig dat daar ander maniere is om ‘n inkomste te verdien. “As ek dit kan doen, kan ander ook. Al wat ek gebruik, is my hande en my verstand om ‘n ornament te maak wat sal verkoop en waarop ek nie ‘n verlies gaan ly nie,” sê hy.

Dit het hom 10 jaar geneem, sedert hy van Zimbabwe af Suid-Afrika toe gekom het op soek na ‘n beter lewe, om self as ‘n sukkelende kunstenaar ‘n betreklik vaste inkomstestroom uit sy handewerk te verdien.

As 19-jarige wat sy matriek met vyf onderskeidings – in onder meer wiskunde en wetenskap – geslaag het, maar sedert 1993 nie ‘n vaste werk kon kry nie, het hy in Johannesburg gesien hoe mense op draadkuns oorleef.

Hy hoop nou op ‘n finansier wat hulle kan help om hul sake agtermekaar te kry, en ‘n werkwinkel oop te maak vir opleiding.

Chimbadzo kan by 083 752 9806 genader word.

(Bron: *Die Burger*, 5 Julie 2003)

1. Skryf die eienskappe van ‘n entrepreneur wat jy in mnr. Chimbadzo herken, neer.
2. Watter bydrae lewer mnr. Chimbadzo tot die opheffing van die gemeenskap?

Navorsingsopdrag

Doen navorsing oor entrepreneursaktiwiteite in een of meer arm gemeenskappe, en gebruik die inligting om ‘n verslag van ongeveer 900 woorde (drie tot vier foliobladsye) te skryf oor die volgende onderwerp:

Entrepreneurs speel ‘n belangrike rol in die opheffing van die lewenspeil van ‘n gemeenskap.

Sorg dat jy deur jou navorsing vertrou raak met die term Klein, Medium- en Mikro-ondernemings (SMMEs: Small, Medium and Micro Enterprises). Kies die beste voorbeelde van suksesvolle inisiatiewe waarvoor jy inligting kon kry en verduidelik in elke geval hoekom die inisiatief suksesvol was en hoe dit bydra (bygedra het) tot die opheffing van die gemeenskap. Voeg jou verslag as bykomende bladsye wat op hierdie bladsy volg, in en hou dit vir jou portefeulje.

Klasbespreking 1: ‘n SWOT-analise van Chimbadzo se inisiatief.

‘n SWOT-analise is ‘n handige instrument om die lewensvatbaarheid van ‘n inisiatief te evalueer. Dit behels dat die inisiatief in terme van die volgende ontleed word: sterkpunte, swakpunte, geleenthede en bedreiginge. Die woord SWOT kom van die Engelse terme “strengths”, “weaknesses”, “opportunities” en “threats”.

Sterkpunte

Swakpunte

Geleenthede

Bedreiginge

Klasbespreking 2: ‘n SWOT-analise van moontlike besigheidsidees.

Gesels as klas oor moontlike besigheidsidees in julle omgewing. Sorg dat julle moontlikhede in die vervaardigingsveld, dienslewingsveld, asook toerismeveld identifiseer. Kyk ook spesifiek na die positiewe uitwerking wat elke inisiatief op die gemeenskap sou kon hê in terme van die behoeftes van die gemeenskap en ook opheffing, bv. werksgeleenthede.

Maak ‘n lys van die idees:

- Idees met ‘n vervaardigingsfokus (minstens een met ‘n toerismefokus)
- Idees met ‘n dienslewingsfokus (minstens een met ‘n toerismefokus)

Doen as klas 'n SWOT-analise op elkeen van die idees en kies die drie bestes in elk van die twee groepe. Onderstreep hulle in die lys.

9 Aktiwiteit 2:

10 Om die lewensvatbaarheid van 'n geïdentifiseerde besigheidsidee te toets

11 [LU 4.2, 4.3]

- Kies een van die besigheidsidees wat in Aktiwiteit 1.1 as die ses bestes geïdentifiseer is en waarvan jy die meeste hou en reken jy 'n sukses van sal kan maak.

Toets die lewensvatbaarheid van die idee wat jy gekies het, soos volg:

1. Lees die volgende riglyne vir die ontwikkeling van 'n besigheidsidee deur.

Drie basiese elemente van 'n besigheid: Die volgende is altyd op 'n besigheid van toepassing en moet dus in ag geneem word wanneer 'n besigheidsidee oorweeg word:

- 'n Bepaalde produk (of versameling produkte) of diens moet aangebied word.
- Die vervaardiging of verkryging van die produk(te), of lewering van die diens moet volgehou kan word.
- Daar moet kopers wees wat die produk(te) of diens wil hê en daarvoor kan betaal.

Kreatiewe denke is 'n vereiste. 'n Entrepreneur boots nie na nie, maar doen iets nuuts of doen iets wat reeds bestaan, beter.

Entrepreneursaksies kan in verskillende groepe verdeel word. Die volgende is 'n breë indeling waarbinne verdere onderverdelings gemaak sou kan word:

- Iets wat reeds bestaan en volop beskikbaar is, kan vir iets anders gebruik word (*nuwe doel*). Iemand het byvoorbeeld besluit om baksteenreste wat nie meer vir messelwerk geskik is nie by persele waar bouwerk aan die gang is, op te koop en vir plaveiwerk te gebruik teen 'n prys waarteen ander plavei-ondernemers nie kon kompeteer nie. Dit was 'n groot sukses.
- Iets wat reeds bestaan, kan verander om verbetering teweeg te bring (*verbetering*). Die ontwikkeling van die mikrovlokkie ('microchip') in rekenaartegnologie is 'n goeie voorbeeld, asook die verkleining van reuserekenaars wat 'n vertrek volgestaan het na persoonlike rekenaars ('desktops') en later na skootrekenaars ('laptops'). 'n Heel ander voorbeeld is waar 'n winkeleienaar besluit om te diversifiseer deur sy produkreeks uit te brei. Hy verbeter dus sy dienslewering.
- Iets nuuts kan ontwikkel word wat iets wat reeds in die mark beskikbaar is, heeltemal vervang (*vervanging*). Plastieklense vir brille is byvoorbeeld besig om glaslense te vervang.

2. Doen navorsing en beskryf die idee volledig. Maak eers rowwe notas en skryf die finale poging hieronder neer. Doen dit deeglik, want jy gaan hierdie idee vir die res van die module gebruik.

My besigheidsidee:

- Produk of diens (dui aan of dit 'n nuwe doel, verbetering of vervanging is)
- Vervaardiging en/of verkryging
- Die mark (wie gaan koop, hoekom, en hoekom hulle dit sal kan bekostig)
- Bemakingstrategie
- 3. Toets nou die finansiële lewensvatbaarheid van die besigheidsidee. Ons het tot nou toe gekyk na die besigheidsidee in terme van die produk, die vervaardiging en verkryging daarvan, die mark (die kopers) en die wyse waarop ons die kopers gaan laat koop (bemakingstrategie). Nou moet ons egter seker maak dat die idee wel *finansiël* lewensvatbaar is. 'n *Besigheid is slegs 'n besigheid as dit wins maak*. Dit beteken dat ons ons produk of diens nie teen 'n verlies moet verkoop nie en dat die gelykbreekpunt (die getal items of dienskontrakte wat ons moet verkoop om gelyk te breek) realisties haalbaar is.

- Om dit te kan doen, moet ons na die volgende kyk:
- die verkoopprijs;
- die koste direk verbonde aan die daarstelling van die produk of diens;
- die kostes wat aangegaan moet word om die besigheid te laat funksioneer (bv. vervoer en bemarKing).

Die verkoopprijs

Die verkoopprijs word eers voorlopig bepaal deur marknavorsing. Daar word met die navorsing vasgestel watter soortgelyke produkte of dienste bestaan en wat hulle kos.

Die koste van die produk

‘n Produk kan nie maklik sonder enige uitgawes daargestel word nie. Selfs as byvoorbeeld fonteinwater getap en verkoop word, kos die houers (bottels) geld.

Bedryfskoste

Bedryfskoste sluit enigiets in wat nodig is om die besigheid aan die gang te hou, soos vervoer, salarisse, bemarKing, posgeld, telefoongeld, ensovoorts.

Kom ons doen ‘n berekening om die lewensvatbaarheid van ‘n bepaalde besigheidsidee te bepaal. Gestel ons gaan worsrolletjies by ‘n atletiekbyeenkoms verkoop. Dit is ‘n klein byeenkoms en ons reken ons sal 100 rolletjies verkoop. Ons doen navorsing en besluit dat R6,00 ‘n aanvaarbare prijs is. Die worsies kos R3,00 elk en die broodjies R0,60 elk. Die sous vir 100 rolletjies kos R25,00. Ons stel vas dat ons ‘n stalletjie sal moet huur teen R50,00 en dat ons 20 plakkate teen R8,00 elk nodig sal hê om die stalletjie te bemark.

Ons berekening lyk dan soos volg:

Verkope	100 worsrolletjies @ R6,00 elk	R600,00
Produkkoste	100 worsrolletjies @ R2,75 elk, en sous @ R25,00	R300,00
Brutowins as eerste aanduiding (verkope min produkkoste)		R300,00
Bedryfskoste	Stalletjie @ R50,00 en 20 plakkate @ R8,00 elk	R210,00
Operasionele wins		R 90,00

Table 1

Dit lyk dus asof die besigheid winsgewend sal wees. Die verkoopprijs soos voorlopig na aanleiding van die markaanduiders bepaal, kan dus so bly. As die berekening nie op ‘n wins uitgekóm het nie, sou ons kon oorweeg het om die verkoopprijs opwaarts aan te pas.

Daar is egter belangrike toetse wat nog gedoen moet word om te verseker dat die projek wel lewensvatbaar is: ons moet bepaal waar die gelykbreekpunt lê vir ingeval ons nie ons teiken van 100 rolletjies haal nie. Die volgende belangrike berekeninge kan vir hierdie doel uit hierdie syfers gemaak word:

1. Die brutowins as persentasie van verkope

$$\begin{aligned} & \frac{\text{BRUTOWINS}}{\text{VERKOPE}} \times \frac{100}{1} \\ &= \frac{R300,00}{R600,00} \times \frac{100}{1} \\ &= 50\% \end{aligned}$$

2. Minimumverkope om gelyk te breek

$$\begin{aligned} & \frac{\text{BEDRYFSKOSTES}}{\text{BRUTOWINS}} \\ &= \frac{R210,00}{5} \\ &= R420,00 \end{aligned} \tag{1}$$

3. Minimum getal eenhede wat verkoop moet word om gelyk te breek

$$\frac{\text{BEDRYFSKOSTES}}{\text{BRUTOWINS/EENHEID}} \tag{2}$$

$$= \frac{R210,00}{R3,00}$$

$$= 70 \text{ eenhede}$$

OPDRAG:

Bepaal die finansiële lewensvatbaarheid van jou besigheidsidee deur die bogenoemde stappe aan die hand van jou gegewens uit te voer.

12 Assessering

Leeruitkomstes(LUs)
LU 4
VaardighedeDie leerder is in staat om entrepreneurs-kennis, -vaardighede en -houdings te ontwikkel.
Assesseringstandaarde(ASe)
Ons weet dit as die leerder:
4.1 deur 'n SWOT-analise moontlike besigheidsidees kan genereer om in die behoefte aan vervaardigde goedere en dienste te voorsien;
4.2 'n sakeplan ontwikkel (wat 'n begroting insluit) vir 'n vervaardigings-, diens- of toerismebedryf gebaseer op die beste sakegeleentheid uit die voorgestelde idees;
4.3 betrokke raak by die sake-aktiwiteit wat beplan is en bespreek die redes vir die keuse van 'n spesifieke vorm van eienaarskap;
4.4 'n bemarkingsveldtog uitvoer as promosie vir 'n produk en bespreek die reklamemedia wat ingespan word;
4.5 navorsing doen oor die rol van klein, medium en mikro-ondernemings in die proses van welvaart- en werkskepping.

Table 2

13 Memorandum

AKTIWITEIT 1

1. Soek en benut nuwe geleenthede

- Volharding
- Toegewydheid
- Waag kanses (van Jhb. na Kpst geskuif)
- Kwaliteit
- Werkskepping

- Opheffing van lewenskwaliteit
- Opleiding

- Die doel met die navorsingsopdrag is om die leerders te laat besef dat daar wel ondersteuningsmoontlikhede bestaan en dat jy nie noodwendig slegs op jouself aangewese hoef te wees nie. Leerders moet ook besef dat die regering suksesvolle kleinbesigheidinisiatiewe as belangrik ag en ondersteun.
- Die doel met die klasbesprekings is om die leerders
 - te laat besef dat geleenthede bestaan waar mens dit nie verwag nie of waaraan jy nog nooit gedink het nie;
 - te laat gewoond raak daaraan om wyd/oop te dink;
 - te laat besef dat idees van die begin af deeglik getoets moet word; nie iets van stapel stuur, tyd en geld bestee en dan later besef dat dit nie werk nie.
- Die doel is ook om kwaliteitwerk in die klas te genereer. Dit kan andersins maklik gebeur dat leerders hulself besig hou met idees wat nie vir die oefeninge later in die module geskik is nie.

AKTIWITEIT 2

- Hierdie aktiwiteit is op so 'n wyse uiteengesit dat die leerders dit met u ondersteuning self kan deurwerk. U het nie addisionele riglyne nodig nie.
- 'n Groot deel van die aktiwiteit is dieselfde as in Graad 8. Dit moet egter weer gedoen word, aangesien dit die aanloop is vir die volgende aktiwiteit.
- Ons herhaal hier wat ook aan die Graad 8-onderwyser genoem is, vanweë die belangrikheid daarvan:
- Die toetsing van die lewensvatbaarheid van die besigheidsidee laat die leerder met belangrike begrippe in die veld van finansiële besigheidsbestuur te doen kry en u moet seker maak dat hulle die begrippe goed verstaan. Die verskil tussen produk- en bedryfskoste en die betekenis van brutowins moet duidelik verstaan word. As die produkkoste in verhouding tot die verkoopprijs te hoog is, is die brutowins te laag om noodsaaklike operasionele aksies soos salarisse en bemarking te kan bekostig.
- Die voorbeelde in die module kan gebruik word om die korrektheid van die leerders se berekeninge te kontroleer.