

DIE FINANSIERING VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Anet Magdalena Botha

M.Comm. H.O.D.

Proefskrif voorgelê vir die graad Philosophiae Doctor
in die
Departement Ondernemingsbestuur
aan die
Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys

Promotor: Prof. Deon de Klerk

Potchefstroom

1998

DANKBETUIGINGS

Aan God kom al die eer toe. Dankie aan my Skepper wat aan my die kennis en verstand gegee het om hierdie studie te voltooi.

My opregte dank aan die volgende persone en instansies:

- ◆ My promotor, *prof. Deon de Klerk*, vir sy bekwame leiding en aanmoediging gedurende die tydperk van die studie.
- ◆ *Prof. Faans Steyn*, van die Statistiese Konsultasiediens van die PU vir CHO vir sy hulp met die verwerking van die ingesamelde data.
- ◆ *Me. Corrie Postma*, vir haar hulp met die tegniese afronding van die proefskrif.
- ◆ *Die Franchise Association of Southern Africa*, vir die inligting en ondersteuning vir die studie.
- ◆ *Prof. M.C.A. Seyffert*, wat die taalkundige versorging behartig het.
- ◆ *My kollegas en vriende*, vir hul aanmoediging.
- ◆ *My moeder, oorlede vader, skoonouers en familie*, vir hul getroue bystand en voorbidding.
- ◆ My man *Jan* en seun *Martin*, vir hul begrip en ondersteuning en veral vir die opoffering wat hul gedurende die duur van die studie gemaak het.

Anet Botha

Potchefstroom

Mei 1998

INHOUDSOPGAWE

BLADSY

SUMMARY xviii

OPSOMMING xx

HOOFSTUK 1

INLEIDING 1

1.1 AGTERGROND EN MOTIVERING VIR DIE STUDIE..... 1

1.2 PROBLEEMSTELLING..... 3

1.3 DOEL VAN DIE STUDIE..... 4

1.4 BYDRAE WAT MET DIE STUDIE GELEWER KAN WORD..... 5

1.6 BEPERKINGE VAN DIE STUDIE 7

1.7 DIE VERDERE VERLOOP VAN DIE STUDIE 8

HOOFSTUK 2

FINANSIERING VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS 9

2.1 DIE DEFINISIE VAN 'N KLEINSAKEONDERNEMING 9

2.2 DIE BELANGRIKHEID VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS 10

2.3 PROBLEME VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS MET SPESIFIEKE
VERWYSING NA FINANSIERINGSPROBLEME..... 13

2.3.1 Vernaamste verskille tussen groot- en kleinsakeondernemings met
betrekking tot finansiële verhoudingsgetalle 13

2.4 WAT IS FINANSIERING? 16

2.4.1 Die onderskeie kapitaalbehoefte 17

2.5 BRONNE VAN FINANSIERING..... 19

2.5.1 Eie kapitaalbronne 20

2.5.1.1 Persoonlike spaargeld..... 20

2.5.1.2 Vriende en familie..... 21

2.5.1.3	Voorsieners van waagkapitaal / “venture capitalists”	21
2.5.1.4	Vennootskappe.....	22
2.5.1.5	Stigting van ’n eie maatskappy.....	22
2.5.2	Skuldfinansiering	22
2.5.3	Handelsbanke	23
2.5.3.1	Korttermynfinansiering	24
2.5.3.2	Medium- tot langtermynlenings.....	26
2.5.4	Ander vorme en finansieringsbronne	30
2.5.4.1	Handelskrediet.....	30
2.5.4.2	Toerustingfinansiering	30
2.5.4.3	Kommersiële finansieringsinstellings	30
2.5.4.4	Versekeringsmaatskappye.....	31
2.6	DIE GEBRUIK VAN KORTTERMYNFINANSIERING DEUR DIE KLEINSAKEONDERNEMING	31
2.6.1	Die keuse tussen korttermyn- en langtermynskuld.....	32
2.6.1.1	Die korttermynfinansieringsbeleid van ’n onderneming.....	32
2.6.2	Die bedryfsrisiko van die onderneming.....	34
2.6.3	Die batestruktuur van die onderneming.....	38
2.6.4	Die grootte en die lewensfase van die onderneming.....	39
2.7	DIE FINANSIËLE HEFBOOM	40
2.8	BEKENDE ROLSPELERS IN DIE FINANSIERING VAN DIE KLEINSAKESEKTOR IN SUID-AFRIKA.....	41
2.8.1	Die Kleinsake-ontwikkelings Korporasie (KSOK).....	41
2.8.2	Ntsika Enterprise Promotion Agency (NEPA)	43
2.8.3	Die Departement van Handel en Nywerheid.....	43
2.8.4	Khula Enterprise.....	44
2.9	SAMEVATTING.....	44

HOOFSTUK 3

	’N PERSPEKTIEF OF FRANCHISING.....	46
3.1	INLEIDING.....	46
3.2	WAT IS FRANCHISING?	46

3.3	HISTORIESE OORSIG VAN FRANCHISING	48
3.4	STATISTIEK IN DIE FRANCHISE-BEDRYF	49
3.4.1	Internasionale statistiek in terme van franchising	51
3.4.2	Statistiek in Suid-Afrika.....	52
3.4.2.1	Franchising en werkskepping in Suid-Afrika	53
3.4.2.2	Franchising en minderbevoorregte groepe in Suid-Afrika	53
3.5	DIE VERSKILLENDE VORME VAN FRANCHISING	55
3.5.1	Vervaardiger – Handelaar	56
3.5.2	Vervaardiger – Groothandelaar.....	56
3.5.3	Groothandelaar – Handelaar	57
3.5.4	Handelsmerkhouer – Handelaar	57
3.6	DIE ALLESOMVATTENDE FRANCHISE-PAKKET.....	58
3.7	DIE FRANCHISE-OOREENKOMS.....	60
3.8	GELD BETAALBAAR DEUR DIE FRANCHISEE	61
3.8.1	Franchise-aanvangsgeld	62
3.8.2	Deurlopende franchisor-inkomste	63
3.8.3	Advertensiekoste	65
3.8.4	Addisionele fooie.....	65
3.9	DIE VOORDELE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	65
3.9.1	Die voordele vir die franchisee.....	66
3.9.2	Voordele vir die franchisor	67
3.10	DIE NADELE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING	67
3.10.1	Die nadele vir die franchisee	67
3.10.2	Die nadele vir die franchisor	68
3.11	DIE VERNAAMSTE VERSKILLE TUSSEN 'N FRANCHISE- ONDERNEMING EN 'N ANDER/GEWONE KLEINSAKE- ONDERNEMING.....	69
3.12	DIE TOEKOMS VAN FRANCHISING.....	70
3.13	SAMEVATTING.....	71

HOOFSTUK 4

DIE FINANSIERING VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	73
4.1 INLEIDING.....	73
4.2 DIE FINANSIERING VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	73
4.3 DIE WAARDE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	74
4.3.1 Inleiding.....	74
4.3.2 Die waarde van 'n franchise-onderneming.....	74
4.3.3 Die begrip ontasbare bates.....	75
4.3.4 Die franchise-waarde as sekuriteit.....	77
4.4 DIE RISIKO VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	78
4.4.1 Vermindering van risiko.....	78
4.4.2 Die reputasie van die franchisor.....	79
4.5 DIE HOEVEELHEID KAPITAAL WAT BENODIG WORD OM 'N FRANCHISE TE BEGIN.....	80
4.5.1 Die fases van die onderneming.....	82
4.6 METODEDES VAN FINANSIERING.....	83
4.6.1 Handelskrediet.....	84
4.6.2 Bruikhuur.....	84
4.6.3 Faktoring.....	85
4.6.4 Uitreiking van aandele.....	86
4.6.5 Die registrasie van verbande.....	86
4.7 FINANSIERINGSBRONNE VIR 'N FRANCHISE-ONDERNEMING.....	86
4.7.1 Die handelsbanke elders in die wêreld.....	87
4.7.1.1 Handelsbanke in Brittanje.....	87
4.7.1.2 Handelsbanke in Europa.....	88
4.7.2 Handelsbanke in Suid-Afrika.....	90
4.7.2.1 NedEnterprise.....	90
4.7.2.2 Standard Bank.....	90
4.7.2.3 Eerste Nasionale Bank (ENB).....	91
4.7.3 Die franchisor as finansieringsbron.....	92
4.7.4 Ander instansies wat betrokke is by die finansiering van 'n franchise.....	92
4.7.4.1 Instellings buite Suid-Afrika.....	93

4.7.4.2	Instansies wat binne Suid-Afrika funksioneer	93
4.8	DIE VEREISTES WAARAAN 'N AANSOEK OM FINANSIERING MOET VOLDOEN	95
4.8.1	Die onderskeie verhoudingsgetalle.....	95
4.8.2	Die winsgewindheid van die franchise.....	97
4.8.3	Die skuldverhouding.....	97
4.8.4	Die opbrengs op kapitaal wat vereis word.....	98
4.8.5	Die omvang van die beleggings wat as aanvullende sekuriteit moet dien.....	98
4.8.6	Rentekoerse	99
4.8.7	Kriteria vir evaluering.....	99
4.9	DIE SAKEPLAN	100
4.9.1	Die noodsaaklikheid van 'n sakeplan.....	100
4.9.2	Die formaat van 'n sakeplan.....	100
4.10	KARAKTEREIEISKAPPE VAN DIE VOORNEMENDE ENTREPRENEUR	104
4.11	SAMEVATTING	105

HOOFSTUK 5

	NAVORSINGSMETODOLOGIE	106
5.1	INLEIDING	106
5.2	KRITERIA VIR DIE NAVORSINGSONTWERP	106
5.3	DIE AARD VAN DIE NAVORSINGSMETODOLOGIE	108
5.3.1	Inleiding.....	108
5.3.2	Ontdekkingsnavorsing	109
5.3.3	Beskrywende navorsing.....	109
5.4	DIE POPULASIES WAAROP DIE NAVORSING BETREKKING HET	110
5.4.1	Beskrywing van 'n populasie	110
5.4.2	Wat is 'n steekproef?	111
5.5	DATA-INSAMELINGSMETODES	112
5.5.1	Inleiding.....	112
5.5.2	Persoonlike besoeke	113

5.5.3	Posvraelyste	114
5.6	VRAELYSONTWERP	115
5.6.1	Inleiding	115
5.6.2	Teoretiese fundering van die vraelys	117
5.7	VERSKILLENDE SOORTE VRAE	118
5.7.1	Oop vrae	118
5.7.2	Geslote vrae	119
5.7.3	Verskillende soorte beoordelingskale	119
5.7.3.1	Gelyste beoordelingskale	120
5.7.3.2	Gesommeerde of Likert-skale	120
5.7.3.3	Nominale skale	120
5.7.3.4	Rangordeskaie	120
5.7.3.5	Intervalskale	121
5.7.3.6	Verhoudingskale	121
5.7.3.7	Digotomiese vrae	121
5.7.4	Taal en bewoording	122
5.7.5	Objektiwiteit	122
5.8	DIE GETAL RESPONDENTE WAT BY DIE ONDERSOEK BETREK IS	123
5.9	ANALISE VAN DIE DATA	125
5.9.1	Vorbereiding van die data	126
5.9.2	Ontleding van die data	126
5.10	STATISTIESE TEGNIEKE TOEGEPAS	126
5.10.1	Frekwensietelling	126
5.10.2	Rekenkundige gemiddelde	127
5.10.3	Standaardafwyking	127
5.10.4	Praktiese betekenisvolheid (d) en effekgroottes	127
5.11	SAMEVATTING	128

HOOFSTUK 6

BESPREKING VAN DIE NAVORSINGSRESULTATE VAN DIE VRAELYS AAN

DIE BANKE EN FINANSIËLE INSTELLINGS.....	130
6.1 INLEIDING.....	130
6.2 DIE FINANSIERINGSBRONNE WAT TOT DIE BESKIKKING VAN DIE VOORNEMENDE FRANCHISEE IS.....	131
6.2.1 Eie finansieringsbronne.....	131
6.2.2 Skuldfinansieringsbronne	132
6.2.3 Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word.....	133
6.3 DIE FINANSIERINGSVORME WAT BESKIKBAAR IS EN ALGEMEEN GEBRUIK WORD.....	136
6.3.1 Finansieringsvorme wat beskikbaar is.....	136
6.2.3 Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word.....	137
6.3.3 Die onderskeid tussen korttermyn en medium- tot langtermynfinansiering.....	140
6.4 PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF IN VERBAND MET FINANSIERING ERVAAR EN DIE BYDRAE WAT DIE BEDRYF KAN LEWER	141
6.4.1 Algemene probleme wat deur die kleinsakesektor ervaar word.....	141
6.4.2 Die toeganklikheid tot finansiering.....	142
6.4.3 Die bydrae van die franchise-bedryf tot ekonomiese vooruitgang van die land	143
6.4.4 Die bydrae van die franchise-bedryf tot die ontwikkeling van groepe wat voorheen minder bevoorreg was	143
6.4.5 Probleme wat voornemende franchisees ten opsigte van finansiering ervaar	144
6.4.6 Enkele ander persentasies	145
6.5 DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP	148
6.5.1 Die voordele van die franchise-konsep.....	148
6.5.2 Belangrike aspekte van die franchise-konsep.....	149
6.5.3 Die reputasie van die franchisor	150
6.5.4 Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie	151
6.5.5 Die betrokkenheid van die finansiële instellings by franchise-ondernemings	154

6.6	DIE VEREISTES WAT DEUR DIE BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS GESTEL WORD.....	155
6.6.1	Inligting verlang deur die finansiële instellings indien 'n finansieringsaansoek ingedien word.....	155
6.6.2	Inligting in die sakeplan	156
6.6.3	Die voornemende franchisee se persoonlikheidseienskappe	158
6.7	BELANGRIKE FINANSIËLE MAATSTAWWE.....	159
6.8	SAMEVATTING.....	160

HOOFSTUK 7

BESPREKING VAN DIE NÀVORSINGSRESULTATE VAN DIE VRAELYS

	AAN DIE FRANCHISORS	163
7.1	INLEIDING.....	163
7.2	ALGEMENE INLIGTING VAN DIE FRANCHISORS.....	163
7.3	DIE FINANSIERINGSBRONNE TOT BESKIKKING VAN DIE VOORNEMENDE FRANCHISEE	166
7.3.1	Probleme wat die voornemende franchisee ervaar	166
7.3.2	Finansieringsbronne	168
7.3.2.1	Eie finansieringsbronne.....	168
7.3.2.2	Skuldfinansieringsbronne	169
7.3.2.3	Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word.....	171
7.3.3	Die finansieringsvorme wat beskikbaar is en algemeen gebruik word.....	173
7.3.3.1	Die finansieringsvorme wat beskikbaar is	173
7.3.3.2	Finansieringsvorme wat algemeen gebruik word	175
7.4	DIE PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF IN TERME VAN FINANSIERING EN ANDERSINS ERVAAR	177
7.4.1	Algemene probleme wat deur die kleinsakesektor ervaar word.....	177
7.4.2	Die toeganklikheid tot finansiering.....	179
7.4.3	Die bydrae van die franchise-bedryf tot ekonomiese vooruitgang van die land.....	179
7.4.4	Probleme ten opsigte van finansiering wat voornemende franchisees ervaar.....	181

7.5	DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP	182
7.5.1	Die voordele van die franchising-konsep	182
7.5.2	Belangrike aspekte van die franchising-konsep.....	183
7.5.3	Die reputasie van die franchisor	185
7.5.4	Belangrike inligting van die franchisor se reputasie.....	186
7.5.5	Aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word	187
7.5.6	Ondersteuning van die franchisor	188
7.6	DIE DIENS VAN DIE FINANSIËLE INSTELLINGS AAN DIE FRANCHISE-BEDRYF.....	190
7.7	OOREENKOMSTE TUSSEN DIE VRAELYSTE.....	192
7.8	SAMEVATTING.....	200

HOOFSTUK 8

	GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS.....	202
8.1	INLEIDING.....	202
8.1.1	Probleemstelling	202
8.1.2	Doelstellings van die studie.....	203
8.2	GEVOLGTREKKINGS RAKENDE DIE FINANSIERINGSBRONNE VIR VOORNEMENDE FRANCHISEES	203
8.2.1	Die beskikbare finansieringsbronne wat gebruik word.....	203
8.2.2	Gevolgtrekkings van die beskikbare finansieringsvorme wat gebruik word.....	205
8.3	PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF MET FINANSIERING ERVAAR.....	206
8.3.1	Algemene probleme wat kleinsakeondernemings ervaar	206
8.3.2	Algemene probleme wat voornemende franchisees ervaar	207
8.3.3	Die finansieringsprobleme van voornemende franchisees.....	208
8.4	DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP BY FINANSIERINGSAANSOEKE	209
8.4.1	Inleiding.....	209
8.4.2	Die voordele van die franchise-konsep	210
8.4.3	Die reputasie van die franchisor	211
8.4.4	Aspekte wat die waarde van die franchisor bepaal.....	212

8.4.5	Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings en die waarde van die franchisor	213
8.4.6	Die aanvaarbaarheid van die waarde van die franchisor as sekuriteit.....	213
8.4.7	Samevatting.....	214
8.5	DIE FRANCHISOR SE ROL IN VERBAND MET FINANSIERING	214
8.6	DIE BETROKKENHEID VAN BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS BY DIE FINANSIERING VAN FRANCHISES.....	215
8.7	DIE VEREISTES WAT DEUR BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS GESTEL WORD.....	216
8.7.1	Die finansieringsaansoek.....	216
8.7.2	Die voornemende franchisee se persoonlikheidseienskappe	217
8.7.3	Belangrike finansiële maatstawwe.....	218
8.8	FRANCHISING EN MINDERBEVOORREGTE GROEPE IN SUID-AFRIKA	220
8.9	AANBEVELINGS.....	221
8.10	VOORSTELLE VIR VERDERE STUDIE.....	223
8.11	SAMEVATTING.....	224
	BIBLIOGRAFIE.....	225
	BYLAE A	
	VRAELYS AAN DIE FINANSIËLE INSTELLINGS.....	234
	BYLAE B	
	VRAELYS AAN DIE FRANCHISORS.....	259

LYS VAN FIGURE

Figuur 2.1

Die tydlyn van die kontantvloei van 'n vervaardigingsonderneming..... 24

Figuur 2.2

'n Analise van die keuse tussen kort- en langtermynfinansiering..... 33

Figuur 2.3

Die karaktereenskappe van 'n onderneming wat 'n effek op die onderneming se keuse
tussen lang- en korttermynfinansiering het 35-36

Figuur 4.1

Die fases waarvolgens 'n onderneming ontwikkel 82

LYS VAN TABELLE

Tabel 2.1

Finansiële verhoudingsgetalle vir klein en groot ondernemings..... 14

Tabel 3.1

Die tipe eienaarskap 50

Tabel 3.2

Franchise-aanvangsgeld en totale kapitale belegging van franchise-ondernemings
in verskillende bedrywe 63

Tabel 3.3

Gemiddelde bestuursdiensgeld en advertensiekoste betaalbaar 64

Tabel 3.4

Die verskille tussen franchises en gewone kleinsakeondernemings..... 69-70

Tabel 4.1

Plaaslike franchises - voorbeelde van koste..... 81

Tabel 4.2

'n Ondersoek na banke se betrokkenheid by franchising in Europa..... 89

Tabel 4.3

Verhoudingsgetalle vir kleinsakeondernemings..... 96

Tabel 4.4

Die raamwerk van 'n sakeplan..... 101-103

Tabel 5.1

Voor- en nadele van persoonlike onderhoude 114

Tabel 5.2

Die voor- en nadele van posvraelyste..... 115

Tabel 5.3

Die proses waarvolgens 'n vraelys ontwerp word 116

Tabel 5.4

Die franchisors as teikenpopulasie en respondente per industrie 124

Tabel 6.1	
Eie finansieringsbronne.....	131
Tabel 6.2	
Skuldfinansieringsbronne.....	132-133
Tabel 6.3	
Eie finansieringsbronne wat algemeen gebruik word	134
Tabel 6.4	
Skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word	135
Tabel 6.5	
Korttermynfinansieringsvorme.....	136
Tabel 6.6	
Vorme van medium- tot langtermynfinansiering.....	137
Tabel 6.7	
Korttermynfinansieringsvorme wat algemeen gebruik word	138
Tabel 6.8	
Medium- tot langtermynfinansieringsvorme wat algemeen gebruik word.....	139
Tabel 6.9	
Korttermynfinansiering.....	140
Tabel 6.10	
Medium- tot langtermynfinansiering	140
Tabel 6.11	
Probleme wat die kleinsakesektor ervaar	141
Tabel 6.12	
Die toeganklikheid tot finansiering	142
Tabel 6.13	
Die bydrae van die franchise-bedryf.....	143
Tabel 6.14	
Die bydrae van die franchise-bedryf tot die ontwikkeling van groepe wat voorheen minder bevoorreg was.....	143
Tabel 6.15	
Probleme ten opsigte van finansiering wat deur voornemende franchisees ervaar word.....	144

Tabel 6.16	
Die finansiering aan die kleinsakesektor as persentasie uitgedruk.....	146
Tabel 6.17	
Die % franchises wat misluk het	147
Tabel 6.18	
Die voordele van die franchising-konsep.....	148
Tabel 6.19	
Belangrike aspekte van die franchise-konsep	149
Tabel 6.20	
Die reputasie van die franchisor.....	151
Tabel 6.21	
Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie en waarde	151
Tabel 6.22	
Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings betaalbaar met die waarde van die franchisor.....	152
Tabel 6.23	
Die aanvaarbaarheid van die waarde van die franchisor as sekuriteit.....	153
Tabel 6.24	
Die dienste wat aan franchises gelewer word	155
Tabel 6.25	
Inligting wat deur die finansiële instellings verlang word.....	156
Tabel 6.26	
Inligting in die sakeplan.....	157
Tabel 6.27	
Die persoonlikheidseienskappe van die voornemende franchisee	158
Tabel 6.28	
Die rangorde van die persoonlikheidseienskappe	158
Tabel 6.29	
Belangrike finansiële maatstawwe.....	159

Tabel 7.1	
Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is	164
Tabel 7.2	
Die aantal afsetpunte	165
Tabel 7.3	
Die aantal afsetpunte wat deur anderkleuriges besit word	165
Tabel 7.4	
Probleme wat voornemende franchisees ervaar	167
Tabel 7.5	
Finansieringsprobleme	168
Tabel 7.6	
Eie finansieringsbronne.....	169
Tabel 7.7	
Skuldfinansieringsbronne.....	170
Tabel 7.8	
Eie finansieringsbronne wat algemeen gebruik word	171
Tabel 7.9	
Skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word	172
Tabel 7.10	
Korttermynfinansieringsvorme.....	174
Tabel 7.11	
Vorme van medium- tot langtermynfinansiering.....	174
Tabel 7.12	
Korttermynfinansieringsvorme.....	175
Tabel 7.13	
Vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat algemeen gebruik word	176
Tabel 7.14	
Probleme wat die kleinsakesektor ervaar	178
Tabel 7.15	
Die toeganklikheid tot finansiering	179
Tabel 7.16	
Die bydrae van die franchise-bedryf.....	179

Tabel 7.17	
Die bydrae van die franchise-bedryf tot groepe wat voorheen minder bevoorreg was	180
Tabel 7.18	
Probleme ten opsigte van finansiering wat deur voornemende franchisees ervaar word	181
Tabel 7.19	
Die voordele van die franchising-konsep.....	183
Tabel 7.20	
Belangrike aspekte van die franchising-konsep	184
Tabel 7.21	
Die reputasie van die franchisor.....	185
Tabel 7.22	
Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie en waarde	186
Tabel 7.23	
Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word en die waarde van die franchisor.....	188
Tabel 7.24	
Ondersteuning van die franchisor aan die franchisee.....	188
Tabel 7.25	
Die vorme van ondersteuning wat deur die franchisor aangebied word.....	189
Tabel 7.26	
'n Spesialisafdeling vir franchise-aangeleenthede	190
Tabel 7.27	
Addisionele dienste wat aan franchises gelewer word	190
Tabel 7.28	
Addisionele dienste deur die banke en finansiële instellings gelewer	191
Tabel 7.29	
Phi-koëffisiënte of w-waardes	193-194
Tabel 7.30	
d-waardes	197-199

SUMMARY

The small business and its development is one of the most critical success factors in the South African economy. Developing the small business sector could result in job creation and redistribution of income and wealth in the country. However, within the small business sector problems are being experienced such as insufficient own capital, a lack of knowledge and management experience and limited access to financing. The lack of knowledge and management experience is one of the most significant reasons why small businesses fail. As a result of the importance of the small business sector as well as taking into account the problems which the industry is experiencing, the decision was made to do research on one of the greatest stumbling-blocks in the industry, namely access to financing.

The franchise industry which comprises a large part of the small business sector and which bridges some of the problems in the small business sector, such as the lack of knowledge and management experience, has been selected for this research. The franchise industry was selected because it is a relatively young industry in South Africa, it is an industry in which growth is possible, and because very little research has been done on the industry thus far.

The overall objective of this study is to identify possibilities which will facilitate financing for the prospective franchisee and which will then lead to growth in the small business sector. In order to attain the above mentioned objective, the following aspects were investigated:

- ◆ The sources of financing available and which are generally used by the franchisee.
- ◆ The problems experienced by the franchise industry in terms of financing.
- ◆ The value of the franchise concept and whether it holds any advantages for the prospective franchisee in terms of financing.
- ◆ The requirements presented by banks and other financial institutions to the financing application, so that the prospective franchisee will be able to prepare a thorough application.

The information was gathered by means of a literature study as well as an empirical investigation. In the empirical part, personal interviews were used as a research method in acquiring information from banks and other financial institutions which play a part in the small business sector. Information from the franchisors was gathered by means of postal questionnaires. Once the data was sorted statistically, the following most significant deductions and recommendations could be made:

There are limited sources and methods of financing available to prospective franchisees. Alternative sources must be investigated and the prospective franchisee should creatively consider other possibilities for financing. Large companies and franchisors should become more involved in the financing of smaller enterprises.

Insufficient security and a lack of own capital were identified as the greatest problems experienced by prospective franchisees. Banks and other financial institutions set high requirements in respect of security and are very wary of taking too much of a risk.

Although banks and other financial institutions understand the value of the franchise concept, it is not always reflected in their evaluation of risk in all instances.

Aspects by means of which the value of the franchisor can be determined were highlighted and using this as a yardstick, a financial provider will be able to better evaluate the risk of a prospective franchisee.

It was found that a franchisor is only in an advisory capacity in the financing of franchisees. It is recommended that they should become more involved and provide financing themselves or provide guarantees.

A prospective franchisee should prepare his application for financing thoroughly which will include a business plan and the support of the franchisor.

Lastly it was found that should prospective franchisees be able to solve their problems regarding financing, it will lead to more growth in the industry.

OPSOMMING

Die kleinsakesektor en die ontwikkeling daarvan is een van die mees kritiese suksesfaktore in die ekonomie van Suid-Afrika. Deur die kleinsakesektor te ontwikkel, kan aanleiding gee tot werkskepping en 'n herverdeling van inkomste en rykdom in die land. Binne die kleinsakesektor word probleme ervaar, byvoorbeeld onvoldoende eie kapitaal, gebrek aan kennis en bestuurservaring en 'n beperkte toegang tot finansiering. Die gebrek aan kennis en bestuurservaring is een van die vernaamste redes waarom kleinsakeondernemings misluk. As gevolg van die belangrikheid van die kleinsakesektor sowel as die probleme wat die bedryf ervaar, is besluit om navorsing te doen oor een van die grootste struikelblokke in die bedryf, naamlik die toeganklikheid tot finansiering.

Die franchise-bedryf wat 'n groot gedeelte van die kleinsakesektor uitmaak en wat van die probleme in die kleinsakesektor oorbrug, soos die gebrek aan kennis en bestuurservaring, is vir die navorsing uitgesonder. Die franchise-bedryf is gekies omdat dit 'n redelike jong bedryf in Suid-Afrika is; dit 'n bedryf is waar groei moontlik is; omdat daar nog min navorsing in die bedryf gedoen is.

Die oorhoofse doel van die studie is om moontlikhede te identifiseer wat finansiering vir die voornemende franchisee sal vergemaklik en dat dit dan tot groei in die kleinsakesektor kan aanleiding gee. Om bogenoemde doelwit te bereik, is die volgende aspekte ondersoek:

- ◆ Die finansieringsbronne wat tot beskikking is en wat algemeen deur die franchisee gebruik word.
- ◆ Die probleme wat die franchise-bedryf met finansiering ervaar.
- ◆ Die waarde van die franchise-konsep en of dit enige voordele vir die voornemende franchisee in terme van finansiering inhou.
- ◆ Die vereistes wat banke en ander finansiële instellings aan die finansieringsaansoek stel, sodat die voornemende franchisee in staat sal wees om 'n deeglike aansoek voor te berei.

Die inligting is deur middel van 'n literatuurstudie sowel as 'n empiriese ondersoek ingesamel. In die empiriese gedeelte is persoonlike onderhoude as navorsingsmetode gebruik om inligting van die banke en die ander finansiële instellings wat 'n rol in die kleinsakesektor speel, te bekom. Die inligting van die franchisors is deur middel van posvraelyste ingesamel. Nadat die data statisties verwerk is, kon die volgende vernaamste afleidings en aanbevelings gemaak word:

Daar is beperkte finansieringsbronne en -metodes tot die beskikking van die voornemende franchisee. Alternatiewe bronne moet ondersoek word en die voornemende franchisee behoort kreatief ander moontlikhede vir finansiering te oorweeg. Groot maatskappye en franchisors behoort meer betrokke by die finansiering van kleiner ondernemings te raak.

Onvoldoende sekuriteit en die gebrek aan eie kapitaal is die grootste probleme van die voornemende franchisees. Die banke en die ander finansiële instellings stel hoë eise ten opsigte van sekuriteit en is baie versigtig om te veel risiko te neem.

Alhoewel die banke en die finansiële instellings die waarde van die franchise-konsep verstaan, word dit nie in alle gevalle in hul beoordeling van risiko weerspieël nie.

Die aspekte wat die waarde van die franchisor kan bepaal, is uitgelig en aan die hand daarvan behoort die verskaffer van finansiering in staat te wees om die risiko van 'n voornemende franchisee beter te beoordeel.

Daar is bevind dat die franchisor slegs in adviserende hoedanigheid by die finansiering van franchisees betrokke is. Die aanbeveling is dat hul meer betrokke moet raak en self finansiering moet verskaf of waarborge moet lewer.

'n Voornemende franchisee behoort sy finansieringsaansoek deeglik voor te berei wat 'n sakeplan en die ondersteuning wat die franchisor gaan bied, insluit.

Ten slotte is bevind dat indien die voornemende franchisees hul probleme ten opsigte van finansiering kan oorbrug, dit aanleiding sal gee tot groter groei in die bedryf as wat tans voorsien word.

INLEIDING

1.1 AGTERGROND EN MOTIVERING VIR DIE STUDIE

Gedurende 29-31 Maart 1995 is die eerste Nasionale Konferensie van die President oor kleinsake in Durban gehou. Mandela het die konferensie geopen met die volgende woorde: “Kleinsake is in nasionale belang, maar ’n nuwe beweging in die uitbreiding van klein ondernemings is nou nodig.” (Strydom, 1995:20.) Die ontwikkeling van die kleinsakesektor is een van die kritiese gebiede in die ekonomie van Suid-Afrika. Die kleinsakesektor speel ’n belangrike rol in die ekonomiese en sosiale ontwikkeling van die land en kan ’n groot bydrae tot werkskepping lewer. In ’n vinnig veranderende Suid-Afrika met sy snel groeiende bevolking blyk dit nou dat slegs een uit elke tien mense wat die arbeidsmag betree, werk kry (Strydom, 1995:20). Dié getal mag selfs in die nabye toekoms nog verder verswak.

Voor die aanvang van bogenoemde konferensie is die Witskrif getitel “*National Strategy for the Development and Promotion of Small Business in South Africa*” in die parlement ter tafel gelê. Die Witskrif en die konferensie wat deur verskeie kabinetsministers, baie afgevaardigdes van oor die wêreld en meer as 1800 verteenwoordigers uit al die belangrike rolspelers in Suid-Afrika bygewoon is, het die klem weereens laat val op die feit dat die tyd nou reg is vir ’n kwantumsprong in die ontwikkeling van die kleinsakesektor. ’n Lewendige kleinsakesektor word gesien as ’n voorvereiste vir vinnige groei en ekonomiese ontwikkeling in Suid-Afrika (Thomas, 1995:13). Die ontwikkeling van die kleinsakesektor word beskou as ’n meganisme om groepe wat voorheen minder geleentheid gehad het, toegang tot ekonomiese geleentheid te gee. Dit kan moontlik ’n bydrae tot herverdeling van inkomste en rykdom lewer.

Die kleinsakesektor het homself reeds bewys. Die belangrikste bewys hiervoor is die groei van die afgelope tien jaar. Die groei in die akkommodasiesektor die afgelope 10 jaar

bevestig bogenoemde stelling. Ongeveer tien jaar gelede was daar hier te lande baie min gastehuse en die tipe akkommodasie het tot op hede sterk toegeneem. Ten einde die doelwitte soos uiteengesit in deel vier van die Witskrif te laat slaag, is daar in die dokument twaalf aspekte geïdentifiseer wat aandag behoort te geniet. Een van die belangrikste aspekte wat direk aansluiting by hierdie studie vind, is die toeganklikheid van finansiering vir die kleinsakesektor. Die algemene gevoel onder entrepreneurs en ander instellings wat die kleinsakesektor ondersteun, is dat toegang tot finansiering teen bekostigbare rentekoerse, een van die mees belangrikste bydraende faktore tot die sukses van die kleinsakeonderneming is (Thomas, 1995:21).

Verskeie studies is reeds gedoen om te bepaal wat die redes vir mislukkinge van kleinsakeondernemings is. Van die belangrikste redes wat uitgewys is, is die gebrek aan bestuursvaardighede soos beplanning, besluitneming en ervaring van die entrepreneur (Gaskill, Van Auken, *et al.*, 1993:25). Baie ander redes vir die mislukking van kleinsakeondernemings voortspruitend uit bogenoemde, is byvoorbeeld:

- ◆ gebrek aan marknavorsing;
- ◆ keuse van ligging van die onderneming is foutief;
- ◆ oneffektiewe uitleg van die onderneming (vloerplan);
- ◆ die gebrek aan 'n langtermyn sakeplan;
- ◆ swak beheer oor kontantvloei;
- ◆ hoë rentekoerse;
- ◆ gebrek aan kennis in terme van die prysstrategie, en
- ◆ swak verhouding met verskaffers.

'n Ondernemingsvorm wat van die elemente bevat om bogenoemde gebreke aan te spreek, is die franchise-onderneming. Kenners sien franchising as 'n goeie opsie vir Suid-Afrika ten einde werk te skep en nuwe ondernemings te vestig (Holmes, 1994:27). In die lig van tendense in die Suid-Afrikaanse ekonomie, blyk dit dat kleinsakeondernemings en veral die franchise-bedryf 'n rol kan speel in die daarstel van entrepreneurs. Dit kan ook die skepping

van werksgeleenthede tot gevolg hê wat weer tot die groei van die land se ekonomie kan bydra.

Die internasionale suksesrekord van die franchise-bedryf maak navorsing oor die relatief jong bedryf in Suid-Afrika nie slegs aktueel nie, maar ook noodsaaklik. Amerikaanse statistiek toon aan dat 90% van alle franchise-ondernemings wat gevestig word, suksesvol is (African Business, 1993:24), terwyl 80% van ander tipe kleinsakeondernemings misluk. Franchising groei tans teen 'n tempo van 10% per jaar en verteenwoordig 5.6% van die handelsaktiwiteite in die wêreld ekonomie. In Amerika is die franchise-bedryf al bestempel as die suksesverhaal van die dekade negentig – met meer as 600 000 franchise-ondernemings met 'n jaarlikse omset van \$758 miljard (De Villiers, 1994:53).

Met inagneming van bogenoemde statistiek, die groei in die franchise-bedryf in die wêreld, die suksessyfer in die bedryf en aan die anderkant die behoefte aan groei en ontwikkeling in die Suid-Afrikaanse ekonomie, is 'n studie na aspekte wat die bedryf kan bevorder van belang vir ekonomiese groei in Suid-Afrika.

In Suid-Afrika is daar nog relatief min navorsing oor die franchise-bedryf gedoen. In die Witskrif is daar verwys na probleme wat kleinsakeondernemings ervaar in terme van die toeganklikheid tot finansiering. Bogenoemde twee aspekte word dus samevattend gesien as die belangrikste beweegredes en motivering vir hierdie studie.

1.2 PROBLEEMSTELLING

Parker Gordon Associates het gedurende 1994 die eerste formele ondersoek na die franchise-bedryf in Suid-Afrika gedoen (Parker Gordon Ass., 1995:1). In die studie is bevind dat 41.8% franchisors bevestig het dat hul voornemende franchisees probleme met die verkryging van finansiering ondervind het. In hul studie is die volgende probleme uitgewys waarmee die voornemende franchisee in terme van finansiering gekonfronteer word:

- ◆ gebrek aan kapitaal vir sekuriteit;
- ◆ te min eie kapitaal;

- ◆ banke en ander finansiële instellings verstaan nie die konsep van franchising nie, en
- ◆ uitgesonder handelsbanke is daar baie min ander finansieringsbronne wat toeganklik vir die voornemende franchisee blyk te wees.

Die probleme wat in hierdie studie aangespreek word, is om in die lig van bogenoemde aspekte, finansieringsmoontlikhede vir 'n voornemende franchisee te ondersoek en te analiseer. Daar word gepoog om die konsep van franchising duidelik te omskryf, oplossings te vind en inligting daar te stel wat vir die franchisee en die verskaffer van finansiering tot hulp kan wees.

1.3 DOEL VAN DIE STUDIE

Die oorhoofse doel van hierdie studie is om moontlikhede te identifiseer wat finansiering vir die voornemende franchisee sal vergemaklik. Dit kan groei in die kleinsakesektor stimuleer, werkskepping bevorder en ekonomiese vooruitgang tot gevolg hê.

Die doelwitte van die studie kan soos volg uiteengesit word:

- ◆ Om die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is, te identifiseer en die bronne wat algemeen gebruik word, uit te lig.
- ◆ Om die probleme wat die franchise-bedryf in terme van finansiering ervaar, te identifiseer.
- ◆ Om te bepaal of die franchise-konsep enige voordele vir die voornemende franchisee, in terme van sy aansoek om finansiering, inhou.
- ◆ Om te bepaal watter vereistes word aan die voornemende franchisee se finansieringsaansoek deur banke en ander finansiële instellings, gestel.

Ten einde bogenoemde doelwitte te bereik, is die volgende aspekte deur middel van 'n literatuur- en empiriese studie, ondersoek:

- ◆ algemene inligting in terme van die kleinsakesektor en finansiering in die besonder;

- ◆ die rol wat die kleinsakesektor en die franchise-bedryf in die ekonomie speel;
- ◆ die franchise-bedryf in die algemeen asook uitstaande kenmerke in die bedryf;
- ◆ kriteria wat die franchise-onderneming van 'n ander kleinsakeonderneming onderskei;
- ◆ die finansiering van 'n franchise-onderneming, en
- ◆ die waarde van die franchise-konsep.

1.4 BYDRAE WAT MET DIE STUDIE GELEWER KAN WORD

Die potensiële bydrae wat met hierdie studie gelewer kan word, is soos volg :

- ◆ dit kan as riglyn vir voornemende franchisees gebruik word;
- ◆ dit kan aan voornemende franchisees 'n aanduiding van beskikbare bronne en vorme van finansiering gee;
- ◆ 'n riglyn gee van hoe 'n aansoek om finansiering behoort te lyk;
- ◆ kriteria vir die beoordeling van bogenoemde aansoek daarstel;
- ◆ inligting oor ander vereistes gee, soos deur die kredietverskaffer verlang word in terme van sakeplanne, begrotings, kontantvloei-state en ander vereistes;
- ◆ die studie behoort ook 'n bydrae te lewer tot 'n beter begrip van die franchise-konsep en die sleutelrol wat franchises in die kleinsakesektor speel, en
- ◆ bogenoemde kan weer lei tot groei in die kleinsakesektor, werkskepping en algemene ekonomiese vooruitgang.

1.5 NAVORSINGSMETODOLOGIE

'n Literatuurstudie vorm die basis van die navorsing waarin sekere aspekte van finansiering aangespreek is. Algemene inligting is verwerk, daarna is meer op die finansiering van 'n

kleinsakeonderneming gekonsentreer en meer spesifiek op die finansiering van 'n franchise-onderneming. Die volgende aspekte is gedek:

- ◆ die belangrikheid van die kleinsakesektor;
- ◆ probleme wat die kleinsakesektor ervaar met spesifieke verwysing na finansieringsprobleme;
- ◆ die bronne en vorme van finansiering wat beskikbaar is, en
- ◆ enkele belangrike rolspelers in die finansiering van die kleinsakesektor is bespreek.

In die tweede gedeelte van die literatuurstudie word die konsep van franchising en die franchise-bedryf, aan die hand van die volgende raamwerk, in meer detail bespreek:

- ◇ wat 'n franchise is, die verskillende tipes franchises en hoe 'n franchise tot stand kom;
- ◇ statistiek in die franchise-bedryf;
- ◇ die allesomvattende franchise-pakket;
- ◇ die franchise-kontrak en ander regsaspekte met betrekking tot franchises;
- ◇ die voor- en nadele van 'n franchise-onderneming;
- ◇ die vernaamste verskille tussen 'n franchise-onderneming en 'n ander kleinsake-onderneming;
- ◇ die finansiering van 'n franchise-onderneming;
- ◇ die waarde van 'n franchise-onderneming en die risiko in terme van finansiering;
- ◇ finansieringsbronne en -vorme tot beskikking van die franchisee, en
- ◇ die vereistes gestel ten opsigte van die aansoek om finansiering.

Die empiriese studie fokus op die huidige finansieringspraktyk van die kleinsake-onderneming met spesifieke verwysing na franchises.

Die fokus val op die verskaffers van finansiering aan die voornemende franchisee. Die hoofgroepe wat betrek word, is die vyf groot finansiële instellings in Suid-Afrika en ander

instellings wat met die finansiering van kleinsake te make het, soos die Kleinsake- Ontwikkelingskorporasie (KSOK).

In die geval van die finansiële instellings is gestruktureerde onderhoude gevoer met persone wat verantwoordelik is om die finansiering te verskaf. Dit sal die betrokke finansiële instelling se kredietverskaffingsafdelings wees, of daar waar beleid ten opsigte van finansiering geformuleer word.

'n Tweede vraelys is ontwikkel ten einde die franchisor se inligting rakende die finansiering van voornemende franchisees in te samel. Die teikenpopulasie het bestaan uit al die franchisors wat by die *Franchise Association of Southern Africa* (FASA) geregistreer is.

1.6 BEPERKINGE VAN DIE STUDIE

As gevolg van die gekompliseerdheid van 'n finansieringsaansoek en die baie items wat 'n rol kan speel en dus nie altyd gemeet kan word nie, kon daar nie direkte voorstelle geformuleer word in verband met finansiële maatstawwe nie. Dit is dus baie moeilik om uit die studie 'n meetbare riglyn soos die skuldverhouding wat minstens 80:100 behoort te wees, te formuleer.

Omrede so baie aspekte 'n rol in die evaluering van finansiering speel en banke se vereistes verskil, word die aspekte wat wel bespreek is nie as allesomvattend beskou nie, maar slegs as breë riglyne daargestel.

Dit sou ideaal wees as alle franchisors op die vraelys gereageer het en almal dus by die navorsing betrek kon word. Alhoewel 'n goeie responskoers verkry is, is daar tog versigtigheid ten opsigte van die veralgemening van die resultate.

Omrede franchising nog 'n relatief jong bedryf in Suid-Afrika is, is daar 'n gebrek aan wetenskaplike literatuur wat in Suid-Afrika ontwikkel is. Daar word tans sterk gesteun op oorsese literatuur.

1.7 DIE VERDERE VERLOOP VAN DIE STUDIE

In hoofstuk 2 word die kleinsakesektor en die bydrae wat die sektor tot ekonomiese groei kan lewer, bespreek. Belangrike finansieringsaspekte van kleinsakeondernemings word beklemtoon, asook die probleme wat kleinsakeondernemings ervaar.

Hoofstuk 3 begin met 'n algemene oriëntasie ten opsigte van die franchise-bedryf. Belangrike statistiek in die franchise-bedryf en die verskillende vorme van franchising word aangebied. Die allesomvattende franchise-pakket, gelde betaalbaar en die ooreenkoms tussen die franchisee en franchisor word bespreek.

Hoofstuk 4 fokus prominent op die finansiering van franchise-ondernemings. Die waarde van die franchise-konsep word ondersoek in die lig van die voordele wat dit kan inhou vir meer toeganklike finansiering vir die voornemende franchisee.

In hoofstuk 5 word die navorsingsmetodologie bespreek. Die metodiek van die ondersoek, bepaling van die populasie en ontwerp van die vraelys word uiteengesit. Die metodes van data-insameling, asook metode van dataverwerking word aangebied.

In hoofstuk 6 word die navorsingsresultate van die vraelys aan banke en ander finansiële instellings aangebied.

In hoofstuk 7 word die navorsingsresultate van die vraelys aan die franchisors aangebied. Moontlike verbande ten opsigte van die inligting in die twee vraelyste word uitgelig.

In hoofstuk 8 word gevolgtrekkings, aanbevelings en beperkinge van die navorsing bespreek. Die probleemstelling en die doelstellings van die navorsing word retrospektief in oënskou geneem.

FINANSIERING VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS

2.1 DIE DEFINISIE VAN 'N KLEINSAKEONDERNEMING

Een van die kern oogmerke van die Heropbou-en-ontwikkelingsprogram van die Regering van Nasionale Eenheid (RNE) is die ekonomiese groei van die land. Die RNE het die kleinsakesektor as 'n strategiese sektor waar ekonomiese groei en werkskepping kan plaasvind, geïdentifiseer (Snyman & Henning, 1996:15).

Eerstens is dit belangrik om 'n kleinsakeonderneming te omskryf sodat daar 'n deeglike begrip van die term gevorm kan word. Die “National small business enabling act” hierna verwys as die “Wet op kleinsake” soos gepubliseer in die *Government Gazette*, vol. 366, no. 16876 op die 15de Desember 1995, definieer 'n kleinsakeonderneming soos volg: “a small, medium and micro enterprise that carries on business in any business sector and complies with compulsory qualitative and quantitative criteria”. Die kwalitatiewe kriteria soos uiteengesit in punt [kol 2 (1)(b)] van die Wet hou verband met die onafhanklike bestuur en beheer van die onderneming. Die beheerelement beteken dat ondernemings wat aan die kwantitatiewe kriteria volgens die Wet voldoen, maar in werklikheid deur groter ondernemings beheer en bestuur word, uitgesluit word as kleinsakeondernemings. Om aan die vereistes te voldoen, moet die onderneming privaat en onafhanklik of gesamentlik besit en bestuur word en mag die kwantitatiewe kriteria nie oorskry word nie. Die onderneming mag wel meer as een tak hê.

Die kwantitatiewe kriteria hou verband met die grootte van die onderneming. Daar word drie kriteria gestel, en 'n onderneming behoort aan minstens twee te voldoen, om as 'n kleinsakeonderneming geklassifiseer te word. Die drie kriteria is totale jaarlikse omset,

totale batewaarde en die aantal permanente werknemers, volgens Item 2 van die Wet. Hierdie kriteria mag slegs deur die Minister van Handel en Nywerheid by wyse van kennisgewing in die *Government Gazette* aangepas word.

2.2 DIE BELANGRIKHEID VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS

In omtrent enige bespreking of debat wat oor die ekonomiese ontwikkeling en groei in die land handel, is die bydrae wat deur die kleinsakesektor gelewer kan word op die agenda. Deur middel van die Witskrif, wat oor die ontwikkeling van die kleinsakesektor handel, het die regering die bevordering van die sektor as 'n integrale deel van sy strategie om die ekonomie van Suid-Afrika te stimuleer, uitgelig (Ruiters, 1996:8).

Die snel groeiende ekonomieë in die Verre Ooste bevestig dat die kleinsakesektor 'n betekenisvolle bydrae kan lewer tot werkskepping, uitvoere en die skepping van welvaart (Ruiters, 1996:8). In vergelyking met ander ontwikkelde lande, is die bydrae wat die kleinsakesektor tot die ekonomie van Suid-Afrika lewer, relatief laag (Alberts, 1996:19). Gedurende die sewentiger- en tagtigerjare het die kleinsakesektor ongeveer 'n 65%-bydrae in die groei van werksgeleenthede in Amerika gelewer. Die persentasie bydrae tot werksgeleenthede deur die kleinsakesektor in Suid-Afrika is tans ongeveer 16% in die vervaardigingsbedryf en 30% in die konstruksiebedryf (Alberts, 1996:19). Bogenoemde gegewens toon en bevestig die belangrikheid van die kleinsakesektor, asook die ruimte wat daar vir groei in die bedryf bestaan.

Die Witskrif beklemtoon die belangrike rol wat die kleinsakesektor speel in die ekonomie van Suid-Afrika deurdat die sektor entrepreneurskap stimuleer, mededinging aanmoedig en die land se internasionale blootstelling verhoog. Gedurende die afgelope tien jaar was daar reeds baie groei in die kleinsakesektor te bespeur. Die mees sigbare groei het in die informele sektor plaasgevind, veral in die verskaffing van dienste, distribusie en in die vervaardigingssektor. Onlangse statistiek soos deur die Sentrale Statistiekdiens verskaf, toon dat die bydrae wat die informele sektor tot werksgeleenthede lewer 10.7% is en die bydrae tot die Bruto Binnelandse Produk is 6.7% (Thomas, 1995:14). Die groei in die akkommodasiebedryf in terme van gastehuse, die taxibedryf, shebeens en spazawinkels is almal voorbeelde van groei in die informele sektor.

Die inisiatiewe soos uiteengesit in die Witskrif is dus nie om die proses van groei aan die gang te sit nie, maar om die groeiproses te versnel en toeganklikheid te bevorder. Baie dele van die kleinsakesektor het in die afgelope 10-15 jaar gegroei, maar in ander gevalle soos ondernemings in plattelandse gebiede, ondernemings besit of bestuur deur swartmense, vroue of gestremdes, is daar nog groot tekortkominge sigbaar (Thomas, 1995:15). Die twee kerndimensies wat aandag verdien, is die volgende:

- ◆ om groei in die kleinsakesektor verder te stimuleer en te fasiliteer, en
- ◆ om die behoeftes van die agtergeblewe groepe doelmatig aan te spreek.

In afdeling drie van die Witskrif word die doelstellings en die onderliggende beginsels ten einde bogenoemde tweeledige benadering te laat slaag, uiteengesit. Die vernaamste beginsels en doelstellings is die volgende:

- ◆ Deursigtigheid is noodsaaklik ten einde die langtermyn doelwitte te bereik, naamlik werkskepping, verdeling van inkomste en die stimulering van ekonomiese groei. Dit moet die speelveld tussen groot- en kleinsakeondernemings gelykmaak en swartmense bemagtig.
- ◆ Die basiese beginsels soos toegepas in ander ontwikkelende lande behoort toegepas te word. Dit sluit die volgende aspekte in:
 - ◇ die skep van 'n toeganklike omgewing;
 - ◇ samewerking tussen die kleinsakesektor en ander sektore moet bevorder word;
 - ◇ die afhanklikheid van die kleinsakesektor van die publieke sektor moet verminder;
 - ◇ 'n ondersteuningsraamwerk daar te stel ten einde groter samewerking tussen die private en die publieke sektor aan te moedig.
- ◆ Die Witskrif onderskryf die behoefte wat daar vir ondersteuningsaksies in die verskillende gebiede bestaan. In afdeling vier word twaalf ondersteuningsgebiede uitgesonder, waarvan een direk aansluiting by hierdie studie vind, naamlik om die toeganklikheid tot finansiering vir die kleinsakeman te verhoog.

Ten einde al die doelstellings te bereik en die nodige ondersteuning aan die kleinsakesektor te bied, is die “Wet vir kleinsake” (“National small business enabling act, 1996”) opgestel. Een van die doelstellings van die wet is om voorsiening vir statutêre instansies ter ondersteuning van die kleinsakesektor te maak.

Verskeie statutêre liggame is deur middel van die Wet opgerig, naamlik: National Small Business Council (NSBC), Ntsika Enterprise Promotion Agency (Nepa), The Provincial Small Business Council (PSBC), Khula Enterprise Finance (Khula) sowel as die Centre for Small Business Promotion (CSBP). Elke liggaam het sy eie funksies en verantwoordelikhede wat kortliks uiteengesit word.

Die NSBC is 'n statutêre liggaam wat die lede van kleinsakeondernemings verteenwoordig. Dit dien as 'n spreekbuis tussen kleinsakeondernemings en die regering. Die NSBC tree ook as 'n verteenwoordiger namens die kleinsakesektor op ten einde hul behoeftes en verwagtinge aan die regering en ander belanghebbendes in die ekonomie deur te gee, volgens die verduidelikende memorandum in die *Government Gazette* no. 16876 van die 15de Desember 1995 op p. 33.

Die PSBC is op provinsiale regeringsvlak gerig. Die volgende instellings is deel van die PSBC: provinsiale en plaaslike kleinsakeondernemings, kleinsakeforums en ondersteunende organisasies in elke provinsie.

Nepa is 'n bemiddelingsliggaam vir nie-finansiële entrepreneuriese dienste. Die agentskap se hoof funksie is om as 'n koördineerder tussen die Departement van Handel en Nywerheid, die provinsies en die privaat sektor op te tree. Nepa se doelwitte kan soos volg uiteengesit word:

- ◆ Om die bekendstelling en koördinerings van nasionale navorsingsprogramme, analise en ondersteuning in terme van kleinsake-aangeleenthede en die daarstelling van 'n kleinsake-databasis wat beleidformulering in terme van kleinsake te ondersteun.
- ◆ Om die beleid en programme wat op nasionale vlak ten gunste van die kleinsakesektor geformuleer is, te koördineer en te implementeer.
- ◆ Om die doelmatigheid van beleid en programme wat op die kleinsakesektor betrekking het te monitor en te evalueer.
- ◆ Om aanbevelings rakende alle wette en maatreëls te maak wat die ontwikkeling van kleinsake aan bande kan lê of kan vertraag.
- ◆ Om 'n bemiddelingsliggaam te wees ten einde fondse na die kleinsakesektor te kanaliseer.

Gedurende 'n Nasionale werkswinkel in Julie 1995 (SMME Newsletter no. 4 p. 2 and no. 5 p. 3) is 'n strategie bespreek om finansiering meer toeganklik vir die kleinsakeonderneming te maak. Die voorstel was dat daar 'n finansieringsfasiliteit geskep moet word wat deur middel van die finansiële instellings, grootskaalse finansiering vir die kleinsakeonderneming daargestel kan word. Na deeglike oorweging is die Khula Enterprise Finance Ltd. en die Khula Credit Guarantee Ltd. gestig. Die funksies van Khula is om finansieringsgeleenthede, kredietwaarborgfasiliteite en die toeganklikheid tot finansiering vir die kleinsakeonderneming te bevorder (*Government Gazette* no 16876, p.28, 15 Des.). Met die stigting van Khula Enterprise Finance Ltd. en Khula Credit Guarantee Ltd., bevestig die regering hul erns om kleinsakeontwikkeling in Suid-Afrika te stimuleer en een van die vernaamste beperkinge wat tans ervaar word, naamlik finansiering, aan te spreek.

2.3 PROBLEME VAN KLEINSAKEONDERNEMINGS MET SPESIFIEKE VERWYSING NA FINANSIERINGSPROBLEME

Ondernemings in die kleinsakesektor is meer geneig tot mislukking soos reeds deur verskeie studies in die sektor bewys is. Oorlewing is een van die grootste uitdagings van 'n kleinsakeonderneming en daarom is daar in hierdie studie gepoog om een van die probleme, naamlik die finansieringsprobleem, aan te spreek. Voordat finansiering bespreek word, gaan daar eers gelet word op die verskille wat daar tussen groot en klein ondernemings met betrekking tot sekere finansiële data bestaan.

2.3.1 Vernaamste verskille tussen groot- en kleinsakeondernemings met betrekking tot finansiële verhoudingsgetalle

Walker en Petty het 'n groot onderneming se finansiële verhoudingsgetalle met die van 'n klein onderneming vergelyk (1978:61-68). Die grootste verskil is waarneembaar in die dividendbeleid van die verskillende grootte ondernemings. Dividende uitgedruk as 'n persentasie van verdienste is gemiddeld 3% vir klein ondernemings, terwyl dit gemiddeld 40% vir groot ondernemings is. Bogenoemde statistiek is te wagte omrede die meeste klein ondernemings nie in die vorm van 'n maatskappy sake doen en dus nie dividende uitbetaal nie. Hierdie lae dividenduitbetalingsverhouding blyk tiperend van kleinsakeondernemings te wees, selfs in die geval waar 'n klein maatskappy die privaat sektor betree. Potensiële

beleggers in klein maatskappye vertrou dus op die kapitale groei van hul belegging en nie op dividenduitbetalings oor die kort termyn nie.

Die tweede grootste verskil tussen die twee groepe is in hul likiditeit waarneembaar. Groot ondernemings is baie meer likied as kleiner ondernemings soos gereflekteer in hul bedryfskapitaalverhoudings. In die eerste plek maak klein ondernemings meer gebruik van korttermynfinansiering, dit wil sê hul bedryfslaste as persentasie van totale skuld is meer as die van groot ondernemings. In die tweede plek is klein ondernemings se debiteureomsetsnelheid en hul voorraadomsetsnelheid hoër as die van groot ondernemings, met die gevolg dat die bedryfsbates relatief minder is in verhouding met die bedryfslaste. Bogenoemde likiditeitsverhoudings bevestig die algemene probleem van kleinsakeondernemings, naamlik die tekort aan bedryfskapitaal en kontantvloeiprobleme.

Die verskil in likiditeit tussen groot en klein ondernemings kan aan ten minste twee faktore toegeskryf word. In die eerste plek het die klein onderneming 'n beperkte toegang tot die kapitaalmarkte wat dus meer ekonomiese gebruik van bedryfskapitaal noodsaak. In die tweede plek het die eienskappe en die besluitnemingsvermoë van die entrepreneur ook 'n uitwerking op die bedryfskapitaal in die onderneming. Indien die entrepreneur bereid is om groter risiko te dra, behoort dit in die onderneming se bedryfskapitaal gereflekteer te word (Walker & Petty, 1986:11).

By groot en klein ondernemings is daar ook 'n verskil tussen sakerisiko en finansiële risiko. Die sakerisiko, soos gemeet aan die wisselvalligheid van inkomste voor rente en belasting, is groter in die geval van klein ondernemings. Die kleinsakeonderneming maak ook meer gebruik van skuldfinansiering, veral korttermynskuld, as die groter onderneming met 'n gepaardgaande verhoging in finansiële risiko vir die kleinsakeonderneming (Walker & Petty, 1986:11). Die feit dat kleinsakeondernemings meer blootgestel is aan risiko as groter ondernemings het die gevolg dat swak besluitneming normaalweg 'n groter uitwerking op 'n kleinsakeonderneming het.

In tabel 2.1 word 'n uiteensetting van die verskille in die verhoudingsgetalle tussen klein en groot ondernemings gegee. Vir hierdie studie is veral die inligting ten opsigte van die finansieringsgedeelte van belang. In 'n klein onderneming is skuld as 'n persentasie van

totale bates 49%, terwyl dieselfde verhouding by 'n groot onderneming 38.05%, is. Die persentasie bedryfslaste van totale skuld is 83.70% by klein ondernemings en 62.99% by groot ondernemings. Dit gee 'n duidelike beeld ten opsigte van die verskillende finansieringstrukture tussen klein en groot ondernemings, asook die tendens van klein ondernemings om meer van korttermynskuld gebruik te maak.

Tabel 2.1

Finansiële verhoudingsgetalle vir klein en groot ondernemings

AANWYSERS	GEMIDDELDE WAARDES	
	KLEIN ONDERNEMINGS	GROOT ONDERNEMINGS
Likiditeit		
Bedryfskapitaalverhouding	2.00x	2.77x
Debiteureomsetsnelheid	7.04x	6.40x
Vorraadomsetsnelheid	8.47x	5.31x
Bedryfslaste/totale skuld	83.70%	62.99%
Winsgewindheid		
Netto winsmarge	10.91%	9.20%
Omsetsnelheid van vaste bates	9.40x	3.50x
Finansiering		
Skuld/totale bates	49.00%	38.05%
Bedryfslaste/totale skuld	83.70%	62.99%
Dekking vir vaste verpligtinge	33.16x	22.47x
Sakerisiko		
Wisselvalligheid van netto inkomste	21.94%	7.71%
Dividendbeleid		
Dividende/verdiens	2.91%	40.52%

Walker & Petty II, 1978:61-68

Die tradisionele teorieë wat geld in die geval van groot ondernemings wat baie eie kapitaal het, kan dus nie net so op 'n kleinsakeonderneming toegepas word nie. Vervolgens gaan eers algemene inligting ten opsigte van finansiering gegee word, voordat daar op die finansiering van kleinsakeondernemings en daarna op die finansiering van franchise-ondernemings gekonsentreer word.

2.4 WAT IS FINANSIERING?

Ten einde 'n onderneming suksesvol te bestuur, is daar drie besluite wat telkens geneem behoort te word. Die drie besluite, naamlik die beleggings-, die finansierings- en die dividendbesluit is interverwant en 'n besluit behoort geneem te word met die oorhoofse doelwit van die onderneming in gedagte, naamlik die skepping van welvaart in die onderneming (Van Horne, 1995:5).

Om welvaart in 'n onderneming te skep, is die beleggingsbesluit een van die belangrikste besluite. Kapitale investering is die allokering van kapitaal in die onderneming na sekere beleggings waarvan die voordeel in die toekoms sal realiseer. Omrede hierdie verwagte voordeel onseker is, het beleggingsbesluite altyd 'n element van risiko. Beleggingsbesluite word dus altyd geëvalueer in terme van hul verwagte opbrengs en risiko omdat dit 'n uitwerking op die waarde van die onderneming in die mark het. Die beleggingsbesluit fokus dus op die batekant (linkerkant) van 'n onderneming se balansstaat en gee 'n aanduiding van die onderneming se geïnvesteerde bates.

Die tweede besluit in 'n onderneming, naamlik die finansieringsbesluit het ten doel om die optimale finansieringsmengsel of kapitaalstruktuur vir die onderneming daar te stel. Hierdie besluit sluit aan by een van die doelwitte van hierdie studie, naamlik om finansiering vir die franchisee te ondersoek. Die finansieringsbesluit fokus op die belangekant of regterkant van die onderneming se balansstaat. Indien 'n onderneming sy finansieringsbesluite so kan neem sodat 'n optimale finansieringsmengsel daar gestel word, behoort die onderneming se waarde te styg, asook die markprys van sy aandele. Die regterkant van die balansstaat gee 'n aanduiding van die aard van die finansiering wat gebruik is om die bates aan die

linkerkant te finansier. As daar gelet word op die rekeningkundige vergelyking

$$\text{BATES} = \text{EIENAARSBELANG} + \text{LASTE}$$

dui die regterkant op die samestelling van die finansiering van die onderneming. Die verhouding tussen eie finansiering (eienaarsbelang) en vreemde finansiering (laste) is die finansieringstruktuur van 'n onderneming. Die finansieringstruktuur van 'n onderneming en die teorieë wat dit ondersteun, sal in meer besonderhede in die volgende gedeelte bespreek word.

Die derde belangrike besluit in 'n onderneming, naamlik die dividendbesluit, sluit die volgende tipe besluite in: die persentasie verdienste per aandeel, die bedrag wat in kontant uitbetaal word aan aandeelhouders as dividende sowel as die stabiliteit van dividenduitbetalings. Die voordeel verkry uit die uitbetaling van dividende aan beleggers moet opgeweeg word teen die geleentheidskoste van die verlore inkomste indien die geld in die onderneming herinvesteer sou word. Deurdat fondse nie uitbetaal word as eienaarsvergoeding of as dividende nie, maar in die onderneming geïnvesteer word, is ook 'n belangrike finansieringsbron vir 'n onderneming. Bogenoemde bevestig die interverwantskap wat daar tussen die dividendbesluit en die finansieringsbesluit bestaan.

Voordat verder gegaan word om die bronne van finansiering te bespreek, word daar eers gekyk na die verskillende kapitaalbehoefte wat daar in 'n onderneming bestaan.

2.4.1 Die onderskeie kapitaalbehoefte

Finansiële bestuurders identifiseer die volgende drie kapitaalbehoefte in 'n onderneming, naamlik vaste kapitaalbehoefte, 'n bedryfskapitaalbehoefte en 'n behoefte aan groeikapitaal. Vervolgens word elkeen kortliks bespreek:

◆ *Vaste kapitaalbehoefte*

Vaste of permanente kapitaal word benodig om 'n onderneming se vaste bates aan te koop. Hierdie vaste bates word in die onderneming aangewend om goedere of dienste te produseer en word dus nie verkoop nie. Vaste kapitaal word aangewend om

byvoorbeeld grond, geboue, rekenaars en ander toerusting wat in die onderneming gebruik gaan word, te finansier. Normaalweg word relatief groot bedrae geld benodig vir die investering in vaste bates en is die terugbetalingstermyn ook lank. Die verskaffers van vaste kapitaal verwag dat die investering in die vaste bates die effektiwiteit sowel as die winsgewindheid van die onderneming sal verhoog, en dat die onderneming in staat sal wees om sy verpligtinge volgens die ooreengekome termyn terug te betaal.

◆ *Bedryfskapitaalbehoefte*

Bedryfskapitaal is die kapitaal wat deur die onderneming benodig word om sy normale korttermynbedrywighede in stand te hou. Rekeningkundig gedefinieer is netto bedryfskapitaal die verskil tussen die bedryfsbates en die bedryfslaste in 'n onderneming. Die behoefte aan bedryfskapitaal is fluktuierend van aard en ontstaan as gevolg van 'n oneweredige kontant in- en uitvloeï in die onderneming. Bedryfskapitaal word gebruik om voorraad aan te koop, rekeninge te betaal, kredietverkope te finansier, salarisse te betaal en 'n verskeidenheid ander bedryfsuitgawes wat daar in 'n onderneming is, te betaal. Die verskaffers van bedryfskapitaal verwag dat die kontantvloeï in die onderneming van so 'n aard sal wees dat die terugbetaling van die kapitaal en die rente verseker sal wees.

◆ *Groeikapitaal*

Groeikapitaal is nie soos bedryfskapitaal aan seisoenale fluktuasies en die bedryfsiklus van die onderneming onderworpe nie. Groeikapitaal word benodig wanneer 'n bestaande onderneming sy kapasiteit wil uitbrei. Net soos die verskaffers van vaste kapitaal verwag die verskaffers van groeikapitaal dat hul fondse so aangewend sal word dat die kontantvloeï en die winsgewindheid van die onderneming sodanig sal wees, dat hul terugbetaling verseker is.

Dit is noodsaaklik dat die entrepreneur bogenoemde drie kapitaalbehoefte van mekaar sal onderskei in die beplanning van sy finansieringsbehoefte. Alhoewel die drie interafhanklik is, het elkeen sy eie eienskappe, eie bronne van finansiering, termyne en rentekoerse en het dit in totaliteit 'n uitwerking op die onderneming. Sodra die entrepreneur dus die tipe

kapitaalbehoefte geïdentifiseer het, kan daar dan voortgegaan word om die korrekte bron van finansiering te vind.

2.5 BRONNE VAN FINANSIERING

Vir 'n kleinsakeonderneming is dit 'n probleem om finansiering te bekom as gevolg van die risiko wat dit vir die potensiële investeerder inhou. Finansiering is wel beskikbaar maar om die regte bron van finansiering vir 'n spesifieke behoefte te vind, vra sekere vaardighede waaroor die entrepreneur behoort te beskik. In die beginfase van 'n onderneming kan die soeke na genoegsame finansiering, ongeveer die helfte van die entrepreneur se tyd in beslag neem. In baie gevalle beskik die voornemende ondernemer oor genoegsame kreatiwiteit en vaardighede om 'n onderneming te begin, maar het nie die nodige kennis en die vermoë om sy idees aan potensiële beleggers te verkoop nie. Sonder voldoende finansiering kan die klein onderneming nie van die grond af kom nie en is onderkapitalisering een van die grootste bydraende faktore tot die mislukking van kleinsakeondernemings (Scarborough & Zimmerer, 1993:498).

In die Verenigde Koninkryk is daar al verskeie staatsondersteunde navorsing onderneem ten einde die finansieringsprobleme van kleinsakeondernemings te ondersoek. Daar is die MacMillian Committee (1931), Radcliffe Committee (1959), The Bolton Committee (1971) en die Wilson Committee in 1980. Elke ondersoek het in 'n meerdere of mindere mate bevind dat kleinsakeondernemings 'n groter probleem het om finansiering te bekom as groter ondernemings. Die bevindings was dat die finansiering ook duurder vir die kleiner onderneming is (McLaney, 1991:330).

Die kleinsakeonderneming is dus hoofsaaklik op self genererende fondse aangewese. Om winste terug te hou vir herinvestering is egter net vir die reeds bestaande winsgewende onderneming moontlik.

Die fondse wat die entrepreneur benodig om sy onderneming te begin, staan bekend as waagkapitaal of "venture" kapitaal of risikokapitaal. Daar kan in werklikheid gepraat word van risikokapitaal omrede die moontlikheid bestaan dat die investeerders alles kan verloor óf 'n aansienlike opbrengs kan verdien. Waar hierdie saadgeld gevind kan word, hang af van

die aard van die onderneming sowel as die hoeveelheid kapitaal wat nodig word. Dit is belangrik om die aard van die kapitaalbehoefte te verstaan alvorens die korrekte kapitaalbron geïdentifiseer kan word. Volgens Scarborough en Zimmerer (1993:498) het daar in Amerika 'n groot klemverskuiwing plaasgevind in terme van die finansieringsbronne wat deur kleinsakeondernemings gebruik word. Prominente bronne van die tagtigerjare soos staatsinstellings en ander plaaslike regeringsinstansies is in die negentigerjare vervang deur finansiering deur groot maatskappye en internasionale vennote.

Die finansieringsbron waarvan 'n onderneming gebruik kan maak, hang ook af van die fase van die onderneming se lewensiklus. Die lewensiklus van 'n onderneming bestaan uit die begin-, die bedryfs-, die groei- en die volwasse fase. Elke fase het sy unieke behoeftes, asook sy eiesoortige finansieringsbronne.

Daar is twee hooffinansieringsbronne, naamlik eie kapitaal en vreemde kapitaal. In die volgende gedeeltes word daar aandag aan die twee hooffinansieringsbronne gegee.

2.5.1 Eie kapitaalbronne

Eie kapitaal verteenwoordig die persoonlike investering van die eienaar in die onderneming. Soms word na eie kapitaal ook verwys as risikokapitaal aangesien die eienaar die grootste risiko in die onderneming dra. Die teenoorgestelde is ook waar, naamlik dat hulle die geleentheid het om die grootste opbrengs op hul belegging te verdien, indien die onderneming suksesvol is. Vervolgens word 'n paar eie kapitaalbronne bespreek.

2.5.1.1 Persoonlike spaargeld

Die entrepreneur sal in die eerste plek na sy eie spaargeld kyk en dit in die onderneming investeer. Hoe meer daar van fondse buiten die van die eienaar gebruik gemaak word, hoe meer persone kry 'n belang in die onderneming, en hoe meer word die beheer versprei. Indien slegs een persoon 'n kapitaalbydrae in die onderneming maak óf in sy óf haar naam geld leen, kom 'n eenmansaak tot stand. Hierdie ondernemingsvorm bied aan die eienaar volle beheer, maar dit is moeilik om kapitaal in die hande te kry. Volgens (Dewhurst & Burns, 1993:222) geld die algemene reël dat die eienaar ten minste 50% van die

beginkapitaal behoort te finansier. Indien die eienaar nie 'n aanduiding gee dat hy of sy bereid is om hul geld te waag nie, sal dit ander potensiële beleggers afskrik. Dit is belangrik dat die entrepreneur nie ontmoedig moet word indien hy of sy nie oor voldoende kapitaal beskik nie.

2.5.1.2 *Vriende en familie*

Nadat die entrepreneur sy eie fondse geïnvesteer het maar nog fondse nodig, is vriende en familie 'n nuttige bron. Uit die aard van hul verwantskap met die entrepreneur is hulle bereid om in die onderneming te belê. Tog is daar inherente gevare verbonde aan die investering van vriende en familie. Soms word onrealistiese verwagtinge geskep of misverstande kan ontstaan, daarom is dit nodig om voorsorg te tref, deur die volgende te doen:

- ◆ deeglike oorweging moet geskenk word aan wat die effek van investering op al die betrokkenes kan hê;
- ◆ al is dit vriende en/of familie, is dit noodsaaklik dat alle reëlins streng op 'n sakegrondslag sal plaasvind en op skrif gestel behoort te word, en
- ◆ voordat enige geldelike oordrag gemaak kan word behoort alle detail in terme van rentes en terugbetalingstermyne gefinaliseer te wees.

2.5.1.3 *Voorsieners van waagkapitaal / “venture capitalists”*

Dit is individuele persone wat oor addisionele kapitaal beskik wat hulle graag in 'n onderneming wil belê. Die potensiële belegger is normaalweg 'n professionele persoon met 'n hoë inkomste wat opsoek is na 'n beleggingsgeleentheid wat 'n bogemiddelde opbrengs op sy belegging kan lewer. Hierdie tipe belegger is skaars en is ook baie kieskeurig oor die tipe onderneming en die fase waarin die onderneming op daardie stadium is (Kao, 1992:222). Ten einde 'n nuwe onderneming se saadgeld te finansier, is hulle 'n uitstekende bron van finansiering, aangesien hulle belangstel in die toename in die waarde van hul belegging, en nie net in rente- en dividenduitbetalings tydens die korttermyn nie.

Hierdie belegger neem in baie gevalle 'n meer subjektiewe besluit as byvoorbeeld die handelsbanke. Voorsieners van waagkapitaal soek investeringsgeleenthede wat nie te klein en ook nie te groot is nie. Beleggings wat tussen \$200 000 en \$2 miljoen is, val gewoonlik binne hulle grense. Hulle is bereid om 'n groot risiko te neem in ruil vir 'n aansienlike toename in die waarde van hul belegging (Kao, 1992:224).

2.5.1.4 Vennootskappe

Indien die entrepreneur nie oor voldoende eie fondse beskik nie, is dit 'n alternatief om oorweging daaraan te skenk om vennote in die onderneming te betrek. Sodoende word die kapitaalbronne vermeerder. Voordat vennote ingeneem word, moet die entrepreneur die gevolge besef, naamlik dat daar 'n gedeelte van sy wins en beheer aan die vennote afgestaan moet word.

2.5.1.5 Stigting van 'n eie maatskappy

'n Onderneming kan besluit om 'n maatskappy te stig ten einde sy aandele aan die publiek te verkoop as finansieringsbron. Dit is 'n moeilike taak vir 'n klein onderneming omrede daar baie vereistes is waaraan voldoen behoort te word voordat daar tot so 'n stap oorgegaan kan word.

Sommige groot maatskappye investeer in nuwe kleinsakeondernemings, veral as hulself 'n belang in die onderneming het. Klein ondernemings wat 'n produk of 'n diens aan die groot maatskappy kan lewer tot voordeel van die groot maatskappy is gewilde investerings.

Nadat hierbo kortliks verwys is na die eie finansieringsbronne wat daar vir die entrepreneur beskikbaar is, word die eksterne finansieringsbronne in die volgende gedeelte bespreek.

2.5.2 Skuldfinansiering

Skuldfinansiering is daardie fondse wat die ondernemer by 'n persoon of instansie buite die onderneming vir 'n vaste termyn teen 'n vasgestelde rentekoers gaan leen het. Baie min entrepreneurs beskik oor voldoende kapitaal om hul onderneming self te finansier en is op skuldfinansiering aangewese. Skuldfinansiering laat nie die eienaarskap en die bestuur van

die onderneming uit die hande van die entrepreneur gaan nie, maar is wel 'n las vir die onderneming soos dit in sy balansstaat aangetoon word. Kleinsakeondernemings word as 'n groter risiko beskou en daarom is die rentekoerse wat hulle moet betaal normaalweg hoër as die van 'n groot maatskappy (Scarborough & Zimmerer, 1993:538; Dewhurst & Burns, 1993:213).

Wanpraktyke en onetiese gedrag in die bankwese, het banke gedryf om hul beleid rakende kredietverskaffing en keuringsvereistes ten koste van die lener van geld, te verskerp. Die klein en medium grootte onderneming word die swaarste getref deur bogenoemde verskerpte keuringsmeganismes om krediet te bekom. Een van die belangrikste bronne van skuldfinansiering is die handelsbanke. Daar is baie metodes van finansiering asook verskillende termyne van finansiering wat deur middel van die handelsbanke beskikbaar is.

2.5.3 Handelsbanke

Handelsbanke is die hart van die finansiële markte en is die grootste verskaffers van skuldfinansiering aan die kleinsakeonderneming. Entrepreneurs sien banke as hul primêre finansieringsbron benewens hul eie fondse. In Amerika is deur navorsing bewys dat 85% van die skuldfinansiering aan kleinsakeondernemings vanaf handelsbanke afkomstig is (Scarborough & Zimmerer, 1993:538). Die praktyk het reeds bevestig dat banke meer konserwatief in hul kredietverskaffing aan nuwe ondernemings as aan reeds gevestigde ondernemings is. Die bank wil graag meer sekuriteit hê en 'n onderneming behoort te bewys dat dit wel winsgewend en likied is. Indien die bank geld uitleen aan 'n nuwe onderneming, is daar sekere vereistes waaraan voldoen behoort te word. 'n Volledige sakeplan en ten minste 'n geprojekteerde kontantvloei staat, is die minimumvereistes waaraan voldoen moet word. Die aansoek om finansiering, die sakeplan en al die vereistes word later in meer detail bespreek.

In die geval van kredietverskaffing deur handelsbanke kan daar onderskeid tussen korttermyn- en medium- tot langtermynfinansiering getref word. Daar moet egter daarop gewys word dat daar nie definitiewe afsnypte tussen die verskillende kategorieë is nie. 'n Ooreenkoms om fondse vir 'n kort termyn te leen, mag later in 'n langtermynlening ontwikkel. Een bank of finansiële instelling mag 'n 5-jaarlening klassifiseer as medium

termyn, terwyl 'n ander dit as 'n langtermynlening sal klassifiseer (Walker & Petty II, 1986:326).

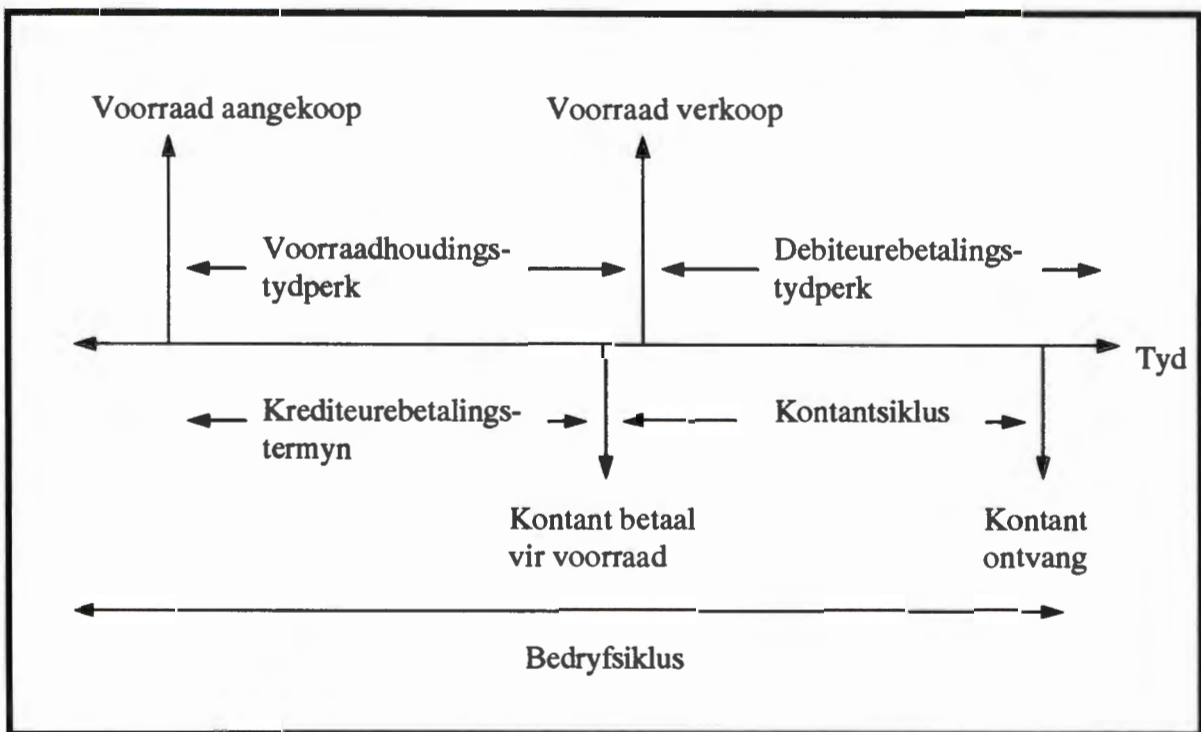
2.5.3.1 Korttermynfinansiering

Korttermynlenings word meer algemeen deur banke aan kleinsakeondernemings toegestaan. Dit is lenings vir periodes korter as een jaar en word oor die algemeen in die onderneming gebruik om bedryfskapitaal te finansier. Dit word dus aangewend om voorraad aan te koop, kredietverkope te finansier of om voordeel te verkry uit kontantkortings, en word terugbetaal sodra die voorraad verkoop is en die geld vanaf die debiteure ingevorder is.

'n Handige instrument ter ondersteuning van die bepaling van die korttermynfinansieringsbehoefes in 'n onderneming, is die tydlyn van die onderneming se kontantvloei. Die tydlyn van 'n onderneming se kontantvloei bestaan uit die onderneming se bedryfsiklus en die onderneming se kontantsiklus. Die tydlyn van 'n vervaardigingsonderneming se kontantvloei word in figuur 2.1 (p. 25) voorgestel.

Figuur 2.1

Die tydlyn van die kontantvloei van 'n vervaardigingsonderneming



Ross, Westerfield & Jordan, 1995:546

'n Onderneming se korttermynfinansieringsbehoefte ontstaan as gevolg van die tydsverloop tussen sy kontantinvloei en sy -uitvloei. Dit hou weer verband met die lengte van die onderneming se bedryfsiklus en die krediteurebetalingstermyn. Die tydsverloop tussen die invloei en uitvloei van kontant en die gevolglike behoefte aan finansiering, is een van die aspekte wat noukeurige bestuur in 'n onderneming verg. Bogenoemde tydsverloop kan verkort word deur byvoorbeeld die voorraadomssetsnelheid te verhoog, die debiteureinvorderings-termyn te verkort en die krediteurebetalingstermyn te verleng (Ross, Westerfield & Jordan, 1995:546).

Die verskillende tipes korttermynlenings, word vervolgens bespreek:

◆ *Tradisionele banklening*

Dit is een van die mees algemene vorme van korttermynlenings en word normaalweg binne drie tot ses maande as 'n geheel aan die bank terugbetaal. Die bank vereis nie 'n kollaterale belegging of sekuriteit nie, maar die aansoeker moet kredietwaardig wees. Soms is die rente vooruitbetaalbaar en word dit reeds by die aanvang van die lening vanaf die totaal afgetrek. 'n Kleinsakeonderneming sal nie vir so 'n lening kwalifiseer indien die onderneming nie bewys van sy finansiële vermoëns kan lewer nie (Kuriloff, Hemphill & Cloud, 1993:361).

◆ *Kredietlyne*

'n Kredietlyn is 'n reëling wat die onderneming met die bank getref het om 'n sekere bedrag te mag leen by die bank gedurende enige tyd van die jaar. Banke beperk normaalweg hierdie kredietlyn tot ongeveer 40% van die onderneming se behoefte aan bedryfskapitaal. Die tydsduur is gewoonlik 'n jaar, waarna die reëlings hernu moet word en 'n kollaterale belegging word vereis. Die rentekoers wat verlang word, is ongeveer 1-2.5% meer as die primakoers. Die rente word op 'n daaglikse basis bereken en is maandeliks betaalbaar (Kao, 1992:229; Ross, Westerfield & Jordan, 1995:561).

◆ *“Floor planning”*

Dit is 'n vorm van krediet wat toegestaan word deur banke waar groot tipes handelsware, soos, motorvoertuie, meubels of toerusting ter sprake is. Die onderneming koop sy voorraad maar die bank het 'n belang in die voorraad in die vorm van sekuriteit. Rente word

aan die bank betaal en die lening word afbetaal sodra die voorraad verkoop is. Hoe langer die onverkoopte voorraad op die vloer bly staan, hoe meer rente word deur die onderneming betaal.

Hierdie vorm van krediet word net toegestaan op goedere wat wel 'n bemarkingswaarde het. Indien die onderneming nie die voorraad verkoop nie, kan die bank dit terugneem en verkoop. Bogenoemde finansieringsvorm maak dit vir die onderneming moontlik om sy behoefte aan bedryfskapitaal te verlaag (Hodgetts & Kuratko, 1989:160).

2.5.3.2 *Medium- tot langtermynlenings*

Medium- tot langtermynlenings duur gewoonlik een jaar en langer en word normaalweg aangewend om vaste bates en groeikapitaal te finansier. Handelsbanke sal hierdie lenings toestaan indien 'n onderneming saadgeld/aanvangskapitaal benodig, wanneer 'n nuwe aanleg gebou word, uitbreidings aangegaan word óf vir die aankoop van grond óf ander vaste bates (Kuriloff, Hemphill & Cloud, 1993:361).

Daar is basies drie kategorieë waarin medium- en langtermynlenings verdeel kan word, naamlik onversekerde termynlenings, afbetalingkredietooreenkomste en afslagkredietkontrakte (discounted installment contracts).

◆ *Onversekerde termynlenings*

'n Onversekerde termynlening word aan 'n onderneming wat homself reeds bewys het en wat 'n bewese rekord van skuldvereffening het, toegestaan. Indien 'n entrepreneur gelukkig genoeg is om 'n termynlening vir die finansiering van sy aanvangskapitaal te bekom, sal die vereiste wees dat die entrepreneur ten minste 50% van die aanvangskapitaal self moet finansier.

In die geval van 'n termynlening is daar gewoonlik sekere vereistes waaraan voldoen moet word. Dit mag byvoorbeeld 'n beperking stel ten opsigte van die bedrag wat die eienaar as 'n salaris onttrek, of watter persentasie van die wins as terugbetaling van die lening aangewend moet word. Die entrepreneur behoort homself te vergewis van alle vereistes wat deur die bank gestel word ten einde so 'n lening te bekom. In sommige gevalle mag dit beter wees om liever van 'n versekerde lening gebruik te maak (Kao, 1992:229).

◆ *Afbetalingkredietooreenkomste (installment loans)*

'n Afbetalingskredietooreenkoms word aan 'n kleinsakeonderneming toegestaan om toerusting, grond of ander vaste bates vir die onderneming aan te koop. Indien toerusting gefinansier word, sal die bank tussen 60-80% van die waarde van die toerusting aan die onderneming leen, met die ooreenkoms dat die toerusting as sekuriteit dien. Die delgingskedule op die toerusting het dan 'n direkte verband met die ekonomiese leeftyd van die toerusting.

Waar geld geleen word vir die finansiering van vaste eiendom, sal die bank 'n verband van tussen 75-80% van die waarde van die eiendom registreer. So 'n verband het normaalweg 'n afbetalingstermyn van tussen 10-30 jaar. Benewens die verbande wat aan die huiseienaar verskaf word, sal die banke ook 'n verband op kommersiële en industriële eiendomme registreer. In 'n normale geval sal die bank 'n verband tot soveel as 80% van die waarde van die eiendom met 'n terugbetalingstermyn van soveel as 30 jaar goedkeur. Banke is soms huiwerig om 'n verband op 'n te gespesialiseerde tipe eiendom toe te staan.

Bruikhuurooreenkomste ressorteer ook onder hierdie kategorie. Baie ondernemings maak gebruik van bruikhuur indien hulle nie oor voldoende fondse beskik om die bate self te koop nie. Die bank of 'n ander instelling koop die bate en leen dit dan aan die onderneming teen 'n ooreengekome bedrag. 'n Bruikhuurooreenkoms het twee voordele, naamlik dat die onderneming die gebruik van die bate kry sonder om 'n groot hoeveelheid kapitaal te uit te lê en dit bied aan die onderneming 'n mate van beskerming teen tegnologiese vooruitgang (Kao, 1992:228; McLaney, 1991:206).

Daar kan onderskei word tussen bedryfsbruikhuur en finansiële bruikhuur. In die geval van 'n bedryfsbruikhuur maak die kontrak voorsiening vir finansieringskoste en vir instandhouding van die bate. Fotokopieermasjiene is 'n voorbeeld van 'n bate wat dikwels deur so 'n kontrak gefinansier word. Die ondernemer moet seker maak dat daar 'n klousule in die kontrak is wat daarvoor voorsiening maak dat die onderneming die kontrak mag kanselleer en die bate mag teruggee voor die vervaldag. Dit stel die onderneming in staat om tred te hou met tegnologiese vooruitgang en verhoed dat die onderneming nie met verouderde toerusting sit nie (Dewhurst & Burns, 1993:204; Kao, 1992:229).

Finansiële bruikhuur verskil van bedryfsbruikhuur in die opsig dat die termyn normaalweg saamval met die leeftyd van die bate. Die bate bly die eiendom van die finansierder maar die huurder het 'n opsie om die bate aan die einde van die termyn te koop (Dewhurst & Burns, 1993:204).

◆ *Faktorering / “discounted installment contracts”*

Banke sal bereid wees om geld aan die klein onderneming te leen indien die onderneming bereid is om van sy afbetalingskontrakte aan die bank as kollaterale belegging aan te bied. Dit werk op dieselfde beginsels as wanneer 'n onderneming sy uitstaande debiteure teen 'n afslag verkoop of as sekuriteit aanbied. Bogenoemde finansieringsvorm word ook faktorering genoem. Die uitstaande debiteure kan aan 'n faktoreringsmaatskappy verkoop word en die debiteure vereffen dan hul skuld direk aan die faktoreringsmaatskappy. Die faktoreringsmaatskappy stel dus dadelik kapitaal beskikbaar en neem ook die risiko vir die invordering van die uitstaande debiteure oor. As gevolg van die hoë risiko verbonde aan hierdie tipe finansiering is die rentekoers normaalweg 6-8 % hoër as die prima rentekoers (Kao, 1992:227; Ross, Westerfield & Jordan, 1995:563).

Indien die kleinsakeondernemer 'n goeie verhouding met sy bank kan opbou, behoort dit in sy guns te tel wanneer daar om krediet aansoek gedoen word. Sommige kriteria wat by so 'n aansoek oorweeg word, is objektief maar subjektiewe aspekte speel ook 'n rol. Goeie kommunikasie met die bank is altyd 'n vereiste.

◆ *Lenings met bates as sekuriteit*

Soms word finansiering aan die kleinsakeonderneming toegestaan indien die onderneming bereid is om sy bates te verpand. In baie gevalle beskik die onderneming nie oor voldoende likiditeit nie maar het die onderneming reeds groot bedrae in bates geïnvesteer. Lenings met bates van die onderneming as waarborg stel die klein onderneming in staat om te oorleef deurdat sy reeds geïnvesteerde bates as sekuriteit dien. Die mees algemene vorme van bate gebaseerde finansiering is debiteure en voorraad (Ross, Westerfield & Jordan, 1995:563).

◇ *Debiteure as sekuriteit*

In die geval word die uitstaande debiteure aan die verskaffer van krediet as sekuriteit aangebied. Die bedrag van die lening wat toegestaan word, is nie gelyk aan die sigwaarde van die debiteure nie. Die bank sal eers 'n deeglike ondersoek na die kwaliteit van die debiteure onderneem. Normaalweg sal ongeveer 55-80% van die debiteure, afhangende van hul kwaliteit, as sekuriteit aanvaar word. Sodra die onderneming dan geld vanaf sy debiteure ontvang, word dit onmiddellik na die bank oorgedra ter vereffening van die lening. Die rentekoers wat gehef word op die tipe finansiering is normaalweg hoër as die koers op normale lenings. Volgens Kao (1992:226) kan 'n onderneming wat 'n goeie verhouding met sy bank het hierdie tipe finansiering vir so om en by 2% hoër as die prima koers bekom. Die feit dat die onderneming sy debiteure aan die bank verpand, stel die onderneming in staat om vinniger sy debiteure in kontant om te skakel; gevolglik 'n invloed van kontant en minder likiditeitsprobleme.

◇ *Vorraad as sekuriteit*

In hierdie geval bied die onderneming sy voorraad as sekuriteit vir sy lening aan. As die onderneming in gebreke bly om sy lening te betaal, het die kredietverskaffer 'n eis teen die onderneming se voorraad. Voorraad is egter nie 'n baie likiede bate nie en daarom is banke geneig om nie meer as 50% van die waarde van die voorraad as sekuriteit te aanvaar nie.

Die meeste bate gebaseerde kredietverskaffers probeer om nie net voorraad as sekuriteit te aanvaar nie, maar kombineer dit eerder met 'n ander bate soos debiteure. Bate gebaseerde finansiering is 'n nuttige finansieringsmeganisme vir die kleinsakeonderneming aangesien die geld net geleen word wanneer dit benodig word en in die korrekte hoeveelheid. Bate gebaseerde finansiering is duurder as die tradisionele lening, as gevolg van die administrasie, die instandhouding en die risiko daaraan verbonde (Ross, Westerfield & Jordan, 1995:563).

Sommige kleinsakeondernemings oorreed hul uitleners om geld aan hulle beskikbaar te stel op grond van hul *ontasbare bates*. Die kredietverskaffer sal in hierdie geval die ontasbare bates, byvoorbeeld handelsmerke, patentregte, belangrike kontrakte en klandisiewaarde se waardes as sekuriteit oorweeg (Scarborough & Zimmerer, 1993:546). Die waarde van 'n ontasbare bate, naamlik die *franchise se waarde*, vind hierby aansluiting en sal in die

volgende hoofstuk bespreek word. Soms word bogenoemde ontasbare bates nie in die onderneming se balansstaat aangetoon nie, maar het dit tog 'n groot waarde vir die onderneming.

Naas handelsbanke as belangrike verskaffers van krediet, is daar ook ander vorme en finansieringsbronne tot die kleinsakeonderneming se beskikking.

2.5.4 Ander vorme en finansieringsbronne

2.5.4.1 Handelskrediet

Handelskrediet is wanneer die verskaffer van sekere voorraad of die groothandelaar bereid is om die kleinsakeonderneming vir 'n periode te finansier. Die voorraad word dan aan die kleinsakeonderneming gelewer vir 'n ooreengekome tydperk, byvoorbeeld vir 30, 60 of 90 dae waarna die skuld dan aan die groothandelaar vereffen word. Dit stel die kleinsakeonderneming in staat om sy voorraad in likiede fondse om te skakel en sodoende sy kontantvloei te verbeter (Ross, Westerfield & Jordan, 1995:563).

2.5.4.2 Toerustingfinansiering

Hierdie finansieringsmetode word dikwels deur ondernemings wat nuut begin en baie nuwe toerusting benodig, gebruik. Dit is geskoei op die beginsels van handelskrediet met hier en daar 'n paar ander vereistes. Die finansierders van toerusting bied redelike krediettariewe aan en finansier die toerusting oor die tydperk van hul ekonomiese lewe. Soms word die toerusting aan die einde van die tydperk teen die reswaarde deur die verskaffer teruggekoop, wat dan weer nuwe toerusting en 'n nuwe leningsooreenkoms aan die kleinsakeonderneming aanbied (Scarborough & Zimmerer, 1993:543).

2.5.4.3 Kommersiële finansieringsinstellings

In baie gevalle is die kleinsakeonderneming se aansoek om krediet by 'n tradisionele handelsbank onsuksesvol. Die onderneming is dan op ander finansieringsbronne aangewese. Kommersiële finansieringsinstansies is soms meer geneig om lenings wat andersins nie aan die vereistes voldoen het nie, goed te keur. Waar die handelsbanke streng vereistes ten

opsigte van die onderneming se finansiële resultate stel, is die kommersiële finansierder se fokus meer daarop gerig om 'n kollaterale belang in die onderneming te verkry. Dit beteken nië dat hulle nie 'n noukeurige ondersoek na die aansoeker se finansiële posisie doen nie. Omdat kommersiële finansieringsinstansies geneig is om meer risiko te dra, is hul rentekoerse in baie gevalle hoër as die van handelsbanke (Hodgetts & Kuratko, 1989:161).

2.5.4.4 *Versekeringsmaatskappye*

Vir baie kleinsakeondernemings is hul versekeringsmaatskappy 'n uitstekende finansieringsbron. Lenings word op polisse toegestaan waarin reeds voldoende premie-betalings gemaak is. Sodra daar voldoende inbetalings in die polis gemaak is, mag tot soveel as 95% van die waarde van die polis geleen word. Die dekking wat die polis bied, word verminder met die lening wat daar teen die polis is. Lenings teen polisse is een van die mees gewaarborgde vorms van kollaterale beleggings omrede die premies reeds deur die versekerde betaal is. Die versekeringsmaatskappy leen in werklikheid die versekerde se eie geld aan die onderneming. As gevolg van die lae risiko word bogenoemde lenings teen baie gunstige rentekoerse verkry. Alleen versekeringspolisse waarin kontant geakkumuleer het, met ander woorde, waar 'n spaarplan en dekking saamgevoeg is, is geskik vir 'n lening. Dit sluit normaalweg lewensversekeringspolisse in, maar nie termynversekering nie (Dewhurst & Burns, 1993:199).

Na 'n algemene bespreking van die finansieringsbronne wat daar tot die beskikking van die kleinsakeonderneming is, gaan daar in die volgende gedeelte aandag aan 'n kleinsakeonderneming en sy finansieringsmengsel bestee word.

2.6 DIE GEBRUIK VAN KORTTERMYNFINANSIERING DEUR DIE KLEINSAKEONDERNEMING

As gevolg van die feit dat kleinsakeondernemings 'n meer beperkte toegang tot die finansiële markte het, is hulle meer op die korttermynfinansieringsbronne aangewese. Veral handelskrediet en lenings vanaf handelsbanke is hul mees algemene bronne van korttermynfinansiering. Volgens Walker en Petty II (1986:327) bestaan ongeveer 35% van die kleinsakeonderneming se totale finansiering (eie en vreemde kapitaal) uit

korttermynlaste, terwyl die persentasie slegs 25% in die geval van groter ondernemings is. Die redes waarom kleinsakeonderneming so min langtermynlenings in verhouding met die groot ondernemings het, is omrede die handelsbanke deur die jare steeds konserwatief ten opsigte van kredietverskaffing aan die kleinsakeonderneming is. Hul standpunt is dat die kontinuïteit van die kleiner onderneming of eenmansaak baie meer riskant as die van die groter onderneming is (Walker & Petty, 1986:329).

2.6.1 Die keuse tussen korttermyn- en langtermynskuld

Indien 'n onderneming sy finansieringsbeleid formuleer, is daar twee basiese aspekte wat aandag behoort te geniet. Ten eerste is daar die besluit in terme van die onderneming se finansieringsmengsel, met ander woorde, die keuse tussen die hoeveelheid eie en vreemde kapitaal wat in die onderneming aangewend gaan word. Die gebruik van skuld (vreemde kapitaal) as deel van 'n onderneming se kapitaalstruktuur, staan bekend as die finansiële hefboom. Die finansiële hefboom word later in hierdie hoofstuk in meer besonderhede bespreek. Die tweede aspek in terme van finansiering waaraan die onderneming aandag behoort te skenk, hou verband met die tydstip wanneer die fondse benodig word. Bogenoemde gee dus aanleiding tot die verhouding tussen kort- en langtermynfinansiering.

Soos reeds bevestig, gebruik die kleiner onderneming relatief meer korttermynskuld as die groter onderneming. Die onderneming se beleid rakende sy korttermynfinansiering speel ook 'n rol om die hoeveelheid korttermynfinansiering wat benodig word, te bepaal.

2.6.1.1 Die korttermynfinansieringsbeleid van 'n onderneming

Indien 'n onderneming 'n konserwatiewe korttermynfinansieringsbeleid volg, gee dit aanleiding tot 'n lae verhouding tussen bedryfslaste en verkope. 'n Aggressiewe of meer aanpasbare korttermynfinansieringsbeleid se resultaat is 'n hoër verhouding tussen bedryfsbates en verkope.

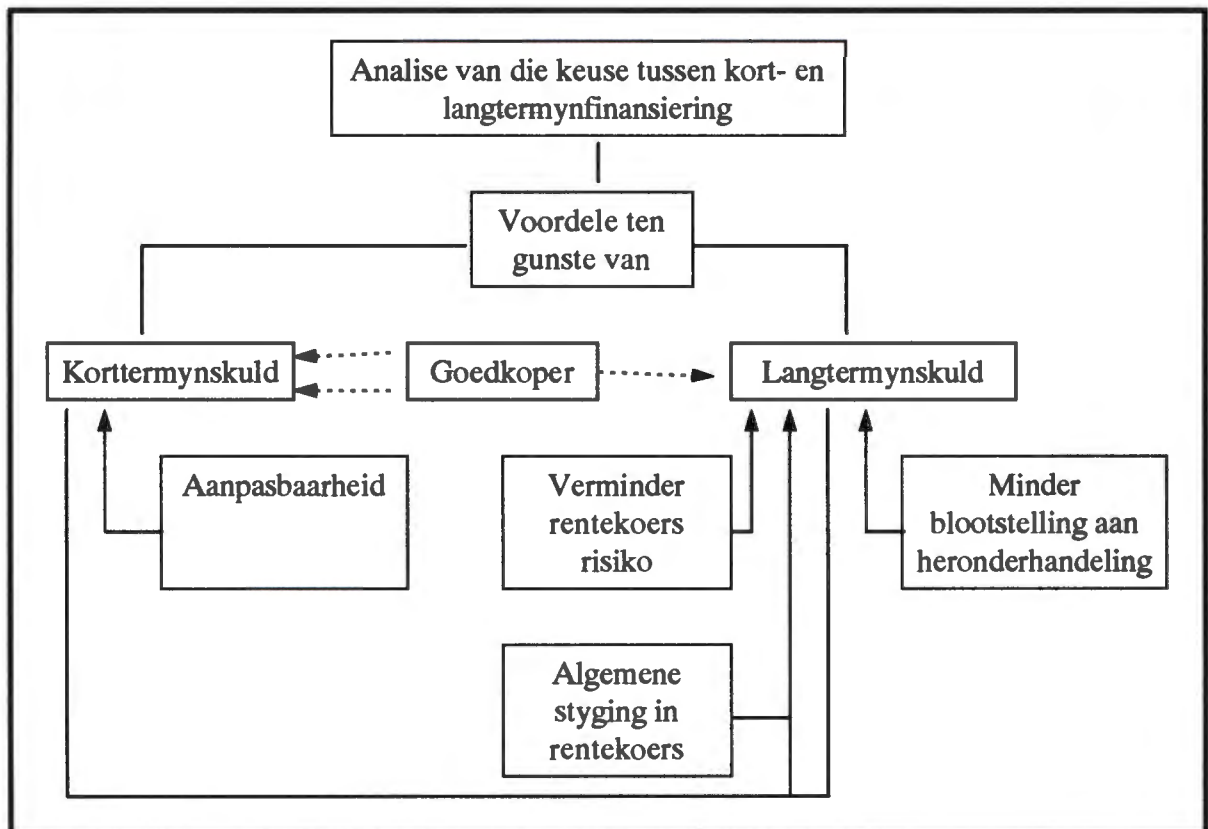
In terme van finansiering beteken dit dat 'n konserwatiewe beleid daartoe aanleiding gee dat meer korttermyn- as langtermynfinansiering gebruik word. 'n Aanpasbare korttermynfinansieringsbeleid het tot gevolg 'n groter investering in netto bedryfskapitaal en

dus minder korttermynskuld in verhouding tot langtermynskuld (Westerfield, Ross & Jordan, 1995:550-551). Die netto effek van 'n meer aanpasbare korttermynfinansieringsbeleid is 'n hoër vlak van netto bedryfskapitaal, met gepaardgaande verhoogde likiditeit in die onderneming.

Afhangende van ekonomiese toestande is korttermynskuld normaalweg goedkoper as langtermynskuld. 'n Onderneming behoort dus sy finansieringsbeleid asook die tydperk waarvoor die finansiering verlang word in aanmerking in die keuse van finansiering te neem. 'n Behoeftte aan fondse vir 'n kort periode behoort nie met 'n langtermynskuld gefinansier te word nie. Die algemene reël is dus dat tydelike veranderinge in bedryfsbates soos voorraad deur korttermynskuld gefinansier sal word. 'n Groot voordeel van korttermynfinansiering lê dus in die aanpasbaarheid daarvan en sodoende kan 'n onderneming vinnig by byvoorbeeld seisoenale skommeling aanpas. In figuur 2.2 word die keuse tussen kort- en langtermynfinansiering diagrammaties voorgestel.

Figuur 2.2

'n Analise van die keuse tussen kort- en langtermynfinansiering



Walker & Petty II, 1986:330

Daar is ook voordele verbonde aan die gebruik van langtermynskuld, naamlik:

- ◆ Omrede die rentekoerse van korttermynskuld baie meer kan varieer, het die variasie 'n effek op die stabiliteit van die onderneming se verdienste.
- ◆ Die tweede voordeel indien daar van langtermynlenings gebruik gemaak word, is dat die onderneming nie so gereeld vir finansiering hoef te onderhandel nie.
- ◆ In die derde plek het die onderneming wat 'n langtermynlening teen 'n vaste gunstige rentekoers beding het 'n voordeel bokant 'n ander onderneming indien die rentekoerse styg en daardie onderneming sy lening teen hoër koerse moet hernu.

Eienskappe inherent aan 'n onderneming het ook 'n invloed op die keuse tussen korttermyn- en langtermynfinansiering. Die volgende drie eienskappe van 'n onderneming, soos uiteengesit in figuur 2.3 (p. 35-36), behoort in aanmerking geneem te word:

- ◇ die bedryfs- of sakerisiko van die onderneming;
- ◇ die bestaande batestruktuur van die onderneming, en
- ◇ die grootte en lewensfase van die onderneming.

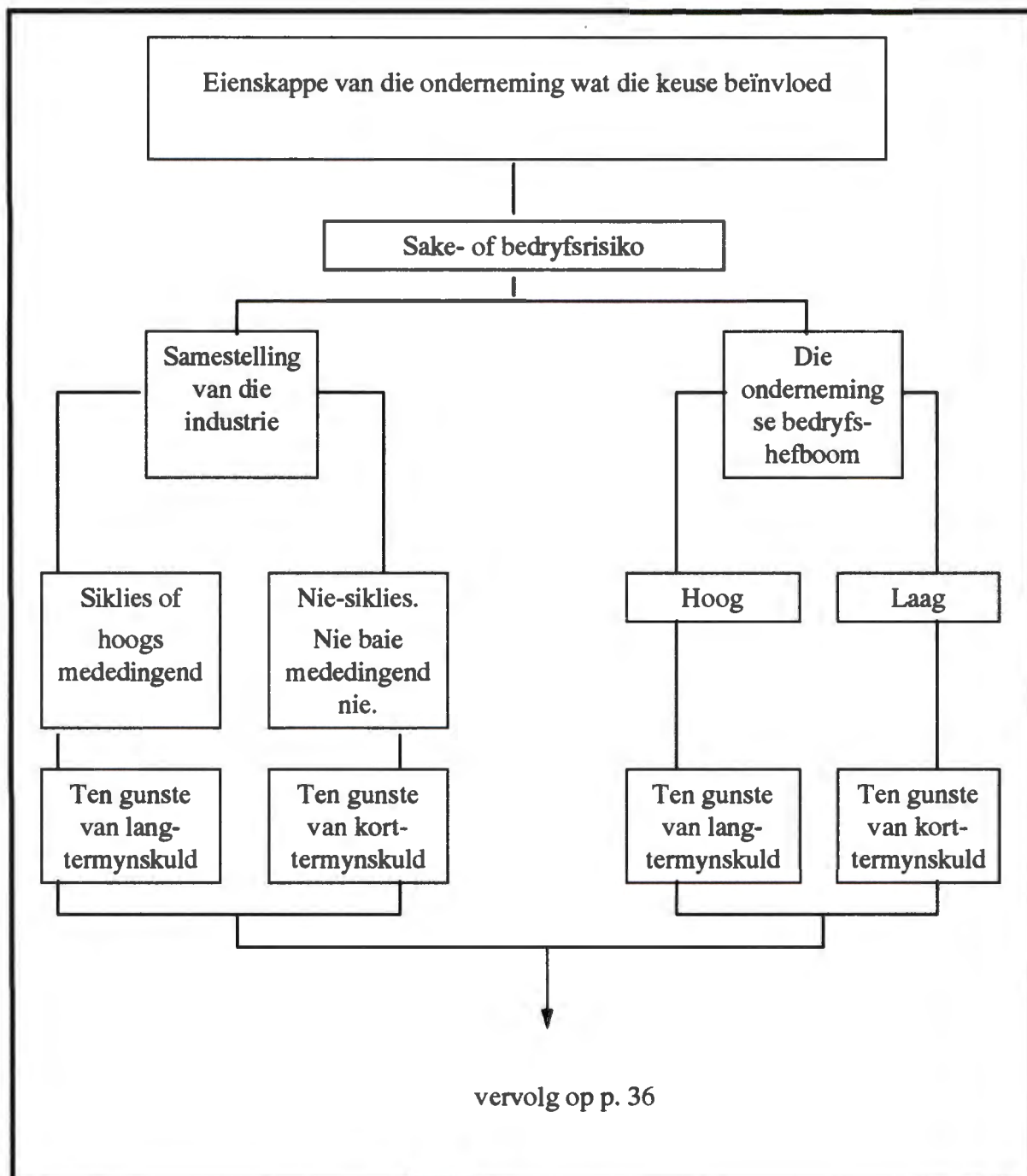
In die volgende paragrafe word elk van bogenoemde eienskappe en hul invloed op die onderneming se finansieringsbesluite in meer besonderhede bespreek.

2.6.2 Die bedryfsrisiko van die onderneming

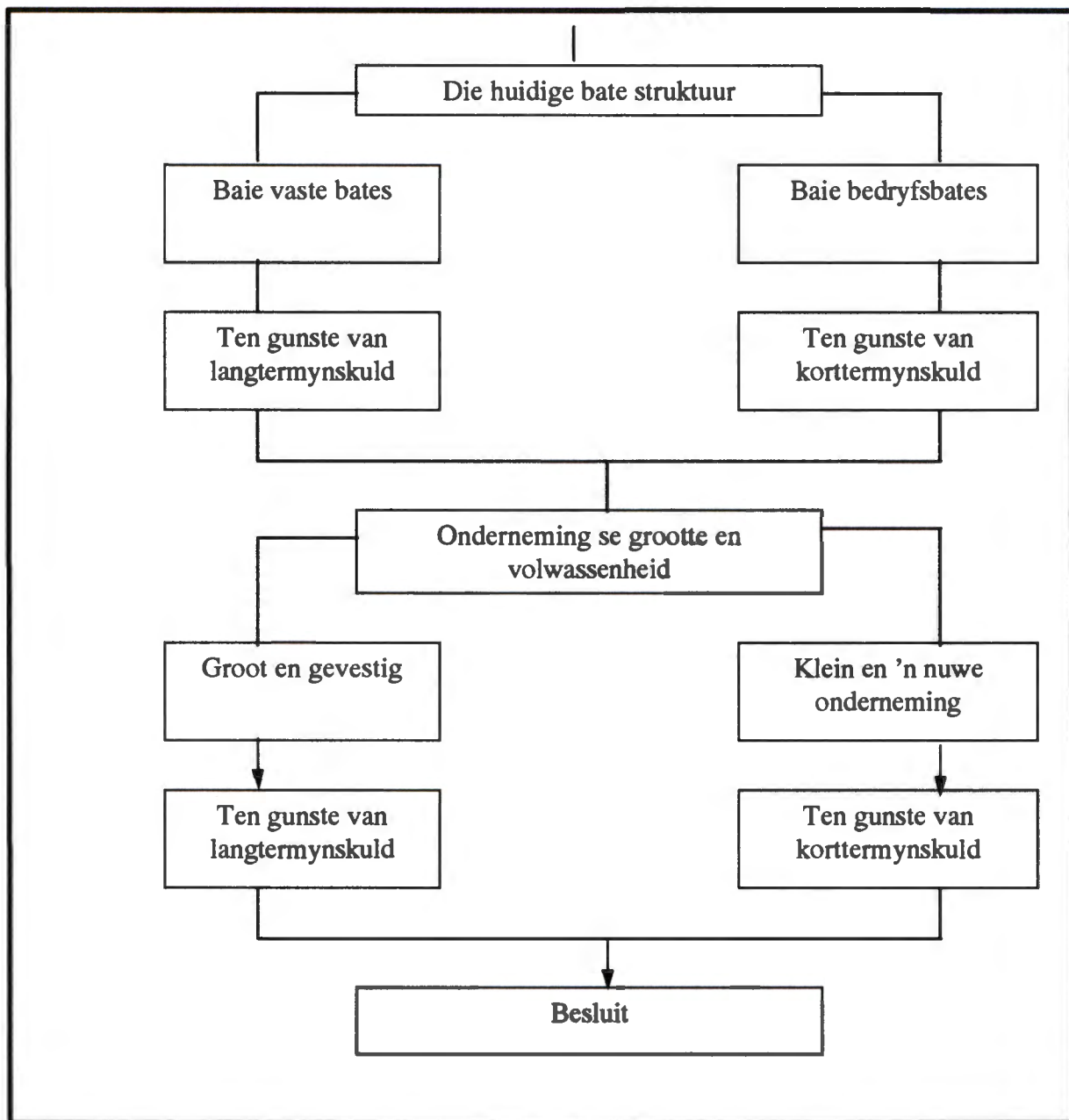
Bedryfs- of sakerisiko verwys na die wisselvalligheid wat daar kan wees in 'n onderneming se verwagte inkomste voor rente en belasting. (In Engels algemeen afgekort as PBIT). Die omgewing of die mark waarin die onderneming funksioneer asook die hoeveelheid vaste bedryfsuitgawes wat in die onderneming aangewend word, het 'n uitwerking op die bedryfsrisiko van die onderneming (Walker & Petty II, 1986:336). Indien die mark waarin die onderneming funksioneer baie mededingend is of baie sensitief vir veranderinge in die ekonomie is, sal die onderneming se omset ook wisselvallig wees (Keown, Scott *et al.*, 1994:394).

Figuur 2.3

Die eienskappe van 'n onderneming wat 'n effek op die onderneming se keuse tussen lang- en korttermynfinansiering het



Figuur 2.3 (vervolg)



Walker & Petty II, 1986:331

Ter illustrasie kan onderneming A met 'n verwagte verdienste/inkomste van R100 000 en onderneming B met 'n verwagte verdienste van R200 000 geneem word. In albei gevalle is daar 'n verwagte standaardafwyking in die verdienste van R20 000.

Die uitwerking op onderneming A se verwagte verdienste : R20 000
R100 000
=0.2

Die uitwerking op onderneming B se verwagte verdienste: R20 000
R200 000
=0.1

Bogenoemde bied 'n duidelike illustrasie dat die uitwerking op die onderneming met die kleiner verdienste groter is as op die onderneming met 'n groter verdienste. Indien die onderneming 'n hoë bedryfshefboomfaktor het, sal die relatiewe veranderlikheid op die verdienste voor rente en belasting nog meer toeneem, met 'n gepaardgaande verhoging in die bedryfsrisiko van die onderneming (Walker & Petty II, 1986:336). Indien 'n onderneming se kostestruktuur van so 'n aard is dat daar 'n aansienlike hoeveelheid vaste kostes teenwoordig is, bestaan daar 'n bedryfshefboomwerking en is dit moontlik om die bedryfshefboomfaktor te bereken. Bedryfshefboomwerking is teenwoordig indien die berekende faktor groter as een is. Dit word soos volg bereken:

die persentasie verandering in inkomste voor rente en belasting (PBIT)
die persentasie verandering in omset

Hoe groter bogenoemde berekende faktor is, beteken dit dat indien omset in die onderneming varieer, hoe groter sal die effek op die onderneming se inkomste wees. Veronderstel onderneming A se bedryfshefboomfaktor is 6. Die vooruitskatting is dat die onderneming se omset met 10%, gaan styg. Die effek op die inkomste van die onderneming is dus: 60% ($6 \times 10\% = 60\%$). Indien daar dan 'n afname van 10% in die omset is, sal dit 'n negatiewe effek van 60% op die onderneming se inkomste tot gevolg hê.

'n Ander formule wat ook gebruik kan word om die bedryfshefboomfaktor te bereken, is die volgende:

Die bydrae marge van die onderneming
Bedryfsinkomste

Die bydrae marge word bereken as die verskil tussen die verkoopprys en die totale veranderlike koste in die onderneming. Die verskil is dus daardie deel, of die bydrae wat beskikbaar is om vaste koste te delg. Die bedryfshefboomfaktor gee 'n aanduiding van die uitwerking wat 'n verandering in die omset op die onderneming se winste gaan hê (Garrison, 1996:295; Ross, Westerfield & Jordan, 1995:397).

Die effek van die bedryfshefboom is ook groter indien die onderneming se omset naby aan sy gelykbreekpunt lê (Garrison, 1996:296). Die bedryfshefboom is dus nie 'n konstante faktor nie en varieer na mate die verkoopsyfer varieer.

Bedryfsrisiko is 'n direkte resultaat van 'n onderneming se investeringsbesluite. Die onderneming se batestruktuur gee aanleiding tot die onderneming se vlak en veranderlikheid van verdienste (Keown, Scott *et al.*, 1994:394). Volgens Walker en Petty II (1986:336) is die onderneming se risiko vir insolvensie groter indien die onderneming se persentasie korttermynskuld van totale skuld toeneem. Die afleiding kan gemaak word dat as alle ander veranderlikes konstant bly, maar die onderneming se bedryfsrisiko toeneem, behoort die onderneming sy totale skuld in te kort. As 'n onderneming in 'n mededingende mark is, of die bedryf is onbestendig en die bedryfshefboomfaktor is hoog, behoort die onderneming sy korttermynfinansiering te verminder. Onder meer gematigde toestande het 'n onderneming meer ruimte om van korttermynfinansiering gebruik te maak.

Die tweede aspek wat 'n onderneming se keuse tussen korttermyn- en langtermynfinansiering kan beïnvloed, is die samestelling van die onderneming se bates.

2.6.3 Die batestruktuur van die onderneming

Die samestelling van 'n onderneming se bates het 'n belangrike invloed op die tipe finansiering wat gebruik gaan word. Die aard van die onderneming, naamlik óf dit 'n diensonderneming, 'n handeldrywende onderneming óf 'n vervaardigingsonderneming is, het ook 'n effek op die samestelling van die bates wat in die onderneming aangewend word. Diensondernemings en handeldrywende ondernemings vereis meer bedryfskapitaal oor die kort termyn, terwyl vervaardigingsondernemings 'n groter behoefte aan langtermynfondse het om hul vaste bates te finansier. Die derde eienskap van 'n onderneming wat 'n invloed

kan hê op die keuse tussen kort- of langtermynkrediet is die grootte van die onderneming en die lewensfase waarin die onderneming verkeer (McLaney, 1991:334; Ross, Westerfield & Jordan, 1995:400).

2.6.4 Die grootte en die lewensfase van die onderneming

In die beginfase van die onderneming se lewe verg dit normaalweg relatief groot investerings in vaste bates waarvoor langtermynfondse benodig word. Gedurende die bedryfsfase van die onderneming se lewe is die behoefte aan bedryfskapitaal weer groter. Grond en geboue kan gefinansier word deur 'n verband op die eiendom te registreer. Toerusting en ander vaste bates kan gefinansier word deur afbetalingsooreenkomste en/of bruikhuurooreenkomste. Indien bogenoemde bronne uitgeput is, is die onderneming meestal op korttermynkrediet aangewese. Volgens Walker en Petty II (1986:337) is die bestuur van 'n kleiner sakeonderneming nie so bedag en onderlê in die besluitnemingsvaardighede in terme van die keuse tussen kort- en langtermynfinansiering nie. Om bogenoemde rede is die relatief klein sakeonderneming baie meer afhanklik van korttermynfinansiering as die groter onderneming en dit gee aanleiding tot groter finansiële risiko vir die kleiner onderneming (Walker & Petty II, 1986:337).

In terme van bedryfsrisiko kan daar tussen 'n spesifieke en 'n sistematiese risiko onderskei word. 'n Spesifieke risiko kan met 'n spesifieke projek of produk verbind word. 'n Gedeelte van die risiko kan deur middel van diversifikasie verminder word. 'n Sistematiese risiko kan deur algemene faktore veroorsaak word wat nie deur diversifikasie verminder kan word nie. Kleinsakeondernemings vind dit moeiliker as groter ondernemings om te diversifiseer om sodoende risiko te vermy; daarom is hulle meer blootgestel aan spesifieke risiko as groter ondernemings (McLaney, 1991:334).

Die bedryfshefboom van 'n onderneming soos dit reeds in 'n vorige gedeelte bespreek is, het primêr te doen met 'n onderneming se kostestruktuur. Die aard van die onderneming en sy produk gee aanleiding tot die kostestruktuur van die onderneming. So 'n kostestruktuur is relatief vas en eie aan die onderneming en kan nie veel deur besluite van die bestuur verander word nie. Die afleiding wat gemaak kan word, is dat die bestuur van 'n

onderneming nie 'n groot verandering aan die bedryshefboom van die onderneming kan aanbring nie, maar dat daar meer ruimte vir besluitneming ten opsigte van die finansiële hefboom is (Keown, Scott *et al.*, 1994:405). In die volgende gedeelte sal 'n kort bespreking van die finansiële hefboom gegee word.

2.7 DIE FINANSIËLE HEFBOOM

Die finansiële hefboomeffek kan waargeneem word indien 'n onderneming 'n gedeelte van sy bates met skuld teen 'n vasgestelde rentekoers finansier wat gevolglik lei tot 'n hoër opbrengs op die eienaarsbelang van die onderneming. Dit beteken dat die kapitaal wat vanaf eksterne bronne bekom is en in die onderneming geïnvesteer is, 'n hoër opbrengs lewer as die koste van daardie eksterne kapitaal.

Die hefboomwerking word geïllustreer deur telkens die verhouding tussen die gebruik van eie kapitaal en vreemde kapitaal te verander en te kyk wat die effek op die onderneming se verdienste per aandeel of die opbrengs op eienaarsbelang is. Die feit dat die opbrengs op eie kapitaal toeneem indien daar meer van skuldfinansiering gebruik gemaak word, is as gevolg van die volgende twee redes:

- ◆ die hoeveelheid vreemde kapitaal in verhouding tot eie kapitaal, ook genoem die skuldverhouding, en
- ◆ die verskil tussen die opbrengs op totale kapitaal (K) en die koste van die vreemde kapitaal (K_t).

As gevolg van die bogenoemde twee redes, kan die volgende afleidings gemaak word:

- ◆ Solank as wat alle ander veranderlikes konstant is, sal die toenemende gebruik van skuldfinansiering 'n verhoogde opbrengs op eie kapitaal realiseer. Dit geld solank die opbrengs op totale kapitaal meer is as die opbrengs/koste van vreemde kapitaal ($RO > RV$).
- ◆ Hoe groter die verskil tussen die opbrengs op totale kapitaal (K) en die koste van vreemde kapitaal (K_t) is, hoe meer sal die opbrengs op eie kapitaal verander.

Bogenoemde afleidings het 'n invloed op die kleinsakeonderneming se finansieringsbesluite. In die eerste plek is 'n kleinsakeonderneming in die meeste gevalle meer sensitief vir ekonomiese veranderinge as 'n groter onderneming, met die gevolg dat sy opbrengs op totale kapitaal (K) ook meer fluktureer as die van 'n groter onderneming. Hoe groter die wisselvalligheid in die inkomste is, hoe groter word die onderneming se risiko. Hoe meer 'n onderneming aan risiko blootgestel is, hoe groter is die effek op die onderneming se waarde en die kwaliteit van sy inkomste (Walker & Petty II, 1986:222; McLaney, 1991:334).

In die tweede plek is 'n kleinsakeonderneming se koste van vreemde kapitaal ook meer sensitief vir veranderinge in die ekonomie. 'n Negatiewe verandering in die koste van kapitaal vergroot die verskil tussen K en K_t ; gevolglik het dit 'n groter impak op die opbrengs van eie kapitaal. Swak ekonomiese toestande met 'n styging in die koste van vreemde kapitaal het dus 'n tweeledige negatiewe invloed op die onderneming. Bogenoemde bevestig die belangrikheid van gesonde skuldverhoudings en finansiële bestuur wat veral in die kleinsakeondernemings van belang is.

2.8 BEKENDE ROLSPELERS IN DIE FINANSIERING VAN DIE KLEINSAKESEKTOR IN SUID-AFRIKA

2.8.1 Die Kleinsake-ontwikkelings Korporasie (KSOK)

Die herstrukturering van die KSOK is in 1996 afgehandel en waar die regering voorheen 'n aandeelhouing van 50% gehad het, het dit nou slegs 'n 20%-aandeelhouing. Vir hierdie mindere aandeel het die regering R500 miljoen se bates uit die voormalige KSOK onttrek en dit in die Ntsika Enterprise Promotion Agency (NEPA) belê. Die KSOK se nuwe produkreeks fokus net op klein en middelslagondernemings en sluit mikro-ondernemings uit. Volgens mnr. Jo Schwenke, die besturende direkteur van die KSOK, is daar 'n nuwe stel maatreëls aangekondig om die finansiering van kleinsakeondernemings te steun. Daar gaan hoofsaaklik gekonsentreer word op finansiering van bedrae tussen R50 000 en R3 miljoen. Sekuriteit op lenings sal in baie gevalle as minder belangrik geag word, aangesien die korporasie in die toekoms aandele as vergoeding vir risiko sal neem (Delpont, 1996:14).

Die nuwe produkreeks van die KSOK kan hoofsaaklik in die volgende drie produkte verdeel word:

Die eerste tipe produk is kort- tot mediumtermynlenings wat aan ondernemings wat oor 'n aanvaarbare kapitaalstruktuur en sekuriteite beskik, toegestaan word. Korttermynlenings kan die vorm aanneem van waarborge wat aan 'n derde party verskaf word vir 'n termyn wat gewoonlik korter as 'n jaar is. 'n Ander metode van korttermynfinansiering is waar die KSOK kontrakfinansiering toestaan aan 'n gevestigde onderneming wat weens 'n eenmalige buitengewone kontrak of bestelling 'n kapitaaltekort ervaar.

Die mediumtermynfinansiering bestaan uit die verskaffing van bedryfskapitaal vir nuwe of ontwikkelende ondernemings wat kontantvloeiprobleme ondervind. Die termyn sal normaalweg nie vier jaar oorskry nie. Finansiering kan ook aan die onderneming in die vorm van 'n afbetalingsverkoopoooreenkoms gegee word. Dit geld soms vir die aankoop van masjinerie en toerusting in die onderneming en die termyn is ongeveer vyf jaar.

Die tweede tipe produk wat deur die KSOK aangebied word, is op nuwe of bestaande ondernemings gerig wat nie oor 'n aanvaarbare kapitaalstruktuur of sekuriteite volgens die KSOK se standaard beskik nie. In so 'n geval neem die KSOK dan 'n minderheidsaandeel in die onderneming. Indien daar wel sekuriteit bestaan, sal 'n lening van drie tot sewe jaar aan die onderneming toegestaan word.

Die KSOK sal ook leningsfondse op 'n tweede verband as sekuriteit aan 'n onderneming voorsien ten einde 'n onderneming in staat te stel om 'n deposito vir 'n eie gebou te gee. Die KSOK sal 'n minderheidsaandeelhouding bekom terwyl die lening terugbetaal word teen markverwante rentekoerse.

Die derde produk het te make met 'n buitengewone lewensvatbare sakegeleentheid wat 'n bogenmiddelde verwagte opbrengs kan lewer, maar slegs oor beperkte eie kapitaal beskik. In die geval kan die KSOK as 'n ekwiteitsvennoot optree. Die KSOK is dus belegger en finansierder en sal die verskaffer van die risikokapitaal wees. As vergoeding sal hy deel in die toekomstige winste en in die kapitaal groei van die onderneming. Die voordeel van die produk is dat die onderneming 'n aandeelhouerlening met wisselende rentekoers ontvang,

wat onverseker is en nie aan vaste terugbetalingstermyne onderhewig is nie (Delpont, 1996:14).

Volgens Schwenke is dit die visie van die KSOK om die beste waardetoevoegende voorsiener van kapitaal aan die kleinsakesektor te word.

2.8.2 Ntsika Enterprise Promotion Agency (NEPA)

NEPA is 'n nuwe organisasie wat gestig is om as 'n bemiddelingsliggaam tussen die sentrale regering, die provinsiale regering en die privaat sektor op te tree ten einde kleinsake te bevorder. Die oorhoofse doelwit van NEPA is om te sorg dat die kleinsakesektor ontwikkel en om veral 'n omgewing te skep waarin ontwikkeling moontlik is. Die fokus is dus ook daarop gerig om minder bevoorregte groepe te identifiseer en te bemagtig, ten einde hul bydrae tot die ekonomiese groei in die land te lewer. Die doelstellings van NEPA is reeds in paragraaf 2.2 uiteengesit.

2.8.3 Die Departement van Handel en Nywerheid

Die oorhoofse doelwitte van die Departement van Handel en Nywerheid is om 'n omgewing te skep waarbinne volhoubare ekonomiese groei en ontwikkeling moontlik is, om werkseleenthede te skep en om die uitvoer van vervaardigde produkte te bevorder. Die Departement se verantwoordelikhede is soos volg:

- ◆ om buitelandse verhoudinge te bevorder;
- ◆ die bevordering van buitelandse handel;
- ◆ bevordering en fasilitering van industriële beleggings;
- ◆ bevordering van die kleinsakesektor om na die belange van die sakesektor en die gebruiker om te sien;
- ◆ om beleid rakende handel te inisieer en te implementeer, en
- ◆ om effektiewe mededinging in die ekonomie te handhaaf.

Die mees kritieke fokusareas van die Departement word soos volg uitgesonder:

- ◇ die bevordering van industriële investerings;
- ◇ die bevordering van internasionale handel, en
- ◇ die ontwikkeling van die kleinsakesektor.

Dit is duidelik dat die kleinsakesektor 'n baie belangrike fokuspunt vir die ekonomiese ontwikkeling van Suid-Afrika is, en dat daar ondersteuningsliggame is wat saamwerk ten einde die doel te bereik.

2.8.4 Khula Enterprise

Khula Enterprise Finance Ltd. en Khula Credit Guarantee Ltd. is in 1995 gestig. Die funksies van Khula is om finansieringsgeleenthede, kredietwaarborgfasiliteite en die toeganklikheid tot finansiering vir die kleinsakeonderneming te bevorder (Government Gazette no. 16876:28, 15 Des.).

2.9 SAMEVATTING

In die hoofstuk is die rol en die belangrikheid van die kleinsakesektor as fokuspunt vir ekonomiese groei uitgelig. Daar is gefokus op die probleme in terme van finansiering wat 'n kleinsakeonderneming ervaar, sowel as die teoretiese aspekte van finansiering wat as 'n onderbou dien en 'n uitwerking kan hê op die onderneming se besluite in terme van finansiering.

Die probleme wat die kleinsakesektor in terme van finansiering ervaar, is bespreek en daar is gelet op die vernaamste verskille tussen groot- en kleinsakeondernemings met betrekking tot hul onderskeie finansiële verhoudingsgetalle.

Finansiering is bespreek deur na die onderskeie kapitaalbehoefte te verwys, sowel as na die finansieringsbronne wat beskikbaar is. Daarna is die finansieringsmetodes en die onderskeid

tussen korttermyn- en langtermynfinansiering bespreek. Dit is beklemtoon dat die kleinsakeonderneming 'n meer beperkte toegang tot die finansiële markte het en baie meer as groter ondernemings op korttermynfinansieringsbronne aangewese is.

Ten slotte is bekende rolspelers in die finansiering van die kleinsakesektor in Suid-Afrika soos die KSOK, NEPA, Departement van Handel en Nywerheid en Khula Enterprise bespreek.

In die volgende hoofstuk word franchising as bedryfsvorm bespreek.

'N PERSPEKTIEF OP FRANCHISING

3.1 INLEIDING

In die vorige hoofstuk is die belangrikheid van die kleinsakesektor en die bydrae wat die sektor tot die ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer, bespreek. In die hoofstuk is die probleme wat kleinsakeondernemings ervaar ook uitgelig. Een van die mees prominente probleme wat deur kleinsakeondernemings ervaar word, is die toeganklikheid tot finansiering. Voorts is daar sekere eienskappe eie aan kleinsakeondernemings wat hul toeganklikheid tot finansiering verder strem. In hierdie hoofstuk word 'n bedryfsvorm wat oor unieke eienskappe beskik en sekere tekortkominge van kleinsakeondernemings aanspreek in meer detail bespreek. Die bedryfsvorm waarna verwys word, is franchising.

3.2 WAT IS FRANCHISING?

Alvorens die begrip bespreek word, is dit eers nodig om 'n paar woorde wat eie aan die konsep franchising is, te verduidelik. In sy proefskrif sê Beyers (1996:7) die volgende:

Alternatiewe vir die woord franchise in Afrikaans is lomp en omslagtig. Die alternatiewe Afrikaanse woorde vir franchise gee nie die verskillende begrippe wat in die navorsing voorkom omvattend weer nie. Die gebruik van die woord franchise in Afrikaans lewer juis 'n skeppende bydrae tot die Afrikaanse taal.

Die terminologie rakende die woorde wat met franchising verband hou, word in die *High Finance Dictionary/Groot Finansiële Woordeboek* van Geldenhuys en Viljoen (1988:32) soos volg gepubliseer:

franchising	franchise-houering
franchise (werkwoord)	franchise verleen
franchise agreement	franchise-ooreenkoms
franchisor	franchise-handelaar
franchisee	franchise-houer
franchise rights	franchise-regte

Omrede franchising reeds so bekend in die algemene spreektaal is en in wetenskaplike publikasies gebruik word, is die volgende terme in hierdie proefskrif gebruik: franchising, franchise verleen, franchise-ooreenkoms, franchisor, franchisee en franchise-bedryf.

Alvorens die bespreking van die konteks waarbinne elke begrip normaalweg gebruik word, gaan die begrip franchising eers omskryf word.

Om die begrip franchising te verduidelik, is daar in die literatuur baie definisies. Volgens Longeneker en Moore (1994:87) is die volgende definisie baie omvattend: “Franchising is a marketing system revolving around a two-party legal agreement whereby one party (the franchisee) is granted the privilege to conduct business as an individual owner but is required to operate according to methods and terms specified by the other party (the franchisor).”

De Villiers (1994:49) definieer franchising as ’n sake-ooreenkoms waardeur ’n onderneming, die sogenaamde bedryfsreggewer (franchisor) aan ’n onafhanklike party, die sogenaamde bedryfsregnemer (franchisee), die reg verleen om die onderneming se produkte en dienste te verkoop en te bemark. Dit moet geskied volgens voorafbepaalde riglyne en regulasies soos dit van tyd tot tyd deur die franchisor bepaal word. Die franchisee maak dus in ’n meerdere of mindere mate gebruik van die franchisor se klandisiewaarde, produkte en dienste, bemarkingsprosedures, kennis en ondervinding, stelsels en ondersteuningsdienste volgens ’n kontraktuele verbintenis tussen die franchisee en die franchisor.

In ruil daarvoor sal die franchisee ’n sekere voorafbepaalde bedrag, sowel as deurlopende bestuursdiensgelde aan die franchisor betaal, soos dit vooraf in die ooreenkoms uiteengesit is.

Na aanleiding van bogenoemde definisies van die begrip franchising, is die volgende elemente daaruit gehaal en beskryf, tesame met die terminologie soos dit in die res van hierdie proefskrif gebruik is.

Franchising is 'n bemarkings- of 'n distribusiebegrip met die volgende elemente daarin vervat:

- ◆ **Die franchise-ooreenkoms:** Franchising is gebaseer op 'n kontraktuele verbintenis tussen die franchisee en die franchisor en in die franchise-ooreenkoms word die regte en die verpligtinge van elke party uiteengesit .
- ◆ **'n Gemeenskaplike doelwit:** Albei partye bevestig die gemeenskaplike doelwit, naamlik die effektiewe verspreiding van die produk of diens, vir 'n spesifieke mark, oor 'n gespesifiseerde tydperk.
- ◆ **Die franchisee:** Die franchisee, ook soms genoem die franchise-houer, is die persoon wat die lisensie gekoop het en die eienaar van die onderneming is, wat dan die onderneming volgens die voorskrifte en die vereistes van die franchisor moet bedryf.
- ◆ **Die franchisor:** Die franchisor verskaf die idee, handelsmerk, opleiding, bemarking en ander items soos ooreengekom in die kontrak teen 'n vergoeding.
- ◆ **'n Publieke identiteit:** Albei partye ondersteun 'n unieke identiteit wat versterk word deur die gebruik van kenmerkende handelsmerke, eenvormige argitektuur, binneversiering, bemarkingsmetodes of enige ander aspek ter versterking van die identiteit.

Die franchisee is dus 'n onafhanklike sake-entiteit wat verwag om sy eie winste te genereer. Die franchisee is nie 'n werknemer van die franchisor nie, maar het sekere franchise-regte teen vergoeding by die franchisor gekoop.

3.3 HISTORIESE OORSIG VAN FRANCHISING

'n Tipe bedryf wat baie ooreenkomste met franchising toon soos ons dit vandag ken, is

ongeveer twee duisend jaar gelede deur 'n Chinese handelaar toegepas. Hy het sy voedselprodukte volgens sy reëls slegs deur 'n uitgesoekte groep handelaars laat versprei (Holmes, 1994:27). In Engeland was daar brouerye wat hul eie kroegbase in kroëë aangestel het om hul bier te verkoop.

Franchising soos ons dit vandag ken, is in 1863 in die Verenigde State deur Singer Sewing Machines begin (Holmes, 1994:27; Scarborough & Zimmerer, 1993:140). Coca Cola het met franchising in 1899 begin en 'n paar jaar daarna het die motor- en brandstofhandelaars ook tot die bedryf toegetree (Holmes, 1994:27). Na die Tweede Wêreldoorlog het die franchising-beginsel uitgebrei na ander tipe bedrywe soos die motelbedryf, apteke en indiensnemingsagentskappe. In die sestiger- en sewentigerjare is prominente kitskoshandelaars in die VSA gevestig. In die tagtiger- en negentigerjare het hierdie bedryf van krag tot krag gegaan (Longenecker & Moore, 1994:108).

'n Alombekende voorbeeld van suksesvolle franchising is McDonalds in die kitskosbedryf. Ray Kroc was die stigter van die McDonalds maatskappy in 1955 en word beskou as die pionier van franchising in die kitskosbedryf. In 1955 open hy die eerste McDonalds in Des Plaines, Illinois en teen 1960 was daar reeds 228 afsetpunte met 'n omset van \$37 miljoen. Vandag is daar meer as 9000 afsetpunte van McDonalds oor die wêreld versprei. Die sukses van Kroc word toegeskryf aan die norme wat eenvormig by alle afsetpunte gegeld het, naamlik kwaliteit, diens, higiëne en bekostigbaarheid. Die vereiste vir elke voornemende franchisee was om spesiale opleiding aan die Hamburg Universiteit te ondergaan. Teen 1963 was daar 'n intensiewe navorsings- en opleidingslaboratorium in Addison, Illinois gevestig. Hier is nuwe toerusting ontwikkel en getoets ten einde McDonalds se effektiwiteit te verbeter. McDonalds het hulself gevestig as die pioniers in terme van outomatisering en standaardisering in die kitskosbedryf (Hisrich & Peters, 1992:506).

3.4 STATISTIEK IN DIE FRANCHISE-BEDRYF

Enkele statistiek wat verband hou met die franchise-bedryf word hier weergegee en bespreek ten einde die groei in die bedryf te beklemtoon en andersins aan te dui waar daar nog moontlikhede vir groei bestaan. Die moontlikhede vir groei word beklemtoon aangesien

franchising as 'n sakekonsep beskou word wat 'n bydrae tot die stimulering van die kleinsakesektor kan lewer. Vanselfsprekend lewer dit 'n bydrae tot werkskepping en uiteindelik tot algehele ekonomiese vooruitgang in Suid-Afrika. In tabel 3.1 word 'n uiteensetting gegee van die tipe eienaarskap wat binne die konsep franchising funksioneer. Die statistiek is verkry uit die landswye ondersoek wat deur Parker Gordon Associates in 1994 onderneem is. Parker bevestig dat ongeveer 90% franchises in Suid-Afrika aan die ondersoek deelgeneem het (Parker & Gordon, 1995:2).

Tabel 3.1

Die tipe eienaarskap

BEDRYF	MAATSKAPPY	VENNOOTSKAP	FRANCHISE	TOTAAL
Voertuieprodukte en -dienste	75	71	1 236	1 382
Sakedienste	6	-	79	85
Geboue en woningsdienste	30	3	237	270
Onderrig	7	-	158	165
Spesialiteitskosse	19	14	96	129
Restaurante	16	3	167	186
Kitskos	52	70	999	1 121
Gesondheids en skoonheidsdienste	18	--	185	203
Drukwerk	7	-	49	56
Ontspanning	-	8	20	28
Eiendom	58	-	187	245
Spesialiteits-kleinhandel	201	82	2 114	2 397
TOTAAL	489	251	5 527	6 267

Parker & Gordon, 1995:2.

3.4.1 Internasionale statistiek in terme van franchising

Arthur Andersen & Co. en die World Franchising Council het 'n wêreldwye ondersoek na die franchise-bedryf onderneem. Dit is die eerste wêreldwye ondersoek om statistiek vir die bedryf te bekom en alle lande waarin daar 'n formele franchise-liggaam is wat franchising organiseer, is by die ondersoek betrek (Swartz, 1996:1). Volgens die ondersoek is daar gemiddeld 42 franchisors en 24 849 franchisees per land en is hulle oor 36 lande versprei. Na aanleiding van Schwartz, die besturende direkteur van Arthur Andersen's Worldwide Franchise Service, is franchising 'n bedryf wat steeds groei. Die statistiek toon aan dat daar in Amerika 3000 franchisors is. Die land met die tweede meeste is Kanada met 1000 franchisors. Kanada het egter net 'n tiende van die populasie wat daar in Amerika is. Colombië is die land waar die meeste van die franchisors ook internasionaal meeding, naamlik 63% het franchisees buite die landsgrense (Swartz, 1996:4).

In Amerika maak die verkope gerealiseer uit die franchise-bedryf 36% van totale handelsverkope uit. In Australië is die getal 25% van alle handelsverkope in vergelyking met 'n geskatte getal van tussen 5-8% in Suid-Afrika (Holmes, 1994:28). Bogenoemde gegewens toon dat daar nog baie ruimte vir groei in die franchise-bedryf in Suid-Afrika moontlik is.

John Naisbitt, outeur van Megatrends, voorspel dat verkope deur middel van franchising, die \$1,3 triljoen merk teen die jaar 2010 sal bereik. Volgens Naisbitt is daar nog ruimte vir groei in die konstruksiebedryf, ontspanningsbedryf, die verskaffing van skoonmaakdienste en in die kitskosbedryf (Longeneker & Moore, 1994:108). Sy vooruitskattings word ondersteun deur die volgende inligting:

- ◆ 'n styging in die verbruikersvraag na spesialiteitsprodukte;
- ◆ die verbruiker se voorkeur na geriefsprodukte en kwaliteit;
- ◆ die oorgang van 'n vervaardigings- na 'n dienste georiënteerde ekonomie;
- ◆ die toename in die toetredende van vroue en ander minderheidsgroepe in die bedryf, en
- ◆ die toename in buitelandse geleenthede in terme van franchising.

Bogenoemde faktore behoort ook geldig te wees ten einde groei in die franchise-bedryf in Suid-Afrika te stimuleer.

3.4.2 Statistiek in Suid-Afrika

Dit is belangrik om daarop te let dat daar tans geen amptelike statistiek vanaf owerheidsweë in Suid-Afrika beskikbaar is nie. Statistiek rakende die franchise-bedryf in Suid-Afrika is na die eerste formele ondersoek in Mei 1995 deur Parker Gordon Associates gepubliseer. Volgens daardie ondersoek was die totale omset van franchise-houering in Suid-Afrika ongeveer R9,278 biljoen per jaar (Parker & Gordon, 1995:3). Na aanleiding van die Reserwe Bank se kwartaalverslag verteenwoordig so 'n getal 6% van Suid-Afrika se private verbruiksbesteding per jaar. Indien die verkope uit petroleumprodukte hierby ingesluit word, kan die getal tot 'n omset van R12,557 biljoen vir 1994 verhoog. In 'n tweede studie wat deur Parker Gordon Associates onderneem is, dui gegewens op 'n omset van R29 biljoen in 1996. Dit is 'n toename van 69% in vergelyking met 1994 se syfers.

Vanaf 1994 tot einde 1996 het die aantal afsetpunte of franchisees (franchise-houers) van 6267 in 1994 tot 11 702 in 1996 toegeneem. Van bogenoemde aantal afsetpunte word 1 256 deur maatskappye besit, 10 702 word as 'n eenmansaak of onafhanklik besit en 383 as 'n vennootskap tussen die eienaar en die franchisor. Eric Parker, die eienaar van Parker & Gordon, bevestig dat 87.5% van die franchises in Suid-Afrika ontwikkel is. Hy bevestig voorts dat alhoewel die restaurant- en kitskosbedryf tans die mees prominente bedryf is, word die geleentheid in die motorhandel, foto-ontwikkeling, gesondheids- en skoonheidsprodukte en die konstruksiebedryf al hoe aantrekliker.

Parker en Gordon (1995:1) is van mening dat franchise-houering in Suid-Afrika histories om die volgende redes onderbenut word:

- ◆ kleinhandelondernemings is in die verlede meestal deur individue bedryf;
- ◆ franchising word beskou as 'n bedryf wat baie insette vir 'n lae opbrengs verg;
- ◆ franchising word beskou as 'n konsep wat slegs vir die restaurantbedryf gepas is, en
- ◆ die breë sakegemeenskap verstaan nie die franchising-konsep nie.

'n Kenner op die gebied van kleinsakeondernemings en franchises, Feinstein, is van mening dat die moontlikhede wat franchising bied nog nie na wense in Suid Afrika benut word nie (Feinstein, 1993:1).

3.4.2.1 Franchising en werkskepping in Suid-Afrika

Na aanleiding van die gegewens uit die ondersoek van Parker en Gordon (1995:3) verskaf die franchise-bedryf werk aan ongeveer 92 000 mense. Die meeste franchise-ondernemings, ongeveer 64%, het minder as 10 persone in diens. Ongeveer 16% van die ondernemings het tussen 10 en 20 personeellede. Die bedryf waarin die meeste personeel per afsetpunt in diens geneem is, kom in die eiendomsbedryf voor met ongeveer 51 persone per afsetpunt.

Franchising is een van die beste opsies in Suid-Afrika vir werkskepping. Dit is 'n konsep wat hom daartoe leen om op 'n vinnige manier werk te skep en vaardighede aan te leer (Holmes, 1994:27). Dit is 'n ideale manier vir 'n onderneming om uit te brei in grootte en geografiese verspreiding, sonder al die koste wat daaraan verbonde is om nuwe takke van die onderneming te vestig.

Vooruitskattings toon aan dat binne die volgende twee jaar minder as 1% van die skoolverlaters en gegradueerdes werk sal kry (Ntoula, 1993:20). 'n Oplossing vir bogenoemde probleem lê daarin om mense te motiveer om hul eie ondernemings te begin. Franchising is 'n baie doelmatige metode ten einde bogenoemde doelwit te bereik. Dit bied aan die voornemende franchisee 'n verskeidenheid produkte, dienste of bedrywe waarin hy betrokke kan raak, teen 'n lae risiko. NedEnterprise het nog nie een likwidasië tot op hede gehad met die finansiering van 'n franchise-onderneming nie (Ntoula, 1993:20).

3.4.2.2 Franchising en minderbevoorregte groepe in Suid-Afrika

In die Witskrif wat handel oor strategieë om die kleinsakesektor te ontwikkel, is een van die doelwitte die bemagtiging en die bevordering van die minderbevoorregte groepe. Volgens die gegewens van Parker en Gordon (1995:3) word 91% van die franchise-ondernemings deur blankes besit, 5% deur swartes en 1% deur gekleurdes en 3% deur Asiërs. Veertien persent van die ondernemings word deur vroue besit. Onlangse gegewens toon dat daar vanaf 1994 tot 1996 'n toename van 5% was in die franchises wat deur swartes besit word. Die eienaarskap van die gekleurdes het ook toegeneem met 'n daling van blanke eienaarskap van 91% na 86.2% in 1996.

Die klein getal anderkleurige persone in die franchise-bedryf is tans kommerwekkend. Om aanklank te vind by die doelstellings soos in die Witskrif uiteengesit en by die Heropbou- en Ontwikkelingsprogram (HOP) is groei in die ekonomiese aktiwiteite van hierdie minderbevoorregte groepe noodsaaklik. Franchise-houering kan om die volgende redes ook 'n bydrae tot die HOP se raamwerk vir kleinsakeontwikkeling lewer (Parker & Gordon, 1995:2):

- ◆ Franchising vergemaklik die toegang tot markte.
- ◆ Franchising bevorder die oordrag van vaardighede.
- ◆ Franchising bevorder die toeganklikheid tot kapitaal.
- ◆ Franchising bied toegang tot ondersteunende instellings.

Die volgende redes kan aangevoer word waarom franchises by die raamwerk van die HOP inpas:

- ◇ 'n nuwe onderneming word tot stand gebring;
- ◇ nuwe werksgeleenthede word geskep;
- ◇ opleiding word verskaf, en
- ◇ daar word nie van staatshulp gebruik gemaak nie (Coetzee, 1995:10).

Die sukses van franchising is veral opvallend in lande waar 'n ekonomiese plan vir die ontwikkeling van die kleinsakesektor gevolg word. In Maleisië het die regering sover gegaan om 'n franchise-staatsdepartement op die been te bring en goedkoop finansiering is aan franchisors verskaf (Coetzee, 1995:10).

Die sukses van Watson, 'n jong entrepreneur, met die vestiging van Phone Spaza's in die swartgebiede, is 'n sprekende voorbeeld van suksesvolle franchising onder die minderbevoorregtes (Siejas, 1994:85). Volgens Siejas is daar groot potensiële winste vir franchisors in die opleiding van wit en swart franchisees. Na die opleiding word hulle dan in die onontginde markte in die swartgebiede gevestig. Siejas meen dat "the rapidly growing franchising trend may be the surest way to black empowerment" (1994:85).

Daar is egter redes vir die gebrek aan anderkleurige entrepreneurs wat die franchise-opsie volg. Van dié redes is soos volg:

- ◆ Finansiële instellings is huiwerig om finansiering aan anderkleurige franchisees vir ondernemings in swart woongebiede toe te staan (Illetschko, 1991:48).
- ◆ Die gebrek aan ervaring en bestuursvaardighede wat daar onder sommige anderkleurige entrepreneurs bestaan (Illetschko, 1991:48).
- ◆ Die onstabiele sosio-politieke klimaat die afgelope aantal jare in Suid-Afrika het toetrede tot die mark bemoeilik.

Bogenoemde is slegs 'n paar redes waarom daar tans so min anderkleuriges in die franchise-bedryf is. Collins, die voorsitter van die Franchise Association of Southern Africa (FASA), bevestig dat daar nie voldoende geleenthede vir anderkleuriges geskep word om die mark te betree nie. Die volgende oplossing, soos deur die Amerikaners toegepas, word deur hom voorgestel. Die franchisor vestig 'n nuwe franchise-onderneming en gebruik 'n anderkleurige om dit te bestuur onder sy leiding. Met verloop van tyd kan die afsetpunt dan aan die franchisee verkoop word (Collins, 1993:59).

Daar is baie ruimte vir groei in die franchise-bedryf, veral onder anderkleuriges indien bogenoemde metode gevolg word en die ander probleme oorkom word soos hierbo uiteengesit is. Een van die probleme, naamlik die toeganklikheid tot finansiering, word direk in hierdie studie aangespreek.

3.5 DIE VERSKILLENDE VORME VAN FRANCHISING

Binne die franchising-konsep soos wat dit tot dusver bespreek is, bestaan daar verskillende vorme waarin franchise-houering bedryf kan word. Verskeie literatuurbronne wat geraadpleeg is, het onderskeidelik hul eie klassifiseringsmetode van die verskillende vorme van franchising bespreek. Hisrich en Peters (1992:509) onderskei drie vorme, naamlik:

- ◆ agentskappe;
- ◆ franchises wat gerig is op die beeld of die handelsmerk, en
- ◆ franchises wat dienste lewer.

Die eerste kategorie, naamlik agentskappe word algemeen in die motorbedryf aangetref. Die tweede kategorie wat te make het met die verspreiding van die handelsmerk, die beeld en die metode van sake doen, word algemeen in die kitskos- en die restaurantbedryf gevind. Die derde kategorie setel in die dienstebedryf waar dienste soos skoonmaak- en hersteldienste aangetref word.

'n Ander klassifikasie metode wat algemeen gebruik word, is die klassifisering van die franchise-onderneming na aanleiding van sy funksie in die distribusiekanaal. Die onderskeie vorme word vervolgens bespreek:

3.5.1 Vervaardiger – Handelaar

In hierdie geval gaan die vervaardiger van die produk kontrakte met onafhanklike ondernemers aan ten einde sy produk aan die verbruiker te bemark. Die vervaardiger is die franchisor of franchise-handelaar en die handelaar is die franchisee of franchise-houer (Kao, 1992:412). Hierdie tipe franchise word algemeen in die motorhandel en brandstofverkope aangetref. Die vervaardiger produseer en bemark die produk, terwyl die handelaar verantwoordelik is vir die verkope. Voorbeelde van hierdie tipe franchising is: Shell, Caltex, Toyota en Ford.

3.5.2 Vervaardiger – Groothandelaar

Die vervaardiger produseer die produk en verkoop dit tesame met die franchise-regte aan die groothandelaar. Die groothandelaar verkoop weer aan die handelaar. Hierdie tipe franchising word ook produk-franchising genoem. 'n Lisensie word aan die franchisee gegee om spesifieke produkte onder die vervaardiger se naam of handelsmerk te bemark. Hierdie vorm van franchising kom algemeen in die koeldrankbedryf voor, byvoorbeeld Coca Cola. Coca Cola gee die franchise aan onafhanklike bottelleerders wat dan die middelmanvervaardiger of groothandelaar-franchisee is. Die franchisee verkoop dan die koeldrank aan verskeie handelaars (Scarborough & Zimmerer, 1993:141; Hodgetts & Kuratko, 1989:114).

3.5.3 Groothandelaar – Handelaar

Hierdie vorm van franchising kom baie ooreen met die formaat soos in paragraaf 3.5.2 bespreek is, behalwe dat daar in hierdie vorm nie 'n spesifieke vervaardiger is nie. Die handelaar bedryf sy onderneming onafhanklik onder 'n spesifieke handelsmerk, byvoorbeeld Spar Supermarkte, maar geniet die voordeel van aankope in groot maat deur die franchisor. Link of Plus apteke is ook voorbeelde van hierdie vorm van franchising (Kao, 1992:412).

3.5.4 Handelsmerkhouer – Handelaar

By hierdie vorm van franchising is die franchisor nie 'n vervaardiger nie, maar is die franchisor 'n bemarker van 'n sakekonsep. Normaalweg het die franchisor reeds 'n paar afsetpunte suksesvol bestuur en vind uitbreiding plaas deur die konsep te verhandel (Kao, 1992:412; Longeneker & Moore, 1994:89).

Hierdie vorm van franchising is algemeen bekend en word ook die besigheidsformaatfranchise genoem. Besigheidsformaatfranchising is baie meer omvattend as bogenoemde vorme wat reeds bespreek is. Dit sluit 'n lisensie ten opsigte van die gebruik van die handelsmerk in. Dit sluit die produkte of dienste wat gelewer word en die fisiese uitleg van die onderneming in. Metodes hoe om die onderneming te bedryf, bemarking, kwaliteitsbeheer en opleiding maak in 'n mindere of meerdere mate deel van die franchise-pakket uit.

Die meeste lede van die Franchise Association of Southern Africa (FASA) maak gebruik van die besigheidsformaatmetode van franchise-houering om hul franchise-ondernemings te bedryf. Dit is die mees algemene wyse van franchise-houering in Suid-Afrika en word in 'n verskeidenheid bedrywe aangetref. Omrede die besigheidsformaatfranchise die mees omvattendste is, word die volgende inligting rakende die franchise-bedryf binne daardie konteks aangebied.

Ten einde 'n franchise te bemark, word al die inligting rakende die franchise soms in 'n bekendstellings- of 'n bemarkingsdokument uiteengesit.

3.6 DIE ALLESOMVATTENDE FRANCHISE-PAKKET

Volgens Kao (1992:413) verkoop die franchisor nie 'n produk of 'n diens aan die voornemende franchisee nie, maar word 'n metode van hoe om sake te bedryf wat reeds as suksesvol bewys is, verkoop. Die belangrikste bate in die bedryf is die handelsmerk en die metode waarvolgens die onderneming suksesvol bedryf kan word. Dit is wel 'n ontasbare bate, maar die franchisee is bereid om vir 'n wenresep te betaal. Al die belangrike inligting word dan deur die franchisor in 'n bemarkingsdokument of openbaarmakingsdokument uiteengesit ten einde sy pakket te bemark.

Die mees algemene bestanddele van die franchise-pakket is soos volg:

- ◆ **Opleiding:** Die franchisor verskaf 'n opleidingsprogram aan die franchisee wat alle aspekte ten opsigte van die bedryf van die onderneming insluit. Dit behels onder andere alle beginsels en beleidstukke eie aan die bedryf, beleid ten opsigte van menslike hulpbronne soos kleredrag-, indiensnemingsbeleid en opleidingsprosedures en byvoordele aan werknemers. Die opleidingsprogram sluit ook in bedryfstelsels, byvoorbeeld die rekeningkundige en administratiewe stelsel, verkoops-, voorraadbestuur-, kontrole- en inligtingstelsels. Dit is alles deel van die pakket wat die franchisee ontvang.
- ◆ **Tegniese inligting in verband met die bedryf:** Alle inligting rakende resepte, voorbereidingsprosedures en aanbieding van die produk of diens word beskikbaar gestel.
- ◆ **Bedryfshandleidings:** Die franchisor verskaf aan die franchisee 'n bedryfshandleiding waarin alle noodsaaklike inligting rakende die franchise se beleid, bedryfstandaarde en ander aspekte wat tot die sukses van die onderneming kan bydra, uiteengesit word.
- ◆ **Handelsmerk:** Die franchisee mag die handelsmerk sowel as ander ontwerpe en bemarkingsinstrumente gebruik om die franchisor se beeld te vestig.
- ◆ **Beplanning, ontwerp en oprigting:** Die franchisor is primêr verantwoordelik vir die beplanning, ontwerp, oprigting en uitleg van die voornemende franchisee se perseel.

- ◆ **Ligging:** Die franchisor bied ondersteuning aan die franchisee in die keuse en onderhandelinge ten einde die regte ligging vir sy onderneming te vind.
- ◆ **Ondersteuning tydens die opening of oorname van die onderneming:** Tydens die beginfase van die onderneming verskaf die franchisor ondersteuning aan die franchisee deur byvoorbeeld gekwalifiseerde personeel aan die franchisee te verskaf.
- ◆ **Deurlopende ondersteuning:** Sommige franchisors verleen nie net ondersteuning tydens die opening aan die franchisee nie, maar monitor, evalueer en ondersteun die franchisee op 'n gereelde basis.
- ◆ **Aankope:** Die franchisor het soms reeds betroubare verskaffers waarmee die franchisee ook sake teen verlaagde pryse kan doen. In die geval van 'n nuwe onderneming sal die franchisor die franchisee ondersteun in die aankope van sy toerusting en ander vaste bates wat nie deur die franchisor verskaf is nie.
- ◆ **Beskerming ten opsigte van die gebied:** As deel van die kontrak tussen die franchisee en die franchisor kom die franchisor ooreen dat hy nie ander franchises in 'n gegewe radius vanaf hierdie franchise sal vestig nie.
- ◆ **Bemarking en promosies :** Die franchisor onderneem om sy handelsmerk deurlopend te bemark tot voordeel van al die franchisees.
- ◆ **Marknavorsing en produkontwikkeling :** Die franchisor doen marknavorsing ten einde altyd die beste diens en produkte aan sy klante te lewer.
- ◆ **Finansiële ondersteuning:** Alhoewel finansiële ondersteuning nie altyd deel van die pakket is nie, gee sommige franchisors tog finansiële ondersteuning aan die franchisee (Hodgetts & Kuratko, 1989:121; Kao, 1992:415; Rodkin, 1995:8).

Dit is die allesomvattende pakket soos hierbo bespreek wat die franchise-onderneming van 'n ander kleinsakeonderneming onderskei. Bogenoemde ondersteuning spreek baie van die tekortkominge van kleinsakeondernemings aan. Dit fokus op daardie aspekte wat reeds in paragraaf 1.1 van hierdie studie uitgewys is as die oorsake waarom kleinsakeondernemings misluk. Dit is moeilik om die waarde van bogenoemde pakket te kwantifiseer. As gelet

word na die bedrae wat daar vir franchises betaal word, behoort dit 'n aanduiding te gee van die waarde van bogenoemde pakket. Hierdie franchise-pakket, soos dit in die literatuur bestudeer is, verminder die risiko van die ondernemer omdat dit 'n beproefde sakeformaat is. Dit is die mening van die skrywer dat hierdie verlaagde risiko in die koste van die finansiering gereflekteer behoort te word.

Die franchise-pakket en al sy bestanddele, soos dit hierbo bespreek is, is 'n kontraktuele ooreenkoms tussen die franchisor en die franchisee. Normaalweg word die dienste van 'n prokureur met ervaring in die opstel van franchise-kontrakte vereis om die kontrak tussen die franchisee en die franchisor op te stel.

3.7 DIE FRANCHISE-OOREENKOMS

Dit is noodsaaklik om die allesomvattende franchise-pakket noukeurig in 'n franchise-ooreenkoms te beskryf. 'n Goed geformuleerde ooreenkoms is tot die voordeel van die franchisee sowel as die franchisor. Daar is 'n delikate verhouding tussen 'n franchisor en 'n franchisee en konflik tussen die twee partye is nie uitgesluit nie. In 'n studie wat in 1993 deur Schell en McGillis (1993:83) in die VSA onderneem is, word bevind dat wetgewing 'n positiewe effek op die verhouding tussen die partye het. Dieselfde studie het bevind dat daar in die VSA 15 state is wat die Federal Trade Commission (FTC) se wetgewing rakende franchising onderskryf. In Kanada is Alberta die enigste provinsie met 'n formele Franchise-wet.

Op die oomblik is daar nog geen formele wetgewing oor franchises in Suid-Afrika nie, maar daar word soms 'n franchise-ooreenkoms opgestel wat die volgende inligting kan bevat (Hisrich & Peters, 1992:515; Kaufmann, 1992:90; Madhlopa, 1994:34):

- ◆ **Gebiedsbeskerming** : Die franchisor onderneem om die franchisee se gebied te beskerm en byvoorbeeld nie 'n soortgelyke franchise binne 'n sekere radius te vestig nie. In die kontrak word dit ook soms die eksklusiewe regte verbonde aan die bestaan van die franchise genoem.

- ◆ **Tydsduur:** In die ooreenkoms word die tydsduur van die kontrak sowel as die hernuwingsvoorwaardes uiteengesit.
- ◆ **Finansiële vereistes:** Die sake rakende die finansies en bedrae betaalbaar deur die franchisee is uiters noodsaaklike inligting in die kontrak. Dit kan die oorspronklike aankoopprys van die franchise, die metode en tydskedule van betaling en die voortgesette bestuursdiensgeld of tantième betaalbaar insluit. Die kontrak ter sprake moet duidelik bepaal hoe daardie geld maandeliks bereken sal word en hoe dit oorbetaal moet word.
- ◆ **Teenprestasie van die franchisor:** Die franchisor onderneem om sekere dienste te lewer in ruil vir die aanvangsbedrag en die deurlopende bestuursdiensgelde wat ontvang word. Al die aspekte soos toerusting vir die nuwe afsetpunt en die voorsiening van opleiding en bemarkingsuitgawes behoort baie duidelik in die ooreenkoms beskryf te word.
- ◆ **Beëindiging van die kontrak:** In die kontrak moet die voorwaardes vir die beëindiging of die opskorting van die kontrak duidelik uiteengesit word. Daarin moet byvoorbeeld voorsiening gemaak word vir die moontlike afsterwe van een of albei partye; dat een of albei partye dalk hul onderskeie belange om 'n verskeidenheid redes kan verkoop of selfs bankrot kan raak (Schlagmann, 1992:63; De Villiers, 1994:58).

Bogenoemde is slegs 'n paar aspekte wat aandag in die franchise-ooreenkoms behoort te geniet. Elke kontrak tussen 'n franchisor en 'n voornemende franchisee is 'n unieke dokument met sy eie voorwaardes. Aspekte wat direk met hierdie studie verband hou en wat deeglik in die ooreenkoms uiteengesit behoort te word, is die aanvangskapitaal en die deurlopende bestuursdiensgeld.

3.8 GELD BETAALBAAR DEUR DIE FRANCHISEE

In terme van geld wat deur die franchisee betaalbaar is, kan daar onderskei word tussen die aanvanklike kapitale uitleg of aanvangsgeld en die bestuursdiensgeld of tantième wat op 'n deurlopende grondslag betaalbaar is. Soms is daar ook sprake van 'n afsonderlike bedrag

wat die franchisee moet betaal vir bemerking wat nie by die bestuursdiensgeld ingesluit is nie.

3.8.1 Franchise-aanvangsgeld

Die kontrak tussen die franchisor en die franchisee sal spesifiseer wat die franchisee vir die franchise-regte en alles wat daarmee gepaardgaan, moet betaal. Die aanvangskapitaal word normaalweg as 'n eenmalige bedrag gehef voordat die franchise-onderneming tot stand kom. Soms word die franchisee toegelaat om die bedrag oor 'n vasgestelde tydperk te vereffen.

Volgens Schlagmann (1992:63) behoort die franchisee 'n geprojekteerde kontantvloei-begroting op te stel waarin voorsiening gemaak word vir die betaling van die aanvangskapitaal. Indien hy/sy nie sy/haar aanvangskapitaal binne twee jaar kan verhaal nie, is die aanvangskapitaal volgens Schlagmann te hoog (1992:64). Normaalweg dek die franchise-aanvangskapitaal die volgende:

- ◆ Die gebruik van die naam, handelsmerk, die sakekennis, bedryfhandleidings en die sakeondervinding wat op die onderneming betrekking het.
- ◆ Bystand met die keuse van die ligging, sowel as met die oprigting van die onderneming.
- ◆ Aanvangsopleiding van die franchisee en sy personeel.

Sommige franchisors hef franchise-aanvangsgeld wat kan wissel van minder as R10 000 tot oor die R60 000. Slegs 14% franchisors hef nie aanvangsgeld nie (Parker & Gordon, 1995:4). Uit die inligting soos uiteengesit in tabel 3.2 blyk dit dat 'n voornemende franchisee in die kitskosbedryf gemiddeld R29 000 as franchise-aanvangsgeld aan die franchisor moet betaal. Die totale kapitale investering om 'n franchise in dié bedryf te vestig, beloop gemiddeld R474 000. Die totale kapitale investering kan die volgende insluit:

- ◇ Die koste van die geboue.
- ◇ Verbouings en/of verbeteringe aan die geboue.
- ◇ Die aankoop van winkeltoerusting en die winkeluitleg.
- ◇ Ander lopende uitgawes nog voordat die onderneming open.

- ◇ Salarisse betaalbaar aan personeel gedurende die opleidingsperiode.
- ◇ Voorsiening vir bedryfskapitaal totdat die onderneming se kontantvloei voldoende is.

Tabel 3.2

Franchise-aanvangsgeld en totale kapitale belegging van franchise-ondernemings in verskillende bedrywe

BEDRYF	GEMIDDELDE FRANCHISE- AANVANGSGELD (RAND)	GEMIDDELDE TOTALE BELEGGING (RAND)
Voertuigprodukte en -dienste	31 353	302 228
Sakedienste	38 000	105 200
Bou- en woningsdienste	32 222	95 650
Onderrig	33 400	79 100
Spesialiteitsdienste	36 313	453 125
Restaurante	42 500	645 000
Kitskos	28 929	474 286
Gesondheids- en skoonheidsdienste	22 750	70 000
Drukwerk	30 000	400 000
Ontspanningsdienste	15 000	170 000
Eiendom	42 500	128 750
Spesialiteitskleinhandel	26 875	280 475

Parker & Gordon, 1995:3.

3.8.2 Deurlopende franchisor-inkomste

Fondse word normaalweg soos in die ooreenkoms uiteengesit deur die franchisee aan die franchisor betaal. Hierdie deurlopende betaling word ook bestuursdiensgeld genoem. Dit is weekliks of maandeliks betaalbaar (De Villiers, 1994:53). Die bedrag verskuldig word normaalweg op 'n persentasie van die omset bereken. Soms word van ander metodes

gebruik gemaak soos 'n vaste bedrag maandeliks of 'n vaste heffing betaalbaar op produkte aan die franchisee gelewer. Die bestuursdiensgeld is 'n betaling aan die franchisor vir die dienste aan die franchisee gelewer. Dit is die franchisor se hoofbron van inkomste en daarom sal die betaling die koste van die franchisor dek, plus 'n winspersentasie wat daarby ingebou is. Die finansiële sukses van die franchisee het gevolglik 'n direkte invloed op die voortgesette inkomste wat die franchisor verdien. Dit is dus in die belang van die franchisor om sy onderskeie franchisees op 'n gereelde basis te ondersteun.

In tabel 3.3 word 'n uiteensetting gegee van die gemiddelde bestuursdiens- en advertensiegeld wat Suid-Afrikaanse franchisees aan die franchisors betaal.

Tabel 3.3

Gemiddelde bestuursdiensgeld en advertensiekoste betaalbaar

BEDRYF	GEMIDDELDE BESTUURSDIENSGELD AS % VAN OMSET	GEMIDDELDE ADVERTENSIE- KOSTE AS % VAN OMSET
Voertuigprodukte en -dienste	2.17	-
Sakedienste	6.88	1.83
Bou- en woningsdienste	8.00	2.14
Onderrig	10.00	2.5
Spesialiteitsdienste	5.43	2.1
Restaurante	4.70	2.35
Kitskos	5.25	3.55
Gesondheids- en skoonheidsdienste	9.00	3.00
Drukwerk	5.25	3.00
Ontspanningsdienste	3.00	-
Eiendom	6.70	1.25
Spesialiteitskleinhandel	3.82	1.95

Parker & Gordon, 1995:4.

Normaalweg is daar 'n korrelasie tussen die aanvangsbedrag en die persentasie bestuursdiensgeld wat die franchisor hef en die waarde van die onderneming (Baucus *et al.* 1993:93). Die bedrag wat betaal word reflekteer die waarde van die handelsmerk sowel as die kwaliteit en omvang van die ondersteuning wat deur die franchisor gelever word. Die bedrag is ook 'n aanduiding van die begrote finansiële prestasie van die onderneming (Baucus *et al.*, 1993:92).

Ander aspekte wat 'n aanduiding kan wees van die waarde van die franchise is soos volg:

- ◆ die ouderdom van die franchise;
- ◆ die markaandeel van die franchisor, en
- ◆ die aantal afsetpunte waaroor die franchisor beskik en die groei daarin.

3.8.3 Advertensiekoste

Die meeste franchisors het 'n fonds waaruit advertensies en ander bemarkingsuitgawes betaal moet word. Die franchisees betaal 'n sekere persentasie van hul omset aan dié fonds oor. Die voordeel wat hulle daaruit verkry, is dat die gemeenskaplike bemarkingspogings die beeld van die franchise-onderneming versterk. Die gemiddelde persentasie van hul omset wat die franchisee moet betaal, word per bedryf in tabel 3.3 uiteengesit.

3.8.4 Addisionele fooie

Sommige franchisors hef addisionele fooie vir sekere bykomende dienste wat gelever word. Dit kan byvoorbeeld 'n gesentraliseerde boekhoudstelsel of professionele belastingadvies insluit. Dit is belangrik dat daar in die kontrak tussen die franchisee en die franchisor presies uitgespel moet word watter bedrae betaalbaar is en presies wat die franchisee daarvoor in ruil kry.

3.9 DIE VOORDELE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Nadat die franchising-konsep, die statistiek in die bedryf, die verskillende vorme van franchising, die franchise-pakket en die fooie betaalbaar bespreek is, kan daar nou op die

voordele wat franchising bied, gekonsentreer word. Die voordele vir die franchisee en vir die franchisor word afsonderlik bespreek.

3.9.1 Die voordele vir die franchisee

Een van die belangrikste voordele is dat die entrepreneur nie al die probleme hoef te ervaar wat normaalweg met die begin van 'n nuwe onderneming ondervind word nie. Die franchisor wat reeds deur die leerervaring is, kan die franchisee ondersteun.

Die franchisee geniet die voordeel van opleiding wat deur die franchisor verskaf word. Baie van die swak punte en gebrek aan bestuurservaring kan deur middel van die opleiding oorkom word.

- ◆ Die voordeel om 'n gevestigde of reeds beproefde produk of diens te lewer, waarvan die handelsmerk reeds bekend is.
- ◆ Sommige koste kan deur die bemiddeling van die franchisor besnoei word omrede die franchisor reeds in die bedryf is, en op groot skaal aankope doen.
- ◆ Volgehoue ondersteuning en advies is tot die franchisee se beskikking. Soms word weer opskerpingskursusse vir die franchisees aangebied. Bedryfshandleidings word uitgereik en op 'n gereelde basis opgedateer.
- ◆ Verteenwoordigers van die franchisor besoek die franchisee op 'n gereelde basis om kontrole uit te oefen.
- ◆ Deurlopende marknavorsing en ontwikkeling van die produk of diens is tot voordeel van die franchisee.
- ◆ Advertensies op nasionale vlak sowel as plaaslike bemarking is 'n aanwinst vir die franchisee.
- ◆ Met al die ondersteuning wat die franchisor bied, het die franchisee 'n groter kans om suksesvol te wees.
- ◆ Omrede die voornemende franchisee met 'n gevestigde franchisor geassosieer word, verbeter dit sy kanse om finansiering te bekom (Longenecker & Moore, 1994:92; Anon, 1993:24; Illetschko, 1991:48).

3.9.2 Voordele vir die franchisor

Indien die franchisor graag wil uitbrei, is franchising 'n ideale metode om dit te doen. Dit is dan nie vir die franchisor nodig om addisionele kapitaal te investeer nie. Die kapitale investering berus dan by die franchisee.

- ◆ Die franchisee bestuur sy onderneming en die finansies relatief onafhanklik en verminder dus die franchisor se risiko.
- ◆ Die franchisee het beter kontrole en beheer oor koste omrede dit sy eie onderneming is en hyself teenwoordig is, in kontras met 'n takbestuurder wat vir 'n salaris werk.
- ◆ Die franchisor hoef nie voorsiening te maak vir addisionele personeel nie, aangesien die franchisee sy eie personeel administreer.
- ◆ Om nuwe franchises te vestig, is 'n baie vinniger uitbreidingsmetode vir die franchisor as om self addisionele finansiering te bekom en 'n nuwe afsetpunt toe te rus.
- ◆ Vakbondvorming word verminder omrede die franchisees nie werknemers van die franchisor is nie (Hisrich & Peters, 1992:508).

3.10 DIE NADELE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Alhoewel franchising baie voordele vir die franchisee en franchisor inhou, is daar tog ook nadele en slaggate aan die franchising-konsep verbonde.

3.10.1 Die nadele vir die franchisee

- ◆ Dit is relatief duur om 'n franchise-onderneming te koop. Hoe meer bekend en hoe beter die beeld van die franchise is, hoe meer sal die franchisee daarvoor moet betaal.
- ◆ Addisionele fooie soos bestuursdiensgeld en bemarkingsheffings is ook betaalbaar. Dit word bereken op die franchisee se omset en kan 'n groot las op die franchisee plaas.

- ◆ Die franchisee is nie totaal onafhanklik om sy eie onderneming te bestuur nie. Daar is sekere riglyne soos voorgeskryf deur die franchisor wat die franchisee moet navolg.
- ◆ Dit is moontlik dat die franchisee vir die onderneming beter pryse vir items kan beding, maar dan kontraktueel aan die franchisor verbind is.
- ◆ Die franchisor kan geneig wees om meer afsetpunte as wat die mark regverdig, te vestig (Stanworth, 1995:59; Standerd Bank, 1995:6; Longenecker & Moore, 1994:89).

3.10.2 Die nadele vir die franchisor

- ◆ Dit is soms moeilik om 'n entrepreneur met die regte persoonlikheidseienskappe te vind.
- ◆ Die swak of foutiewe gedrag van een franchisee kan die beeld van die hele groep skade berokken.
- ◆ Die diens wat die franchisor volgens die kontrak moet lewer, regverdig nie altyd die inkomste wat uit die franchise verdien word nie (Kao, 1992:416; Anon, 1993:24).
- ◆ Die franchisor het nie meer volle beheer oor die afsetpunt nie en dit kan aanleiding tot swakker kwaliteit gee.
- ◆ Die franchisor is slegs op die oorspronklike aanvangsgeld en op die deurlopende bestuursdiensgeld aangewese vir 'n inkomste.
- ◆ Daar rus 'n morele verpligting op die skouers van die franchisor om die konsep te laat slaag. Dit is nie alleen die franchisor se kapitaal nie maar die investerings van al sy franchisees. 'n Foutiewe besluit van die franchisor kan verreikende gevolge op al die franchisees hê (Standard Bank, 1995:6; Morrison, 1995:85).

Ten einde aansluiting te vind by die volgende hoofstuk en om die finansiering van 'n franchise-onderneming te analiseer, word daar 'n uiteensetting gegee van die vernaamste verskille tussen 'n ander kleinsakeonderneming en 'n sakeonderneming wat as 'n franchise-bedryf word.

3.11 DIE VERNAAMSTE VERSKILLE TUSSEN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING EN 'N ANDER/GEWONE KLEINSAKEONDERNEMING

Om die franchise-konsep beter te verstaan en sodoende meer bedag te wees op die aspekte wat kan aanleiding gee tot argumente ten gunste van 'n beter bedingingsmag vir franchises ten opsigte van finansieringsgeleenthede, word die verskille tussen franchises en gewone kleinsakeondernemings wat nie as franchises bedryf word nie in tabel 3.4 uiteengesit.

Tabel 3.4

Die verskille tussen franchises en gewone kleinsakeondernemings

FRANCHISES	GEWONE KLEINSAKEONDERNEMING
Opleiding word deur die franchisor verskaf.	Bestuurskennis en kennis van die bedryf is die eienaar se eie verantwoordelikheid.
Mag 'n gevestigde handelsmerk gebruik. Bedrywighede word geassosieer met die franchisor.	Dit neem tyd om 'n nuwe handelsmerk of naam te vestig.
Die produk en/of diens is reeds by die publiek gevestig en getoets.	Tyd word benodig om die produk en/of diens te vestig.
'n Volledige pakket word aangekoop en sodoende is die onderneming vinniger gereed om met sake te begin.	Die onderneming neem langer om gevestig te word.
Minder bedryfskapitaal mag benodig word as gevolg van strengere kontrole of reeds gevestigde verskaffers deur middel van die franchisor.	Groter risiko en langer tydperk om gevestig te word mag aanleiding gee tot meer bedryfskapitaal wat benodig word.
Vooruitskattings ten opsigte van wins en kontantvloei is meer akkuraat as gevolg van beproefde formaat.	Omrede dit nie 'n beproefde konsep is nie, mag vooruitskattings ten opsigte van verkope, uitgawes en wins onvoldoende wees.

Tabel 3.4 (vervolg)

Groter kans om 'n sukses te maak.	Groter kans om te misluk as gevolg van langer vestigingstydperk, en kans om te fouteer ten opsigte van bemarking en beplanning.
Die verkoopsgebied, die mark word deur die franchisor afgebaken.	Risiko dat soortgelyke ondernemings sal open is nie gewaarborg nie.
Die voordeel van nasionale en plaaslike bemarking van produkte en/of dienste.	Bemarking word deur die eienaar self gehanteer.

Federal Business Development Bank, 1997:3.

3.12 DIE TOEKOMS VAN FRANCHISING

In die VSA is bewys dat 80% onafhanklike kleinsakeondernemings na 'n periode van 5-10 jaar misluk het. In teenstelling daarmee is 90% franchise-ondernemings suksesvol. Die vooruitskating is dat franchising in die volgende dertig jaar ten minste sal verdubbel (Anon, 1993:24).

Daar is baie geleenthede vir entrepreneurs om internasionaal mee te ding binne die franchise-bedryf. Wanneer 'n franchisor van die VSA besluit om internasionaal uit te brei, word dit deur die *International Master Licensee (IML)* moontlik gemaak. Die IML tree as 'n tussenganger tussen die franchisor en die franchisee op.

In die VSA is daar 'n agentskap, die *U.S. Agency for International Development*, wat voornemende entrepreneurs ondersteun. Die agentskap borg 'n projek in Suid-Afrika, die *Black Integrated Commercial Support Network (BICSN)*, wat ten doel het om swart mense te ondersteun om ondernemings te vestig. Ten einde bogenoemde doelwit te bereik, word die franchising-konsep uitgesonder as een van die metodes wat tot hul sukses kan bydra. In *African Business* (1993:24) word bogenoemde soos volg bevestig: "By introducing the concept of franchising to the black community and exposing black entrepreneurs to international and local franchise opportunities the BICSN project is successfully encouraging

the establishment and expansion of efficient and profitable black-owned businesses.” (Anon, 1993:24.)

Bogenoemde is 'n aanduiding dat franchising steeds in gewildheid toeneem en dit is 'n geleentheid vir baie persone om hul eie onderneming te besit. Dit wil voorkom of die kitskos- en restaurantbedryf reeds naby aan die versadigingspunt is. Een van die bedrywe wat tans baie geleenthede bied, is onderwys en opleiding. In beide die VSA en Europa is dit in die onlangse tyd die vinnigste groeiende bedrywe in die franchising-bedryf. Dit behels die oprigting van klein gespesialiseerde skole en kolleges wat in bepaalde behoeftes voorsien. 'n Ander groeigeleentheid is die nutsman wat met sy bakkie, toegerus met die nodige apparaat, herstel- of vervangingswerk by huise of ondernemings doen.

Parker en Gordon (1995:6) voorspel dat franchising toenemend in Suid-Afrika gebruik gaan word om kommoditeite aan groot markte te voorsien. Hul voorspel voorts dat baie ondernemings wat tans in die formaat vervaardiger-groothandelaar sake doen, na die besigheidsformaatmetode sal oorskakel. Pick 'n Pay en Woolworths het reeds die franchise-mark in kleinhandel betree. Pick 'n Pay het alreeds 22 en Woolworths 28 franchisees binne die onderskeie groepe.

Bogenoemde is almal voorbeelde waar die franchising-konsep ondersteun word en waar dit ervaar word as 'n unieke metode ten einde ekonomiese groei te bevorder. Dit dien as 'n meganisme om 'n groot aantal nuwe entrepreneurs in veral die kleinhandel en dienssektore te vestig en om nuwe werksgeleenthede te skep.

3.13 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is die franchising-konsep in meer besonderhede bespreek. 'n Historiese oorsig oor die ontstaan van die konsep is aangebied, asook statistiek wat op die bedryf van toepassing is. Belangrike bydraes wat deur middel van franchising gelever kan word, is die volgende:

- ◆ die bydrae tot werkskepping;

- ◆ die ontwikkeling van die kleinsakesektor;
- ◆ die opleiding van werknemers om bepaalde vaardighede te ontwikkel, en
- ◆ die bemagtiging en die bevordering van minderbevoorregte groepe in Suid-Afrika.

Bogenoemde bydraes sluit direk aan by die Witskrif wat handel oor strategieë ten einde die kleinsakesektor te bevorder.

Die verskillende franchising-vorme, die franchise-ooreenkoms en die geld betaalbaar deur die franchisee is bespreek. Die voordele en die nadele wat franchising vir die franchisee en die franchisor inhou, is uiteengesit. Ten slotte is die vernaamste verskille tussen franchise-ondernemings en gewone kleinsakeondernemings weergegee, sodat daar in terme van die finansiering van franchises op die positiewe verskille gefokus kan word.

DIE FINANSIERING VAN 'N FRANCHISE- ONDERNEMING

4.1 INLEIDING

In hierdie hoofstuk word die finansiering van 'n franchise-onderneming aan die hand van die beskikbare literatuur bespreek. Baie van die beginsels, vereistes en finansieringsbronne stem grootliks ooreen met die inligting in terme van die finansiering van kleinsakeondernemings, soos uiteengesit in hoofstuk 2. Die waarde van 'n franchise-onderneming, die risiko en die hoeveelheid kapitaal benodig ten einde 'n franchise-onderneming te begin, word aangespreek. Die klem val op die finansiering tot beskikking van die franchisee in Suid-Afrika en daar is ook verwysings na hoe finansiering van franchises elders in die wêreld hanteer word.

4.2 DIE FINANSIERING VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Dieselfde probleem wat nie-franchise-ondernemings in die kleinsakesektor ervaar, kom by die voornemende franchisee voor (Whittemore, 1993:5). In die VSA het president Clinton selfs sover gegaan om die regulasies wat met die finansiering van kleinsakeondernemings te make het, te verander. Volgens die uitvoerende direkteur van Hinsdale Bank & Trust Co. is een van die basiese probleme wat banke ondervind die getrek aan sekuriteit om 'n lening goedgekeur te kry (Whittemore, 1993:57).

Volgens (Holmes, 1994:30) gee die meeste banke voorkeur aan die finansieringsaansoek van 'n franchise-onderneming bo die van 'n ander kleinsakeonderneming. Edwards, algemene bestuurder van NedEnterprise, 'n afdeling van Nedcor wat in finansiering van

klein- en medium grootte ondernemings spesialiseer, bevestig bogenoemde stelling. Volgens hom word 60% van NedEnterprise se finansiering aan franchises toegestaan. Sedert die stigting van NedEnterprise het nog nie een franchise-onderneming waaraan hulle krediet toegestaan het, misluk nie. Ongeveer 50% van hul finansiering gaan aan nuwe franchises en die ander helfte aan reeds bestaande franchises (De Villiers, 1995:54).

4.3 DIE WAARDE VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

4.3.1 Inleiding

Dit is bewys dat die risiko van 'n franchise-onderneming baie laer as die van 'n ander kleinsakeonderneming is. Meer as 50% ander kleinsakeondernemings in die VSA misluk. Die mislukkingsyfer vir franchise-ondernemings is daar minder as 5%. Statistiek bevestig die neiging in die Verenigde Koninkryk. Gedurende die resessie van 1992-1993 het die mislukkingsyfer van kleinsakeondernemings van 30% tot 70% toegeneem. In die franchise-bedryf het die mislukkingskoers onder 5% gebly (Ntoula, 1993:20).

Die waarde van die franchise-bedryf lê daarin dat die franchisee se sukses ook die sukses van die franchisor is. Die mislukking van die franchisee is terselfdertyd die mislukking vir die franchisor. Suksesvolle franchisees word deur die volgende ondersteun:

- ◆ Die oordrag van 'n beproefde en geslaagde metode van sake doen.
- ◆ Produk- en/of diensnavorsing is reeds gedoen.
- ◆ Navorsing in verband met die mark is reeds afgehandel.
- ◆ Opleiding van personeel word gedoen.
- ◆ Beproefde administratiewe- en finansiële stelsels is beskikbaar (Ntoula, 1993:20).

Met bogenoemde in ag geneem is dit moontlik om die waarde van 'n franchise-onderneming te bepaal.

4.3.2 Die waarde van 'n franchise-onderneming

Baucus, Baucus en Human het in 1993 'n studie onderneem om die waarde van 'n franchise-onderneming te bepaal. Die doel was om voornemende franchisees te ondersteun

in die waardebeplating van 'n franchise-onderneming. Die aanname is gemaak dat die aanvangsgeld en diensteheffing wat aan die franchisor betaal moet word, die waarde van die handelsmerk, die winsgewindheid van die onderneming en die ondersteuning wat die franchisor aanbied, behoort te reflekteer. Die volgende aspekte is as aanwysers vir die bepaling van die waarde van die franchise uitgelig:

- ◇ die aantal jare wat die franchisor in die bedryf is;
- ◇ die verteenwoordiging wat die franchise in die mark het, en
- ◇ die groei in die aantal afsetpunte van die franchisor.

Die resultate van die studie bevestig dat daar 'n positiewe verwantskap tussen die aanvangskapitaal en die diensteheffings betaalbaar en die waarde van die franchise is. Daar is ook 'n positiewe verwantskap tussen die aanvangskapitaal en diensteheffing en die aanwysers wat gebruik is om die waarde van die franchise te bepaal. Die aanwysers in terme van die aantal jare in die bedryf en die aantal afsetpunte het die meeste gekorreleer met die waarde van die franchise (Baucus, Baucus & Human, 1993:102).

Die bedrag wat deur die franchisee betaalbaar is vir die gebruik van die handelsmerk, die beproefde konsep en die ondersteuning en kennis van die franchisor, word in die balansstaat van die franchise-onderneming as 'n ontasbare of immateriële bate aangeteken.

4.3.3 Die begrip ontasbare bates

In terme van bates kan daar tussen tasbare en ontasbare bates onderskei word. Tasbare bates is daardie bates wat fisies in die onderneming waarneembaar is. Ontasbare bates is nie fisies waarneembaar nie, maar is in die onderneming ingebring as gevolg van 'n wettige of kontraktuele ooreenkoms. Daar kan verder tussen identifiseerbare ontasbare en onidentifiseerbare ontasbare bates onderskei word. Identifiseerbare ontasbare bates is byvoorbeeld: patentregte, franchise-waarde en handelsmerke. Klandisiewaarde is 'n voorbeeld van 'n onidentifiseerbare ontasbare bate (Belkaoui, 1992:399).

Dit is dus duidelik dat die waarde van 'n franchise, naamlik die regte wat aangekoop is om die handelsmerk te gebruik en volgens 'n beproefde metode sake te doen, met al die ander

aspekte wat daarmee saamgaan, 'n identifiseerbare ontasbare bate is.

Volgens opinie 17 van die *Accounting Practise Board* (APB) word ontasbare bates in die finansiële state soos volg gehanteer:

- ◆ identifiseerbare ontasbare bates wat aangekoop is, word gekapitaliseer teen kosprys;
- ◆ onidentifiseerbare ontasbare bates wat aangekoop is, word as uitgawes gehanteer;
- ◆ identifiseerbare ontasbare bates wat intern ontwikkel is, word gekapitaliseer met die uitsondering van navorsings- en ontwikkelingskoste, en
- ◆ onidentifiseerbare ontasbare bates wat intern ontwikkel is, word as uitgawes hanteer (Belkaoui, 1992:399).

Dit is dus duidelik dat die waarde van die franchise as 'n identifiseerbare ontasbare bate in die balansstaat onder die opskrif van vaste bates aangeteken sal word. Die franchise en alles wat daarmee saamgaan, is teen 'n sekere bedrag vanaf die franchisor aangekoop en behoort dus gekapitaliseer te word.

As daar gekyk word na die definisie van 'n bate, geld die volgende eienskappe:

- ◆ die bate word in die onderneming aangewend ten opsigte van die toekomstige voordeel wat dit vir die onderneming inhou;
- ◆ dit moet 'n waarde hê, wat bepaal kan word deur die prys betaal of 'n ander opoffering wat meetbaar is, en
- ◆ die onderneming behoort oor die eiendomsreg van die bate te beskik (Belkaoui, 1992:398).

Die Suid-Afrikaanse Rekeningkundige standpunt (Re 123:09) voeg nog die volgende eienskap by:

- ◆ die bate behoort vir meer as een rekeningkundige periode in die onderneming gebruik te word.

Normaalweg kan die vaste bates van 'n voornemende entrepreneur as sekuriteit vir finansiering aangebied word. Die vraag ontstaan of die waarde wat die franchisee aankoop en wat in die boeke as 'n identifiseerbare ontasbare bate aangeteken word, naamlik die franchise-waarde, enigsins as sekuriteit in die onderneming dien. Die franchise-waarde voldoen aan alle vereistes wat daargestel word ten einde as 'n bate geklassifiseer te word, naamlik:

- ◆ dit hou 'n toekomstige voordeel vir die franchise-onderneming in;
- ◆ die franchisee het of gaan 'n prys vir die franchise-waarde betaal wat meetbaar is;
- ◆ daar is oordraging van eiendomsreg, en
- ◆ die bate gaan vir meer as een rekeningkundige periode in die onderneming gebruik word.

Omdat daar aan al die vereistes voldoen word, behoort die waarde van die franchise-onderneming ook as sekuriteit in die onderneming te kan dien.

4.3.4 Die franchise-waarde as sekuriteit

In die literatuurstudie kon daar geen inligting gevind word wat 'n aanduiding gee of die franchise-waarde as sekuriteit aanvaar word nie. Die inligting wat bestudeer is, gee 'n deeglike beskrywing van die waarde van die franchising-konsep. Veral die besigheidsformaatmetode van franchising en al sy voordele word beklemtoon. Andersins word die waardevolle verhouding tussen die franchisee en die franchisor en al die ondersteuning wat die franchisee vanaf die franchisor kan ontvang, uitgelig. Die reputasie van die franchisor word ook as 'n faktor beklemtoon, wat tot die verlaging in die risiko om 'n franchisee te finansier, kan bydra.

In die empiriese gedeelte van hierdie studie word daar ondersoek ingestel na die waarde van die franchise en of daar enigsins in die aansoek om finansiering aan die aspek aandag bestee word.

4.4 DIE RISIKO VAN 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Omrede die waarde van die franchise-onderneming, opbrengs, risiko en sekuriteit verband hou met finansiering, word daar verder gelet op die risiko van 'n franchise-onderneming. Franchising en veral die besigheidsformaat vorm van franchising het sekere inherente eienskappe wat die risiko van die onderneming kan verminder. Banke is van mening dat enige onderneming 'n risiko inhou. Die grootste risiko is die tydens die beginfase van 'n onderneming (Stern & Stanworth, 1994:20). Volgens Stern en Stanworth (1994:21) stel banke belang in die reputasie van die franchisor en in die produk of diens wat die franchisee lewer, wanneer 'n aansoek om finansiering beoordeel word en risiko bepaal moet word.

4.4.1 Vermindering van risiko

Na aanleiding van navorsing wat deur NatWest Bank in Brittanje gedoen is, is bevind dat franchises minder risiko vir die banke as ander kleinsakeondernemings inhou. Alhoewel daar reeds in verskeie studies navorsing oor die mislukkingsyfers van kleinsakeondernemings en franchise-ondernemings gedoen is, is dit moeilik om betroubare statistiek in verband met franchises te verskaf. Die rede daarvoor is dat baie franchise-ondernemings van franchisee verwissel sonder dat dit as 'n mislukking aangeteken word. In baie gevalle tree die franchisor ook tussenbeide om die onderneming van ondergang te red.

Die Departement van Handel in die VSA het vasgestel dat minder as 4% van alle franchise-ondernemings misluk. Daarna het Castrogiovanni, Justis en Julian (1993:105) 'n studie onderneem waarin bogenoemde persentasie bevestig is. In hulle studie is die volgende drie faktore, wat 'n invloed op die mislukking van franchise-ondernemings kan hê, uitgewys:

- ◆ die aantal jare wat die franchisor in die bedryf is;
- ◆ die grootte van die franchise-onderneming, en
- ◆ die kapitaalintensiteit van die onderneming.

Daar is sekere stappe wat geneem kan word om die risiko van investering in 'n franchise te verminder. Hisrich en Peters (1992:511-514) stel die volgende voor:

- ◆ Die voornemende entrepreneur behoort 'n deeglike selfstudie te onderneem. Die persoonlikheidseienskappe van die entrepreneur is baie belangrik ten einde 'n sukses van die onderneming te maak.
- ◆ Die voornemende franchisee behoort 'n deeglike studie van 'n paar franchise-geleenthede te maak en eers daarna 'n keuse uit te oefen. Let veral op die volgende aspekte:
 - ◇ die geskiedenis van die franchise-onderneming;
 - ◇ die finansiële stabiliteit van die franchise;
 - ◇ die potensiële mark van die franchise;
 - ◇ die winspotensiaal van die onderneming, en
 - ◇ die stabiliteit en sukses van die franchisor.

Met inagneming van bogenoemde faktore wanneer 'n franchise beoordeel word ten einde risiko te bepaal, is daar ook nog die reputasie van die franchisor wat 'n invloed kan uitoefen. Holmes (1994:29) bevestig dat dit baie moeiliker vir 'n onafhanklike kleinsakeonderneming is om finansiering te bekom. Hy maak die volgende stelling: "The picture brightens appreciably when fledgling entrepreneurs are backed by economically powerful franchisors."

Die bydrae wat die franchisor tot die finansieringsmoontlikhede van die franchisee kan lewer, behoort nie onderskat te word nie.

4.4.2 Die reputasie van die franchisor

Indien banke 'n aansoek om finansiering en dus die risiko beoordeel, is die reputasie van die franchisor van groot belang. Die franchisee sal nie geld investeer of ondersteuning vanaf die bank ontvang indien die franchisor nie 'n goeie reputasie opgebou het nie. Die franchisor moet bewys lewer dat sy konsep werk en alreeds sy eie onderneming en ten minste 'n ander

afsetpunt suksesvol bedryf het, voordat hy franchising kan oorweeg (Victor & Feinstein, 1991:10).

Nie alleen kan die suksesverhaal van die franchisor die risiko verminder nie, maar ook die ondersteuning wat die franchisor aan die franchisee bied. Die vermoë van die franchisee om sy verpligtinge teenoor die bank na te kom kan beïnvloed word deur sy vermoë om probleme te hanteer voordat dit te ernstig word. Vir die bank is dit belangrik dat die franchisee ondersteuning vanaf die franchisor ontvang wanneer probleemsituasies voorkom. Dit behoort ook vir die franchisor belangrik te wees ten einde sy franchise-netwerk in stand te hou. Die bank verwag van die franchisor om die bank in kennis te stel indien die franchisee probleme ondervind om byvoorbeeld sy diensteheffings te betaal.

Die bank het ook 'n belang in die kontraktuele ooreenkoms tussen die franchisee en die franchisor. In die kontrak word die regte en die verpligtinge van die onderskeie partye teenoor mekaar uiteengesit. Aspekte in die kontrak wat die bank kan raak soos beëindiging of oordrag van die kontrak kan 'n effek op die risiko van die finansiering hê (Stern & Stanworth, 1994:21).

Een van die voordele van franchising wat 'n effek op die finansiering van die franchisee het, is die geïntegreerde aard van hierdie metode van sake doen. Banke besef dat die franchisee ondersteuning kan ontvang vanaf die franchisor omrede die franchisor ook 'n belang in die onderneming het. Dit mag die geval wees dat finansiering meer geredelik of teen laer rentekoerse aan die franchisee toegestaan word.

4.5 DIE HOEVEELHEID KAPITAAL WAT BENODIG WORD OM 'N FRANCHISE TE BEGIN

In die meeste franchise-ooreenkomste word drie soorte betalings vereis, naamlik:

- ◆ die intreebedrag of aanvangskapitaal;
- ◆ die diensteheffings, en
- ◆ die advertensie- en/of bemarkingskoste.

Die aanvangskapitaal is 'n enkelbedrag wat betaal word aan die franchisor vir die intellektuele eiendomsreg soos die franchisor se naam, handelsmerk en die administratiewe en bedryfstelsels van die onderneming. Dit is betaalbaar tydens die ondertekening van die kontrak.

Die diensteheffing is normaalweg maandeliks betaalbaar en word as 'n persentasie van die omset bereken. Die advertensie- en bemarkingskoste word ook as 'n persentasie van die omset van die franchisee bereken en wissel in die omgewing van 2-3% van die omset (Coetzee, 1995:43). Die onderstaande tabel 4.1 gee 'n aanduiding van die koste wat aan 'n paar plaaslike franchises verbonde is.

Tabel 4.1

Plaaslike franchises – voorbeelde van koste

Franchise	Totale belegging (R000)	Aanvangskapitaal (R000)	Diensteheffing (% van omset)	Advertensie (% van omset)	Opbrengs op belegging (%)	Minimum eie kontant (R000)
Juicy Lucy	350	35	6	4	30	250
Mr. X-haust	250-300	12	2	Geen	16	160
Kwik Kopy	400	43	6	3	34	130
Spur	780-1000	30	5	2	20	312
Drain Surgeon	90-140	25	7	3	30	40
Electro Clinic	140	25	7	3	30	45
PostNet	200	45	6	2	20	50
Cash Converters	500	100	R 5000	R5000	40	250
Rainbow Snow	17	6	Geen	Geen	30	17
Brittan's Sweets	200	30	6	Geen	35	100
Ceramic Tile	450-500	50	2	2	35	200

Coetzee, 1995:43.

Wanneer daar met 'n nuwe franchise-onderneming begin word, moet daar voorsiening gemaak word vir die aanvangskapitaal en ook vir die bedryfskapitaal. Delaney (1994:26) beveel aan dat dit beter is om ook vir ses tot twaalf maande se bedryfskapitaal te begroot. Om werklik te kan begroot vir die aanvangskapitaal en die bedryfskapitaal is dit nodig om 'n onderneming se lewensfases en kontantsiklus te ontleed.

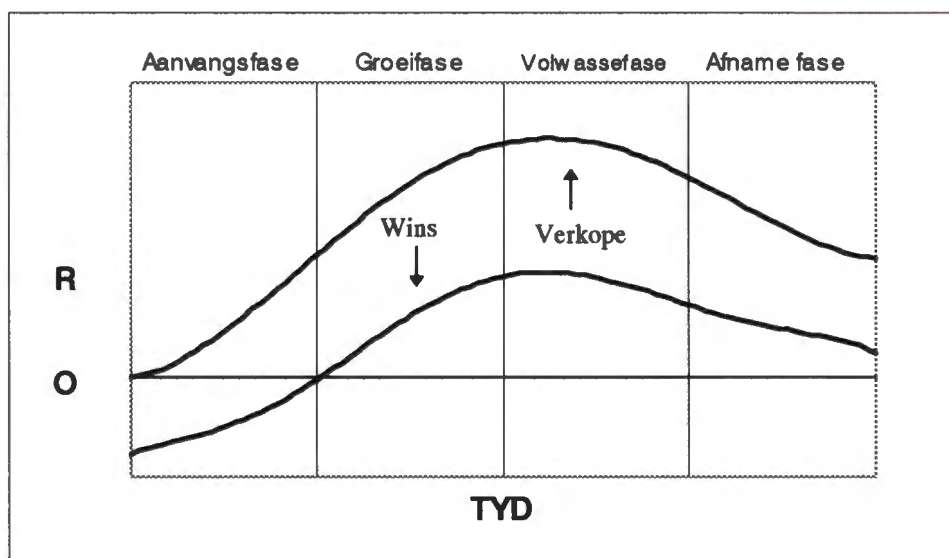
4.5.1 Die fases van die onderneming

Indien finansieringsmoontlikhede oorweeg word, behoort die finansieringsopsie by die fase van ontwikkeling waarin die onderneming homself bevind, aan te pas (Kuriloff, Hempill *et al.* 1993:355).

Die vier fases van 'n onderneming se ontwikkeling word grafies in figuur 4.1 voorgestel.

Figuur 4.1

Die fases waarvolgens 'n onderneming ontwikkel



Kuriloff, Hempill & Cloud, 1993:356.

Die vier ontwikkelingsfases word soos volg bespreek:

- ◆ Die *begin- of aanvangsfase*. Gedurende hierdie fase is die onderneming se mark nog beperk, produksiekoste en aanvangsuitgawes is hoog.
- ◆ Die *groefase*. Die onderneming sowel as die mark is besig om te groei. Produkinnovasie is teenwoordig. Mededinging is groot en winste styg.
- ◆ Die *volwasse fase*. Gedurende die volwasse fase van 'n onderneming neem groei in die mark af. Verkope mag toeneem, maar mededinging in die mark laat verkooppriese en wins daal.
- ◆ Die *afnamefase*. Gedurende hierdie fase neem verkope en wins af. Mededinging in die mark is straf.

In hierdie studie is gekonsentreer op die aanvangsfase van die franchise-onderneming. Die voornemende franchisee benodig aanvangs- en bedryfskapitaal om sy onderneming te begin.

4.6 METODES VAN FINANSIERING

Daar is verskeie bronne en 'n verskeidenheid van finansieringsmetodes vir die kleinsakeonderneming beskikbaar (kyk hoofstuk 2, paragraaf 2.5). Baie entrepreneurs neem pakette vir vroeë uitdienstrede by hulle werk, ander gebruik hul pensioengeld of selfs erfgoed as 'n finansieringsbron. Bogenoemde staan bekend as eie finansiering. Indien 'n entrepreneur bereid is om al sy spaargeld in sy onderneming te stort, dui dit op 'n verbondenheid en toegewydheid aan die saak.

'n Ander metode van eie finansiering wat baie by swart vroue aangetref word, is die stokvel-metode. Alle beskikbare fondse word oor 'n tydperk in 'n gemeenskaplike fonds gestort, totdat 'n aansienlike bedrag eie kapitaal beskikbaar is.

Vervolgens word 'n paar metodes wat algemeen deur franchisees gebruik word, bespreek. Lenings en ander vorme van finansiering wat deur handelsbanke verskaf word, is nie hier bespreek nie aangesien dit afsonderlik in die volgende gedeelte gehanteer word.

4.6.1 Handelskrediet

Handelskrediet verskil van ander vorme van krediet in die opsig dat die bron van finansiering nie aan 'n finansiële instelling gekoppel word nie. Ongeveer 'n derde van 'n kleinsakeonderneming se bedryfslaste bestaan uit handelskrediet (Walker & Petty, 1986:338). Die kenmerke van handelskrediet kan soos volg uiteengesit word:

- ◆ Handelskrediet word in die meeste gevalle op 'n informele basis toegestaan.
- ◆ Die krediet is onverseker.
- ◆ Daar is nie 'n formele koste verbode aan handelskrediet nie. Die enigste koste wat bereken kan word, is die korting wat verbeur word omrede daar nie kontant betaal is nie.
- ◆ Die termyn waarvoor die krediet toegestaan word, word grootliks deur die industrie waarin die franchise-onderneming opereer, bepaal.

Veral in die beginfase van die franchisee se onderneming kan 'n tekort aan kontant ervaar word. Op daardie stadium en ook wanneer die onderneming baie vinnig groei, is die verkryging van handelskrediet 'n handige finansieringsbron. Dit is daarom belangrik om 'n goeie kredietrekord met die verskaffers van jou produk op te bou (Sherman, 1991:49).

4.6.2 Bruikhuur

In hoofstuk 2, paragraaf 2.5 is bruikhuur en die verskillende vorme bruikhuur reeds bespreek. Vervolgens word 'n paar van die voordele wat bruikhuur vir die franchisee mag inhou, bespreek.

- ◆ Dit is 'n addisionele vorm van finansiering om duursame toerusting of vaste bates mee te finansier.
- ◆ Die franchisee verkry die gebruik van die bates sonder om dadelik 'n groot kapitale uitleg te maak.

- ◆ In baie gevalle kan die franchisee 'n bruikhuurooreenkoms met die franchisor sluit. Die franchisor beskik moontlik oor kontrakte wat hy aan voornemende franchisees teen redelike koste kan aanbied.
- ◆ In die geval van 'n bedryfsbruikhuurooreenkoms het die franchisee die voordeel van instandhouding en diens van die bate, in die kontrak ingesluit.

4.6.3 Faktoring

Indien die franchisee kontantvloeiprobleme ervaar, kan die uitstaande debiteure aan 'n faktoreringsinstelling verkoop word. Die debiteure word teen 'n korting verkoop, maar die onderneming ontvang dadelik die kontant. Dit is dan die faktoreringsinstansie se verantwoordelikheid om die uitstaande debiteure in te vorder.

Die faktoreringsinstelling verrig basies drie funksies namens hul kliënte teen 'n vergoeding, naamlik:

- ◆ die aankoop van hul debiteure;
- ◆ die beoordeling van risiko en die invordering van hul debiteure, en
- ◆ verskaf advies aan die kliënt.

Bogenoemde praktyk hou die volgende voordele vir die franchisee in:

- ◇ Kontant vir die grootste gedeelte van die uitstaande skuld word net na die verkoopstransaksie deur die franchisee ontvang.
- ◇ Faktoring stel die franchisee in staat om sy kontantvloeisituasie te verbeter.
- ◇ Die funksie van debiteure-invordering word deur 'n gespesialiseerde instelling onderneem. In baie gevalle is dit 'n aspek van sake doen waarvoor die franchisee nie voldoende kennis beskik nie.
- ◇ Die administrasiekoste verbonde aan die invordering van die debiteure word deur die franchisee gespaar (Ross, Westerfield & Jordan, 1995:563; Walker & Petty, 1986:351).

4.6.4 Uitreiking van aandele

Die voornemende franchisee kan ook aandele uitreik as 'n vorm van finansiering. 'n Private maatskappy waar aandele privaat en nie aan die publiek uitgereik word nie, is 'n goeie alternatief. In hierdie geval kan vriende en/of familieleden genader word om aandele in die onderneming aan te koop.

4.6.5 Die registrasie van verbande

Na aanleiding van 'n studie wat deur Fancorp, 'n konsultasiemaatskappy in Chicago onderneem is, is persoonlike bates en veral tweede verbande op vaste eiendom die mees algemene finansieringsbron vir franchises in die VSA (Delaney, 1994:26). Die rentekoerse wissel tussen 7 en 11 persent en die terugbetalingstermyn is tussen 5-15 jaar. Die lening kan tot soveel as 80% van die huidige markwaarde van jou eiendom minus die uitstaande verband beloop (Delaney, 1994:26).

4.7 FINANSIERINGSBRONNE VIR 'N FRANCHISE-ONDERNEMING

Benewens die tradisionele banke as finansieringsbron, is daar ook nog lenings van familie, ander finansiële instellings, ondersteuningsliggame binne die kleinsakesektor en die franchisors. Volgens Whittemore (1991:46) behoort voornemende franchisees kreatief te wees in hul finansieringskeuse.

Die meeste banke in Suid-Afrika het spesiale afdelings wat in die verskaffing van finansiering aan kleinsakeondernemings spesialiseer. Andersins is daar ook instansies soos die KSOK en die *Small Business Credit Gurantee Corporation* (SBCGC) wat kleinsakeontwikkeling ondersteun (Koenderman, 1994:3).

Omdat hierdie studie baie sterk gefokus is op die finansiering wat deur handelsbanke aan die franchisee verskaf word, gaan daar in die literatuurstudie onderskei word tussen handelsbanke elders in die wêreld en handelsbanke in Suid-Afrika. Die empiriese studie sal klem op die praktyke van banke in Suid-Afrika lê.

4.7.1 Die handelsbanke elders in die wêreld

Handelsbanke is die mees algemene bron van finansiering vir die meeste franchise-ondernemings. Deur middel van die beskikbare literatuur wat bestudeer is, poog die skrywer om 'n uiteensetting te gee van die betrokkenheid van handelsbanke by die finansiering van 'n franchise-onderneming.

4.7.1.1 Handelsbanke in Brittanje

'n Studie wat uitgevoer is deur die *NatWest Bank* en die *British Franchise Association* in 1990 het bevestig dat 44% van alle franchisees van handelsbankfinansiering gebruik maak (Stern & Stanworth, 1994:22). Volgens Stern en Stanworth (1994:19) is die vernaamste oorsaak van groei in die franchise-bedryf in Brittanje toe te skryf aan die erkenning en die ondersteuning wat die bedryf van die bankwese ontvang. Die bankwese het franchising gekategoriseer as 'n aktiwiteit van die kleinsakesektor en *NatWest Bank* het die volgende stelling gemaak:

The bank has recognised the part that franchising can play in the creation of new small businesses and has appointed Franchise Managers with specific responsibility to assist the development of new businesses through franchising (Stern & Stanworth, 1994:19).

Ander banke in Brittanje het hul voorbeeld gevolg deur persone wat in franchising spesialiseer by hul onderskeie takke aan te stel. Die doel daarvan is om 'n meer formele en eenvormige benadering tot die finansiering van 'n franchise-onderneming te bewerkstellig. Die persoon aan die hoof van die franchise-afdeling van *NatWest Bank* het die doelstellings van so 'n gespesialiseerde afdeling soos volg uiteengesit:

- ◆ Om volledige inligting aan alle takbestuurders, kliënte en die algemene publiek deur te gee sodat dit tot beter begrip van die franchising-konsep kan lei.
- ◆ Om marktaandeel te verhoog veral op die gebied van franchise-ondernemings as voornemende kliënte.

- ◆ Om die bank se kleinsakeportefeulje uit te brei deur middel van lenings aan lewensvatbare kleinsakeondernemings wat deel van 'n franchise-netwerk is.

Na aanleiding van 'n studie wat deur *Nation's Business* onder bankiers onderneem is, is bevind dat bankiers normaalweg ontevrede is met die voornemende lener se aansoek om finansiering. Die banke verwag dat die lener op die stadium wat hy die bank nader reeds deeglike huiswerk moes gedoen het. Die voornemende franchisee behoort reeds 'n deeglike ondersoek na die franchisor en die mark waarin hy sake gaan doen, onderneem het. Volledige inligting oor die franchisee se finansiële posisie is 'n vereiste. 'n Sakeplan en 'n deeglike beskrywing van die onderneming en finansiële vooruitskattings kan die aansoek om finansiering bevorder (DeCeglie, 1993:60).

4.7.1.2 *Handelsbanke in Europa*

'n Studie is deur Stern en Stanworth (1994:24) met die hulp van die franchise-organisasies in verskeie Europese lande uitgevoer ten einde die betrokkenheid en die kennis van die banke in terme van die franchise-bedryf te bepaal. Die resultate van die studie word in tabel 4.2 (p. 89) uiteengesit.

Uit die resultate blyk dit dat die banke in Europa, met die uitsondering van die Verenigde Koninkryk en Duitse banke, nie baie betrokke by die franchise-bedryf is nie. Verskeie lande se respons was in alle opsigte negatief. Slegs banke in die Verenigde Koninkryk, Duitsland en Frankryk gee 'n aanduiding dat hulle oor genoegsame kennis in verband met franchising beskik. Ses lande toon dat die banke nie ondersteunend is nie en ook nie oor voldoende kennis van die bedryf beskik nie. In Europa blyk dit dat die banke in die Verenigde Koninkryk en Duitsland die leiers op die gebied van betrokkenheid by die franchise-bedryf is.

Ten spyte van die bevordering van entrepreneurskap en die ontwikkeling van die kleinsakesektor in Europa blyk dit of die potensiaal wat franchising inhou nog nie daar posgevat het nie (Stern & Stanworth, 1994:24).

Die neiging na meer diensgeoriënteerde bedrywe, die toename in selfindiensneming en die belangrikheid van die kleinsakesektor vir enige land se ekonomie behoort die franchise-bedryf in Europa te stimuleer.

Tabel 4.2

'n Onderzoek na banke se betrokkenheid by franchising in Europa

	Denemarke	Ierland	Finland	Frankryk	Griekeland	Nederland	Italië	Noorweë	Swede	Verenigde Koninkryk
Aantal groot banke.	3	4	5	4	5	4	14	4	5	5
Het die franchise-vereniging professionele affiliate?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Aantal banklede.	0	3	0	0	0	4	1	0	0	5
Is daar enige afdelings wat in franchising spesialiseer?	1	×	×	×	×	2	×	×	×	4
Die kennis van die banke in terme van franchising.	Swak	Redelik	Swak	Goed	Swak	Swak	Swak	Swak	Swak	Goed
Ondersteun die banke oor die algemeen franchises?	×	✓	×	✓	×	✓	×	×	×	✓
Is die banke bereid om franchisees van 'n erkende franchisor te finansier?	✓	✓	×	✓	✓	✓	×	×	×	✓
Word daar enige besondere literatuur ten opsigte van franchises aan kliënte verskaf?	×	✓	×	×	×	✓	×	×	×	✓

Stern & Stanworth, 1994:23.

Baum, die uitvoerende direkteur van Fancorp, 'n konsultasiemaatskappy vir franchises in die VSA, maak die volgende stelling: "Banks feel more comfortable about lending to a new franchisee since they can check out the performance histories of existing units." (Delaney, 1994:26.) Met hierdie stelling bevestig hy die positiewe gesindheid van banke in die VSA ten opsigte van die finansiering van franchise-ondernemings.

4.7.2 Handelsbanke in Suid-Afrika

4.7.2.1 NedEnterprise

NedEnterprise, 'n afdeling van Nedcor het op die gebied van die beskikbaarstelling van internasionale franchise-geleenthede in Suid-Afrika die voortou geneem. Daar is nou vir Suid-Afrikaners die geleentheid om internasionale meesterlisensies vir die bedryf van franchises in Suid-Afrika te bekom. Op 'n internasionale franchise-konferensie het talle Amerikaners en Europeërs groot belangstelling getoon om die Suid Afrikaanse mark te betree.

Volgens Edwards van NedEnterprise het daar in die twee jaar wat hulle sake met franchisors en franchisees doen nie een onderneming misluk nie. NedEnterprise bied nie net finansiële steun nie, maar verskaf ook raad en sekuriteit aan voornemende franchisees (De Villiers, 1994:54).

4.7.2.2 Standard Bank

Kietzman, 'n senior bestuurder van Standard Bank se afdeling vir die ontwikkeling van kleinsakeondernemings, bevestig dat die noodsaaklikheid om die kleinsakesektor te ontwikkel nuwe en kreatiewe finansieringsmetodes verg. Sy mening is dat voornemende franchisees en franchisors hul toenemend tot hul handelsbanke vir finansiering behoort te wend. In sekere gevalle is daar "tailor-made" finansieringspakette aan franchisees beskikbaar. Soms kan die franchisee vir 'n tydperk vrygestel word van die delging van kapitaal en slegs die rente betaal totdat die onderneming se kontantvloei voldoende is (Holmes, 1994:31).

Standard Bank het 'n spesiale fasiliteit waardeur ondersteuning aan die nuwe entrepreneur aangebied word. Daar is ongeveer 25 bestuurders wat daarin spesialiseer om bogenoemde ondersteuning te lewer. Die kliënte word gereeld besoek, raad word gegee en gereelde terugvoering vanaf die kliënt word verwag (Koenderman, 1994:7).

4.7.2.3 *Eerste Nasionale Bank (ENB)*

Höll, die bestuurder van sakeontwikkeling van ENB, sê dat die meeste probleme wat kleinsakeondernemings ervaar om finansiering te bekom, is wanneer dit 'n totale nuwe onderneming is. Volgens Höll hou die meeste takbestuurders nie daarvan om nuwe ondernemings se aansoeke om finansiering te evalueer nie. Al waarop hulle kan werk, is vooruitskattings aangesien die nuwe onderneming nie 'n geskiedenis het nie. Ook in bogenoemde geval het 'n voornemende franchisee 'n voorsprong, aangesien die franchisor wel oor historiese data beskik (Koenderman, 1994:4).

Daar is drie kriteria wat ENB gebruik om 'n aansoek om finansiering te evalueer. Die kriteria is soos volg:

- ◆ die onderneming moet lewensvatbaar wees;
- ◆ die voornemende ondernemer moet bereid wees om self ook 'n kapitaalbydrae te lewer, en
- ◆ die aansoeker moet oor ervaring beskik in terme van die veld waarin hy gaan funksioneer.

Laasgenoemde kriterium is nie van toepassing op franchise-ondernemings wat indiensopleiding aan hul franchisees verskaf nie (Koenderman, 1994:4).

'n Ander produk wat ENB tot die beskikking van sy kliënte stel, is die *People's Benefit Scheme*. Dit is gebaseer op die stokvelkonsep. 'n Spaarrekening word geopen waarin gereeld inbetalings deur al die lede van die stokvel gemaak word. Na 'n minimum tydperk van ses maande kan die stokvel as waarborg vir 'n lening dien (Koenderman, 1994:6).

4.7.3 Die franchisor as finansieringsbron

Alhoewel die meeste franchisors nie self finansiering aan die franchisee verskaf nie, is sommige van die franchisors baie nou by die franchisee se aansoek om finansiering betrokke. Volgens Kilby, die direkteur van die franchise-onderneming, Cousins Submarines, is die volgende van belang: "In today's economy, franchisors should provide some kind of assistance to their franchisees." Kilbey onderneem om saam met elkeen van sy voornemende franchisees die bank te besoek, die franchise-konsep aan hulle te verduidelik sowel as die ondersteuning wat die franchisor aan die franchisee bied, aan die bank te verduidelik (Whittemore, 1993:59).

Volgens inligting wat deur die *International Franchise Association* verskaf is, het 50% van hul lede bevestig dat hulle op een of ander manier finansiële ondersteuning aan hul franchisees verskaf het. Slegs 25% verskaf direkte finansiering aan hul franchisees (Scarborough & Zimmerer, 1994:150).

Daar is verskeie maniere hoe die franchisor die franchisee kan ondersteun.

In die VSA is franchisors baie betrokke by die finansiering van die franchisee. Een uit elke vyf franchisors in die VSA het een of ander finansiële ondersteuningsprogram tot beskikking vir sy franchisees. Sommige franchisors is bereid om die totale investering te finansier, terwyl ander finansiering vir die aanvangskapitaal verskaf (Anon, 1988:91). Ander franchisors verskaf weer waarborge óf bruikhuur op toerusting óf ander vaste bates (Sherman, 1991:48).

4.7.4 Ander instansies wat betrokke is by die finansiering van 'n franchise

Benewens die handelsbanke, vriende, familie, verbande op vaste eiendom en die franchisor is daar ook ander instansies wat nou betrokke by die finansiering van kleinsakeondernemings en franchises is. Uit die beskikbare literatuur is instellings buite en binne Suid-Afrika bespreek. Die empiriese studie fokus net op instellings wat binne Suid-Afrika tot die beskikking van die franchisee is.

4.7.4.1 *Instellings buite Suid-Afrika*

In die VSA is daar die *Small Business Administration* (SBA) wat baie van die franchisees help wie se aansoek by ten minste drie ander instansies onsuksesvol was. Die lening word deur 'n plaaslike bank verskaf, terwyl die *Small Business Administration* (SBA) die waarborge uitreik (Anon, 1988:91). Gedurende 1992 het die SBA lenings ten bedrae van \$337 miljoen aan 1 223 franchise-ondernemings gewaarborg. Die gemiddelde bedrag per lening is ongeveer \$175 000, maar hulle is bereid om lenings tot soveel as \$750 000 te waarborg (Delaney, 1994:26).

In die VSA is daar ook die *Small Business Investment Company* (SBIC) wat deur die regering gesubsidieer word om in kleinsakeondernemings te belê (Anon, 1988:91).

4.7.4.2 *Instansies wat binne Suid-Afrika funksioneer*

Na aanleiding van Edwards van NedEnterprise is die beskikbaarheid van finansiering nie altyd die grootste probleem nie, maar wel die gebrek aan kundigheid van die voornemende franchisee asook die tekort aan sekuriteit. Veral mense uit die armer gemeenskappe het geen sekuriteit nie en NedEnterprise ondersteun hulle deur waarborgskemas soos die KSOK of die US AID vir sekuriteit te nader (Holmes, 1994:30).

◆ **KSOK**

Die Kleinsake-Ontwikkelingskorporasie (KSOK) is 'n instansie in Suid-Afrika wat hom beywer vir die ontwikkeling van die kleinsakesektor. De Haan, die hoof van finansiering, bevestig dat die KSOK bereid is om tot soveel as 60%-70% van die risiko te waarborg (Holmes, 1994:32, Siejas, 1994:85). Met hierdie tipe ondersteuning is die banke meer geneë om finansiering toe te staan. De Haan maak die volgende stelling: "...and where the entrepreneur plans to become a franchisee with the support of a well-known company with a proven business formula, accurate cash flow and profit forecasts, the risk is almost zilch" (Holmes, 1994:32).

Bogenoemde stelling deur De Haan bevestig die positiewe gesindheid van die KSOK ten opsigte van franchise-ondernemings. Die waarde van 'n gerespekteerde franchisor word weereens beklemtoon.

◆ *US Aid*

US Aid is ook 'n instelling wat daar ter ondersteuning van die kleinsakesektor is. Die US Aid bied waarborge aan banke wat bereid is om finansiering aan franchises te verskaf, maar nie oor voldoende sekuriteit beskik nie. Die US Aid fokus op die agtergeblewe gemeenskappe en waarborg tot soveel as 50% van die totale finansiering (Siejas, 1994:85). Sonder bogenoemde hulp is die risiko vir banke te groot, maar met die hulp van die skema word die risiko van die bank aansienlik verlaag.

◆ *Die Franchise Fund of South-Africa (FFSA)*

'n Nuwe geleentheid het vir franchisees en franchisors na vore getree met die stigting van die Franchise Fund of SA (FFSA). Die FFSA is 'n gesamentlike onderneming tussen Nedcor, die Onafhanklike Ontwikkelingstrust, Sanlam, die Ontwikkelingsbank van Suider-Afrika en die *Commonwealth Development Corporation*. Die FFSA verkry belange van tussen 30% en 49% in die franchises. Die belegging word binne sewe jaar afgelos deurdat die FFSA hul belange aan die aandeelhouers, bestuur of werknemers van die franchise verkoop. Die belang kan ook aan 'n derde party verkoop word of die aandeel kan genoteer word (Coetzee, 1995:11). Dit is die ideale geleentheid aan verteenwoordigers van die agtergeblewe gemeenskappe om 'n franchise te koop waar hulle dit normaalweg nie sou kon bekostig nie en waar finansiering in die formele sektor nie bekombaar is nie.

◆ *Ander instellings*

Nedcor, die *International Finance Corporation* en 'n private beleggingsbeen van die *World Bank* het 'n gesamentlike fonds gestig waarin R50 miljoen geïnvesteer is ter bevordering van franchising in Suid-Afrika (Holmes, 1994:29). Die fonds word bestuur deur die *SA Franchising Management Company*. Nedcor se NedEnterprise-afdeling is verantwoordelik

vir die administrasie, tegniese en finansiële dienste, sowel as vir die evaluering van aansoeke om finansiering.

Na bogenoemde bespreking van die metodes en die finansieringsbronne, gaan daar vervolgens aandag gegee word aan die vereistes wat daar gestel word ten einde finansiering te bekom.

4.8 DIE VEREISTES WAARAAN 'N AANSOEK OM FINANSIERING MOET VOLDOEN

Wanneer daar om finansiering aansoek gedoen word, is dit belangrik om die aansoek deeglik voor te berei. Die verskaffers van finansiering wil in die aansoek sien dat die entrepreneur oor sekere vaardighede beskik en deur 'n ervare franchisor ondersteun word (Sherman, 1991:48). Die aansoek moet ook die franchisee se persoonlike finansiële state insluit. Dit moet die franchisee se kredietwaardigheid aantoon, asook sy vermoë om die skuld te onderskryf (Sherman, 1991:48).

Daar is baie maatstawwe in die praktyk te vind waarop 'n finansieringsaansoek beoordeel kan word. Een van die maatstawwe is die gebruik van verhoudingsgetalle.

4.8.1 Die onderskeie verhoudingsgetalle

In tabel 4.3 word 'n paar verhoudingsgetalle wat algemeen in die kleinhandelsektor gebruik word, weergegee. Die verhoudingsgetalle is gepubliseer in 'n artikel deur Bruwer en Havenga (1995:25) waarin 'n "expert"-stelsel vir die kleinsakesektor ontwikkel is. Daar is nog geen verhoudingsgetalle wat spesiaal op franchises betrekking het gevind nie.

Tabel 4.3

Verhoudingsgetalle vir kleinsakeondernemings

VERHOUDINGSGETAL	INDUSTRIE-GEMIDDELDE
Netto inkomste	–
Totale bates	–
Totale laste	–
Opbrengs op bates	–
Opbrengs op eienaarsbelang	12.8%
Totale bateomsetsnelheid	10 keer
Netto wins as % van omset	3%
Finansiële hefboomfaktor	2 – 4.5
Bedryfskapitaalverhouding	2 keer
Omsetsnelheid van bedryfsbates	18 keer
Omsetsnelheid van vaste bates	5 keer
Debiteure omsetsnelheid	30 keer
Voorraad omsetsnelheid	10 keer
Bedryfswins as % van omset	10%
Bedryfsuitgawes as % van omset	10%
Bedryfslaste as % van van totale laste	35%
Langtermynlaste as % van totale laste	18%
Vuurproefverhouding	1:1
Krediteure as % van totale bates	20%
Krediteureafbetalingstermyn	40 dae

Bruwer & Havenga, 1995:25.

4.8.2 Die winsgewindheid van die franchise

Een van die belangrikste kriteria om 'n franchise-onderneming te evalueer, is winsgewindheid. Die winsgewindheid word deur die opbrengs op bates bepaal. Die minimum opbrengs op bates moet minstens die finansieringskoste dek (Coetzee, 1995:44).

4.8.3 Die skuldverhouding

In paragraaf 4.4.2 is die bydrae, die reputasie en die ondersteuning wat die franchisor aan die franchisee lewer, bespreek. Die voordeel wat die interverwantskap tussen die franchisee en die franchisor inhou, kan weerspieël word in die banke se houding ten opsigte van die finansiering van die franchisee. Volgens Stern en Stanworth (1994:22) sal die banke in Brittanje 'n verhouding van 1:1 (eie kapitaal : vreemde kapitaal) in die geval van 'n gewone kleinsakeonderneming vereis. Die verhouding wat hulle vereis in die geval van 'n franchisee kan verbeter tot 1:2. Tot soveel as twee derdes van die aanvangskapitaalkapitaal, ingeslote bedryfskapitaal, kan aan die franchisee voorsien word.

Ten einde twee derdes van die aanvangskapitaal te finansier, verwag die banke dat daar vir die volle bedrag sekuriteit beskikbaar is. Die sekuriteit kan wees in die vorm van persoonlike bates, of indien dit onvoldoende is, kan ander instansies soos die *Small Firms Loan Guarantee Scheme* waarborg lewer. Die *Small Firms Loan Guarantee Scheme* is 'n skema wat deur die regering in Brittanje daargestel is ten einde kleinsakeontwikkeling te stimuleer (Stern & Stanworth, 1994:22).

Na aanleiding van Edwards van NedEnterprise ondervind nuwe entrepreneurs probleme om eie kapitaal te voorsien. NedEnterprise is tevrede indien die voornemende franchisee ten minste 20% van die totale investering self kan finansier. Die probleem word dikwels oorkom deur die hulp van familieleden of deur van die stokvelmetode gebruik te maak (Holmes, 1994:30).

Volgens Edwards van NedEnterprise is dit nie 'n gesonde sakebeginsel om 100% op leningsfondse staat te maak nie. Elke onderneming behoort deur 'n redelike hoeveelheid eie fondse ondersteun te word. Afhangende van die bank kan die eie kapitaal uit so min as 10%

kontant bestaan, en die ander gedeelte uit bates wat in die onderneming ingebring is (Koenderman, 1994:6).

Oor die algemeen is banke met 'n bydrae van tussen 20%-30% eie kapitaal tevrede. Die KSOK sal finansiering vir tot soveel as 80% as aanvangskapitaal verskaf, indien sekuriteit vir ongeveer 75% van die lening aangebied kan word (Koenderman, 1994:6).

Indien die KSOK self die finansiering verskaf, kan die franchisee baie baat indien die franchisor 'n goeie reputasie het. Waar 'n onafhanklike kleinsakeonderneming aansoek om finansiering doen, mag die KSOK 50% eie kapitaal vereis en selfs 75% sekuriteit vir die res van die lening verwag. Waar die aansoek ondersteun word deur 'n bekende en suksesvolle franchisor sal die KSOK slegs 'n bydrae van 10%-20% eie kapitaal en sekuriteit vir ongeveer die helfte van die uitstaande bedrag vereis (Holmes, 1994:32).

4.8.4 Die opbrengs op kapitaal wat vereis word

Die meeste franchisees verwag 'n opbrengs op belegging van tussen 30% en 40% wat heelwat beter is as wat die meeste vaste beleggings oor 'n tydperk sal realiseer. Min van die franchisees kan die totale belegging in die franchise uit hul eie sak bekostig en is dus van ander bronne van finansiering afhanklik (Koenderman, 1994:4).

4.8.5 Die omvang van die beleggings wat as aanvullende sekuriteit moet dien

Die banke wil hul risiko verminder en daarom word in sekere gevalle 'n belegging wat as aanvullende sekuriteit moet dien, vereis. Afhange van die bank mag daar vir ongeveer 50% van die finansieringsbehoefte kontant of kollaterale beleggings verlang word. Een van die take van voornemende franchisees is om die bank te oortuig van die waarde van die kollaterale belegging wat aangebied word (Koenderman, 1994:4).

Waarborgskemas soos die *Small Business Guarantee Corporation* (SBGC) en die *US Aid* is daar ten einde waarborge te lewer vir die finansiering van kleinsakeondernemings. Die SBGC waarborg tot soveel as 60% van 'n banklening van R400 000 vir 'n tydperk van 5 jaar. Die SBGC verskaf 'n waarborg van 70% aan 'n opkomende entrepreneur tot 'n maksimum van R50 000. Die *US Aid* verskaf waarborge van tot 50% tot 'n bedrag van

R500 000 vir 'n termyn van 5 jaar. Die *US Aid* gee aan swart entrepreneurs voorkeur (Koenderman, 1994:6).

4.8.6 Rentekoerse

Banke is nie daarop ingestel om enigsins meer gunstige rentekoerse aan kleinsakeondernemings aan te bied nie. Hul siening is dat veral nuwe kleinsakeondernemings 'n hoë mislukkingsyfer het.

Die KSOK wat 'n meer ontwikkelingsgeoriënteerde benadering as handelsbanke volg, is bereid om meer gunstige rentekoerse aan te bied. Die gunstiger rentekoerse is egter net van toepassing op nuwe ondernemings wat deur middel van die KSOK deur die regering gesubsidieer word (Koenderman, 1994:6). In 1994 was die rentekoers so min as 12%.

Lenings aan mikro-ondernemings tot R6 000 se rentekoerse is in die omgewing van 30%. Die geld word dikwels dringend vir 'n kort termyn, byvoorbeeld twaalf maande, benodig. Die rentekoers is so hoog omrede dit in baie gevalle 'n riskante onderneming met geen sekuriteit is nie. Die koerse van handelsbanke vir hierdie sektor is nog hoër as die van die KSOK. Die KSOK is bereid om 10% van die rente aan die onderneming terug te betaal, indien elke paaiement volgens die ooreenkoms betaal is (Koenderman, 1994:6).

4.8.7 Kriteria vir evaluering

Volgens Sherman sal die meeste kredietverskaffers die sogenaamde 4 k-toets toepas ten einde 'n finansieringsaansoek te beoordeel. Die 4 k-toets staan vir: kredietwaardigheid, kapasiteit, kapitaal en kollateraal (Sherman, 1991:48).

Die kredietwaardigheid van die voornemende franchisee kan getoets word aan hoe hy sy persoonlike finansies of ander ondernemings tot op hede bestuur het. Daar sal ook gelet word op die volledigheid van die aansoek, beoordeling van risiko en 'n deeglik wetenskaplike sakeplan.

In terme van kapasiteit sal die hoeveelheid fondse wat benodig word, die risiko daaraan verbonde en die omvang daarvan beoordeel word. Daar sal byvoorbeeld gekyk word of die

onderneming oor genoegsame kapasiteit beskik om voldoende fondse te genereer ten einde die verlangde rente en kapitaal te kan delg.

Die hoeveelheid kapitaal en die tydstip wanneer dit benodig word, sal beoordeel word. In die vierde plek word die laaste “k”, naamlik die kollaterale beleggings wat vereis word, beoordeel.

Benewens bogenoemde beoordelingsmaatstawwe en die gebruik van verhoudingsgetalle word ander aspekte, byvoorbeeld die sakeplan van die voornemende franchisee en sy karaktereienskappe ook beoordeel wanneer ’n aansoek om finansiering oorweeg word.

4.9 DIE SAKEPLAN

4.9.1 Die noodsaaklikheid van ’n sakeplan

Een van die belangrikste stappe wanneer ’n nuwe onderneming begin word of ’n nuwe onderneming aangekoop word, is die opstel van ’n sakeplan. Deur middel van die sakeplan bied dit aan die voornemende entrepreneur die geleentheid om sy idees en vooruitsigte te formaliseer. Dit help die entrepreneur om doelstellings te formuleer en dien as ’n maatstaf om werklike prestasie te evalueer. Die sakeplan is noodsaaklik indien daar om finansiering aansoek gedoen word. ’n Deeglik voorbereide sakeplan gee aan die voornemende entrepreneur inligting oor wanneer word die finansiering benodig en oor die hoeveelheid kapitaal wat benodig word.

4.9.2 Die formaat van ’n sakeplan

Enige formaat wat voorgestel word, is bloot die riglyne waaruit ’n basiese sakeplan behoort te bestaan. Elke onderneming is uniek met sy eie vereistes wat by daardie onderneming se omstandighede aanpas. Volgens Whittemore (1991:46) behoort die sakeplan van ’n voornemende franchisee ’n goeie beskrywing van die onderneming en inligting rakende die voornemende franchisee in te sluit. ’n Deeglike uiteensetting van alle fondse en waarvoor dit benodig word en ’n beplanning ten opsigte van kontantvloei is noodsaaklik (Whittemore, 1991:46).

Vervolgens word die basiese raamwerk van 'n sakeplan in tabel 4.4 uiteengesit.

Tabel 4.4

Die raamwerk van 'n sakeplan

<p>1. Die oorsig of bestuursopsomming</p> <p>Die doel van die sakeplan.</p> <p>Die hoeveelheid finansiering benodig en waarvoor.</p> <p>Oorsigtelike bespreking van die onderneming en sy mark.</p> <p>Hoogtepunte van finansiële projeksies.</p>
<p>2. Die onderneming en sy bedryfstak</p> <p>Die doelstellings van die onderneming.</p> <p>Die geskiedenis van die onderneming.</p> <p>Bespreking van die bedryfstak.</p>
<p>3. Die produk en/of diens van die onderneming</p> <p>'n Beskrywing van die produk en/of diens wat die onderneming lewer.</p> <p>Onderskeidende kenmerke of uniekheid van die produk of diens.</p> <p>Tegnologie en vaardighede vereis in die onderneming.</p> <p>Lisensie, patentregte, handelsmerke of franchise-regte.</p>
<p>4. Markte</p> <p>Beskrywing van die kliënte.</p> <p>Die mededingers in die mark (hul sterk en swak punte).</p> <p>Segmentering van die mark.</p> <p>Die grootte en groei in die mark.</p> <p>Verwagte markaandeel.</p> <p>Eienskappe van die mark.</p>

Tabel 4.4 (vervolg)

<p>5. Bemarking</p> <p>Positionering in die mark.</p> <p>Prysbeleid.</p> <p>Verkoops- en distribusiebeleid.</p> <p>Advertensies en promosies.</p> <p>Produk- en/of diensbeleid.</p>
<p>6. Ontwerp en ontwikkeling (indien van toepassing)</p> <p>Ontwikkelingsfases.</p> <p>Probleme en risiko.</p> <p>Ontwikkeling van die produk/diens.</p>
<p>7. Vervaardiging en bedryf</p> <p>Die ligging van die onderneming.</p> <p>Ander fasiliteite.</p> <p>Die produksiekapasiteit.</p> <p>Die beskikbaarheid van hulpbronne.</p> <p>Die aard van die produksieproses.</p>
<p>8. Bestuur</p> <p>'n Beskrywing van die karaktereienskappe van die eienaar en ander sleutelpersoneel.</p> <p>Volledige beskrywing van elkeen se sake vaardighede.</p> <p>'n Curriculum vitae van die eienaar en ander sleutelpersoneel.</p> <p>Personeelbeplanning.</p> <p>Opleiding van personeel.</p> <p>Konsultante en adviseurs.</p>

Tabel 4.4 (vervolg)

<p>9. Finansiële behoeftes</p> <p>Die hoeveelheid en die tydstip waarop fondse benodig word.</p> <p>Die hoeveelheid eie kapitaal.</p> <p>Die verwagte skuldverhouding (hefboomwerking).</p> <p>Geleenthede vir beleggers.</p>
<p>10. Finansiële hoogtepunte, risiko's en aannames</p> <p>Uiteensetting van die finansiële beplanning in terme van verkope, wins, ens.</p> <p>Bespreking van die finansiële beplanning.</p> <p>Bespreking van die risiko's en hoe dit hanteer gaan word.</p>
<p>11. Gedetailleerde finansiële plan</p> <p>Begrote inkomstestaat.</p> <p>Bydraeberekening en gelykbreekanalise.</p> <p>Kontantvloei-analise (maandeliks vir die eerste jaar).</p> <p>Sensitiwiteitsanalises.</p> <p>Begrote balansstate (jaarliks).</p>
<p>12. Diverse items</p> <p>Tegniese data in verband met produkte.</p> <p>Detail in terme van patente of handelsmerke.</p> <p>Verslag vanaf 'n onafhanklike konsultant.</p> <p>Geouditeerde finansiële state indien beskikbaar.</p> <p>Naam van rekenmeester en /of finansiële instelling.</p>

Dewhurst & Burns, 1993:138-139.

Uit bogenoemde sakeplan is dit duidelik dat die finansiële aspekte baie aandag verg. Vanaf punt 9, 10 en 11 is alle aspekte van die onderneming se finansies weergegee. Indien die

onderneming die sakeplan ter ondersteuning van sy finansieringsaansoek aanbied, is die finansiële inligting nog meer noodsaaklik.

'n Vooruitskatting van drie jaar se kontantvloei word deur die meeste banke verlang. Bogenoemde is noodsaaklik ten einde die voornemende franchisee se optimum finansieringsbehoefte te bepaal. Daaruit kan ook vasgestel word hoe die finansiering oor 'n tydperk aangepas behoort te word. Die verlangde finansiering kan bestaan uit kort-, medium- of langtermynkapitaal (Koenderman, 1994:6).

'n Deeglike beplande sakeplan is vir die meeste banke wat 'n aansoek om finansiering moet oorweeg van onskatbare waarde, maar net so belangrik is die persoon of persone wat die aansoek indien. Banke het die afgelope tyd al hoe meer bewus geraak van die belangrike rol wat die persoonlikheid van die voornemende entrepreneur in die bestuur van 'n suksesvolle onderneming speel.

4.10 KARAKTEREIEKAPPE VAN DIE VOORNEMENDE ENTREPRENEUR

Die karaktereiekkappe van die voornemende entrepreneur speel ook 'n rol in die beoordeling van risiko. Die franchisor stel ook sekere vereistes wanneer 'n voornemende franchisee beoordeel word. Karaktereiekkappe soos hardwerkendheid, mensingesteldheid, doelgerigheid, entrepreneurgesindheid en kreatiwiteit staan telkens uit (Coetzee, 1995:44). Vir die meeste franchisors is ervaring in die betrokke veld nie so belangrik as bogenoemde karaktereiekkappe nie.

Kietzman van Standard Bank sê dat die grootste oorsaak van mislukkinge van kleinsakeondernemings die gevolg van onervare bestuurders is. Ongeveer 90% mislukkinge kan daaraan toegeskryf word. Edwards van Ned Enterprise bevestig bogenoemde siening met sy stelling: "The biggest need is not money but business appreciation skills." (Koenderman, 1994:7.)

4.11 SAMEVATTING

Soos blyk uit die literatuur wat in hierdie hoofstuk bestudeer is, het die finansiering van 'n franchise-onderneming baie fasette. In die eerste plek is meeste van die franchise-ondernemings in die kleinsakesektor. Daarom is baie van die inligting wat versamel is van toepassing op franchises en op ander kleinsakeondernemings. Die skrywer lig uniekhede uit wat die franchise-onderneming van ander kleinsakeondernemings kan onderskei, daarom is meer op die finansiering van die franchise-onderneming gefokus.

Alhoewel die bronne en die metodes van finansiering grootliks ooreenstem met die van ander kleinsakeondernemings, is die skrywer van mening dat die franchise-onderneming se finansieringsaansoek anders beoordeel behoort te word.

In die hoofstuk is daar na verskeie beoordelingsmaatstawwe asook na aspekte verwys wat 'n invloed op die beoordeling mag hê. Die waarde van die franchise-konsep, die waarde van die franchisor se reputasie en die suksesrekord van franchises is as argumente vir 'n gunstiger risikobeoordeling aangevoer.

In die volgende hoofstuk word die navorsingsmetodologie bespreek ten einde te beoordeel hoe word die finansiering van 'n franchise-onderneming in die praktyk gehanteer.

NAVORSINGSMETODOLOGIE

5.1 INLEIDING

Die navorsingsontwerp is 'n gedetailleerde plan wat gebruik word om die totale navorsingspoging te begelei, ten einde die verlangde resultate te bereik. Die navorsingsontwerp is die gedeelte van die navorsing waarin die aksieplanne uiteengesit word ten einde die gestelde doelwitte te bereik. Die navorsingsontwerp het betrekking op verskeie verbandhoudende besluite soos byvoorbeeld die navorsingsbenadering of navorsingsmetode wat gevolg gaan word, die populasie waarop die navorsing betrekking het, steekproefneming, die verwerking van die resultate en die evaluering van die inligting (Aaker & Kumar, 1995:71).

Ten eerste word daar in hierdie hoofstuk gekyk na die vereistes waaraan 'n navorsingsontwerp moet voldoen. Daarna word aandag aan die aard van die navorsingsmetode geskenk en die onderskeie metodes om die data te versamel, word bespreek. Die onderskeie teikenpopulasies word bespreek en uiteengesit. Die ontwerp van die onderskeie vraelyste word weergegee, asook die teoretiese fundering daarvan. Laastens word aangedui hoe die data verwerk is om aan die gestelde doelwitte en probleemstelling te voldoen.

5.2 KRITERIA VIR DIE NAVORSINGSONTWERP

Volgens Kerlinger (1986:280) het die navorsingsontwerp twee basiese doelwitte. Die eerste doelwit is om die navorsingsvrae te beantwoord en die tweede is om die variansie te beheer. Die navorsingsontwerp is daargestel om die navorser in staat te stel om die navorsingsvrae so geldig, objektief, akkuraat en ekonomies as moontlik te kan beantwoord.

Kerlinger (1986:298-299) en Van Vuuren (1992:54-55) stel die volgende vier kriteria waaraan die navorsingsontwerp moet voldoen:

◆ ***Beantwoording van die navorsingsvrae***

Die navorsingsontwerp moet so geformuleer word dat dit die navorsingsvrae, naamlik die navorsingsdoelwit of doelwitte, soos dit in Hoofstuk 1 uiteengesit is, beantwoord.

◆ ***Die beheer oor onafhanklike veranderlikes***

Die navorsingsontwerp behoort so te wees dat beheer oor die onafhanklike veranderlikes moontlik is. Veral die buitengewone onafhanklike veranderlikes wat 'n invloed op die afhanklike veranderlikes kan hê, behoort deeglik beheer te word.

◆ ***Veralgemening***

Kerlinger (1986:299-300) bevestig dat veralgemening seker die komplekse vereiste is waaraan die navorsingsontwerp behoort te voldoen. Met veralgemening word bedoel of dit enigsins moontlik is om navorsingsresultate wat op steekproewe gebaseer is te veralgemeen en afleidings te maak wat op die totale populasie betrekking het.

◆ ***Interne en eksterne geldigheid***

Interne geldigheid dui op die effek wat die een veranderlike op 'n ander veranderlike binne die navorsingsterrein het. Indien daar aan die kriteria voldoen word, beteken dit dat die veranderlikes die effek veroorsaak het en nie ander veranderlikes wat buite die navorsingsterrein val nie.

Eksterne geldigheid dui op die verteenwoordiging of die veralgemening van die navorsingsresultate. Met ander woorde tot watter mate kan die navorsingsresultate veralgemeen en op die populasie toegepas word.

In die navorsingsontwerp vir hierdie navorsing is daar gepoog om aan bogenoemde vier kriteria te voldoen.

5.3 DIE AARD VAN DIE NAVORSINGSMETODOLOGIE

5.3.1 Inleiding

Die navorsingsmetode wat gevolg word behoort formeel en funksioneel by die navorsingsdoelwitte en navorsingsvrae aan te pas. Daar is verskeie navorsingsmetodes wat elkeen aanpas by die onderskeie veranderlikes wat ondersoek word. Die onderskeie navorsingsmetodes dui op die verskillende roetes wat gevolg kan word ten einde die verlangde inligting te bekom (Kerlinger, 1986:340).

In die sosiale en bestuurswetenskappe kan navorsing in drie breë kategorieë verdeel word, naamlik:

- ◆ eksperimentele navorsing in 'n laboratorium;
- ◆ eksperimentele navorsing buite 'n laboratorium; en
- ◆ veldondersoeke.

In die geval van eksperimentele navorsing in 'n laboratorium word al die veranderlikes of naastenby al die veranderlikes wat nie verband met die veranderlikes wat ondersoek word hou nie tot 'n minimum beperk. Dit word gedoen deur die navorsing fisies te isoleer waar die veranderlikes beheer en gemanupuleer kan word in 'n gekontroleerde omgewing.

Eksperimentele navorsing buite 'n laboratorium is wanneer die navorsing nie in so 'n gekontroleerde omgewing soos in bogenoemde navorsing plaasvind nie. Een of meer van die onafhanklike veranderlikes kan deur die navorser beheer word, maar die omgewing is nie so beheerbaar soos in 'n laboratorium nie.

Veldondersoeke is nie-eksperimentele navorsing wat ten doel het om die verbande en interafhanklikheid van veranderlikes in werklike sosiale strukture te bepaal. Enige wetenskaplike navorsing, groot of klein, wat sistematies die verbande ondersoek of hipoteses toets, wat in werklike omgewings uitgevoer word soos die gemeenskap, skole, organisasies, maatskappye en ander instellings word as veldondersoeke beskou.

In die geval van veldondersoekes kan daar onderskei word tussen ontdekkingsnavorsing en beskrywende navorsing (Aaker, Kumar & Day, 1995:73).

5.3.2 Ontdekkingsnavorsing

Ontdekkingsnavorsing word meestal gebruik wanneer daar nie baie inligting in verband met die navorsingsprobleem beskikbaar is nie. Die navorsingsmetode is baie veranderlik, ongestruktureerd en kwalitatief omrede daar nie genoegsame voorafkennis beskikbaar is nie. Dit geld ook in die geval waar daar geen inligting beskikbaar is oor hoe 'n soortgelyke probleem of navorsing in die verlede onderneem is nie (Aaker, Kumar & Day, 1995:73; Sekaran, 1992:95).

Emory en Cooper (1991:144) dui aan dat ontdekkingsnavorsing deur navorsers onderneem word indien “they lack a clear idea of the problems that they will meet in the course of the study. Through exploration the researcher can develop the concepts more clearly and in other ways ignore the final research design!”

Die navorsing is dus meer verkennend van aard en kan effektief gebruik word indien die paradigma onbekend is.

5.3.3 Beskrywende navorsing

In beskrywende navorsing bestaan daar in die meeste gevalle 'n duidelik geformuleerde hipotese en/of die nodige voorafkennis is beskikbaar ten einde die navorsingsprobleem te beantwoord. Volgens Sekaran (1992:96) word beskrywende navorsing gebruik om die eienskappe van veranderlikes te bepaal en te beskryf. Beskrywende navorsing fokus op wat gebeur en nie hoekom en waarom 'n bepaalde fenomeen plaasvind nie (Aaker, Kumar & Day, 1995:75).

Vir die doeleindes van hierdie navorsing is die beskrywende navorsingsmetode gebruik. Die navorsingsmetode word gekenmerk deur die volgende eienskappe:

- ◆ Die navorsingsmetode het 'n *ex post facto*-aard en 'n vergelykende karakter.
- ◆ Dit is statistiese navorsing wat nie in 'n laboratorium plaasvind nie.
- ◆ Die navorsing is as 'n veldstudie uitgevoer.

5.4 DIE POPULASIES WAAROP DIE NAVORSING BETREKKING HET

5.4.1 Beskrywing van 'n populasie

Die populasie of soms ook genoem die teikenpopulasie kan gedefinieer word as die totale groep mense, gebeure of items wat van belang vir die navorser se ondersoek is (Sekaran, 1992:225). Volgens Huysamen (1993:39) omsluit 'n populasie die totale versameling van alle lede, gevalle of elemente waaroor die navorser gevolgtrekkings wil maak.

Somtyds is die populasie so groot of geografies so versprei dat dit onmoontlik is om alle lede van die populasie by die navorsing te betrek. Sekaran (1992:225) is van mening dat die elemente waaruit 'n populasie bestaan, identifiseerbaar moet wees. Die lede of elemente van die populasie word na verwys as ontledingseenhede.

In hierdie navorsing is daar sprake van twee teikenpopulasies. Die eerste populasie se ontledingseenhede is al die banke en ander finansiële instellings in Suid-Afrika wat by die verskaffing van finansiering aan franchise-ondernemings betrokke is. Al die takkantore van die onderskeie banke en finansiële instellings is nie deel van die populasie nie, maar net die hoofkantore van die onderskeie finansiële instellings of banke waar beleid geformuleer word, vorm deel van die populasie.

Die tweede populasie waarop die navorsing betrekking het se ontledingseenhede bestaan uit al die franchisors wat by FASA geregistreer is. Volgens *The Franchise book of Southern Africa* van 1997 was daar 133 geregistreerde franchisors tot op die publikasiedatum.

Soms is die populasie so groot en wyd versprei dat dit opnames bykans onmoontlik of baie moeilik maak. Gevolglik kan steekproewe gebruik word om die ondersoek uitvoerbaar te maak.

5.4.2 Wat is 'n steekproef?

Kerlinger (1986:110) beskryf die neem van 'n steekproef as die proses waardeur 'n gedeelte van die populasie onttrek word, en dan as verteenwoordigend van die populasie beskou word. Die mate van populasiegeldigheid wat bereik word, hang uitsluitlik van die verteenwoordiging van die steekproef af soos wat uit die populasie proefelemente verkry is.

Die twee teikenpopulasies is reeds in paragraaf 5.4.1 beskryf. Die eerste teikenpopulasie is alle banke en finansiële instellings wat by die finansiering van franchises betrokke is. In hierdie studie word daar nie gebruik gemaak van steekproeftrekking nie, maar word daar deur middel van doelgerigte seleksie 'n subpopulasie of studiepopulasie uitgesonder. Die vier grootste banke in Suid-Afrika word as 'n subpopulasie of studiepopulasie aangedui.

Die volgende vier banke is geselekteer:

Absa Bank;
Standard Bank;
Nedcor, en
Eerste Nasionale Bank.

Bogenoemde vier banke verskaf meer as 80% van die totale bankdienste, insluitend finansiering, wat in Suid-Afrika verskaf word (Reserwe Bankverslag, 1997).

Ten einde die studiepopulasie meer relevant te maak, is besluit om die vyfde grootste bank, naamlik Boland Bank ook by bogenoemde studiepopulasie in te sluit. Daarna is Future Bank ook ingesluit omdat die bank prominent op die klein-, medium- en ontwikkelende sakeondernemings fokus.

Die ander finansiële instellings wat by die studiepopulasie ingesluit is, as gevolg van hulle betrokkenheid by die finansiering van kleinsakeondernemings, is die volgende:

Kleinsake-Ontwikkelingskorporasie (KSOK);
Nywerheid-Ontwikkelingskorporasie (NOK);
Departement van Handel en Nywerheid, en
Khula Enterprise.

Die totale studiepopulasie bestaan dus uit tien elemente. Die studiepopulasie word as verteenwoordigend van die populasie beskou wat direk of indirek by die finansiering van franchises betrokke is. Die aanname word gemaak omrede meer as 80% van die bankdienste wat in Suid-Afrika gelewer word, alreeds deur die eerste vier banke verteenwoordig word (Reserwe Bankverslag, 1997). Omdat bogenoemde studiepopulasie nie onhanteer groot is nie, is geen steekproeftrekking nodig nie.

Die tweede teikenpopulasie waarop die studie betrekking het, is die franchisors. Soos dit reeds in paragraaf 5.4.1 uiteengesit is, bestaan die populasie uit 133 franchisors wat by FASA geregistreer is. Volgens Louw, die uitvoerende direkteur van FASA, is ongeveer 70 - 75% van alle franchisors in Suider Afrika by FASA geregistreer. Bogenoemde populasie is ook nie onhanteer groot nie en daarom is besluit om die totale populasie as profelemente te gebruik.

Die *Franchise book of Southern Africa* (FASA, 1997:52-92), bevat 'n omvattende lys wat alle besonderhede van die geregistreerde franchisors insluit.

5.5 DATA-INSAMELINGSMETODES

5.5.1 Inleiding

Na identifisering van die twee teikenpopulasies en die omvang daarvan word die metodes wat aangewend is ten einde die data in te samel, bespreek. Huysamen (1993:143) verwys na vyf metodes waarvolgens data ingesamel kan word, naamlik:

- ◆ regstreekse, steselmatige waarneming;
- ◆ persoonlike besoeke/onderhoude;
- ◆ telefoonskakeling;
- ◆ posversending, en
- ◆ groeptoepassing.

Elkeen van bogenoemde insamelingsmetodes het sy voor- en nadele, en wat soms vir een as voordeel geld, tel dikwels as nadeel by 'n ander. Daar is besluit om in hierdie navorsing van twee metodes gebruik te maak. In die geval van die eerste teikenpopulasie, naamlik die banke en die finansiële instellings, is besluit om van persoonlike besoeke as data-insamelingsmetode gebruik te maak. In die geval van die tweede teikenpopulasie, die franchisors, is besluit om die data deur middel van posvraelyste en/of fakse in te samel.

5.5.2 Persoonlike besoeke

Wanneer data deur middel van persoonlike onderhoud ingewin word, besoek onderhoudvoerders die respondente tuis of by hul werkplek. Hierdie metode van data-insameling kan wissel van ongestruktureerde onderhoud aan die een kant tot die volkome gestandaardiseerde, gestruktureerde onderhoud aan die ander kant (Huysamen, 1993:149). Tussen volkome gestruktureerd en volkome ongestruktureerd word daar verskeie graderings van gestruktureerdheid gevind. Indien die onderhoudvoerder goed ingelig in terme van die inhoud is, mag dit raadsaam wees om ruimte te skep vir addisionele vrae om sodoende die kwaliteit van die data te verbeter.

In hierdie studie is daar van die gestruktureerde onderhoudmetode gebruik gemaak om die data te versamel. Die onderhoudvoerder stel die voorafopgestelde vrae vanaf die vraelys mondeling aan die respondent. Die onderhoudvoerder teken die respondent se antwoorde aan. Aangesien die navorser self die onderhoud gaan voer het, is daar wel voorsiening gemaak om van die volkome gestruktureerde vraelys af te wyk. Anders as volkome gestruktureerde onderhoud, laat semi-gestruktureerde onderhoud die onderhoudvoerder toe om opvolgvrae te stel. Opvolgvrae kan 'n onduidelike antwoord opklaar en/of op 'n onvolledige antwoord uitbrei. In tabel 5.1 word die voor- en nadele van die gestruktureerde onderhoud metode uiteengesit.

Tabel 5.1

Voor- en nadele van persoonlike onderhoude

VOORDELE	NADELE
Persoonlike onderhoude as insamelingsmetode is buigbaar en aanpasbaar.	Dit is 'n tydrowende metode.
Die onderhoudvoerder het volkome beheer oor die onderhoudsituasie.	Dit is 'n duur metode, veral in die geval van uitgestrekte geografiese gebiede.
'n Groter vertrouensituasie tussen die onderhoudvoerder en die respondente is moontlik.	Uiteraard kan persoonlike onderhoude nie altyd anoniem voltooi word nie.
Dit is makliker om misverstande uit die weg te ruim en gee aanleiding tot response van 'n hoër kwaliteit.	Omrede dit duur en tydrowend is, kan minder respondente bereik word.
'n Hoër responskoers as telefoononderhoude en posnames.	Somtyds moet onderhoudvoerders opgelei word en dit gee aanleiding tot hoër koste.

Huysamen, 1993:151 & Sekaran, 1992:201-203.

5.5.3 Posvraelyste

Die tweede teikenpopulasie, naamlik die franchisors, is deur middel van vraelyste bereik. In die eerste plek is vraelyste elektronies deur middel van 'n modem aan die onderskeie franchisors gefaks, met die versoek om dit te voltooi en weer terug te faks of te pos. Daar is vooraf kontak met FASA gemaak om hul ondersteuning vir die navorsing te verkry. 'n Brief ter bevestiging van die ondersteuning van FASA en 'n motivering om te respondeer is by die vraelys ingesluit.

Die voor- en nadele verbonde aan die posvraelysmetode word in tabel 5.2 uiteengesit.

Tabel 5.2

Die voor- en nadele van posvraelyste

VOORDELE	NADELE
Relatief lae koste verbonde aan posvraelyste.	Die vraelys moet geen onduidelikhede bevat nie.
Kan 'n wye geografies gebied dek.	Navorsers het min beheer oor die omstandighede waaronder die vraelyste voltooi word.
Die posopnamemethode bied die grootste moontlikheid van anonimiteit.	Die navorsers het nie die geleentheid om onduidelikhede op te klaar of om onvolledige antwoorde regte stel nie.
As gevolg van die anonimiteit is die kans groter dat die vraelys eerlik beantwoord sal word.	Posvraelyste word gekenmerk deur 'n baie lae responskoers.

Huysamen, 1993:153-154; Sekaran, 1992:201-203.

Nadat die metodes van data-insameling uitgeklaar is, is voortgegaan om die onderskeie vraelyste te ontwerp.

5.6 VRAELYSONTWERP

5.6.1 Inleiding

'n Vraelys word gedefinieer as 'n geskrewe stel vrae waarop respondente antwoorde moet verskaf. Die vraelys behoort noukeurig ontwerp te word, sodat dit die korrekte veranderlikes kan meet. Die eerste stap in die ontwerp van 'n vraelys is om presies seker te maak watter data benodig word, ten einde aan die doelstellings van die studie te voldoen (Sekaran, 1992:200; Kerlinger, 1986:444). Om bogenoemde rede is dit dus nodig om gedurende die ontwerp van die vraelys altyd die doelstellings van die studie in gedagte te hou.

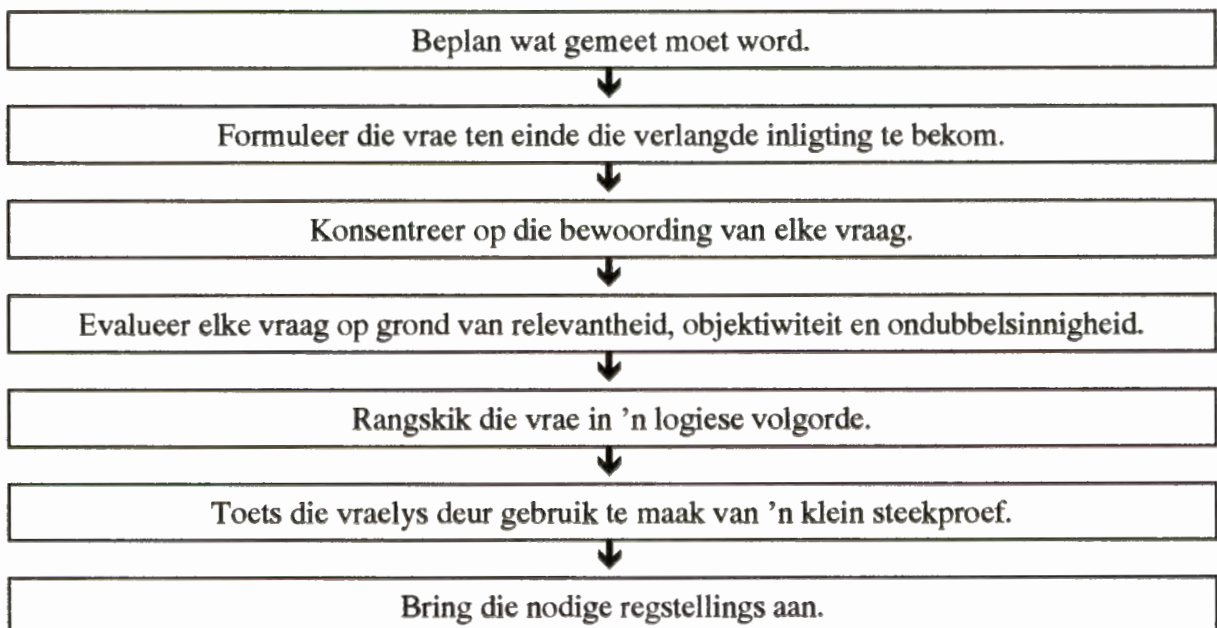
Daar is basiese kriteria waaraan 'n vraelys moet voldoen (Kerlinger, 1986:444; Aaker & Day, 1990:236). Dit behels die volgende aspekte:

- ◆ Kontroleer dat elke vraag met die doelstellings en probleemstelling van die navorsing verband hou.
- ◆ Om seker te maak dat die vraag so geformuleer word dat die verlangde inligting verkry kan word.
- ◆ Deur aandag te bestee aan die uitleg van die vraelys, soos die verskillende tipe vrae, die volgorde van die vrae en die duidelikheid van die vrae.
- ◆ Deur seker te maak dat die vrae so objektief as moontlik gestel is.
- ◆ Dubbelsinnige vrae sover as moontlik te vermy.

Elke vraelys word ontwerp om by die verbandhoudende navorsing aan te pas, en met die toepaslike doelwitte in gedagte, is daar tog 'n paar logiese stappe wat gevolg moet word om 'n goeie vraelys te ontwikkel. Aaker, Kumar en Day (1995:291) stel die volgende stappe voor, soos uiteengesit in tabel 5.3:

Tabel 5.3

Die proses waarvolgens 'n vraelys ontwerp word



Aaker, Kumar & Day, 1995:291 (aangepas).

5.6.2 Teoretiese fundering van die vraelys

In die probleemstelling soos uiteengesit in Hoofstuk 1, paragraaf 1.2, is die probleem van toeganklikheid tot finansiering vir die voornemende franchisee geformuleer. Gebrek aan sekuriteit, te min eie kapitaal, die gebrek aan kennis in verband met franchises en te min finansieringsbronne anders as banke kan moontlik as die vernaamste probleme aangedui word.

Die vraelyste wat ontwerp is, poog om die doelwitte van die studie en die navorsingsprobleem aan te spreek. Die eerste vraelys (Bylae A op p. 234) wat aan die banke en ander finansiële instellings gerig is se doelwitte is soos volg:

- ◆ Om die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is, te identifiseer en die bronne wat algemeen gebruik word, uit te lig. (Afdeling A van vraelys 1).
- ◆ Om die probleme wat die franchise-bedryf in terme van finansiering ervaar, te identifiseer. (Afdeling B van vraelys 1).
- ◆ Om te bepaal of die franchise-konsep enige voordele vir die voornemende franchisee inhou, soos beoordeel uit die perspektief van banke en ander finansiële instellings. (Afdeling C van vraelys 1).
- ◆ Om te bepaal watter vereistes word deur die banke en ander finansiële instellings aan die voornemende franchisee se finansieringsaansoek gestel. (Afdeling D van vraelys 1).

Die vraelys (Bylae B op p. 259) is ontwerp sodat elkeen van bogenoemde vier doelwitte in 'n afsonderlike afdeling van die vraelys aangespreek word.

Die tweede vraelys wat aan die franchisors gerig is se doelwitte is soos volg:

- ◇ Om geografiese en ander algemene inligting van die franchisors te versamel. (Afdeling A van vraelys 2).
- ◇ Om die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is, te identifiseer en die bronne wat algemeen gebruik word, uit te lig. Hierdie afdeling stem

ooreen met die vrae soos gestel aan die banke en die finansiële instellings, maar soos dit uit die perspektief van die franchisor beoordeel word. (Afdeling B van vraelys 2).

- ◇ Om die probleme wat die franchise-bedryf in terme van finansiering ervaar, te identifiseer. Weereens stem hierdie afdeling grootliks ooreen met die vrae soos gestel in Afdeling B van die vorige vraelys, maar word uit die oogpunt van die franchisors benader. (Afdeling C van vraelys 2).
- ◇ Om te bepaal of die franchise-konsep enige voordele in terme van finansiering vir die voornemende franchisee inhou, soos beoordeel uit die perspektief van die franchisor. (Afdeling D van vraelys 2).

In die konstruksie van die vraelyste is sover moontlik gepoog om die doelstellings van die navorsing aan te spreek, soos uiteengesit in Hoofstuk 1, paragraaf 1.4. Die keuse ten opsigte van die vrae en die formulering daarvan, is grootliks beïnvloed deur inligting wat uit die literatuurstudie bekom is.

5.7 VERSKILLENDE SOORTE VRAE

In die volgende gedeelte is daar onderskeid getref tussen die verskillende soorte vrae wat in die vraelyste gebruik is. Die volgende soorte vrae kan onderskei word, naamlik oop en geslote vrae. Die onderskeid is gegrond op die mate van vryheid wat aan die respondent toegelaat word om die vrae te beantwoord.

5.7.1 Oop vrae

In die geval van oop vrae moet die respondent self sy antwoord formuleer. By oop vrae kan daar onderskei word tussen 'n oop vraag met geen klassifikasie of aanduiding van die verwagte antwoord nie, of die ander vorm van oop vrae is wanneer die onderhoudvoerder vooraf seker klassifikasies of koderings ten opsigte van die verwagte antwoorde doen (Aaker, Kumar & Day, 1995:292).

In hierdie navorsing is besluit om baie min van oop vrae gebruik te maak, aangesien die kodering en die verwerking daarvan moeiliker as by geslote vrae is. Oop vrae het die voordeel dat dit groter vryheid aan die respondent bied. Oop vrae vereis 'n hoër opvoedingspeil en uitdrukkingsvermoë van die respondent.

5.7.2 Geslote vrae

Beide vraelyste bestaan grootliks uit geslote vrae. Geslote of meerkeusige vrae is wanneer die repondent tussen twee of meer alternatiewe moet selekteer. Die kategorieë by meerkeusige vrae moet omvattend en onderling uitsluitend wees sodat daar vir enige antwoord voorsiening gemaak word. In die navorsing word meestal gebruik gemaak van geslote vrae en wanneer die navorser nie alle moontlike antwoorde kon voorsien nie, of wanneer daar te veel moontlikhede is om te noem, is 'n kategorie “ander” gebruik.

Daar is basies twee vorms van geslote vrae. Die eerste tipe geslote vraag is waar die respondent gevra word om 'n keuse tussen 'n paar alternatiewe antwoorde uit te oefen. Die tweede tipe geslote vraag is waar die respondent die antwoord na aanleiding van 'n skaal moet beoordeel. Geslote vrae het die voordeel dat die data makliker gekodeer en verwerk kan word. Die antwoorde is relatief volledig en makliker verstaanbaar (Huysamen, 1993:133).

5.7.3 Verskillende soorte beoordelingskale

Vervolgens word 'n kort uiteensetting gegee van die verskillende beoordelingskale wat aangewend kan word om bepaalde veranderlikes te meet. Beoordelingskale kan op verskillende wyses aangebied word. Dit bestaan uit 'n versameling items wat elk 'n rangordekontinuum van enigiets tussen drie en nege skaalpunten, byvoorbeeld van “baie goed” tot “baie swak” behels. Die beoordeelaar se taak is om elke proefelement op elk van die items te plaas, sodat die plasing die proefelement se posisie ten opsigte van die betrokke item weerspieël (Huysamen, 1993:138).

5.7.3.1 *Gelyste beoordelingskale*

In die geval van gelyste beoordelingskale word die respons gekies wat na die mening van die respondent die mees geldige respons is. Sommige stellings of response verteenwoordig 'n positiewe houding, terwyl ander 'n negatiewe houding weergee.

Gelyste beoordelingskale word algemeen in mark-en/of sakenavorsing gebruik. Die redes daarvoor is die aanpasbaarheid, die feit dat dit redelik maklik is en omrede daar van meerdimensionele houdings gebruik gemaak kan word (Sekaran, 1992:169).

5.7.3.2 *Gesommeerde of Likert-skale*

Die Likert-skaal bestaan uit 'n versameling stellings oor die houdingsopjek. Hierdie beoordelingskaal bestaan uit 'n metingskaal met 'n aantal responskategorieë wat wissel van oorweldigende aanvaarding (saam stem) tot kragtige verwerping (verskil beslis). Sommige stellings verteenwoordig 'n positiewe houding terwyl ander 'n negatiewe houding weerspieël. Daar behoort ongeveer ewe veel positiewe as negatiewe items te wees (Huysamen, 1993:129).

5.7.3.3 *Nominale skale*

Daar is van die nominale skale gebruik gemaak om die respondente (franchisors) in sekere kategorieë te verdeel. Die kategorieë waarin hul verdeel word, is onderling uitsluitend en daar is nie noodwendig enige verwantskap tussen die kategorieë nie.

Geen berekeninge, soos rekenkundige gemiddeldes, kan op die veranderlikes wat op nominale skaalsterkte gemeet is, uitgevoer word nie. Die enigste berekening wat wel op hierdie tipe skaalpunt uitgevoer kan word, is om die frekwensies in elke kategorie te tel. 'n Voorbeeld waar dit gebruik is, is om die franchisors en die aantal afsetpunte waarvoor elkeen besit, te meet (Aaker, Kumar & Day, 1995:256).

5.7.3.4 *Rangordeskaale*

Deur gebruik te maak van rangordeskaale is die objekte in rangorde van intensiteit gerangskik. Elke objek bevat meer of minder van die betrokke veranderlike. Die skaalpunt is bloot in volgorde van intensiteit, maar gee nie 'n aanduiding van hoe groot die verskille

tussen die skaalpunt is nie. Beperkte statistiese berekenings, soos die mediaan en modus kan bereken word.

Hierdie tipe skaal is wel gebruik waar die banke en finansiële instellings 'n rangorde moes toeken aan die persoonlikheidseienskappe wat in aanmerking geneem word indien 'n finansieringsaansoek beoordeel word (Aaker, Kumar & Day, 1995:257).

5.7.3.5 *Intervalskale*

In die geval van intervalskaal word die volgorde tussen die objekte gekenmerk deur intervalle wat ewe groot is. Dit beteken dat verskille vergelykbaar is. Byna alle statistiese berekeninge is moontlik indien intervalskaal gebruik word. Dit is moontlik om rekenkundige gemiddeldes te bereken, maar intervalskaal skiet te kort indien houding bepaal of bereken wil word (Aaker, Kumar & Day, 1995:257-258).

Intervalskaal is algemeen in beide die vraelyste gebruik. 'n Metingskaal met vier intervalle kom algemeen in die vraelyste voor.

5.7.3.6 *Verhoudingskaal*

Dit is 'n spesiale soort intervalskaal met 'n betekenisvolle nulpunt. Met so 'n verhoudingskaal kan daar byvoorbeeld uitgedruk word dat 'n onderneming se marktaandeel 10% is. Indien 'n ander onderneming twee keer soveel verkope het, is sy marktaandeel 20%. Met hierdie tipe skaal verteenwoordig elke skaalpunt 'n fisiese hoeveelheid, en is dit moontlik om vergelykings tussen die onderskeie objekte te tref (Aaker, Kumar & Day, 1995:257-258; Malhorta, 1993:28).

Hierdie tipe skaal is byvoorbeeld gebruik om vas te stel vir watter tydperk die franchisor reeds in die bedryf is.

5.7.3.7 *Digotomiese vrae*

Met die tipe vraag is slegs twee response, naamlik "Ja" of "Nee" moontlik. Die sterkte van die mening kan nie gemeet word nie, maar die respondent moet 'n duidelike keuse tussen die twee keuses uitoefen (Sekaran, 1992:170).

In albei die vraelyste is die tipe skaal redelik algemeen gebruik om te bepaal of die respondent byvoorbeeld 'n probleem met finansiering ervaar of nie.

Na die bespreking van die verskillende soorte vrae en die beoordelingskale om die veranderlikes te kan meet, is daar nog ander aspekte wat in aanmerking geneem is om die vraelys op te stel. Die ander aspekte waarna verwys word, is die taal en bewoording, sowel as die objektiwiteit van die vraelys.

5.7.4 Taal en bewoording

Die respondent moet presies verstaan wat van hom verlang word. Enige dubbelsinnigheid en vrae met onduidelikhede is vermy. Veral in die geval van posvraelyste is duidelike formulering noodsaaklik, aangesien die respondent op homself aangewese is om die vrae te voltooi. Daar is gepoog om die vrae by die ontwikkelingspeil van die respondent aan te pas. Woorde en begrippe waarmee die respondent vertrouwd behoort te wees, is sover as moontlik gebruik. Konsepvraelyste is eers getoets vir enige onduidelikhede voordat die finale ondersoek gedoen is.

Die vraelyste is in Engels en Afrikaans opgestel en daar is uitgegaan van die standpunt dat die meeste respondente een of albei tale magtig is.

5.7.5 Objektiviteit

Dit is noodsaaklik dat vrae op so 'n wyse gestel word dat dit nie sekere antwoorde bo ander suggereer nie. Met die formulering van die vrae is die volgende faktore in aanmerking geneem, ten einde objektiwiteit na te streef:

- ◆ leidende vrae is vermy;
- ◆ meerduidige vrae is vermy;
- ◆ meer as een aanvaarbare respons is nie oorweeg nie, en

- ◆ die bewoording van vrae oor sensitiewe aangeleenthede is sorgvuldig gehanteer (Huysamen, 1993:136).

5.8 DIE GETAL RESPONDENTE WAT BY DIE ONDERSOEK BETREK IS

Die eerste studiepopulasie waar die data deur middel van persoonlike onderhoude ingesamel is, het bestaan uit tien elemente. Die respondente by die onderskeie instansies is almal direk by die verskaffing van finansiering of by die formulering van die beleid in terme van finansiering betrokke. Almal beklee senior poste by die onderskeie instansies se hoofkantore.

Die verantwoordelike persone is telefonies gekontak en datums vir die onderhoude is bevestig. Die verantwoordelike persone was almal bereidwillig om aan die ondersoek deel te neem en 'n 100% responskoers is behaal.

Die tweede teikenpopulasie, naamlik die franchisors bestaan uit die 133 franchisors wat by FASA geregistreer was volgens die *Franchise book of Southern Africa* (FASA, 1997:5). Die vraelyste is oornag elektronies aan die franchisors gefaks ten einde koste te bespaar. Die respondente wie se faksmasjiene nie oornag bereikbaar is nie, is met posvraelyste opgevolg. Na die respondente met die posvraelyste opgevolg is en daar steeds nie genoegsame respons was nie, is die franchisors wat nog nie gereageer het nie met 'n telefoonoproep opgevolg. Hulle is telefonies versoek om die vraelyste te voltooi en terug te pos. Die totale respons het op 43 bruikbare vraelyste te staan gekom.

Die franchisors wat by FASA op Desember 1997 geregistreer was, word in tabel 5.4 (kolom 2), per industrie, uiteengesit. Tydens die studie is bevind dat daar by sommige industrieë franchisors is wat te kenne gegee het dat hulle nie meer as franchisors funksioneer nie. 'n Totaal van 8 franchisors het geskakel en bevestig dat hulle nie meer franchisors is nie. Die aantal wat op datum van die studie wel aktief was, word in die derde kolom uiteengesit.

In dieselfde tabel word die aantal respondente per industrie weergegee (kolom 4). In die laaste kolom is die persentasie franchisors per industrie wat gerespondeer het, uiteengesit.

Tabel 5.4**Die franchisors as teikenpopulasie en respondente per industrie**

Industrie	Aantal franchisors per industrie volgens die ledelys	Aantal franchisors per industrie aangepas	Aantal respondente per industrie	Die % franchisors wat per industrie gerespondeer het volgens die aangepaste ledelys
Voertuigprodukte en -dienste	18	17	6	35.2
Bou- en woningsdienste	11	10	5	50.0
Sake- en drukkersdienste	12	10	3	30.0
Opvoeding en opleidingsdienste	11	9	2	23.2
Ontspannings- en vermaaklikheidsdienste	9	8	2	25.0
Kitskos	8	8	2	25.0
Restaurante	36	35	13	37.1
Gesondheids- en skoonheidsdienste	6	5	1	20.0
Eiendomme	6	6	2	33.3
Groothandel en direkte bemarking	17	17	6	35.3
Totaal	133	125	43	34.4

Volgens bogenoemde tabel is die gemiddelde responskoers 34.4%. Daar is franchisors wat onder verskeie handelsname funksioneer, maar wel oor 'n beherende liggaam/maatskappy beskik. In so 'n geval is daar net 'n verteenwoordigende vraelys vanaf die hoofkantoor ontvang, en nie vanaf elke franchisor nie.

'n Voorbeeld van bogenoemde is Pleasure Foods Bpk. wat die volgende franchise-ondernemings besit, naamlik Juicy Lucy, Wimpy, Milky Lane, Whistle Stop en Mac Munch. 'n Vraelys is dus namens die groep terug ontvang en verteenwoordig vyf franchisors uit tabel 5.4. Dieselfde geld vir die Foodgro groep wat Steers, Black Steers, Mac Rib, Bull dogs, Flame, Debonair's Pizza, Bulldogs Pubs, Blockbuster Video en Max Frango's verteenwoordig. The Drain Surgeon en The Electro Clinic het ook dieselfde beheerliggaam. Voorts word Guiseppes en The Squire's Loft ook deur dieselfde beheerliggaam verteenwoordig.

In die lig van bogenoemde bespreking kan die aantal franchisors waaruit die populasie bestaan met 14 franchisors verminder word na 'n totaal van 111. Die berekende gemiddelde responskoers is daarvolgens 39.7%.

Waarskynlik is 'n responskoers van 39.7% nie 'n verteenwoordigende respons vir die populasie nie. Volgens tabel 5.4 is daar egter 'n respons verkry wat al die industrieë verteenwoordig. Die laagste responskoers per industrie was 20% en die hoogste 50%. Louw, die uitvoerende direkteur van FASA, se mening is dat 'n responskoers van 39.7%, beslis as 'n duidelike riglyn gebruik kan word. Bogenoemde is telefonies met hom bevestig en sy mening is dat dit 'n goeie respons vir die franchise-bedryf is.

Omrede baie van die inligting in die vraelys aan die franchisors ooreenstem met die vrae aan die banke en finansiële instellings, en daar dus 'n vergelyking tussen die vraelyste moontlik is, kan dit in 'n groter mate tot veralgemening van sekere inligting lei.

5.9 ANALISE VAN DIE DATA

Volgens Van Vuuren (1992:80) gee die analise van die ingesamelde data betekenis aan die voorafgaande stappe, soos dit in die navorsingsontwerp uiteengesit is. Die data word om die volgende redes geanaliseer:

- ◆ om die probleemstelling, doelstellings en navorsingsvrae van die studie te beantwoord, en

- ◆ om die resultate op so 'n wyse bekend te maak dat dit 'n bydrae tot die studieveld kan lewer.

5.9.1 Voorbereiding van die data

Al die vraelyste wat ontvang is, is nagegaan vir enige onduidelikhede en opgevolg met 'n telefoonoproep na die respondent om sodoende die onsekerhede uit te klaar. Daarna is die data gekodeer en deur die Statistiese Konsultasiediens van die PU vir CHO gerekenariseer.

5.9.2 Ontleding van die data

Die data word ontleed ten einde die data te kategoriseer, te orden, te manipuleer en sodoende tot gevolgtrekkings te kom. In die proses word die verskille, ooreenkomste, verbande en algemene eienskappe van die data uitgewys.

Die data is ontleed met behulp van die statistiese sagtewarepakket *Statistical analysis system* (SAS), wat deur die Statistiese Konsultasiediens van die PU vir CHO verskaf is.

5.10 STATISTIESE TEGNIEKE TOEGEPAS

Statistiese tegnieke word gebruik om die data wat deur middel van die vraelyste ingesamel is te verwerk. Indien die data verwerk is, is dit moontlik om uit die verwerkte inligting tot gevolgtrekkings te kom.

Die statistiese tegnieke wat gebruik is, word kortliks bespreek.

5.10.1 Frekwensietelling

Die aantal kere wat 'n veranderlike ('n x-waarde) voorkom, word getel. Dit word dan die frekwensie (f) van die betrokke x-waarde genoem. Waar daar van meer as een datastel

sprake is, is dit soms nodig om *relatiewe frekwensies* te bereken. Dit is veral nodig indien die datastelle se aantal respondente of waarnemings (n-waardes) baie verskil.

Vir relatiewe frekwensie word die simbool r gebruik en $r = f/n$. Relatiewe frekwensies werk meestal op egte breuke uit, en daarom is dit makliker om dit na persentasies toe om te skakel. Die resultaat word *persentasiefrekwensies* genoem (Steyn, 1991:4-7).

5.10.2 Rekenkundige gemiddelde

Die rekenkundige gemiddelde is een van die maatstawwe (naas die modus en die mediaan) wat 'n posisie op die metingskaal aandui. Dit weerspieël die mees algemene houding van die respondente. Dit word bereken as die som van die waarnemings gedeel deur die aantal. Die meting moet volgens 'n interval- of 'n verhoudingskaal wees indien 'n rekenkundige gemiddeld bereken wil word. Rekenkundige gemiddeldes is algemeen in hierdie studie gebruik om die respondente se algemene houding ten opsigte van sekere aspekte aan te dui.

5.10.3 Standaardafwyking

Die standaardafwyking probeer om die gemiddelde afstand van die waarnemings vanaf hul rekenkundige gemiddelde te gee. 'n Groot verspreiding van die metings dui op 'n gebrek aan eenstemmigheid onder die respondente. 'n Klein standaardafwyking is 'n aanduiding dat die respondente redelik saamstem oor die veranderlike wat gemeet word.

5.10.4 Praktiese betekenisvolheid (d) en effekgroottes

Die toets vir praktiese betekenisvolheid (d) word gebruik om te bepaal of die verskille tussen twee gemiddeldes prakties betekenisvol is. Waar die aantal waarnemings (die verskil in groottes van die twee populasies) tussen die twee datastelle groot is, is dit nie moontlik om net praktiese betekenisvolheid te meet nie. 'n Ander maatstaf wat effekgrootte genoem

word, is ook nodig (Steyn, 1991:9,20). Indien effekgroottes gebruik word, is die resultaat onafhanklik van die aantal eenhede en ook onafhanklik van die steekproefgrootte.

In die gevalle waar die twee vraelyste se vrae oorvleuel, is die d-waardes bereken. Dit is van toepassing op die vrae waar die respondente op 'n intervalskaal die vrae moes beantwoord het. 'n Rekenkundige gemiddelde is dan per vraag bereken. Dié toets word dan gebruik om te bepaal of die verskille tussen die twee gemiddeldes prakties betekenisvol is (Cohen, 1977:24).

Die d-waarde is 'n maatstaf van hierdie effekgrootte. 'n d-waarde van groter as 0.8 word deur Cohen (1977:24) as prakties betekenisvol beskou, dus 'n groot effek. Dit beteken dat die banke en die finansiële instellings (vraelys 1) en die franchisors (vraelys 2) se respons in terme van die betrokke vraag baie verskil.

Volgens Cohen (1977:24) en Howell (1992:323) dui 'n d-waarde van 0.2 'n klein effek aan, 0.5 dui op 'n medium effek en 0.8 op 'n groot effek.

5.11 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is die navorsingsontwerp en die kriteria waaraan die navorsingsontwerp moet voldoen, bespreek. Na oorweging is besluit om die beskrywende navorsingsmetode in hierdie studie te gebruik.

Die onderskeie studiepulasies en hul omvang is ondersoek en bespreek. Die studiepulasies is afgebaken en die grootte van elke studiepulasie is bespreek. Daarna is die prosedures aangebied wat gevolg is om die data te versamel. In die studie word gebruik gemaak van die persoonlike onderhoudsmetode en van posvraelyste om die data in te samel. Daarna word die ontwerp van die vraelyste en die verskillende soorte vrae wat in die vraelyste gebruik word, bespreek.

Die responskoers van die onderskeie vraelyste word aangebied en daarna volg 'n bespreking oor die veralgemeenbaarheid van die inligting. 'n Uiteensetting oor die voorbereiding van

die data, die analise van die data en die statistiese metodes wat gebruik is om die data te ontleed, word aangebied.

In die volgende twee hoofstukke word die resultate van die ondersoek weergegee en bespreek. In Hoofstuk 6 word die response van die vraelys aan die banke en ander finansiële instellings aangebied en in Hoofstuk 7 word die response van die franchisors aangebied en bespreek.

BESPREKING VAN DIE NAVORSINGSRESULTATE VAN DIE VRAELYS AAN DIE BANKE EN FINANSIËLE INSTELLINGS

6.1 INLEIDING

In hierdie hoofstuk word die resultate van die eerste vraelys uiteengesit en bespreek. Die vraelys was aan die finansiële instellings en banke gerig. Die vraelys is in afdelings ingedeel ten einde inligting wat saamhoort te versamel, sodat sinvolle aanbieding van die data en gevolgtrekkings moontlik is. Die onderskeie afdelings is so ontwerp om by die doelwitte van die studie aan te pas. Elke afdeling se vrae word in afsonderlike paragrawe aangebied en bespreek.

In die volgende hoofstuk word die resultate van die vraelys aan die franchisors weergegee. Aangesien daar gedeeltes van die vraelys is wat ooreenstem, word daar dan ooreenkomste tussen die twee vraelys se resultate bevestig.

Die teikenpopulasie van hierdie vraelys het uit 10 elemente bestaan. Die resultate word per afdeling aangebied soos dit in die vraelys uiteengesit is. Die studiepopulasie het net uit 10 respondente bestaan; daarom is die inligting per frekwensie weergegee en nie na persentasies herlei nie. By baie van die vrae het al die respondente nie gereageer nie of was hul onseker ten opsigte van die respons. In sulke gevalle sal die totale respons dus nie altyd akkumuleer tot 'n totaal van tien nie.

6.2 DIE FINANSIERINGSBRONNE WAT TOT DIE BESKIKKING VAN DIE VOORNEMENDE FRANCHISEE IS

Afdeling A van die vraelys is in die volgende afdelings verdeel:

- ◆ om die finansieringsbronne wat beskikbaar is te identifiseer;
- ◆ om inligting te kry van die omvang van die onderskeie finansieringsbronne se gebruik, en
- ◆ om die verskillende finansieringsvorme wat beskikbaar is en hoe algemeen dit gebruik word, uit te lig.

Die eerste gedeelte van afdeling A het gehandel oor die **finansieringsbronne** wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is. Die aansoek om finansiering fokus op die aanvangskapitaal, met ander woorde, op 'n nuwe aansoek waar 'n nuwe onderneming begin word of aangekoop word. In die vraelys word daar onderskeid getref tussen eie finansieringsbronne en skuldfinansieringsbronne.

6.2.1 Eie finansieringsbronne

Die respons van die banke en die finansiële instellings in terme van die eie finansieringsbronne wat beskikbaar is, word in tabel 6.1 uiteengesit (Afdeling A, vraag1.1).

Tabel 6.1

Eie finansieringsbronne

	Ja	Nee
Die entrepreneur se eie kapitaal/Persoonlike spaargeld.	10	-
Vriende en familie.	10	-
Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists").*	4	4
Deur vennootskappe aan te gaan.	9	-
Die stigting van 'n maatskappy.	6	3
Ander.	2	-

Oorwegend word die entrepreneur se eie kapitaal en die van vriende en/of familie as 'n belangrike finansieringsbron beskou. Waar eie kapitaal onvoldoende is, word vennootskappe aangegaan, ten einde die bronne aan te vul. Die respondente wat onder "ander" bronne gerespondeer het, verwys na die voorskieters van geld in die grysmark, maar dit behoort eerder onder skuldfinansiering te ressorteer.

Uit die onderhoude blyk dit dat die entrepreneur nie altyd die stigting van 'n maatskappy as finansieringsbron oorweeg nie, want sodra aandele uitgereik word, is die eienaarsbelang tussen meer as een persoon versprei en is daar ook ander wetlike aspekte in terme van die maatskappywet waaraan voldoen moet word.

Baie min entrepreneurs het voldoende eie fondse om self die onderneming te finansier. Soms kan 'n gedeelte self gefinansier word, maar vir die ander gedeelte is die entrepreneur afhanklik van skuldfinansiering.

6.2.2 Skuldfinansieringsbronne

Die respondente is versoek om die skuldfinansieringsbronne te identifiseer. Die inligting word in tabel 6.2 weergegee (Afdeling A, vraag 1.2).

Tabel 6.2

Skuldfinansieringsbronne

	Ja	Nee
Handelsbanke.	10	-
Toerustingfinansierders.	9	1
Handelskrediet vanaf verskaffers.	7	1
Versekeringsmaatskappye.	3	6
Ander kommersiële finansiële instellings:		
Dept. van Handel en Nywerheid.	1	7
NEPA (Ntsika).	-	9
Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee. *	4	5

Tabel 6.2 (vervolg)

KSOK. *	9	1
NOK. *	3	6
Franchisor.	3	4
Ander groot maatskappye.	-	6
Noem ander bronne, indien beskikbaar.	1	-

* Die asterisk dui aan dat die finansieringsbron vir eie of skuldfinansiering gebruik kan word.

Na aanleiding van bogenoemde resultate is dit duidelik dat die handelsbanke die vernaamste skuldfinansieringsbron vir die voornemende franchisee is. Daarna volg die krediet wat deur die verskaffers van toerusting verleen word en die KSOK.

Versekeringsmaatskappye word net deur 3 van die respondente as 'n finansieringsbron aangedui. Tog behoort versekeringsmaatskappye as 'n meer aanvaarbare finansieringsbron gebruik te word. Die entrepreneur kan sy eie geld wat reeds op polisse inbetaal is as 'n finansieringsbron gebruik. Dit kan net 'n tydelike maatreël wees en dan weer terugbetaal word indien die entrepreneur se finansiële posisie verbeter. Dit is 'n relatief goedkoop finansieringsbron.

6.2.3 Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word

Nadat die bronne wat beskikbaar is, aangedui is, is die respondente versoek om die bronne wat meer algemeen deur die franchisee gebruik word, uit te lig. 'n Skaal van 1 tot 4 is gebruik. Volgens die skaal dui 4 op 'n bron wat altyd gebruik word en 1 op 'n bron wat nooit gebruik word nie. Telkens waar die respondent die data op 'n skaal van 1 tot 4 moes evalueer, word die rekenkundige gemiddelde ook as deel van die resultate aangebied. Tabel 6.3 toon die bronne van eie finansiering wat algemeen gebruik word aan (Afdeling A, vraag 2.1). Die rekenkundige gemiddelde word in die laaste kolom aangetoon.

Tabel 6.3**Eie finansieringsbronne wat algemeen gebruik word**

	Nooit	Soms	Gewoonlik	Altyd	Reken. gem.
	1	2	3	4	
Die entrepreneur se eie kapitaal/ spaargeld.	-	1	3	5	3.44
Vriende en familie.	-	7	2	-	2.22
Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists"). *	5	3	2	-	1.55
Deur vennootskappe aan te gaan.	-	7	3	-	2.30
Die stigting van 'n maatskappy.	3	2	4	-	2.11
Ander.	-	-	-	-	-

Bogenoemde resultate dui daarop dat die eie finansieringsbron wat meer algemeen gebruik word die entrepreneur se eie kapitaal of spaargeld is. Die rekenkundige gemiddelde om hierdie stelling te bevestig, is bereken as 3.44.

Na eie spaargeld as finansieringsbron wat die meeste gebruik word, volg die keuse om vennootskappe aan te gaan of om geld by vriende en/of familie te leen. In Suid-Afrika is waagkapitaal as bron nog nie ontgin nie. Die waagkapitalis is 'n persoon wat kapitaal in 'n onderneming waag deur saam met die eienaar te investeer, maar wat 'n groot opbrengs op sy kapitaal vereis aangesien daar 'n groot risiko aan so 'n stap verbonde is.

'n Ander bron wat meer ontgin kan word, is die investering van groot maatskappye in kleiner tipe ondernemings. So 'n investering kan byvoorbeeld die vorm van 'n samewerkingsooreenkoms aanneem.

In die volgende tabel word die skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word uiteengesit (Afdeling A, vraag 2.2).

Tabel 6.4

Skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word

	Nooit	Soms	Gewoonlik	Altyd	Reken. gem.
	1	2	3	4	
Handelsbanke.	-	1	2	6	3.55
Toerustingfinansierders.	1	3	3	2	2.66
Handelskrediet vanaf verskaffers.	-	4	3	1	2.62
Versekeringsmaatskappye.	6	2	-	-	1.25
Ander kommersiële finansiële instellings:					
Dept. van Handel en Nywerheid.		-	-	-	1.00
NEPA (Ntsika).*	8	1	-	-	1.22
Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee. *	5	2	1	-	1.50
KSOK. *	-	4	4	-	2.50
NOK. *	5	4	-	-	1.44
Ander groot maatskappye.	7	2	-	-	1.22
Franchisor.	3	3	1	-	1.71
Noem ander indien beskikbaar.	-	-	-	-	-

In tabel 6.4 is dit duidelik dat handelsbanke die finansieringsbron is wat die meeste deur franchisees gebruik word. Die rekenkundige gemiddelde is 3.55. Daarna volg die toerustingfinansierders, die verskaffers van handelskrediet en die KSOK. Die Departement van Handel en Nywerheid, ander groot maatskappye en Ntsika word byna nooit gebruik nie. Die franchisor is selde 'n finansieringsbron.

Ntsika word nie as 'n finansieringsbron aangetoon nie omdat hul meestal in 'n adviserende hoedanigheid namens die kleinsakeonderneming funksioneer. Die KSOK met sy wye verskeidenheid finansieringsopsies behoort meer gebruik te word. Die NOK word aangetoon as 'n bron wat nie baie gebruik word nie, maar die rede daarvoor is omdat dit net op die vervaardigingsbedrywe konsentreer.

6.3 DIE FINANSIERINGSVORME WAT BESKIKBAAR IS EN ALGEMEEN GEBRUIK WORD

6.3.1 Finansieringsvorme wat beskikbaar is

In hierdie gedeelte is die finansieringsvorme wat daar tot die beskikking van die voornemende franchisee is, ondersoek. In terme van die finansieringsvorme is daar onderskeid getref tussen finansieringsvorme wat oor die kort termyn en vorme wat oor die medium tot lang termyn beskikbaar is. In tabel 6.5 het die respondente die vorme van korttermynfinansiering aangedui (Afdeling A, vraag 3.1).

Tabel 6.5

Korttermynfinansieringsvorme

	Ja	Nee
Tradisionele banklening	7	3
Kredietlyn	6	4
“Floorplanning”(bank het ’n belang in die voorraad)	2	8
Ander	-	-

Die tradisionele banklening en die kredietlyn wat ’n oortrokke fasiliteit tot ’n sekere bedrag waarborg, blyk steeds die mees algemene vorme van korttermynfinansiering te wees.

Uit bogenoemde resultate blyk dit asof die voornemende franchisee ’n baie beperkte keuse ten opsigte van korttermynfinansieringsvorme het. In die literatuurstudie is bevind dat die kleinsakeonderneming se grootste behoefte in die onderskeie vorme van korttermynfinansiering lê. In die lig daarvan en uit die resultate van die vraelyste word die vorme van korttermynfinansiering wat daar tot die beskikking van die voornemende franchisee is as ’n probleem uitgewys.

In tabel 6.6 word die vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat beskikbaar is, weergegee (Afdeling A, vraag 3.2).

Tabel 6.6

Vorme van medium- tot langtermynfinansiering

	Ja	Nee
Onversekerde termynlenings.	3	7
Afbetalingskredietooreenkomste ("Instalment loans").	9	1
Debiteurfaktorering.	2	8
Vorraadfaktorering.	2	8
Registrasie van verband op vaste eiendom.	8	2
Versekerde termynlenings.	7	3
Bruikhure ("leases").	7	3
Ander.	2	-

Die vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat beskikbaar is, is die afbetalingskredietooreenkoms, versekerde termynlenings, bruikhure en om addisionele verbande op vaste eiendom te registreer. Die inligting wat onder "ander" bygevoeg is, dui ekwiteitsfinansiering as 'n addisionele vorm van finansiering aan.

6.2.3 Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word

Nadat die onderskeie finansieringsvorme uitgewys is, is inligting in verband met die vorme wat algemeen gebruik word, versamel. 'n Skaal van 1 - 4 is gebruik. 'n Skaalpunt van 4 is 'n aanwyser dat die finansieringsvorm altyd gebruik word en 1 is 'n aanduiding dat daardie vorm glad nie gebruik word nie.

In tabel 6.7 word die respons van vraag 3.3.1 ten opsigte van die vorme van korttermynfinansiering wat algemeen gebruik word, aangedui.

Tabel 6.7

Korttermynfinansieringsvorme wat algemeen gebruik word

	Glad nie	Min	Gereeld	Altyd	Reken gem.
	1	2	3	4	
Tradisionele banklening.	-	1	3	6	3.50
Kredietlyn.	2	2	4	2	2.60
“Floorplanning”.	4	4	1	-	1.60
Ander.	-	-	-	-	-

Die tradisionele banklening is bykans *altyd* ’n finansieringsvorm wat gebruik word. Die vorm is die mees algemene korttermynfinansieringsvorm wat daar beskikbaar is en wat die meeste gebruik word. Die rekenkundige gemiddelde is 3.50. Daarbenewens word die kredietlyn ook redelik *gereeld* gebruik. “Floorplanning” waar ’n instansie ’n belang in die voorraad of bates van ’n onderneming verkry, word soms deur die KSOK aangebied.

Soos reeds bevestig, is korttermynfinansiering by veral kleinsakeondernemings ’n baie groot behoefte. Die bronne wat beskikbaar is wat deur die voornemende franchisee as korttermynfinansiering gebruik kan word is baie beperk. Handelsbanke is feitlik die enigste bron wat daar is met ’n beperkte aantal keuses wat daar tot die voornemende franchisee se beskikking is.

In tabel 6.8 word die respons van vraag 3.3.2 rakende die vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat algemeen gebruik word, uiteengesit.

Tabel 6.8**Medium- tot langtermynfinansieringsvorme wat algemeen gebruik word**

	Glad nie	Min	Gereeld	Altyd	Reken. gem.
	1	2	3	4	
Onversekerde termynlenings.	4	3	2		1.77
Afbetalingskredietooreenkomste.	-	2	4	4	3.20
Debiteurfaktoring.	5	1	1	-	1.42
Voorraadfaktoring.	6	-	1	-	1.28
Versekerde termynlenings.	-	1	5	3	3.22
Registrasie van verband op vaste eiendom.	-	-	6	3	3.33
Bruikhure ("Leases").	2	3	3	2	2.50
Ander.	-	-	2	-	-

Om fondse te bekom deur middel van addisionele verbande op vaste eiendom te registreer, is 'n redelike algemene finansieringsvorm met 'n rekenkundige gemiddelde van 3.33. Onversekerde termynlenings word selde gebruik, terwyl versekerde termynlenings een van die vorme is wat gereeld gebruik word. Soos die term bevestig word daar waarborge verlang indien gebruik gemaak word van versekerde termynlenings. Baie entrepreneurs het 'n gebrek aan genoegsame waarborge om die lening te verseker. Afbetalingskredietooreenkomste is 'n vorm wat algemeen gebruik word. Dit blyk dat faktoring van voorraad en debiteure baie selde voorkom.

Die produkreeks wat beskikbaar is in terme van medium- tot langtermynfinansiering is groter as in die geval van korttermynfinansiering. Faktoring van debiteure en voorraad word baie min gebruik en is 'n bron wat moontlik meer ontgin kan word. Die probleem is dat die onderneming reeds gevestig moet wees voordat bogenoemde keuse uitvoerbaar is.

6.3.3 Die onderskeid tussen korttermyn en medium- tot langtermynfinansiering

Die volgende twee vrae van afdeling A (vraag 4.1 en 4.2) se doel was om vas te stel hoe word die onderskeid, in terme van die duur van die lening, deur die meeste finansiële instellings vasgestel.

Tabel 6.9

Korttermynfinansiering

Minder as 6 maande.	-
Minder as 12 maande.	7
Minder as 18 maande.	1
Minder as 24 maande.	2

Tabel 6.10

Medium- tot langtermynfinansiering

Langer as 12 maande.	7
Langer as 18 maande.	2
Langer as 24 maande.	1
Langer as 36 maande.	

Uit bogenoemde twee tabelle blyk dit dat finansiering korter as 12 maande deur die meeste instansies as korttermynfinansiering beskou word. Langer as 12 maande word as medium- tot langtermynfinansiering gereken.

6.4 PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF IN VERBAND MET FINANSIERING ERVAAR EN DIE BYDRAE WAT DIE BEDRYF KAN LEWER

Afdeling B van die vraelys hanteer die probleme wat die kleinsakesektor ervaar en die bydrae wat die franchise-bedryf tot ekonomiese vooruitgang kan lewer.

6.4.1 Algemene probleme wat deur die kleinsakesektor ervaar word

Studies in ander ontwikkelde en ontwikkelende lande dui daarop dat die kleinsakesektor 'n belangrike bydrae tot die vooruitgang van die ekonomie en werkskepping kan lewer. Ten spyte daarvan is daar nog baie ruimte vir ontwikkeling in die sektor in Suid-Afrika en word baie probleme in die bedryf ervaar. 'n Lys met moontlike probleme is aan die respondent voorgehou waarop items bygevoeg kon word en dan op 'n skaal van 1 tot 4 beoordeel kon word. 'n Probleem wat algemeen voorkom word deur 4 aangedui en 1 op 'n probleem wat glad nie voorkom nie. Die respons van vraag 1 in afdeling B word uiteengesit in tabel 6.11.

Tabel 6.11

Probleme wat die kleinsakesektor ervaar

	Glad nie 1	Soms 2	Gereeld 3	Algemeen 4	Reken. gem.
Gebrek aan inisiatief.	2	4	2	-	2.00
Gebrek aan kennis en bestuurservaring	-	-	6	3	3.33
Die mark is versadig.	2	5	2	-	2.00
Gebrek aan marknavorsing.	-	-	6	3	3.33
Toeganklikheid tot finansiering.	1	3	3	2	2.60
Ander.	-	-	3	-	-

Die twee probleme wat prominent deur die banke en die finansiële instellings aangetoon word, is die gebrek aan kennis en bestuurservaring en die gebrek aan marknavorsing. Die toeganklikheid tot finansiering word wel aangedui as probleme wat *gereeld* en *soms* ervaar word, maar net deur twee respondente as 'n probleem wat *altyd* voorkom.

As in aanmerking geneem word dat hierdie response kom van die banke en die ander finansiële instellings wat gemoeid is met die finansiering van die kleinsakeonderneming, is dit duidelik dat hul meen dat die entrepreneur sy huiswerk eers goed moet doen, alvorens die finansieringsaansoek op die tafel kom. Hul mening is dat deeglike marknavorsing noodsaaklik is en dat die entrepreneur oor voldoende kennis en bestuurservaring moet beskik.

Twee uit die tien respondente het die toeganklikheid tot finansiering as 'n algemene probleem aangetoon. Die banke, met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.6 uit 4, het aangedui dat toeganklikheid tot finansiering 'n probleem vir die kleinsakesektor is.

6.4.2 Die toeganklikheid tot finansiering

In die volgende vraag (vraag 2 van afdeling B) het die respondente bevestig in hoe 'n mate toeganklikheid tot finansiering 'n struikelblok vir voornemende entrepreneurs is. Die resultate word in tabel 6.12 aangebied.

Tabel 6.12

Die toeganklikheid tot finansiering

JA	NEE
7	3

In hierdie vraag is die toeganklikheid tot finansiering geïsoleer van die ander probleme en is die banke en ander finansiële instellings direk gevra om aan te dui of toeganklikheid tot finansiering 'n probleem is of nie. Sewe van die respondente het bevestig dat die toeganklikheid tot finansiering 'n wesenlike probleem vir voornemende entrepreneurs is.

Komende van die verskaffers van finansiering is die respons verontrustend.

6.4.3 Die bydrae van die franchise-bedryf tot ekonomiese vooruitgang van die land

Die respondente is in vraag 3 versoek om aan te dui of die franchise-bedryf 'n bydrae tot ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer. Die resultate verskyn in tabel 6.13.

Tabel 6.13

Die bydrae van die franchise-bedryf

JA	NEE
9	1

Nege van die tien respondente bevestig dat die franchise-bedryf 'n bydrae tot die ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer. Die banke en die finansiële instellings gee hiermee 'n aanduiding dat hul die franchise-bedryf positief ervaar en dat die bedryf met sy unieke samestelling 'n positiewe bydrae tot ekonomiese vooruitgang kan lewer.

6.4.4 Die bydrae van die franchise-bedryf tot die ontwikkeling van groepe wat voorheen minder bevoorreg was

In tabel 6.14 word die respons van vraag 4 rakende die bydrae wat die franchise-bedryf ten opsigte van groepe wat voorheen minder bevoorreg was, weergegee.

Tabel 6.14

Die bydrae van die franchise-bedryf tot die ontwikkeling van groepe wat voorheen minder bevoorreg was

JA	NEE
10	-

Al tien die respondente is van mening dat die franchise-bedryf 'n bydrae kan lewer om minder bevoorregte groepe te stimuleer om ondernemings te vestig. Vanweë die samestelling wat die franchise-konsep bevat en veral die ondersteuning wat daarin ingebou is, is dit dië bedryf wat homself van ander onderskei om werklik 'n bydrae tot voorheen minder bevoorregte groepe te kan lewer. Die konsep leen hom tot oordraging van kennis en vaardighede met die nodige ondersteuning wat van die franchisor ontvang word soos bedryfshandleidings en indiensopleiding.

6.4.5 Probleme wat voornemende franchisees ten opsigte van finansiering ervaar

In vraag 5 is 'n lys probleme wat voornemende franchisees in verband met finansiering ervaar aan die respondente voorgehou. Die versoek was om te identifiseer hoe dikwels die probleme ervaar word en moontlike ander probleme by te voeg. 'n Skaalpunt van 4 dui op 'n probleem wat deurgaans voorgekom het en 1 op 'n probleem wat glad nie ervaar word nie.

Tabel 6.15

Probleme ten opsigte van finansiering wat deur voornemende franchisees ervaar word

	Glad nie 1	Soms 2	Gereeld 3	Deurgaans 4	Reken. gem.
Gebrek aan sekuriteit.	-	2	4	3	3.11
Te min eie kapitaal.	-	2	5	2	3.00
Banke en ander finansiële instellings verstaan nie die franchising-konsep nie.	3	4	2	-	1.88
Te min finansieringsbronne.	1	3	4	1	2.55
Ander.	-	-	3	-	-

Die gebrek aan voldoende sekuriteit met 'n rekenkundige gemiddelde van 3.11, word algemeen as 'n probleem ervaar. Hand aan hand met die probleem is te min eie kapitaal. Baie min entrepreneurs en veral die uit agtergeblewe gemeenskappe is kapitaalkragtig. Die aantal banke en finansiële instellings wat te kenne gee dat die finansieringsbronne *soms* tot *gereeld* onvoldoende is, is insiggewend.

Die “ander” probleme wat gereeld ervaar word, word aangedui as te min entrepreneuriese vaardighede, ervaring in die sakewêreld en kundigheid.

Die gebrek aan voldoende sekuriteit is 'n groot probleem by die oorgrote meerderheid van die bevolking. Die meeste individue uit die agtergeblewe gemeenskappe het beperkte of geen sekuriteit om aan te bied nie. Baie het ook geen kredietrekord nie omdat hul 'n beperkte toegang tot finansiering gehad het.

Banke sal in die toekoms baie meer kreatief te werk moet gaan om 'n finansieringsaansoek te evalueer. Ander maatstawwe om kredietwaardigheid en sekuriteit te bepaal behoort meer prominent na vore te kom, ten einde meer entrepreneurs die geleentheid tot 'n eie onderneming te bied.

6.4.6 Enkele ander persentasies

Die laaste drie vrae van afdeling B (vraag 6-8) is beantwoord, maar die respondente het tydens die onderhoud te kenne gegee dat hulle nie absoluut seker van die persentasies is nie. Alle respondente het ook nie hier inligting verstrek nie.

Vraag 6 van afdeling B het versoek dat die respondent 'n aanduiding moet gee van die hoeveelheid finansiering (uitgedruk as persentasie van hul totale finansiering toegestaan) wat aan die kleinsakesektor toegeken word.

Tabel 6.16**Die finansiering aan die kleinsakesektor as persentasie uitgedruk**

Vanaf 0 -10%	-
11-20%	-
21-30%	1
31-40%	2
41-50%	1
51-60%	-
61-70%	-
71-80%	-
81-90%	-
91-100%	2

Die afleiding is dat die banke gemiddeld tussen 31 en 40% van hul finansiering aan die kleinsakesektor lewer. Khula Enterprise en die KSOK lewer uit die aard van hul bedrywighede 100% van hul finansiering aan die kleinsakesektor. Indien 'n redelike hoeveelheid van hul sake aan die kleinsakesektor gelewer word, word veronderstel dat die banke hulself so sal toerus ten einde die beste dienste aan hul kliënte te lewer.

Vraag 7 van afdeling B se doel was om 'n aanduiding te kry watter persentasie van die finansiering wat aan die kleinsakesektor toegeken word na die franchise-bedryf gaan.

Vier respondente het 'n persentasie van tussen 21-30% aangedui en twee respondente 'n persentasie van tussen 51-60%. Uit bogenoemde respons word afgelei dat die franchise-bedryf 'n redelike gedeelte van die finansiering ontvang. Die veronderstelling is dat banke die franchise-bedryf as 'n unieke bedryf met sy eie samestelling, voordele en behoeftes moet identifiseer.

Vraag 8 van afdeling B het die banke en finansiële instellings versoek om 'n aanduiding te gee van die % franchises wat misluk het waarvoor hulle krediet toegestaan het. Die resultate word uiteengesit in tabel 6.17.

Tabel 6.17

Die % franchises wat misluk het

Vanaf 0 -5%	2
6 -10%	3
11-15%	-
16-20%	2
21-25%	-
26-30%	-
Meer as 30%	-

Vyf van die respondente bevestig dat 10% en minder franchises misluk het. Twee dui aan dat tussen 16-20% misluk het. Indien bogenoemde statistiek vergelyk word met die mislukkingskoers van ander kleinsakeondernemings blyk franchising 'n veiliger keuse te wees. Sowat 80% van alle nuwe ondernemings in Amerika misluk binne die eerste 10 jaar, terwyl slegs sowat 10% franchises misluk het (Pretorius, 1996:14).

Edwards, algemene bestuurder van NedEnterprise, 'n afdeling van Nedcor wat in finansiering van klein- en mediumgrootte ondernemings spesialiseer, bevestig dat sedert NedEnterprise gestig is, het nie een franchise-onderneming misluk aan wie hul krediet toegestaan het nie (De Villiers, 1995:54). Meer onlangse statistiek oor mislukkings in die franchise-bedryf in Suid-Afrika is nie beskikbaar nie.

Die franchise-bedryf en veral die besigheidsformaatmetode waarin oordraging van kennis en ondersteuning vanaf die franchisor aan die franchisee prominent is, blyk 'n veilige keuse te wees.

6.5 DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP

Afdeling C van die vraelys streef daarna om die waarde van die franchise-konsep te bepaal en om te identifiseer watter aspekte 'n belangrike rol in die franchise-bedryf speel.

6.5.1 Die voordele van die franchise-konsep

Daar bestaan 'n unieke verhouding tussen die franchisor en die franchisee. Die franchisor het reeds die sakekonsep getoets en bied 'n allesomvattende pakket en ondersteuning aan die franchisee. Die banke en ander finansiële instellings is versoek om te bepaal of bogenoemde formaat van sake doen enige voordele inhou wanneer hulle 'n finansieringsaansoek beoordeel. In tabel 6.18 word die respons van vraag 1 in afdeling C uiteengesit.

Tabel 6.18

Die voordele van die franchising-konsep

	JA	NEE
	8	2

Agt van die tien respondente het aangetoon dat die franchise-konsep voordele inhou wanneer die finansieringsaansoek beoordeel word.

Dit is die mening van banke dat franchising wel sekere voordele in terme van finansiering inhou, mits die franchisor oordeelkundig gekies word. Net die konsep alleen kan nie die risiko verminder en sukses waarborg nie, want daar is te veel ander aspekte wat 'n rol kan speel. In die volgende vraag word gepoog om die belangrikste aspekte rakende die franchise-konsep uit te lig. Indien die belangrikste aspekte uitgelig kan word, kan dit die verskaffers van finansiering van kriteria voorsien waarteen die waarde van die franchise beoordeel kan word.

6.5.2 Belangrike aspekte van die franchise-konsep

In vraag 2 is bepaal watter aspekte wat deel van die franchising-konsep vorm, 'n voornemende franshisee se aansoek om finansiering kan bevoordeel. Sekere aspekte is aan die respondent voorgehou, waarop die respondent indien nodig kon byvoeg en dit kon beoordeel op 'n skaal van 1 tot 4. 'n Skaalpunt van 4 is 'n aanduiding dat die aspek baie belangrik geag word en 1 dui op geen belangrikheid nie.

Tabel 6.19

Belangrike aspekte van die franchise-konsep

	Geensins belangrik 1	2	3	Baie belangrik 4	Rekn. gem.
Opleiding wat deur die franchisor verskaf word.	-	1	1	8	3.70
Tegniese inligting wat verskaf word, soos bedryfshandleidings.	-	1	4	5	3.40
Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.	-	-	1	9	3.90
Gebiedsbeskerming deur die franchisor.	3	-	3	3	2.66
Hulp met beplanning, ontwerp en oprigting.	-	1	5	4	3.30
Ondersteuning met bemarking.	-	-	3	7	3.70
Marknavorsing en produk-ontwikkeling.	-	1	5	4	3.30
Die reputasie van die franchisor.	-	-	2	8	3.80
Ander.	-	-	-	3	-

Die belangrikste aspekte word as volg aangedui:

- ◆ die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk;
- ◆ die reputasie van die franchisor;
- ◆ die opleiding wat die franchisor verskaf, en
- ◆ ondersteuning met bemarking.

Byna alle aspekte van die franchising-konsep blyk in 'n mindere of meerdere mate belangrik te wees. Soos duidelik uit die resultate waargeneem kan word het 7 van die 8 aspekte 'n rekenkundige gemiddelde van hoër as 3 uit 4 behaal.

Die aspekte wat onder “ander” bygevoeg is, was inligting in verband met vorige franchises wat misluk het en of die franchisor wel by FASA geregistreer is.

Uit die onderhoude het dit duidelik geword dat die banke 'n redelike waarde heg aan die feit of die franchisor by FASA geregistreer is. FASA het sekere reëls vir toelating tot FASA en daarmee saam 'n stel gedragskodes wat nie lukraak enige onderneming wat nie daaraan voldoen, lidmaatskap waarborg nie.

Die banke is ook baie gesteld op die reputasie van die franchisor wat baie nou saamhang met die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk. Hul uitgangspunt is dat die waarde van die franchise-bedryf daarin lê dat die sukses van die franchisee ook die sukses van die franchisor is. Die mislukking van die franchisee word beskou as 'n mislukking van die franchisor is. Die banke steun baie op inligting rakende die franchisee wat hulle deur middel van die franchisor kan ontvang. Uit die aard van die saak het die banke en die franchisor albei 'n belang in die franchisee se sukses.

6.5.3 Die reputasie van die franchisor

Die doel van vraag 3 was om te bepaal of die reputasie van die franchisor as 'n faktor gesien kan word om die finansieringsrisiko te verlaag.

Tabel 6.20**Die reputasie van die franchisor**

JA	NEE
9	1

Nege van die tien respondente bevestig dat die franchisor se reputasie die risiko van die finansieringsaansoek gunstig kan beoordeel. Banke staan dus nie onverskillig teenoor die voordele wat die franchise-konsep en veral die waarde wat 'n suksesvolle franchisor inhou nie.

6.5.4 Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie

Nadat die waarde van die franchise-konsep, aspekte wat as belangrik geag word wat deel van die franchise-konsep uitmaak en die reputasie van die franchisor bevestig is, word dit ten doel gestel om kriteria uit te lig waarteen die waarde van die franchisor gemeet kan word. Die doel van vraag 4 was om te bepaal *watter* inligting in verband met die franchisor word as belangrik geag ten einde sy reputasie te beoordeel. Ander inligting indien nodig kon bygevoeg word. 'n Skaalpunt van 4 dui op baie belangrike inligting en 1 op geensins belangrik nie.

Tabel 6.21**Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie en waarde**

	Geensins belangrik 1	2	3	Baie belangrik 4	Reken. gem.
Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is.	-	-	5	5	3.50
Die marktaandeel waaroor die franchisor beskik.	1	3	2	4	2.90
Die aantal afsetpunte van die franchisor.	-	2	5	2	3.00
Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee.	-	-	3	7	3.70
Ander.	-	-	-	3	-

Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee met 'n rekenkundige gemiddelde van 3.70 blyk baie belangrike inligting te wees. Voorts word die tydperk wat die franchisor reeds in die bedryf is en die aantal afsetpunte waaroor die franchisor beskik as belangrike aspekte uitgelig.

'n Ondersoek wat deur Castrogiovanni, Justis en Julian (1993:105) onderneem is om die faktore aan te dui wat die mislukkings van franchises kan verminder, het die volgende resultate opgelewer:

- ◆ die aantal jare wat die franchisor in bedryf is, en
- ◆ die grootte van die franchise-netwerk word as belangrike aanwysers beskou.

Bogenoemde studie se inligting stem grootliks ooreen met wat in hierdie studie bevind is. Die belangrike rol wat die franchisor speel om risiko te verlaag, is hiermee versterk asook die aspekte wat daartoe bydra om die waarde van die franchisor te bepaal.

Banke behoort bogenoemde inligting in aanmerking te neem indien hul die risiko van 'n voornemende franchisee se finansieringsaansoek moet beoordeel.

Die "ander" aspekte wat as belangrik bygevoeg is, is die aantal mislukkings van die spesifieke franchisor se franchisees, of die franchisor by FASA geregistreer is en die inhoud van die kontraktuele ooreenkoms.

Die doel van vraag 5 in afdeling C was om te bepaal of die aanvangskapitaal en diensteheffingsgelde betaalbaar deur die franchisee 'n aanduiding van die reputasie of die waarde van die franchise-onderneming is. Die resultate word in tabel 6.22 weergegee.

Tabel 6.22

Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings betaalbaar met die waarde van die franchisor

JA	NEE
4	6

Ses van die respondente meen dat die aanvangskapitaal en die diensteheffingsgeld betaalbaar nie verband hou en 'n aanduiding kan wees van die franchisor se waarde of reputasie nie.

In die literatuurstudie is die teendeel bevind. Baucus, Baucus en Human (1993:93) het bevind dat daar 'n korrelasie tussen die aanvangsbedrag en die persentasie bestuursdiensgeld wat die franchisor hef en die waarde van die franchisor is. Baucus het in die navorsing die volgende aspekte aangedui wat as waardebepealers van franchisors gebruik kan word:

- ◆ die ouderdom van die franchise;
- ◆ die markaandeel van die franchisor, en
- ◆ die aantal afsetpunte waarvoor die franchisor beskik en die groei daarvan.

Volgens Baucus se navorsing kan bogenoemde gebruik word om die waarde van die franchisor te bepaal en stem dit ook ooreen met die inligting soos aangebied in tabel 6.21 en die bespreking wat daarop volg.

Die skrywer meen dat daar 'n ooreenkoms tussen die aanvangskapitaal en die diensteheffingsgeld en die waarde van die franchisor is. 'n Voornemende franchisee gaan meer betaal vir 'n franchise wat homself reeds bewys het, wat reeds 'n gevestigde handelsmerk het en wat kwaliteit diens en ondersteuning aan sy franchisees lewer.

Die doel van vraag 6 in Afdeling C, was om te bepaal, dat indien die aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word 'n aanduiding van die reputasie, of die waarde van die franchise-onderneming is, die respondente die waarde van die franchisor, as sekuriteit vir finansiering sal aanvaar.

Tabel 6.23

Die aanvaarbaarheid van die waarde van die franchisor as sekuriteit

JA	NEE
3	7

Sewe respondente het bevestig dat die waarde soos dit hierbo beskryf is, nie as sekuriteit aanvaarbaar is nie. Alhoewel bevestig is dat die waarde van die franchisor belangrik is en dat dit die risiko van die finansieringsaansoek kan verlaag, kon daar geen inligting in die literatuur, of tydens die onderhoude gevind word wat daarop dui dat die waarde van die franchisor as sekuriteit aanvaarbaar sal wees nie.

Dit bevestig dat banke en ander finansiële instellings slegs tasbare vaste bates en nie ontasbare of immateriële vaste bates, soos die waarde van die franchise wat van die franchisor aangekoop is, as sekuriteit sal aanvaar nie.

6.5.5 Die betrokkenheid van die finansiële instellings by franchise-ondernemings

Die laaste gedeelte van afdeling C se doel was om te bepaal in hoe 'n mate die finansiële instellings die franchise-bedryf as 'n spesialisafdeling uitsonder, en die dienste wat deur die finansiële instellings aan die bedryf gelewer word.

In vraag 7 word die respondente versoek om aan te dui of hulle oor 'n spesialisafdeling vir franchise-aangeleenthede beskik.

Ses respondente beskik nie oor 'n spesialisafdeling nie, maar vier respondente het wel afsonderlike afdelings vir franchise-aangeleenthede.

Die tweede gedeelte van die vraag (vraag 9), fokus op die dienste wat deur die banke en ander finansiële instellings aan die franchise-bedryf gelewer word. Die resultate verskyn in tabel 6.24 (p. 155).

Besoeke aan die perseel van die franchisee en telefoniese kontak word deur 8 van die respondente gedoen. Ses bied advies aan die voornemende franchisees aan en vier van die respondente bied gunstiger rentekoerse en uitstel in terme van kapitaaldelging aan die franchisees aan.

Uit die resultate blyk dit dat die banke die franchise-konsep as 'n unieke konsep uitsonder en dat hul daarna streef om goeie diens aan die bedryf te lewer. Uit die onderhoude was dit duidelik dat slegs enkeles werklik die franchise-konsep verstaan. Alle inligting is op

topbestuursvlak ingesamel en dit word bevraagteken of die bestuurder op takvlak wel oor die nodige kundigheid beskik om franchises te beoordeel.

Tabel 6.24

Die dienste wat aan franchises gelever word

	Ja	Nee
Advies aan die voornemende franchisee.	6	4
Besoek die perseel van die onderneming.	8	2
Gee gunstiger rentekoerse.	4	6
Gee uitstel in terme van kapitaaldelging.	4	6
Telefoniese kontak.	8	2
Geen diens.	1	9
Ander.	-	-

6.6 DIE VEREISTES WAT DEUR DIE BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS GESTEL WORD

Afdeling D van die vraelys hanteer die vereistes wat deur die finansiële instellings aan die voornemende franchisee se finansieringsaansoek gestel word.

6.6.1 Inligting verlang deur die finansiële instellings indien 'n finansieringsaansoek ingedien word

Die doel van vraag 1 is om te bepaal watter inligting die finansiële instellings verlang, indien 'n finansieringsaansoek ingedien word. Die respondente is gevra om ander inligting by te voeg wat nie reeds op die vraelys verskyn nie. In tabel 6.25 word die resultate aangebied.

Tabel 6.25

Inligting wat deur die finansiële instellings verlang word

	Ja	Nee
'n Sakeplan.	10	-
Begrotings.	10	-
Kontantvloei-inligting.	10	-
Die bedrag benodig.	10	-
Die tydperk waarvoor dit benodig word.	10	-
Ander.	5	-

Alle respondente het bevestig dat al die items, soos dit in tabel 6.25, uiteengesit is, wel noodsaaklike inligting is. Van die inligting wat bygevoeg is, is volle besonderhede van die applikant, persoonlike finansiële inligting, sekuriteit wat deur die applikant verskaf is en inligting soos uiteengesit in die kontraktuele ooreenkoms tussen die franchisee en die franchisor.

6.6.2 Inligting in die sakeplan

In vraag 2 is die respondente versoek om 'n aanduiding te gee van die inligting wat in die sakeplan ingesluit behoort te word.

Bykans alle inligting wat in die tabel uiteengesit is, word as noodsaaklike inligting beskou om in die sakeplan in te sluit. Die vervaardigingsproses is nie relevant vir alle ondernemings nie, daarom die effens swakker respons.

Tabel 6.26**Inligting in die sakeplan**

	Ja	Nee
Oorsig en bestuursopsomming.	10	-
Die bedryfstak waar die onderneming opereer.	8	2
Inligting oor die produk of diens wat gelewer word.	10	-
Ontleding van die mark.	10	-
Bemarkingstrategieë.	10	-
Die vervaardigingsproses.	6	4
Samestelling van die bestuur.	10	-
Die verwagte inkomstestaat.	10	-
Die verwagte balansstaat.	10	-
Gelykbreekpunt.	8	2
Ander.	2	-

Onder die “ander” kategorie is inligting in verband met die applikant se finansiële rekord, en die mate van ondersteuning wat die franchisor verskaf, ingesluit.

Die banke en ander finansiële instellings wil soveel inligting as moontlik tot hul beskikking hê, indien hul die finansieringsaansoek moet evalueer. Die voornemende entrepreneur behoort dus met ’n deeglik voorbereide sakeplan na die verskaffer van finansiering te gaan. Die franchisor kan in hierdie geval tot groot hulp wees. Veral as dit ’n nuwe onderneming is, kan voorbeelde en finansiële state van reeds bestaande franchises ’n groot bydrae tot volledige inligting lewer.

6.6.3 Die voornemende franchisee se persoonlikheidseienskappe

Die doel van vraag 3 was om te bepaal of die persoonlikheidseienskappe van die franchisee enige rol speel indien die finansieringsaansoek oorweeg word.

Tabel 6.27

Die persoonlikheidseienskappe van die voornemende franchisee

JA	NEE
8	2

Agt van die respondente bevestig dat persoonlikheidseienskappe ook in aanmerking geneem word indien 'n finansieringsaansoek oorweeg word.

Die volgende vraag (vraag 4 van afdeling D) se doel was om die persoonlikheidseienskappe in rangorde van belangrikheid te rangskik. Een dui op 'n eienskap wat baie gewig dra en 5 op 'n eienskap wat geen gewig dra nie. Die resultate word in tabel 6.28 aangebied.

Tabel 6.28

Die rangorde van die persoonlikheidseienskappe

Hardwerkendheid.	1
Doelgerigtheid.	2
Mensingesteldheid.	2
Kreatiwiteit.	3
Ander.	-

Hardwerkendheid is aangedui as die belangrikste persoonlikheidseienskap, wat deur doelgerigtheid en mensingesteldheid gevolg word.

Soos reeds bevestig is dit 'n komplekse aangeleentheid om 'n finansieringsaansoek te beoordeel. Inligting soos hierbo wat in die sakeplan vereis is, is noodsaaklike inligting maar ander aspekte soos persoonlikheidseienskappe begin ook 'n al hoe belangriker rol te vervul. Die persoon en sy unieke vaardighede en eienskappe is 'n groot bepalende suksesfaktor om die onderneming te bedryf.

6.7 BELANGRIKE FINANSIËLE MAATSTAWWE

Afdeling E van die vraelys se doel was om te identifiseer watter belangrike finansiële inligting behoort die voornemende franchisee in sy aansoek om finansiering insluit. Die resultate van die ondersoek word in tabel 6.29 uiteengesit.

Tabel 6.29

Belangrike finansiële maatstawwe

	Ja	Nee
Die bedryfslaste as % van totale skuld.	3	4
Die bedryfslaste as % van die totale bates.	4	4
Die voorraadomsetsnelheid.	7	1
Die debiteureomsetsnelheid.	6	1
Die bedryfsiklus van die onderneming.	6	2
Die bedryf waarin die onderneming funksioneer.	9	-
Vaste koste in verhouding tot veranderlike koste.	5	3
Die bedryfshefboom van die onderneming.	7	1
Die grootte van die onderneming.	3	4
Die lewensiklus van die onderneming.	5	2
Die finansiële hefboomwerking.	6	1
Skuldverhouding (eie kapitaal:vreemde kapitaal).	9	-
Verwagte opbrengs op kapitaal.	7	-
Ander.	3	-

Die belangrikste inligting is die bedryf waarin die onderneming funksioneer en die skuldverhouding. Daarna volg die voorraadomsetsnelheid, die bedryfshefboom en die verwagte opbrengs op kapitaal.

Inligting wat onder “ander” bygevoeg is, is die begrote kontantvloei, die kwaliteit van die kontantvloei, sowel as die kontantvloei : skuldverhouding.

Die skuldverhouding is uit die oogpunt van die kredietverskaffer baie belangrik. Die verskaffer wil tereg sekuriteit hê ten einde sy belange te beskerm. Bogenoemde sluit weer aan by die probleem van onvoldoende eie kapitaal en dus sekuriteit. 'n Oorgrote meerderheid van die bevolking het beperkte of geen sekuriteit om aan te bied nie.

6.8 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is die resultate van die vraelys aan die banke en ander finansiële instellings uiteengesit. Belangrike inligting uit die resultate word kortliks bespreek en saamgevat.

Die eie finansieringsbronne wat beskikbaar is en wat meestal gebruik word, is die entrepreneur se eie kapitaal gevolg deur bydraes deur vriende en/of familie. Die skuldfinansieringsbronne wat die meeste gebruik word, is die handelsbanke, die finansierders van toerusting en die verskaffers van handelskrediet. Die KSOK word ook as 'n finansieringsbron wat redelik algemeen gebruik word aangedui.

Die korttermynfinansieringsvorme wat algemeen gebruik word, is die tradisionele banklening en die kredietlyn. Die vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat algemeen gebruik word, is afbetalingskredietooreenkomste, registrasie van verbande op vaste bates en versekerde termynlenings.

Die finansieringsbronne en vorme wat beskikbaar is blyk baie beperk te wees. Veral in die geval van korttermynfinansiering is daar 'n groot behoefte. Baie van die finansieringsvorme soos faktorerings kan net gebruik word deur 'n onderneming wat reeds aan die gang is. Genoegsame eie kapitaal en sekuriteit is meestal 'n probleem vir die voornemende

entrepreneur. Aansluitend tot bogenoemde moet in aanmerking geneem word dat 'n groot gedeelte van die bevolking tot onlangs nie werklik eiendom besit het nie en nie die geleentheid gehad het om 'n kredietrekord op te bou nie.

Probleme wat in die kleinsakesektor ervaar word, is die gebrek aan kennis en bestuurservaring, die gebrek aan marknavorsing en die toeganklikheid tot finansiering. 90% van die respondente is van mening dat die franchise-bedryf 'n positiewe bydrae tot ekonomiese vooruitgang in Suid-Afrika kan lewer. 100% bevestig dat die franchise-konsep as stimulasie kan dien en ondersteuning kan bied aan die groepe wat voorheen minder bevoorreg was.

Onvoldoende sekuriteit en te min eie kapitaal is van die vernaamste probleme wat die voornemende franchisee in verband met finansiering ervaar.

80% van die respondente toon dat die franchise-konsep voordele in terme van finansiering vir die voornemende franchisee inhou. Die franchise-konsep bevat aspekte soos:

- ◆ die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk;
- ◆ opleiding wat deur die franchisor verskaf word;
- ◆ ondersteuning met bemarking en,
- ◆ tegniese inligting wat in bedryfshandleidings vervat is.

Al die respondente het bogenoemde as belangrik aangetoon, sodoende behoort die voornemende franchisee se risiko verlaag te word.

Nege uit die tien respondente het bevestig dat die franchisor se reputasie die risiko van die finansieringsaansoek kan verlaag. Die volgende kriteria is uitgelig as aanwysers van die reputasie en /of waarde van die franchisor:

- ◇ die kontraktuele verbintenis tussen die franchisee en die franchisor;
- ◇ die tydperk wat die franchisor in die bedryf is, en
- ◇ die aantal afsetpunte waaroor die franchisor beskik.

Banke kan bogenoemde kriteria gebruik ten einde hul evaluering van die finansieringsaansoek te ondersteun.

Die vereistes in terme van die finansieringsaansoek wat deur die banke en die ander finansiële instellings verlang word, is aangedui, asook die inligting soos dit in die sakeplan aangetoon behoort te word. Die belangrikste persoonlikheidseienskappe is uitgelig en ter afsluiting is die belangrike finansiële maatstawwe soos deur die banke vereis, bevestig.

In die volgende hoofstuk word die resultate van die vraelys wat aan die franchisors gerig was, aangebied en bespreek.

BESPREKING VAN DIE NAVORSINGSRESULTATE VAN DIE VRAELYS AAN DIE FRANCHISORS

7.1 INLEIDING

In die vorige hoofstuk is die resultate van vraelys 1, wat aan die banke en finansiële instellings gerig is, bespreek. In hierdie hoofstuk word die resultate van die tweede vraelys, wat aan die franchisors gerig is, aangebied en bespreek.

Die hoofstuk word aangebied in dieselfde volgorde soos dit in die vraelys uiteengesit is. In die vraelys is die vrae op 'n bepaalde wyse in afdelings gegroepeer, sodat dit by die navorsingsdoelwitte van die ondersoek aanpas. Die studiepopulasie het uit al die franchisors wat by FASA geregistreer is, bestaan. Die aantal wat gerespondeer het, is 43. Die responskoers is 39.7%.

7.2 ALGEMENE INLIGTING VAN DIE FRANCHISORS

In die eerste gedeelte (afdeling A van vraelys 2) is algemene besonderhede van die franchisors ingesamel. Die frekwensie word telkens in die eerste kolom en die persentasie in die tweede kolom van die betrokke tabel aangebied.

In die eerste twee vrae is die franchisor se naam, asook sy geografiese ligging gevra. Omrede baie franchisors graag anoniem wil bly, was die vraag opsioneel en word geen verslag daaroor gedoen nie.

Volgens die adreslys van FASA is die meeste van die franchisors in Gauteng geleë, en het hulle ook dienooreenkomstig gerapporteer. Aangesien die geografiese verspreiding vir hierdie studie nie belangrik is nie, word dit buite rekening gelaat. Die geografiese ligging is

nie belangrik nie omdat daar geen verwysing of afleiding gemaak word wat enigsins van die ligging van die betrokke onderneming afhanklik is nie. Die ligging het ook geen invloed op die resultate wat in hierdie navorsing ondersoek word nie.

In vraag 3 is die franchisor versoek om 'n aanduiding te gee van die tydperk wat die franchisor reeds in die bedryf is. Die resultate word in tabel 7.1 uiteengesit.

Tabel 7.1

Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is

	Aantal	%
Korter as 1 jaar.	-	-
Een tot twee jaar.	3	7.3
Twee tot drie jaar.	2	4.9
Drie tot vier jaar.	5	12.2
Vier tot vyf jaar.	3	7.3
Vyf tot ses jaar.	2	4.9
Langer as ses jaar.	26	63.4

Van die franchisors wat op die vraelys gereageer het, is 63.4% reeds langer as ses jaar in die franchise-bedryf. Dit is 'n aanduiding dat hul die bedryf goed ken en met ervaring 'n mening kon lig. Hulle het 'n belang in die bedryf en voel ernstig oor die bedryf en sake wat die bedryf raak.

In vraag 4 is die franchisors versoek om 'n aanduiding te gee van die aantal afsetpunte of franchisees wat hulle het. Die resultate word in tabel 7.2 uiteengesit.

Tabel 7.2

Die aantal afsetpunte

	Aantal	%
2 of minder	2	4.8
3 tot 9	2	4.8
10 tot 19	6	14.3
20 tot 29	4	9.5
30 tot 39	4	9.5
40 tot 49	4	9.5
meer as 50	20	47.6

Weereens is dit duidelik dat 47.6% van die franchisors wat gerespondeer het meer as 50 afsetpunte het. 'n Groot hoeveelheid franchisees word dus deur hulle verteenwoordig. Dit is 'n aanduiding dat hul die bedryf goed ken, baie ervaring het en dat hul mening gesag dra.

In die laaste vraag van afdeling A (vraag 5) is die franchisors versoek om 'n aanduiding te verskaf van die aantal afsetpunte wat deur sogenaamde anderkleuriges besit word. Die resultate word in tabel 7.3 uiteengesit.

Tabel 7.3

Die aantal afsetpunte wat deur anderkleuriges besit word

	Aantal	%
2 of minder	16	40.0
3 tot 9	14	35.0
10 tot 19	6	15.0
20 tot 29	1	2.5
30 tot 39	1	2.5
40 tot 49	-	-
meer as 50	2	5.0

Volgens bogenoemde tabel is daar 40% respondente wat 2 en minder anderkleurige franchisees het. 35% het tussen 3 en 9 anderkleurige franchisees wat hul eie afsetpunte besit.

Slegs 5% franchisors het meer as 50 afsetpunte wat deur anderkleuriges besit word. Bogenoemde resultate dui daarop dat daar nog baie ruimte vir die ontwikkeling en daarstelling van anderkleuriges in die franchise-bedryf is.

7.3 DIE FINANSIERINGSBRONNE TOT BESKIKKING VAN DIE VOORNEMENDE FRANCHISEE

Afdeling B van die vraelys handel oor die volgende aspekte:

- ◆ probleme wat voornemende franchisees ervaar om 'n onderneming te vestig;
- ◆ finansieringsbronne wat beskikbaar is;
- ◆ in hoe 'n mate die onderskeie bronne gebruik word, en
- ◆ die verskillende finansieringsvorme wat beskikbaar is en hoe algemeen dit gebruik word.

7.3.1 Probleme wat die voornemende franchisee ervaar

Die doel van vraag 1 van afdeling B is om te identifiseer watter probleme voornemende franchisees ervaar om 'n onderneming te vestig en dit dan op 'n skaal van 1 tot 4 te beoordeel. Die resultate word in tabel 7.4 uiteengesit. Die eerste gedeelte van die kolom gee die frekwensie weer en in die tweede gedeelte van die kolom word dit as 'n persentasie uitgedruk.

Tabel 7.4

Probleme wat voornemende franchisees ervaar

	Geen probleem nie		Min		Gereeld		Altyd 'n probleem	
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Gebrek aan bestuurservaring.	6	14.0	22	51.2	14	32.6	1	2.3
Ligging van die onderneming.	16	37.2	16	37.2	9	20.9	2	4.7
Misdaad.	19	44.2	17	39.5	4	9.3	3	7.0
Finansieringsprobleme.	6	14.0	13	30.2	18	41.9	6	14.0
Ander.	39	90.7	1	2.3	3	7.0	-	-

Veertien persent van die respondente het finansiering as 'n probleem wat *altyd* voorkom, aangedui. 41.9% meen dat finansieringsprobleme *gereeld* voorkom. Die probleem wat in die tweede plek *gereeld* voorkom, is die gebrek aan bestuurservaring. 14% het ook aangedui dat finansieringsprobleme *nooit* ervaar word nie.

Die probleme wat onder “ander” aangetoon is, was die probleem om die finansierder van die lewensvatbaarheid van die projek te oortuig en die gebrek aan genoegsame sekuriteit. Al twee die probleme hou egter ook met finansiering verband.

Uit bogenoemde resultate is dit duidelik dat alhoewel ander probleme soos misdaad, die ligging van die onderneming ook as probleme gemeld word, dit nie die omvang aanneem van die gebrek aan bestuurservaring en finansieringsprobleme nie.

In vraag 2 is die franchisor versoek om aan te dui of van sy franchisees probleme ervaar het om finansiering te bekom. Die resultate word in tabel 7.5 uiteengesit.

Tabel 7.5

Finansieringsprobleme

JA		NEE	
f	%	f	%
28	65.1	15	34.9

65.1% respondente het aangedui dat hul franchisees probleme met die verkryging van finansiering ervaar het. Finansiering en die beskikbaarheid daarvan is dus een van die grootste probleme wat voornemende entrepreneurs ervaar. In die volgende gedeeltes word die finansieringsbronne en die finansieringsvorme wat beskikbaar is, en wel gebruik kan word ondersoek, ten einde die finansieringsprobleem in perspektief te stel.

7.3.2 Finansieringsbronne

In afdeling B van die vraelys word die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is ondersoek, en word daar ook onderskeid tussen bronne van eie finansiering en bronne van skuld finansiering getref.

7.3.2.1 Eie finansieringsbronne

Volgens die respons op vraag 3.1 het die franchisors die eie finansieringsbronne wat beskikbaar is soos volg in tabel 7.6, aangedui:

Tabel 7.6

Eie finansieringsbronne

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Die entrepreneur se eie kapitaal/Persoonlike spaargeld.	41	95.3	2	4.7
Vriende en familie.	28	65.1	15	34.9
Voorsieners van waagkapitaal (“Venture capitalists”). *	6	14.0	37	86.0
Deur vennootskappe aan te gaan.	34	79.1	9	20.9
Die stigting van ’n maatskappy.	5	11.6	38	88.4
Ander.	9	20.9	34	79.1

Die entrepreneur se eie kapitaal is in 95.3% gevalle aangedui, dit is verder gevolg deur vennootskappe te sluit (79.1%) en in die derde plek is die bydraes van vriende en/of familie (65.1%) genoem as die belangrikste finansieringsbronne.

Die inligting wat onder “ander” as finansieringsbronne genoem is, is aftreepakette, maar dit word ook as deel van die eie kapitaal van die entrepreneur beskou. Dieselfde geld vir fondse wat gegeneer word indien die entrepreneur ’n ander onderneming verkoop het.

Eie kapitaal blyk dus die belangrikste finansieringsbron te wees. Baie min individue van die bevolking het voldoende eie kapitaal om ’n onderneming te vestig. Slegs enkeles het ’n pakket ontvang wat groot genoeg is, geld geërf, of op ’n ander wyse ’n groot hoeveelheid kapitaal bymekaar gekry. Die grootste gedeelte van die bevolking is op skuldfinansiering aangewese.

7.3.2.2 Skuldfinansieringsbronne

Die respondente is in vraag 3.2 versoek om die skuldfinansieringsbronne te identifiseer. Die inligting word in tabel 7.7 weergegee.

Tabel 7.7

Skuldfinansieringsbronne

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Handelsbanke.	41	95.3	2	4.7
Toerustingfinansierders.	23	53.5	20	46.5
Handelskrediet vanaf verskaffers.	19	44.2	24	55.8
Versekeringsmaatskappye.	3	7.0	40	93.0
Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld:				
Dept. van Handel en Nywerheid.	2	4.7	41	95.3
NEPA (Ntsika).	1	2.3	42	97.7
Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee. *	13	30.2	30	69.8
KSOK. *	23	53.5	20	46.5
NOK. *	5	11.6	38	88.4
Franchisor.	11	25.6	32	74.4
Ander groot maatskappye.	2	4.7	41	95.3
Noem ander bronne, indien beskikbaar.	1	2.3	43	100.0

* Die asterisk dui aan dat die finansieringsbron vir eie of skuldfinansiering gebruik kan word.

Na aanleiding van bogenoemde resultate is dit duidelik dat die handelsbanke die vernaamste bron van skuldfinansiering vir die voornemende franchisee is. Die bronne wat in die tweede plek aangedui is, is die toerustingfinansierders en die KSOK. Daarna volg die verskaffers van handelskrediet.

Khula Enterprise word deur 30.2% as 'n finansieringsbron aangetoon en slegs 25.6% van die franchisors sien hulself as 'n finansieringsbron. Ander groot maatskappye en verekeringsmaatskappye word ook deur min respondente aangetoon.

7.3.2.3 Finansieringsbronne wat algemeen gebruik word

Nadat die bronne geïdentifiseer is, is die gebruiksomvang van die bronne op 'n skaal van 1 tot 4 aangedui. 'n Skaalpunt van 4 dui op 'n bron wat altyd gebruik word en 1 op 'n bron wat nooit gebruik word nie. In tabel 7.8 word die resultate aangebied van die eie finansieringsbronne wat algemeen gebruik word. Dit is die respons op vraag 4.1 van afdeling B. Die rekenkundige gemiddelde word in die laaste kolom aangetoon.

Tabel 7.8

Eie finansieringsbronne wat algemeen gebruik word

	Nooit		Soms		Gewoonlik		Altyd		Reken- gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Die entrepreneur se eie kapitaal/spaargeld.	3	7.0	2	4.7	21	48.8	17	39.5	3.21
Vriende en familie.	6	14.0	30	69.8	3	7.0	4	9.3	2.12
Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists").	32	74.4	10	23.3	-	-	1	2.3	1.30
Deur vennootskappe aan te gaan.	9	20.9	29	67.4	4	9.3	1	2.3	1.93
Die stigting van 'n maatskappy.	27	62.8	12	27.9	2	4.7	2	4.7	1.51
Ander.	39	90.7	1	2.3	1	2.3	2	4.7	-

Die entrepreneur se eie geld is die eie finansieringsbron wat die meeste gebruik word. 39.5% van die respondente het by *altyd* gerespondeer en 48,8% het dit aangedui as 'n bron wat *gewoonlik* gebruik word. Die rekenkundige gemiddelde is 3.21. Vriende en/of familie is deur 69.8% aangedui as 'n bron wat *soms* gebruik word met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.12.

In tabel 7.9 word die skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word, aangedui. Dit verwys na die respons op vraag 4.2 van afdeling B.

Tabel 7.9

Skuldfinansieringsbronne wat algemeen gebruik word

	Nooit		Soms		Gewoonlik		Altyd		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Handelsbanke.	2	4.7	6	14.0	23	53.5	12	27.9	3.05
Toerustingfinansierders.	15	34.9	10	23.3	14	32.6	4	9.3	2.16
Handelskrediet vanaf verskaffers.	18	41.9	9	20.9	13	30.2	3	7.0	2.02
Versekeringsmaatskappye.	38	88.4	4	9.3	1	2.3	-	-	1.14
Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld:									
Dept. van Handel en Nywerheid.	41	95.3	2	4.7	-	-	-	-	1.05
NEPA (Ntsika).	40	93.0	3	7.0	-	-	-	-	1.07
Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee.	30	69.8	11	25.6	2	4.7	-	-	1.35
KSOK.	18	41.9	23	53.5	2	4.7	-	-	1.63
NOK.	38	88.4	5	11.6	-	-	-	-	1.11
Ander groot maatskappye.	41	95.3	2	4.7	-	-	-	-	1.05
Franchisor.	28	65.1	11	25.6	3	7.0	1	2.3	1.47
Noem ander indien beskikbaar.	43	100	-	-	-	-	-	-	-

Die bron wat die meeste onder *altyd* aangedui is, is die handelsbanke, naamlik 27.9% respondente. Handelsbanke is ook deur 53.5% as 'n bron wat *gewoonlik* gebruik word, aangedui. Die rekenkundige gemiddeld is bereken as 3.05. Daarna volg toerustingfinansierders en handelskrediet vanaf verskaffers wat *gewoonlik* deur onderskeidelik 32.6% en 30.2% van die franchisees as skuldfinansieringsbronne gebruik word.

Die franchisor word deur slegs 2.3% as 'n bron wat *altyd* gebruik kan word aangedui en deur 25.6 % as 'n bron wat *soms* gebruik word. Die rekenkundige gemiddeld is 1.05.

Uit bogenoemde resultate blyk dit dat die voornemende franchisee die meeste van handelsbanke as finansieringsbron gebruik maak. Die ander bronne, benewens die toerustingfinansierders en handelskrediet van die verskaffers, word byna nooit gebruik nie. Bogenoemde dui op 'n baie beperkte aantal skuldfinansieringsbronne wat gebruik word, of wat toeganklik vir die voornemende franchisee is. 41.9% bevestig dat hul nooit die KSOK gebruik nie. Ander groot maatskappye word deur 95.3% nooit gebruik nie en selfs Khula Enterprise word deur 69.8% nooit gebruik nie. Die respons by Nepa is verstaanbaar omdat hul hoofsaaklik as 'n adviesliggaam funksioneer. Baie min gebruik ook die NOK omdat hul meer in die verskaffing van krediet aan die vervaardigingssektor spesialiseer en baie min van die franchises in daardie sektor bedrywig is.

7.3.3 Die finansieringsvorme wat beskikbaar is en algemeen gebruik word

Nadat die onderskeie finansieringsbronne aangedui is, is die respondente versoek om die onderskeie finansieringsvorme uit te lig.

7.3.3.1 Die finansieringsvorme wat beskikbaar is

'n Onderskeid word getref tussen langtermynfinansierings- en korttermynfinansieringsvorme. Die respondente is versoek om aan te dui watter finansieringsvorme aan die voornemende franchisee beskikbaar is. In tabel 7.10 het die respondente die korttermynfinansieringsvorme aangedui (vraag 5.1 van afdeling B).

Tabel 7.10**Korttermynfinansieringsvorme**

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Tradisionele banklening.	37	86.0	6	14.0
Kredietlyn.	20	46.5	23	53.5
“Floorplanning”(Bank het belang in die voorraad.)	3	7.0	40	93.0
Ander.	2	4.7	43	100

Die respondente (86%) het bevestig dat die tradisionele banklening wat deur die kredietlyn (46.5%) gevolg is en wat 'n oortrokke fasiliteit tot 'n sekere bedrag waarborg, die vernaamste vorms van korttermynkrediet is.

Onder “ander” is krediet wat vanaf verskaffers verleen word, aangetoon. Korttermynfinansiering is 'n belangrike komponent van 'n franchisee en veral ondernemings in die kleinsakesektor se finansieringsmengsel.

In tabel 7.11 word die onderskeie vorme van medium- tot langtermynfinansiering uiteengesit (vraag 5.2 van afdeling B).

Tabel 7.11**Vorme van medium- tot langtermynfinansiering**

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Onversekerde termynlenings.	14	32.6	29	67.4
Afbetalingskredietooreenkomste.	33	76.7	10	23.3
Debiteurfaktoring.	6	14.0	37	86.0
Voorraadfaktoring.	3	7.0	40	93.0
Registrasie van verband op vaste eiendom.	35	81.4	8	18.6
Versekerde termynlenings.	15	34.9	28	65.1
Bruikhure/“leases”.	27	62.8	16	37.2
Ander.	2	4.7	41	95.3

Uit bogenoemde resultate word afgelei dat registrasie van verbande op vaste bates (81.4%), afbetalingskredietooreenkomste (76.7%) en bruikhure (62.8%) as die mees algemene vorme van medium- tot langtermynfinansiering aangedui is.

7.3.3.2 Finansieringsvorme wat algemeen gebruik word

Nadat die respondente die onderskeie finansieringsvorme aangedui het, is hulle versoek om die vorme wat algemeen gebruik word aan te toon deur van die skaal 1-4 gebruik te maak. 'n Skaalpunt van 4 dui aan dat die finansieringsvorm deurgaans gebruik word en 1 dui aan dat dit nooit gebruik word nie. In tabel 7.12 word die respons van vraag 5.3.1 uiteengesit.

Tabel 7.12

Korttermynfinansieringsvorme

	Glad nie		Min		Gereeld		Deurgaans		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Tradisionele banklening.	6	14.0	-	-	23	53.5	14	32.6	3.05
Kredietlyn.	17	39.5	11	25.6	13	30.2	2	4.7	2.00
“Floorplanning”.	33	76.7	8	18.6	1	2.3	1	2.3	1.30
Ander.	42	95.3	1	2.3	-	-	-	-	-

Uit die inligting in tabel 7.12 is dit duidelik dat die tradisionele banklening deur 32.6% aangedui is as 'n vorm van korttermynfinansiering wat *deurgaans* gebruik word. 53.5% gebruik die banklening *gereeld*. Die rekenkundige gemiddeld is bereken as 3.05. Daarna volg die kredietlyn wat deur 30.2% gereeld gebruik word. Die voornemende franchisee het dus nie 'n groot verskeidenheid vorme waaruit keuses ten opsigte van korttermynfinansiering gemaak kan word nie.

In tabel 7.13 word die vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat algemeen deur franchisees gebruik word, uiteengesit (vraag 5.3.2).

Tabel 7.13

Vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat algemeen gebruik word

	Glad nie		Min		Gereeld		Deurgaans		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Onversekerde termynlenings.	22	51.2	13	30.2	8	18.6	-	-	1.67
Afbetalingskredietooreenkomste.	10	23.3	5	11.6	23	53.6	5	11.6	2.53
Debiteurefaktorering.	35	81.4	4	9.3	4	9.3	-	-	1.28
Voorraadfaktorering.	36	83.7	4	9.3	3	7.0	-	-	1.23
Versekerde termynlenings.	26	60.5	5	11.6	12	27.9	-	-	1.67
Registrasie van verband op vaste eiendom.	10	23.3	7	16.3	22	51.2	4	9.3	2.47
Bruikhure ("Leases").	18	41.9	4	9.3	20	46.5	1	2.3	2.09
Ander.	41	95.3	2	4.7	-	-	-	-	-

Afbetalingskredietooreenkomste (11.6%), en die registrasie van verbande op vaste bates (9.3%) is die enigste twee finansieringsvorme wat deur die respondente aangedui is as vorme wat *deurgaans* gebruik word. Die rekenkundige gemiddelde van daardie twee vorme is onderskeidelik 2.53 en 2.47. Afbetalingskredietooreenkomste (53.6%), registrasie van verbande (51.2%) en bruikhure (46.5%) is aangedui as vorme van medium- tot langtermynfinansiering wat *gereeld* gebruik word.

Versekerde termynlenings, voorraad- en debiteurefaktorering is vorme wat baie min gebruik word. In die geval van versekerde termynlenings is dit weereens die kwessie van sekuriteit wat vereis word en waaroor baie entrepreneurs nie genoegsaam beskik nie. Voorraad- en debiteurefaktorering kan eers gebruik word as die onderneming reeds aan die gang is en oor voldoende voorraad en debiteure beskik.

Die finansieringsbronne sowel as die vorme wat beskikbaar is, is baie beperk. 'n Entrepreneur wat nie oor 'n redelike hoeveelheid eie kapitaal tesame met 'n geloofwaardige kredietrekord beskik nie sal sukkel om voldoende finansiering te kry, veral as die verlangde bedrag redelik groot is.

7.4 DIE PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF IN TERME VAN FINANSIERING EN ANDERSINS ERVAAR

Afdeling C van die vraelys hanteer die algemene probleme wat die kleinsakesektor en franchises ervaar. Spesifieke probleme van finansiering en die bydrae wat die bedryf tot ekonomiese vooruitgang kan lewer, word ook aangespreek.

7.4.1 Algemene probleme wat deur die kleinsakesektor ervaar word

Studies in ander ontwikkelde en ontwikkelende lande dui daarop dat die kleinsakesektor 'n belangrike bydrae tot die vooruitgang van die ekonomie en werkskepping kan lewer (Ruiters, 1996:8). Ten spyte daarvan is daar nog baie ruimte vir ontwikkeling in die sektor in Suid-Afrika en word baie probleme in die bedryf ervaar.

In vraag 1 van afdeling C is 'n lys van moontlike probleme aan die respondente voorgehou waar items bygevoeg kon word en dan op 'n skaal van 1 tot 4 beoordeel word. 'n Skaalpunt van 4 dui op 'n probleem wat algemeen voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie voorkom nie. Die resultate word in tabel 7.14 (p. 178) uiteengesit.

Daar word gefokus op die probleme wat deur die respondente aangedui is as probleme wat *algemeen* en *gereeld* ervaar word. Die eerste probleem wat uitgelig word, is die gebrek aan kennis en bestuurservaring. 11.6% respondente dui dit aan as 'n *algemene* probleem en 39.5% dui dit as 'n probleem aan wat *gereeld* voorkom. Die rekenkundige gemiddeld is 2.56. 14% het die toeganklikheid tot finansiering as 'n probleem wat *altyd* voorkom aangedui en 39.5% as 'n probleem wat *gereeld* voorkom. Die rekenkundige gemiddeld is 2.53.

Tabel 7.14

Probleme wat die kleinsakesektor ervaar

	Glad nie		Soms		Gereeld		Algemeen		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Gebrek aan inisiatief.	7	16.3	25	58.1	8	18.6	3	7.0	2.16
Gebrek aan kennis en bestuurservaring.	3	7.0	18	41.9	17	39.5	5	11.6	2.56
Die mark is versadig.	16	37.2	19	44.2	7	16.3	1	2.3	1.84
Gebrek aan marknavorsing.	6	14.0	21	48.8	14	32.6	2	4.7	2.28
Toeganklikheid tot finansiering.	6	14.0	14	32.6	17	39.5	6	14.0	2.53
Ander.	40	93.0	1	2.3	2	4.7	-	-	-

Onder die “ander” probleme wat bygevoeg is, is die gebrek aan opleiding wat deur 4.7% van die respondente bygevoeg is as ’n probleem wat *gereeld* voorkom.

Die gebrek aan kennis en bestuurservaring en die toeganklikheid tot finansiering is die prominentste probleme in die kleinsakesektor. Die franchising-konsep leen hom daartoe dat die entrepreneur nie alleen in die onderneming is nie en op die ondersteuning van die franchisor kan staatmaak. Deel van die franchise-pakket is bedryfshandleidings en ook opleiding wat deur die franchisor verskaf word. Die probleem wat hierbo as ’n gebrek aan kennis en bestuurservaring aangetoon is, kan dus deur die franchising-konsep ondervang word.

Die tweede probleem, naamlik die toeganklikheid tot finansiering word in die volgende paragraaf in meer detail ondersoek.

7.4.2 Die toeganklikheid tot finansiering

In die tweede vraag van afdeling C het die respondente bevestig of die toeganklikheid tot finansiering 'n groot struikelblok vir voornemende entrepreneurs is. Die resultate word in tabel 7.15 uiteengesit.

Tabel 7.15

Die toeganklikheid tot finansiering

JA		NEE	
f	%	f	%
36	83.7	7	16.3

Uit die resultate is dit duidelik dat 83.7% respondente wel van mening is dat die toeganklikheid tot finansiering 'n probleem vir voornemende entrepreneurs is. Bogenoemde respons bevestig die stelling van die Regering van Nasionale Eenheid (RNE) dat die gebrek aan die verkryging van finansiering een van die kern struikelblokke vir nuwe en groeiende kleinsakeondernemings is (Van Aardt Smit, 1995:2).

7.4.3 Die bydrae van die franchise-bedryf tot ekonomiese vooruitgang van die land

In vraag 3 is die respondente versoek om aan te dui of die franchise-bedryf 'n bydrae tot die ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer. Die resultate word in tabel 7.16 weergegee.

Tabel 7.16

Die bydrae van die franchise-bedryf

JA		NEE	
f	%	f	%
42	97.7	1	2.3

Na aanleiding van bogenoemde resultate word deur 97.7% respondente bevestig dat die franchise-bedryf 'n bydrae tot ekonomiese vooruitgang kan lewer. Die franchise-konsep, veral die besigheidsformaatmetode bevat inherente eienskappe wat die swak punte wat in ander kleinsakeondernemings aanleiding tot mislukkings gee, kan oorkom. Die bedryf het baie potensiaal en word nog onderbenut. Parker en Gordon (1995:6), voorspel dat franchising toenemend in Suid-Afrika gebruik gaan word om kommoditeite aan groot markte te voorsien. Feinstein, 'n kenner op die gebied van kleinsakeondernemings en franchises is ook van mening dat die moontlikhede wat franchises bied nog nie na wense in Suid-Afrika benut word nie (Feinstein, 1993:1).

In vraag 4 van afdeling C is die respondente versoek om hul mening te gee ten opsigte van die bydrae wat die franchise-bedryf tot die stimulering van minder bevoorregte groepe kan lewer. Die resultate word in tabel 7.17 uiteengesit.

Tabel 7.17

Die bydrae van die franchise-bedryf tot groepe wat voorheen minder bevoorreg was

JA		NEE	
f	%	f	%
40	93.0	3	7.0

Volgens bogenoemde resultate blyk dit dat 93% respondente van mening is dat die franchise-bedryf 'n positiewe bydrae tot die stimulering van ekonomiese aktiwiteit van die minder bevoorregte groepe kan lewer.

Daar is tans 'n projek in Suid-Afrika, die *Black Integrated Commercial Support Network* (BICSN), wat deur 'n Amerikaanse agentskap, die *U.S. Agency for International Development* geborg word om voornemende entrepreneurs in Suid-Afrika te ondersteun. Franchising word as een van hul metodes beskou waardeur hul swart mense effektief kan ondersteun om ondernemings te vestig (Anon., 1993:24).

Franchising is beslis 'n konsep wat voordele inhou en wat as metode aangewend kan word om minderbevoorregte groepe die geleentheid tot 'n eie onderneming te bied. Die

ondersteuning wat ontvang word van die franchisor en die opleiding wat verskaf word, maak oordraging van kennis en vaardighede moontlik wat die onervare entrepreneur kan ondersteun.

7.4.4 Probleme ten opsigte van finansiering wat voornemende franchisees ervaar

In vraag 5 is 'n lys probleme wat voornemende franchisees in terme van finansiering ervaar aan die respondente voorgehou. Die versoek was om te identifiseer hoe dikwels die en ander probleme ervaar word en indien nodig inligting by te voeg. 'n Skaalpunt van 4 dui op 'n probleem wat deurgaans voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie ervaar word nie.

Tabel 7.18

Probleme ten opsigte van finansiering wat deur voornemende franchisees ervaar word

	Glad nie		Soms		Gereeld		Deurgaans		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Gebrek aan sekuriteit.	3	7.0	13	30.2	15	34.9	12	27.9	2.84
Te min eie kapitaal.	1	2.3	9	20.9	25	58.1	8	18.6	2.93
Banke en ander finansiële instellings verstaan nie die franchising-konsep nie.	10	23.3	15	34.9	12	27.9	6	14.0	2.33
Te min bronne van finansiering.	7	16.3	17	39.5	14	32.6	5	11.6	2.40
Ander.	42	97.7	-	-	1	2.3	-	-	-

Te min eie kapitaal word deur 18.6% as 'n probleem wat *deurgaans* ervaar word uitgelig en 58.1% as 'n probleem wat *gereeld* ervaar word. Die rekenkundige gemiddeld is 2.93.

Die gebrek aan sekuriteit word deur 27.9% van die respondente as 'n probleem wat *deurgaans* ervaar word aangedui. 34.9% dui die gebrek aan sekuriteit as 'n probleem wat *gereeld* voorkom aan. Die rekenkundige gemiddeld is 2.84.

Ander probleme wat aangedui word, is 14% wat van mening is dat banke en finansiële instellings *deurgaans* nie die franchise-konsep verstaan nie, en 27.6% voel dat die konsep *gereeld* nie verstaan word nie.

Voorts dui 32.6% aan dat daar *gereeld* nie genoegsame finansieringsbronne tot die beskikking van die voornemende franchisee is nie.

Die mees prominente probleme is te min eie kapitaal en sekuriteit. Die twee probleme gaan eintlik hand aan hand. Die entrepreneur beskik nie oor voldoende kapitaal of ander vaste bates ten einde risiko te verskans nie. Die grootste gedeelte van die bevolking beskik nie oor voldoende sekuriteit nie. Indien entrepreneurskap, die vestiging van eie ondernemings en die kleinsakesektor gestimuleer wil word, behoort die banke 'n gemakliker houding ten opsigte van die verskaffing van sekuriteit in te neem en behoort hulle ander items in oorweging te neem indien 'n finansieringsaansoek beoordeel word.

7.5 DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP

Afdeling D van die vraelys se doel is om die waarde van die franchise-konsep en die kritiese aspekte wat daarin 'n rol speel, te bepaal.

7.5.1 Die voordele van die franchising-konsep

Daar bestaan 'n unieke verhouding tussen die franchisor en die franchisee. Die franchisor het reeds die sakekonsep getoets en bied 'n allesomvattende pakket en ondersteuning aan die franchisee. Die respondent is versoek om aan te dui of bogenoemde formaat van sake doen, wanneer 'n finansieringsaansoek oorweeg word, enige voordele vir die voornemende franchisee inhou. In tabel 7.19 word die respons op vraag 1 van afdeling D uiteengesit.

Tabel 7.19

Die voordele van die franchising-konsep

JA		NEE	
f	%	f	%
41	95.3	2	4.7

Van die respondente is 95.3% daarvan oortuig dat die unieke verhouding tussen die franchisee en die franchisor en die allesomvattende pakket en ondersteuning voordele vir die voornemende franchisee se finansieringsaansoek behoort in te hou.

In die literatuurstudie is bogenoemde resultate ook bevestig. Holmes (1994:27) sien die franchising-konsep as een van die beste keuses om werk in Suid-Afrika te skep. Dit is 'n konsep wat hom daartoe leen om op 'n vinnige manier werk te skep en vaardighede aan te leer. Dit is die ideale manier om 'n onderneming uit te brei in grootte en geografiese verspreiding, sonder al die koste wat daaraan verbonde is om 'n nuwe onderneming te vestig. Franchising bied aan die voornemende franchisee 'n verskeidenheid produkte, dienste of bedrywe waarin hy betrokke kan raak teen 'n lae risiko (Ntoula, 1993:20).

Uit die resultate van die empiriese ondersoek, sowel as inligting wat in die literatuur gevind is, is bewys dat die franchising-konsep baie voordele inhou en dat dit een van die metodes is wat baie van die tradisionele probleme wat kleinsakeondernemings ervaar, kan oorkom.

7.5.2 Belangrike aspekte van die franchising-konsep

Die doel van vraag 2 was om te bepaal watter aspekte wat deel van die franchising-konsep vorm, behoort gewig te dra indien die franchisee aansoek om finansiering doen. Sekere aspekte is aan die respondente voorgelê, waarop die respondent indien nodig inligting kon byvoeg en beoordeling kon op 'n skaal van 1 tot 4 gedoen word. 'n Skaalpunt van 4 is 'n aanduiding dat die aspek baie gewig dra en 1 dui op geen belangrikheid nie.

Tabel 7.20

Belangrike aspekte van die franchising-konsep

	Glad nie belangrik		Relatief onbelangrik		Belangrik		Baie belangrik		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Opleiding wat deur die franchisor verskaf word.	1	2.3	2	4.7	10	23.3	30	69.8	3.60
Tegniese inligting wat verskaf word, soos bedryfshandleidings.	-	-	2	4.7	11	25.6	30	69.8	3.65
Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.	-	-	2	4.7	6	14.0	35	81.4	3.77
Gebiedsbeskerming deur die franchisor.	1	2.3	13	30.2	17	39.5	12	27.9	2.93
Hulp met beplanning, ontwerp en oprigting.	3	7.0	1	2.3	21	48.8	18	41.9	3.26
Ondersteuning met bemerking.	2	4.7	1	2.3	15	34.9	25	58.1	3.47
Marknavorsing en produkontwikkeling	-	-	2	4.7	11	25.6	30	69.8	3.65
Die reputasie van die franchisor	4	9.3	-	-	7	16.3	32	74.4	3.56
Ander	35	81.4	2	4.7	2	4.7	4	9.3	-

Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk word deur 81.4% respondente as 'n *baie belangrike* aspek aangedui. Die rekenkundige gemiddeld is 3.77. Die aspek wat in die tweede plek as *baie belangrik* geag word, is die reputasie van die franchisor (74.4%). As daar na die rekenkundige gemiddeldes gekyk word, is marknavorsing en produkontwikkeling tesame met die verskaffing van tegniese inligting in die tweede plek. Daarna volg die opleiding wat deur die franchisor verskaf word met 'n rekenkundige gemiddelde van 3.60.

Die totale franchising-konsep word as belangrik beskou as na al die rekenkundige gemiddeldes gekyk word. Slegs een is onder 'n gemiddeld van 3 uit vier.

Items wat by “ander” bygevoeg is as *baie belangrik* handel oor die bruto wins marge van die franchisor, omsetsyfers en keuse van die ligging van die perseel.

Die franchise-konsep en veral die besigheidsformaatmetode bied baie voordele aan die voornemende franchisee. In hoofstuk 3 in tabel 3.4 word die verskille tussen ander kleinsakeondernemings en franchises uiteengesit en daar word die voordele wat die konsep bied, duidelik uitgebeeld. Aspekte wat benewens bogenoemdes uitgelig kan word, is soos volg:

- ◆ Omdat 'n volledige pakket aangekoop word, is die onderneming vinniger gereed om met sake te begin.
- ◆ Minder bedryfskapitaal word benodig as gevolg van strenger kontrole deur die franchisor of reeds gevestigde verskaffers wat beskikbaar is deur middel van die franchisor.
- ◆ Die produk is reeds deur die publiek getoets.
- ◆ Vooruitskattings ten opsigte van wins en kontantvloei is meer akkuraat as gevolg van die beproefde formaat.

7.5.3 Die reputasie van die franchisor

Die doel van vraag 3 was om te bepaal of die reputasie van die franchisor as 'n faktor gesien kan word om die finansieringsrisiko te verlaag. Die resultate word in tabel 7.21 weergegee.

Tabel 7.21

Die reputasie van die franchisor

JA		NEE	
f	%	f	%
43	100	-	-

Al die respondente (100%) het bevestig dat die reputasie van die franchisor as 'n faktor in aanmerking geneem behoort te word ten einde die risiko van 'n finansieringsaansoek te verlaag. In byna al die belangrike aspekte wat hierbo in paragraaf 7.5.2 en in tabel 7.20 uitgewys is, speel die franchisor 'n prominente rol. Die reputasie van die franchisor het die tweede belangrikste plek na die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk ingeneem.

'n Voornemende franchisee behoort dus makliker finansiering te kan kry indien 'n bekende franchise met 'n goeie reputasie aangekoop word. Indien dit moontlik is om te bepaal watter meetbare aspekte 'n aanduiding van die franchisor se reputasie is, behoort dit die taak van die verskaffer van finansiering aansienlik te vergemaklik.

7.5.4 Belangrike inligting van die franchisor se reputasie

Die doel van vraag 4 was om te bepaal watter inligting in verband met die franchisor word in aanmerking geneem ten einde sy reputasie te beoordeel. Die respondent is versoek om belangrike aspekte om die franchisor se reputasie te bepaal, aan te dui en te waardeer. Ander inligting kon bygevoeg word, indien benodig. 'n Skaalpunt van 4 dui op baie belangrike inligting en 1 dui op inligting wat geensins belangrik is nie.

Tabel 7.22

Belangrike inligting in verband met die franchisor se reputasie en waarde

	Glad nie belangrik		Relatief onbelangrik		Belangrik		Baie belangrik		Reken. gem.
	1		2		3		4		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is.	1	2.3	2	4.7	22	51.2	18	41.9	3.33
Die marktaandeel waaroor die franchisor beskik.	-	-	7	16.3	24	55.8	12	27.9	3.12
Die aantal afsetpunte van die franchisor.	1	2.3	11	25.6	20	46.5	11	25.6	2.95
Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee.	-	-	5	11.6	13	30.2	25	58.1	3.47
Ander.	34	79.1	2	4.7	4	9.3	7	16.3	-

Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee word deur 58.1% respondente as *baie belangrik* geag. Dit het ook die hoogste rekenkundige gemiddelde van 3.47.

Daarna volg die tydperk wat die franchisor in die bedryf is as *baie belangrik* met 41.9% en 'n rekenkundige gemiddeld van 3.33. Die markaandeel van die franchisor word deur 27.9% as *baie belangrik* beskou.

Belangrike inligting rakende die franchisor se reputasie is gerapporteer as die markaandeel (55.8%), die tydperk in bedryf (51.2%) en die aantal afsetpunte van die franchisor 46.5%.

Aspekte wat onder “ander” bygevoeg is as *baie belangrik* was of die franchisor lid van FASA is en of gedetailleerde inligting in die openbaarmakingsdokument van die franchisor opgeneem is.

Indien 'n voornemende verskaffer van finansiering dus die reputasie van die franchisor wil beoordeel, is daar 'n paar aspekte waarop gelet kan word, naamlik:

- ◆ Hoe lyk die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee.
- ◆ Die tydperk wat die franchisor reeds in die bedryf is.
- ◆ Die markaandeel waaroor die franchisor beskik.
- ◆ Die aantal afsetpunte van die franchisor.
- ◆ Is die franchisor lid van FASA.
- ◆ Die inhoud van die openbaarmakingsdokument van die franchisor.

Nadat bogenoemde statistiek en dokumente ondersoek is, behoort die verskaffer van finansiering in 'n goeie posisie te wees om die franchisor se reputasie en waarde te bepaal.

7.5.5 Aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word

Die doel van vraag 5 van afdeling D was om te bepaal of daar enige verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings wat deur die franchisee betaal moet word en die reputasie of die waarde van die franchisor is.

Tabel 7.23

Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word en die waarde van die franchisor

JA		NEE	
f	%	f	%
20	46.5	23	53.5

Van die respondente het 53.5% bevestig dat daar nie 'n verband tussen die aanvangskapitaal en die diensteheffings en die waarde van die franchisor is nie. 46.5% het die teendeel bevestig.

Baucus, Baucus en Human (1993:93) het bevind dat daar wel 'n korrelasie tussen die aanvangskapitaal en die persentasie bestuursdiensgeld wat die franchisor hef en die waarde van die franchisor is.

Omdat daar gewoonlik 'n hoë prys betaal word vir 'n franchisor met 'n goeie reputasie en 'n gevestigde handelsmerk is dit die mening van die outeur dat daar wel 'n verband tussen die gevraagde bedrag vir die franchise-onderneming in die vorm van diensteheffings en aanvangskapitaal en die waarde van die onderneming behoort te wees.

7.5.6 Ondersteuning van die franchisor

Die doel van die volgende twee vrae (vrae 6 en 7) was om te bepaal of die franchisor betrokke by die finansiering van 'n nuwe franchise-onderneming is, en indien wel, in watter mate die franchisor betrokke is. In tabel 7.24 word aangedui of die franchisor enige ondersteuning aan die franchisee in terme van finansiering aanbied.

Tabel 7.24

Ondersteuning van die franchisor aan die franchisee

JA		NEE	
f	%	f	%
32	74.4	11	25.6

Die resultate bevestig dat 74.4% van die franchisors ondersteuning aan die franchisees met betrekking tot hulle onderneming bied.

Indien die franchisor wel ondersteuning aan die franchisee bied, is daar in die tweede gedeelte van die vraag gepoog om die vorm van ondersteuning wat aangebied word, te identifiseer.

Tabel 7.25

Die vorme van ondersteuning wat deur die franchisor aangebied word

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Slegs raad en advies.	26	60.5	17	39.5
Hulp met voorbereiding van die aansoek.	35	81.4	8	18.6
Besoek die finansiële instelling saam met die franchisee.	25	58.1	18	41.9
Verskaf waarborge en/of sekuriteit aan die franchisee.	4	9.3	39	90.7
Verskaf bruikhure op toerusting.	5	11.6	38	88.4
Verskaf name van kontakpersone.	36	83.7	7	16.3
Reël kontakte vir die franchisee.	31	72.1	12	27.9
Gee self finansiering.	8	18.6	35	81.4

Die vernaamste ondersteuning wat deur die franchisors aangebied word, is om name van kontakpersone te verskaf (83.7%), hulp om die finansieringsaansoek voor te berei (81.4%) en deur self kontakte vir die franchisee te reël (72.1%).

Slegs 9.3% van die franchisors is bereid om waarborg of sekuriteit aan die franchisee te verleen. Gesien in die lig van die verhouding wat daar tussen die franchisor en die franchisee bestaan, behoort die franchisor wat in sy onderneming glo, meer bereid te wees om die franchisee in finansiering te ondersteun. Al bied die franchisor dan nie self finansiering aan nie, behoort die franchisor meer betrokke te raak om die sekuriteit of 'n gedeelte daarvan wat vereis word aan te bied of waarborge te lewer.

Indien die franchisee sukses behaal en nie 'n onnodige groot rentelas hoef te dra nie baat die franchisor ook daarby. Die sukses van die franchisee is ook die sukses van die franchisor.

7.6 DIE DIENS VAN DIE FINANSIËLE INSTELLINGS AAN DIE FRANCHISE-BEDRYF

Die laaste gedeelte van afdeling D se vrae (vrae 8 tot 11) handel oor die diens wat die banke en finansiële instellings aan die franchise-bedryf lewer. Slegs enkele vrae is in die verband gestel.

Die doel van die eerste vraag (vraag 8) was om te bepaal of die banke en die finansiële instellings waarmee die respondente sake doen oor 'n spesialisafdeling vir franchise-aangeleenthede beskik. Die resultate word in tabel 7.26 uiteengesit.

Tabel 7.26

'n Spesialisafdeling vir franchise-aangeleenthede

JA		NEE	
f	%	f	%
34	79.1	9	20.9

Van die totale aantal respondente het 79.1%, bevestig dat die finansiële instelling waarmee hulle sake doen wel oor 'n spesialisafdeling vir franchises beskik.

Die finansiële instellings en banke wat nie 'n spesialisafdeling vir franchises het nie, hanteer franchises in hul kleinsakeafdeling of onder algemene finansiering (vraag 9).

Die doel van vraag 10 was om vas te stel of daar enige addisionele diens in terme van franchising gelever word. Die resultate word in tabel 7.27 weergegee.

Tabel 7.27

Addisionele dienste wat aan franchises gelever word

JA		NEE	
f	%	f	%
32	74.4	11	25.6

Daar is gerapporteer dat 74.4% banke en finansiële instellings waarmee die franchisors sake doen 'n addisionele diens aan franchising lewer.

Die doel van vraag 11 was om die omvang van die addisionele diens wat gelewer word te bepaal. 'n Lys met dienste is aan die respondent voorgehou, waarop die respondent indien nodig sekere dienste kon byvoeg. Die resultate is in tabel 7.28 uiteengesit.

Tabel 7.28

Addisionele dienste deur die banke en finansiële instellings gelewer

	Ja		Nee	
	f	%	f	%
Advies aan die voornemende franchisee.	34	79.1	9	20.9
Advies aan die franchisor.	18	41.9	25	58.1
Besoek die perseel van die onderneming.	25	58.1	18	41.9
Gee gunstiger rentekoerse.	15	34.9	28	65.1
Gee uitstel om die kapitaal te delg.	18	41.9	25	58.1
Telefoniese kontak.	33	76.7	10	23.3
Ander.	5	11.6	38	88.4

Die belangrikste dienste wat deur die banke en finansiële instellings aan die franchises gelewer word is soos volg:

- ◇ advies aan die voornemende franchisee (79.1%);
- ◇ telefoniese kontak (76.7%), en
- ◇ besoeke aan die perseel (58.1%).

Onder “ander” dienste is die gereelde monitering van die franchisee se vordering bygevoeg. Dit blyk dat die dienste wat deur die banke en die finansiële instellings aan die franchises gelewer word meer op die ondersteuning in die vorm van advies, ondersteuning per telefoon

of fisiese besoeke fokus, as wat dit werklik met gunstiger oorwegings in terme van rentekoerse of kapitaaldelgings te make het.

Tydens die onderhoude met die banke en die finansiële instellings het sommige wel te kenne gegee dat hul gunstiger pakette het om franchises te ondersteun, mits dit 'n merietegeval is.

7.7 OOREENKOMSTE TUSSEN DIE VRAELYTE

In die twee vraelyste wat in die studie gebruik is, is daar sekere vrae wat oorvleuel en dus deur albei groepe respondente beantwoord is. Ten einde sekere afleidings te bevestig en te versterk, word die vraelyste op die gebiede waar die vrae ooreenkom, met mekaar vergelyk.

Die statistiese tegniek wat gebruik word om die ooreenkomste te meet, is die toets vir praktiese betekenisvolheid soos bespreek in hoofstuk 5, paragraaf 5.10.4.

Die Phi-koëffisiënt of sogenaamde w-waarde word bereken waar daar twee-by-twee gebeurlikheidstabelle is. Dit geld in die gevalle waar die respondente 'n vraag moes beantwoord deur "Ja" of "Nee" te antwoord. Indien $w = 0.1$, beteken dit dat die respons op die vraag tussen die twee groepe 'n klein effek toon, of baie ooreenkom. 'n w-waarde van 0.3 toon 'n medium effek en 'n w-waarde van 0.5 toon 'n groot effek. 'n Groot effek beteken dat die twee groepe se respons ten opsigte van dieselfde vraag baie verskil.

Die vrae waar net "Ja" of "Nee" geantwoord moes word se effekgroottes of w-waarde word in tabel 7.29 uiteengesit. Die vraagnommer van die franchisors se vraelys verskyn in die eerste kolom. Die ooreenstemmende vraagnommer in die banke en finansiële instellings se vraelys verskyn in die tweede kolom. In die derde kolom word die effekgrootte of w-waardes weergegee.

Al die vraagnommers wat ooreenstem, word in die tabel aangetoon. Nie alle effekgroottes word bespreek nie, maar slegs die wat alreeds as belangrike resultate in die bespreking van die onderskeie vraelyste uitgestaan het, of waar die response tussen die twee vraelyste baie verskil.

Tabel 7.29

Phi-koëffisiënt of w-waardes

Franchisors	Banke en finansiële instellings	w-waarde	Effekgrootte
Eie finansieringsbronne wat beskikbaar is.			
Afdeling B, vraag:	Afdeling A, vraag:		
3.1 a	1.1 a	0.10	klein
3.1 b	1.1 b	0.30	medium
3.1 c	1.1 c	0.33	medium
3.1 d	1.1 d	0.21	medium
3.1 e	1.1 e	0.51	groot
Skuldfinansieringsbronne wat beskikbaar is.			
3.2 a	1.2 a	0.10	klein
3.2 b	1.2 b	0.29	medium
3.2 c	1.2 c	0.32	medium
3.2 d	1.2 d	0.31	medium
3.2 e	1.2 e	0.12	klein
3.2 f	1.2 f	-0.06	klein
3.2 g	1.2 g	0.12	klein
3.2 h	1.2 h	0.29	medium
3.2 i	1.2 i	0.23	medium
3.2 j	1.2 j	0.13	klein
3.2 k	1.2 k	-0.08	klein
Korttermynfinansieringsvorme wat beskikbaar is.			
5.1 a	3.1 a	-0.17	klein
5.1 b	3.1 b	0.15	klein
5.1 c	3.1 c	0.22	medium

Tabel 7.29 (vervolg)

Medium- tot langtermynfinansieringsvorme wat beskikbaar is.			
5.2 a	3.2 a	0.04	klein
5.2 b	3.2 b	0.13	klein
5.2 c	3.2 c	-0.15	klein
5.2 d	3.2 d	-0.12	klein
5.2 e	3.2 e	0.08	klein
5.2 f	3.2 f	0.39	medium
5.2 g	3.2 g	0.06	klein
Afdeling C vraag:	Afdeling B vraag:		
2	2	-0.06	klein
3	3	0.06	klein
4	4	0.12	klein
Afdeling D vraag:	Afdeling C vraag:		
1	1	0.09	klein
3	3	0.00	klein
5	5	-0.10	klein
9	7	-0.34	medium
Addisionele dienste wat deur finansiële instellings aan franchises gelewer word.			
11.a	9.a	-0.04	klein
11.b	9.b	0.36	medium
11.c	9.c	0.33	medium
11.d	9.d	0.11	klein
11.e	9.e	0.36	medium
11.f	9.f	-0.43	medium

In die afdeling B vraag 3.1 a tot 3.1 e wat handel oor die eie finansieringsbronne wat beskikbaar is, is daar 'n groot mate van ooreenstemming tussen die twee vraelyste behalwe by vraag 3.1 e. By vraag 3.1 e is die effek groot. Die franchisors het op die vraag of 'n

maatskappy gestig moet word en aandele uit te reik as 'n finansieringsbron, negatief gereageer. Die banke en finansiële instellings het meer positief gerespondeer en sien dit as 'n bron van eie finansiering wat oorweeg behoort te word.

In afdeling B vraag 3.2. a tot 3.2 k is die respondente versoek om die skuldfinansieringsbronne aan te dui. In tabel 7.29 is dit duidelik dat daar 'n groot mate van ooreenstemming tussen die twee vraelyste is. In al die gevalle is die effekgrootte klein of medium. Daar word dus volstaan met die response soos bespreek in die onderskeie vraelyste. Bogenoemde klein tot medium effekgroottes bevestig die resultate soos reeds aangebied.

In afdeling B vraag 5.1 a tot 5.2 c is die respondente versoek om die korttermynfinansieringsvorme wat beskikbaar is, aan te dui. 'n Groot mate van ooreenstemming tussen die twee vraelyste is hier gevind. Dieselde geld vir vraag 5.2 b tot 5.2 g waar die vorme van medium- tot langtermynfinansiering aangedui is. Ses van die sewe effekgroottes is as klein bereken en net een as medium. Dit beteken dat die respondente van albei vraelyste bykans dieselfde op die vrae gereageer het.

In afdeling C vraag 2 het die respondente bevestig of die toeganklikheid tot finansiering 'n groot struikelblok vir voornemende entrepreneurs is. Die effekgrootte is klein, met ander woorde 'n bevestiging van 'n groot mate van ooreenstemming dat dit wel as 'n struikelblok ervaar word.

In afdeling C vraag 3 is die effekgrootte ook klein. Albei partye is dus oortuig daarvan dat die franchise-bedryf 'n positiewe bydrae tot ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer.

In afdeling C vraag 4 is die effekgrootte weereens klein. Dit dui op 'n groot ooreenstemming tussen die twee vraelyste en bevestig dat die franchise-bedryf 'n positiewe bydrae tot die stimulering van ekonomiese aktiwiteit van die minder bevoorregte groepe kan lewer.

In afdeling D vraag 1 is die effekgrootte 0.09 wat as klein aanvaar word. Wanneer die finansieringsaansoek oorweeg word, is daar groot ooreenstemming dat die unieke

verhouding tussen die franchisee en die franchisor en die allesomvattende pakket volgens die franchising-konsep voordele vir die voornemende franchisee inhou.

In afdeling D vraag 3 is die effekgrootte 0.00 wat beteken dat daar absoluut dieselfde respons was ten opsigte van die vraag. Al die respondente van albei vraelyste het bevestig dat die reputasie van die franchisor as 'n faktor gesien kan word om finansieringsrisiko te verlaag.

In afdeling D vraag 5 is die ooreenstemming ook groot. Die respondente stem saam oor die vraag wat handel oor die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings wat betaal moet word en die waarde van die franchise.

In afdeling D vraag 11 a tot 11 f is die effekgroottes ook almal klein of medium wat beteken dat daar 'n groot mate van ooreenstemming tussen die response is. Dit dui daarop dat die veronderstelde dienste wat die finansiële instellings en die banke lewer, ooreenstem met dit wat deur die franchisors ervaar is.

In die geval waar die respondente hul respons op 'n intervallskaal aangedui het, was dit moontlik gewees om 'n rekenkundige gemiddelde te bereken. Weereens word die vrae wat tussen die twee vraelyste ooreenstem met mekaar vergelyk. Maar waar rekenkundige gemiddeldes ter sprake is, word 'n d-waarde bereken. Die d-waarde toon ook aan of daar ooreenstemming tussen die response van die onderskeie vraelyste is of nie. Indien $d = 0.2$ dui dit op 'n klein effek oftewel 'n groot ooreenkoms tussen die respondente. 'n d-waarde van 0.5 toon 'n medium effek en 'n d-waarde van 0.8 'n groot effek. 'n Groot effek beteken dat die respondente nie ooreenstem nie.

In tabel 7.30 word die d-waardes uiteengesit. Die eerste kolom toon die vraagnommer van die franchisors se vraelys en die tweede kolom toon die vraagnommer van die banke en die finansiële instellings se vraelys aan. Die derde kolom toon die d-waardes aan.

Tabel 7.30

d-waardes

Franchisors	Banke en finansiële instellings	d-waarde	Effekgrootte
Eie finansieringsbronne wat gebruik word.			
Afdeling B vraag:	Afdeling A vraag:		
4.1 a	2.1 a	0.29	klein
4.1 b	2.1 b	0.15	klein
4.1 c	2.1 c	0.41	medium
4.1 d	2.1 d	0.61	medium
4.1 e	2.1 e	0.73	groot
Skuldfinansieringsbronne wat gebruik word.			
4.2 a	2.2 a	0.66	medium
4.2 b	2.2 b	0.49	medium
4.2 c	2.2 c	0.62	medium
4.2 d	2.2 d	0.26	klein
4.2 e	2.2 e	-0.24	klein
4.2 f	2.2 f	0.42	medium
4.2 g	2.2 g	0.25	klein
4.2 h	2.2 h	1.53	groot
4.2 i	2.2 i	0.89	groot
4.2 j	2.2 j	0.66	medium
4.2 k	2.2 k	0.34	klein
Korttermynfinansieringsvorme wat gebruik word.			
5.3.1 a	3.3.1 a	0.50	medium
5.3.1 b	3.3.1 b	0.61	medium
5.3.1 c	3.3.1 c	0.56	medium

Tabel 7.30 (vervolg)

Medium-tot langtermynfinansieringsvorme wat gebruik word.			
5.3.2 a	3.3.2 a	0.13	klein
5.3.2 b	3.3.2 b	0.70	medium
5.3.2 c	3.3.2 c	0.23	klein
5.3.2 d	3.3.2 d	0.09	klein
5.3.2 e	3.3.2 e	1.80	groot
5.3.2 f	3.3.2 f	0.97	groot
5.3.2 g	3.3.2 g	0.40	medium
Probleme wat deur die kleinsakesektor ervaar word.			
Afdeling C vraag:	Afdeling B vraag:		
1.a	1.a	-0.21	klein
1.b	1.b	1.03	groot
1.c	1.c	0.21	klein
1.d	1.d	1.45	groot
1.e	1.e	0.14	klein
Probleme wat voornemende franchisees met finansiering ervaar.			
5.a	5.a	0.30	klein
5.b	5.b	0.10	klein
5.c	5.c	-0.45	medium
5.d	5.d	0.18	klein
Belangrike aspekte wat deel van die franchising-konsep vorm.			
Afdeling D vraag:	Afdeling C vraag:		
2.a	2.a	0.14	klein
2.b	2.b	-0.42	medium
2.c	2.c	0.27	klein
2.d	2.d	0.28	klein
2.e	2.e	0.06	klein
2.f	2.f	0.33	klein

Tabel 7.30 (vervolg)

2.g	2.g	-0.59	medium
2.h	2.h	0.29	klein
Belangrike inligting oor die franchisor se reputasie.			
4.a	4.a	0.27	klein
4.b	4.b	-0.28	klein
4.c	4.c	0.06	klein
4.d	4.d	0.35	klein

In tabel 30 is die meeste effekgroottes klein of medium wat beteken dat die response ten opsigte van die vraelyste baie ooreenstem. Slegs die gevalle waar die effekgrootte as *groot* bereken is, word in die bespreking van tabel 7.30 uitgelig.

In afdeling B vraag 4.1 e is die d-waarde 0.73. Die banke en finansiële instellings en die franchisors stem dus nie saam oor die vraag of die stigting van 'n maatskappy 'n finansieringsbron is wat algemeen gebruik word nie. Vir die banke is dit 'n keuse wat meer gunstig oorweeg word as in die geval van die franchisors.

Die volgende twee effekgroottes wat as *groot* bereken is, is by afdeling B vraag 4.2 h en 4.2 i. Die banke en die finansiële instellings het meer positief ten opsigte van die KSOK en die NOK as finansieringsbronne as die franchisors gereageer. Dit blyk dat die franchisors nie so bewus is van die KSOK en die NOK nie, of dat hul nie by die instansies om finansiering aansoek gedoen het nie. In die geval van die NOK is dit verstaanbaar omdat hulle meer op die vervaardigingsektor gefokus is. Die meeste franchise-ondernemings is in die dienstesektor bedrywig.

By die vrae 5.3.2 e en 5.3.2 f is ook groot d-waardes bereken. Die banke en die finansiële instellings het versekerde termynlenings en die registrasie van verbande op vaste eiendom as finansieringsbronne meer positief aangedui as die franchisors. Deur die rekenkundige gemiddeldes by die vrae te vergelyk, word bogenoemde stelling bevestig.

Die volgende groot d-waarde is bereken by vraag 1 b (afdeling C) by die franchisors se vraelys en vraag 1 b (afdeling B) by die banke se vraelys. Die banke het merendeels bevestig dat die gebrek aan kennis en bestuurservaring 'n probleem vir voornemende entrepreneurs is, terwyl die franchisors dit in 'n mindere mate as 'n probleem aangetoon het. Bogenoemde response is begryplik omrede die franchising-konsep voorsiening maak vir die oordraging van kennis in die bedryf en dit dus nie as so 'n groot probleem ervaar nie.

By vrae 1 c in die vraelyste se onderskeie afdelings (afdeling C en B) is daar 'n d-waarde van 1.45 bereken. Die vraag het oor die volgende gehandel: Is die gebrek aan marknavorsing 'n probleem vir voornemende entrepreneurs? Die banke en die finansiële instellings het meer positief gereageer as die franchisors. Die franchisors het eerder die toeganklikheid tot finansiering as 'n probleem aangetoon aangesien hul in die bedryf wel marknavorsing doen en dit dus nie as 'n struikelblok ervaar nie.

7.8 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is die resultate van die vraelyste wat deur die franchisors voltooi is, aangebied en bespreek. Na die aanbieding en bespreking van die resultate is daar in die laaste gedeelte van die hoofstuk gebruik gemaak van die toets vir praktiese betekenisvolheid waar die w-waardes en d-waardes bereken is. Dit is gedoen om die gebiede waar die twee vraelyste met mekaar ooreenstem te vergelyk.

Die belangrikste resultate in hierdie hoofstuk word in die volgende gedeelte saamgevat. Die meeste van die franchisors wat gerespondeer het, is redelike groot franchisors wat met gesag 'n mening kon uitspreek en wat reeds etlike jare in die bedryf is. Die franchisors het bevestig dat hul voornemende franchisees probleme ervaar om finansiering te bekom. Daar is beperkte bronne van eie en skuldfinansiering beskikbaar en die handelsbanke bly steeds die finansieringsbron wat die meeste gebruik word. Baie min alternatiewe bronne of kreatiewe finansieringsmetodes is beskikbaar. Veral in die vorm van korttermynfinansiering blyk daar groot behoeftes te wees. Die meeste entrepreneurs het 'n tekort aan eie kapitaal en genoegsame sekuriteit.

Daar is bevestiging dat die franchise-bedryf 'n groot bydrae tot ekonomiese vooruitgang kan lewer en dat die bedryf hom uitstekend leen tot die opheffing en bevordering van entrepreneurs by die minderbevoorregte groepe. Die waarde van die franchise-konsep is aangespreek en die belangrikste aspekte rakende die konsep is soos volg uitgelig:

- ◆ die waarde van 'n reeds gevestigde handelsmerk;
- ◆ die tegniese inligting en die bedryfshandleidings wat verskaf word;
- ◆ marknavorsing en produkontwikkeling wat reeds gedoen is, en
- ◆ die reputasie van die franchisor.

Die respondente se mening is dat die waarde of die reputasie van die franchisor wel aanleiding gee tot die verlaging in risiko in die geval van finansiering. Daar is aangetoon presies waarna die verskaffer van finansiering behoort te kyk ten einde die waarde of die reputasie van die franchisor te beoordeel. In die volgende gedeelte van die vraelys is die betrokkenheid van die franchisor by die finansieringsaansoek van die franchisee beoordeel. Daar is bevind dat die franchisor meestal in 'n adviserende hoedanigheid funksioneer.

In die laaste gedeelte is daar vasgestel hoe die franchisors die betrokkenheid van die banke en die finansiële instellings by franchises ervaar. Sommige instansies sonder die franchise-bedryf uit en maak sekere meetbare toegewings in terme van risiko, maar andersins tree hulle ook meestal adviserend op en word geen noemenswaardige addisionele toegewings of dienste gelewer nie.

Soos reeds genoem, is daar in die laaste gedeelte net die d-waardes wat as groot aangedui is, bespreek. Die ander vrae se response stem merendeels ooreen. Die effekgrootte berekening is gedoen om vas te stel of die response van die vraelyste baie verskil of nie. Die feit dat daar baie min w- en d-waardes is wat as groot bereken is, dui op bevestiging van die resultate van albei die vraelyste en dat daar met groter gesag sekere afleidings en bevindinge gemaak kon word. In die volgende hoofstuk word die bevindinge en afleidings gegrond op die empiriese en die literatuurondersoek, bespreek en saamgevat.

GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS

8.1 INLEIDING

In hierdie hoofstuk word die gevolgtrekkings uit die studie geformuleer. Inligting soos dit uit die literatuur versamel is, sowel as die resultate van die empiriese ondersoek word as die basiese uitgangspunte gebruik. Na die gevolgtrekkings word die aanbevelings wat uit die studie voortgespruit het, aangebied.

Die gevolgtrekkings word aangebied in dieselfde volgorde soos die vrae per afdelings in die onderskeie vraelyste gegroepeer is. Die vraelyste is gebaseer op die literatuurstudie en gerig om direk die navorsingsprobleem en die doelwitte van die studie aan te spreek. Om aansluiting by die probleemstelling te vind en om die gevolgtrekkings te rig, word die probleemstelling kortliks weergegee.

8.1.1 Probleemstelling

In die lig daarvan dat 'n lewendige kleinsakesektor as 'n voorvereiste vir vinnige groei en ekonomiese ontwikkeling in Suid-Afrika gesien kan word is besluit om die studie op 'n faset van die kleinsakesektor te fokus. Een van die belangrikste redes waarom kleinsakeondernemings misluk, is die gebrek aan bestuursvaardighede en die ervaring van die entrepreneur.

Omrede die franchising-konsep bogenoemde probleme kan oorkom, is besluit om die studie op die franchise-bedryf toe te spits. Inligting uit ander navorsing en in die Witskrif naamlik "*National Strategy for the Development and Promotion of Small Business in South Africa*", het aangetoon dat die toeganklikheid tot finansiering vir die voornemende entrepreneur 'n probleem is.

Die probleemstelling van hierdie studie, soos uiteengesit in hoofstuk 1, paragraaf 1.2, toon dus aan dat die voornemende franchisee probleme met finansiering ervaar.

8.1.2 Doelstellings van die studie

Deur aansluiting te vind by die gestelde doelwitte van die studie en om te bepaal of die doelwitte van die studie bereik is, word dit hieronder weergegee.

Die doelwitte van die studie word soos volg uiteengesit:

- ◆ Om die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is, te identifiseer en die bronne wat algemeen gebruik word, uit te lig.
- ◆ Om die probleme wat die franchise-bedryf in terme van finansiering ervaar, te identifiseer.
- ◆ Om te bepaal of die franchise-konsep enige voordele vir die voornemende franchisee, in verband met sy finansieringsaansoek inhou.
- ◆ Om te bepaal watter vereistes word deur banke en ander finansiële instellings aan die voornemende franchisee se finansieringsaansoek gestel.

8.2 GEVOLGTREKKINGS RAKENDE DIE FINANSIERINGSBRONNE VIR VOORNEMENDE FRANCHISEES

8.2.1 Die beskikbare finansieringsbronne wat gebruik word

Uit beide die vraelyste is aangedui dat die entrepreneur se eie kapitaal die belangrikste eie finansieringsbron is. Waar eie kapitaal onvoldoende is, word dit aangevul deur vennootskappe te stig en/of bydraes deur vriende en familie. Die entrepreneur se eie kapitaal of spaargeld word algemeen gebruik. Die resultate soos uiteengesit in tabelle 6.1, 6.3, 7.6 en 7.8 toon dit duidelik aan.

Handelsbanke word in albei vraelyste as die vernaamste beskikbare bron wat vreemde kapitaal kan voorsien, aangetoon. Handelsbanke is ook die bron wat die meeste gebruik word. Daarna word dit gevolg deur toerustingfinansierders, handelskrediet van verskaffers en die KSOK. Kyk na die resultate in tabelle 6.2, 6.4, 7.7 en 7.9.

Omrede onderkapitalisering een van die grootste bydraende faktore tot die mislukking van kleinsakeondernemings is, is dit nodig dat die voornemende entrepreneur baie meer kreatief na finansieringsbronne behoort te kyk. In die empiriese studie is die tradisionele bronne uitgelig. Tradisionele bronne soos handelsbanke, staatsinstellings en plaaslike regerings instansies behoort deur groot maatskappye en internasionale vennote vervang te word.

Die gevolgtrekking is dat groter maatskappye toenemend betrokke by die finansiering van kleiner instellings kan raak. Groot maatskappye wat byvoorbeeld afhanklik is van 'n produk of 'n diens wat die kleiner ondernemer of die franchisee lewer, kan by die finansiering van so 'n onderneming betrokke raak.

Die gevolgtrekking is dat daar na meer alternatiewe finansieringsbronne gekyk moet word. Deur tweede verbande op vaste eiendom te registreer, is 'n redelike goedkoop langtermynfinansieringsbron.

Die franchisor as finansieringsbron moet nie onderskat word nie. In die VSA het een uit elke vyf franchisors een of ander finansiële ondersteuningsprogram tot die beskikking van sy franchisees getref. Inligting wat deur die *International Franchise Association* verskaf is toon aan dat 25% van hul lede direk finansiering aan hul franchisees beskikbaar stel (Scarborough & Zimmerer, 1994:150).

Alternatiewe finansieringsbronne wat beskikbaar is, is die *US Aid*. Dit is 'n instansie wat aan die kleinsakesektor hulp verleen en veral op die agtergeblewe gemeenskappe fokus. Waarborges van tot 50% word verskaf wat dan die risiko van die banke aansienlik verminder.

'n Ander bron is die *Franchise Fund of South Africa* (FFSA). Dit is 'n gesamentlike onderneming tussen Nedcor, die Onafhanklike Ontwikkelingstrust, Sanlam, die Ontwikkelingsbank van Suider-Afrika en die *Commonwealth Development Corporation*.

Die FSSA verkry belange van tussen 30% en 49% in die franchises. Die belegging word binne sewe jaar afgelos deurdat die FSSA hul belange dan aan die aandeelhouders, bestuur of werknemers van die franchise verkoop. Dit word beskou as 'n ideale geleentheid aan die agtergeblewe gemeenskappe om 'n franchise te koop, omdat hulle dit normaalweg nie sou kon bekostig nie, en finansiering in die formele sektor nie maklik bekombaar is nie.

8.2.2 Gevolgtrekkings van die beskikbare finansieringsvorme wat gebruik word

In tabelle 6.5 en 7.10 is onderskeidelik die response van die twee vraelyste, ten opsigte van die vorme van korttermynfinansiering wat tot die beskikking van die franchisee is, aangetoon. Dit is bevestig dat die tradisionele banklening en die kredietlyn as die vernaamste korttermynkredietvorme aangedui is. In tabelle 6.7 en 7.12 is die banklening ook aangedui as die vorm van korttermynfinansiering wat die meeste gebruik word.

In die literatuurstudie is uitgewys dat groot ondernemings baie meer likied as kleiner ondernemings is. Dit word gereflekteer in hul onderskeie bedryfskapitaalverhoudings. Kleiner ondernemings het 'n groter behoefte aan korttermynfinansiering, omrede hul bedryfslaste as persentasie van totale skuld meer as die van groot ondernemings is. Kleiner ondernemings se debiteureomsetsnelheid en hul voorraadomsetsnelheid is hoër as die van groot ondernemings; gevolglik is die bedryfsbates relatief minder in verhouding tot die bedryfslaste. (Kyk na tabel 2.1, p. 15 vir die onderskeie verhoudingsgetalle). Bogenoemde likiditeitsverhoudings bevestig die algemene probleem van kleinsakeondernemings, naamlik 'n tekort aan bedryfskapitaal en kontantvloei probleme.

In die lig van bogenoemde behoefte wat daar by kleinsakeondernemings ten opsigte van korttermynfinansiering bestaan, en die resultate van die empiriese ondersoek, blyk dit dat daar 'n groot behoefte aan alternatiewe korttermynfinansieringsvorme bestaan. Die stokvelkonsep is 'n finansieringsmetode wat veral by swart mense ontwikkel is, om mekaar tydens die kort termyn te help. Dit is maar een metode wat uitgewys kan word, maar die behoefte aan alternatiewe korttermynfinansieringsvorme is groot.

Gepaard met die groter behoefte aan korttermynfinansiering, is die groter risiko vir die klein onderneming. As gevolg van die verhoogde risiko het swak besluitneming 'n groter effek op die kleinsakeonderneming. Die resultaat van bogenoemde is dat finansiering dan in meeste gevalle vir die klein onderneming duurder as vir die groot onderneming word.

In tabelle 6.8 en 7.13 word die onderskeie medium- tot langtermynfinansieringsvorme wat algemeen deur die franchisees gebruik word, aangedui. Afbetalingskredietooreenkomste en deur addisionele verbande op vaste eiendomme te registreer, blyk die gewildste metodes van medium- tot langtermynfinansiering te wees. Alternatiewe metodes soos faktoring is 'n opsie wat baie min gebruik word. Faktoring is een van die metodes wat 'n bydrae tot 'n verbeterde kontantvloeisituasie kan lewer.

Bruikhure en veral bedryfsbruikhure waar die franchisee die voordeel van instandhouding en diens van die bate in die kontrak kan insluit, is 'n finansieringsvorm wat meer benut kan word.

8.3 PROBLEME WAT DIE FRANCHISE-BEDRYF MET FINANSIERING ERVAAR

8.3.1 Algemene probleme wat kleinsakeondernemings ervaar

In hierdie paragraaf word eers die algemene probleme wat die kleinsakesektor ondervind, bespreek. In paragraaf 8.3.2 word die algemene probleme wat voornemende franchisees ervaar bespreek en daarna word in paragraaf 8.3.3, samevattend die spesifieke probleme wat franchisees ten opsigte van finansiering ondervind, aangebied.

Uit die resultate van die empiriese ondersoek word daar in tabel 6.11 die algemene probleme wat kleinsakeondernemings ervaar, uiteengesit. Dit was die respons van die banke en ander finansiële instellings. Die algemeenste probleme wat kleinsakeondernemings ervaar, is soos volg uitgewys:

- ◆ die gebrek aan kennis en bestuurservaring, en
- ◆ die gebrek aan marknavorsing.

In die derde plek is die toeganklikheid tot finansiering met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.60 uit 4 as 'n probleem aangedui.

Dieselfde vrae is aan die franchisors voorgehou en die resultate word in tabel 7.14 uiteengesit. Die gebrek aan sakekennis en bestuurservaring met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.56 en die toeganklikheid tot finansiering met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.53 uit 4 word as die vernaamste probleme wat in die kleinsakesektor ervaar word, aangedui.

In 'n volgende gedeelte is dieselfde probleme voorgehou, maar is die respondente versoek om die algemene probleme wat *franchisees* ervaar, uit te lig.

8.3.2 Algemene probleme wat voornemende franchisees ervaar

In tabel 7.4 word die algemene probleme wat die voornemende franchisee ervaar, uiteengesit. Op 'n intervallskaal het 14 % finansieringsprobleme as 'n probleem wat altyd voorkom, aangedui. 'n Verdere 41.9% het aangetoon dat finansieringsprobleme gereeld voorkom. Die probleem wat hier in die tweede plek aangetoon is, is die gebrek aan sakekennis en bestuurservaring.

Interessante gevolgtrekkings kan gemaak word deur die inligting in bogenoemde twee paragrawe met mekaar te vergelyk. In die geval van algemene probleme wat die kleinsakeonderneming ervaar, was die gebrek aan kennis en bestuurservaring prominent. Banke en finansiële instellings het die gebrek aan marknavorsing tweede en finansieringsprobleme derde geplaas.

In die geval waar die vraag op die franchisees van toepassing was, het daar 'n klemverskuiwing plaasgevind. Finansieringsprobleme is toe as die mees prominente probleem aangetoon, gevolg deur die gebrek aan sakekennis en bestuurservaring.

Bogenoemde klemverskuiwing kan soos volg verklaar word:

- ◆ Dit bevestig een van die voordele van die franchising-konsep, naamlik dat die bestuurskundigheid en die ervaring vanaf die franchisor aan die franchisee oorgedra

word. Die franchising-konsep onderskep dus die probleem van te min sakekennis en bestuurservaring.

- ◆ Dit is in baie gevalle duurder om 'n franchise-onderneming aan te koop; gevolglik is daar 'n groter behoefte aan finansiering en daarom word 'n groter prominensie aan die finansieringsprobleem verleen.

8.3.3 Die finansieringsprobleme van voornemende franchisees

Volgens die resultate soos dit in tabel 6.12 uiteengesit is, is sewe van die tien respondente wat die banke en finansiële instellings verteenwoordig daarvan oortuig dat die toeganklikheid tot finansiering 'n struikelblok vir voornemende entrepreneurs is. In tabel 7.15 bevestig 83.7% franchisors bogenoemde stelling. In die lig van bogenoemde respons is dit duidelik dat hierdie studie relevant is en 'n wesenlike probleem aanspreek.

Nadat die finansieringsprobleem uitgelig is, is die probleem verder ondersoek deur te identifiseer watter spesifieke probleme ten opsigte van finansiering ervaar word.

Tabel 6.15 bied die resultate van die banke en ander finansiële instellings aan. Onvoldoende sekuriteit gevolg deur te min eie kapitaal word as die vernaamste probleme uitgelig. Te min finansieringsbronne tot beskikking van die voornemende franchisee word deur die banke en die finansiële instellings derde geplaas. Die banke en die finansiële instellings is van mening dat hul die franchising-konsep verstaan met 'n rekenkundige gemiddelde van 1.88 uit 4.

In tabel 7.18 word die resultate van die franchisors uiteengesit. Te min eie kapitaal en 'n gebrek aan sekuriteit met rekenkundige gemiddeldes van onderskeidelik 2.93 en 2.84, word as die vernaamste probleme deur die franchisors uitgelig. In die derde plek word te min finansieringsbronne met 'n rekenkundige gemiddelde van 2.40 as 'n probleem aangedui. Baie naby aan bogenoemde resultaat met 'n rekenkundige gemiddeld van 2.33, word die feit dat banke en finansiële instellings nie die franchising-konsep verstaan nie, as 'n probleem aangedui.

Dit is logies dat die banke en finansiële instellings se respons sal wees dat hulle wel die franchising-konsep verstaan, maar dit is interessant dat die franchisors dit tog as 'n probleem met 'n relatief hoë rekenkundige gemiddelde uitgewys het.

Die gevolgtrekking is dat daar wesenlike probleme ten opsigte van die finansiering van voornemende franchisees bestaan. Die gebrek aan te min finansieringsbronne is alreeds in paragraaf 8.2.2 bevestig. Daar is baie min persone wat nie die probleem van te min eie kapitaal sal ervaar nie. Slegs enkeles het self kapitaal gegenereer, groot bedrae geld geërf of 'n groot uitdienstredingspakket ontvang.

Die probleem ten opsigte van te min sekuriteit is ook 'n algemene probleem. Die banke en finansiële instellings stel hoë eise ten opsigte van sekuriteit. Hulle is baie versigtig om te veel risiko in terme van finansiering te neem. Die praktyk het reeds bevestig dat banke meer konserwatief in hul kredietverskaffing aan nuwe ondernemings as aan reeds gevestigde ondernemings is. Die volgende gedeelte van die gevolgtrekkings vind aansluiting by bogenoemde probleem, naamlik te min sekuriteit.

8.4 DIE WAARDE VAN DIE FRANCHISE-KONSEP BY FINANSIERINGS-AANSOEKE

8.4.1 Inleiding

In hoofstuk 3 is daar 'n perspektief ten opsigte van franchising gebied. Die verskillende franchising-vorme, die geskiedenis van franchising en nog vele ander inligting van franchising is bespreek. In paragraaf 3.6 is die allesomvattende franchise-pakket uiteengesit. Na aanleiding van die beskikbare inligting in verband met die franchise-konsep, is die vraelyste saamgestel. Om die doelwitte van hierdie gedeelte van die navorsing te kon bereik moes die volgende aspekte aangespreek word:

- ◆ om die voordele van die franchise-konsep te bevestig;
- ◆ om belangrike aspekte wat deel van die franchising-konsep is, te bevestig en uit te lig;
- ◆ om die rol wat die franchisor speel, te bepaal;

- ◆ om belangrike inligting wat die reputasie en die waarde van die franchisor bepaal, te identifiseer;
- ◆ om die verband tussen aanvangskapitaal en diensteheffings en die waarde van die franchisor, vas te stel, en
- ◆ om vas te stel of die waarde van die franchise-konsep of die waarde van die franchisor enige voordele in verband met finansiering vir die voornemende franchisees inhou.

Die gevolgtrekkings in verband met bogenoemde doelwitte word in die volgende paragrawe bespreek.

8.4.2 Die voordele van die franchise-konsep

In tabel 6.18 bevestig 8 van die 10 banke en finansiële instellings dat die allesomvattende pakket en die ondersteuning wat die franchisee ontvang beslis voordele vir die finansieringsaansoek inhou. In tabel 7.19 het 95.3% franchisors bogenoemde stelling bevestig. Die gevolgtrekking is dus dat die franchise-konsep sekere voordele vir die finansiering van voornemende franchisees inhou.

Na bevestiging van bogenoemde was die doel om presies te bepaal watter aspekte wat deel van die franchising-konsep uitmaak as belangrik geag word. Die resultate van tabelle 6.19 en 7.20 word in volgorde van belangrikheid, volgens die rekenkundige gemiddeldes wat behaal is, weergegee:

- ◆ Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.
- ◆ Die reputasie van die franchisor.
- ◆ Opleiding wat deur die franchisor verskaf word.
- ◆ Bemakingsteun wat die franchisee van die franchisor ontvang.
- ◆ Tegnieëse inligting wat verskaf word, soos bedryfshandleidings.
- ◆ Marknavorsing en produkontwikkeling.
- ◆ Hulp met beplanning, ontwerp en oprigting van die onderneming.

- ◆ Gebiedsbeskerming deur die franchisor.

Die gevolgtrekking is dat die totale franchising-konsep in al sy fasette belangrik is. Die afleiding word versterk deur die feit dat sewe van die agt aspekte wat genoem is, se rekenkundige gemiddeldes hoër as 3 uit 4 was.

Die belangrikste aspekte is egter die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk en die reputasie van die franchisor.

8.4.3 Die reputasie van die franchisor

In tabel 6.20 en tabel 7.21 is die respons ten opsigte van die vraag of die reputasie van die franchisor as 'n faktor gesien kan word om finansieringsrisiko te verlaag, uiteengesit.

Nege uit die tien banke en die finansiële instellings het bevestig dat die franchisor se reputasie die finansieringsaansoek gunstig kan beoordeel. In die geval van die franchisors het 100% respondente bogenoemde stelling bevestig.

Die gevolgtrekking is dat 'n goeie reputasie van 'n franchisor op een of ander wyse die voornemende franchisee se finansieringsaansoek positief behoort te beïnvloed. Dit mag wees dat minder eie kapitaal verlang mag word, laer rentekoerse mag geld as gevolg van laer risiko, of minder sekuriteit vereis mag word.

Indien 'n voornemende franchisee 'n franchise-onderneming wil aankoop, word die aankoopprys vir die totale pakket vasgestel. Ingesluit in die pakket is normaalweg die vaste bates en toerusting wat die franchisor verskaf en/of die koste om die perseel toe te rus. Die volgende items is normaalweg deel van die aankoopprys:

- ◆ die opleiding vir die eerste fase wat deur die franchisor verskaf word;
- ◆ die bedryfshandleidings of die intellektuele eiendom wat die produk- en/of diensnavorsing wat reeds gedoen is, insluit;
- ◆ deurlopende ondersteuning aan die franchisee;
- ◆ beproefde administratiewe en finansiële stelsels indien beskikbaar, en

- ◆ die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.

Die franchisee koop dus nie net vaste bates nie, maar ook ontasbare of immatriële bates. Volgens Belkaoui (1992:399) word patentregte, franchise-waarde en handelsmerke as identifiseerbare ontasbare bates beskou. Soos uiteengesit in paragraaf 4.3.3, voldoen die franchise-waarde aan al die vereistes wat daargestel word ten einde vir 'n bate te klassifiseer. Die gevolgtrekking is dat die franchise-waarde op 'n wyse in die risiko van die finansieringsaansoek verdiskonteer behoort te word of in 'n mate as sekuriteit aanvaar moet word.

8.4.4 Aspekte wat die waarde van die franchisor bepaal

In paragraaf 8.4.2 is reeds bewys dat die franchisor se reputasie, benewens die reeds gevestigde handelsmerk, as die tweede belangrikste aspek van die franchising-konsep, beskou word. In die lig daarvan, was die doel van die ondersoek om vas te stel hoe die reputasie van die franchisor bepaal kan word. Met ander woorde watter aspekte wat meetbaar is, kan 'n aanduiding van die waarde van die franchisor gee.

In tabel 7.22 word die inligting wat 'n aanduiding van die waarde kan wees, weergegee. Dit word in volgorde van belangrikheid soos volg uiteengesit:

- ◆ die kontraktuele verbintenis tussen die franchisee en die franchisor;
- ◆ die tydperk wat die franchisor reeds in die bedryf is;
- ◆ die markaandeel van die franchisor, en
- ◆ die aantal afsetpunte wat suksesvol bedryf word.

Bogenoemde items is feitlik almal waarneembaar en/of meetbaar. Gesien uit 'n finansieringsoogpunt behoort dit nie te moeilik vir die verskaffer van finansiering te wees om 'n waardebeoordeling van die franchisor te doen nie. So 'n waardebeoordeling van die franchisor behoort die verskaffer van finansiering in staat te stel om die risiko van die aansoek beter te beoordeel. Bogenoemde waardebeoordeling van die franchisor behoort die voornemende franchisee se finansieringsaansoek positief te beïnvloed.

8.4.5 Die verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings en die waarde van die franchisor

In tabel 6.22 bevestig 6 uit 10 van die banke en finansiële instellings dat daar nie 'n verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings en die waarde van die franchisor is nie. In tabel 7.23 bevestig 53.5% franchisors, bogenoemde stelling. Die gevolgtrekking op grond van die empiriese studie is dat daar nie 'n verband tussen die aanvangskapitaal en diensteheffings en die waarde van die franchisor bestaan nie.

In die literatuurstudie is die teendeel bevind. Navorsing deur Baucus, Baucus en Human (1993:93) het bevind dat daar wel 'n positiewe verband tussen die aanvangskapitaal en die diensteheffings en die waarde van die franchisor is. Die gevolgtrekking is dat 'n voornemende franchisee meer gaan betaal vir 'n franchise wat homself reeds bewys het, wat reeds 'n gevestigde handelsmerk het en boonop bekend is vir kwaliteit diens en ondersteuning aan sy franchisees.

8.4.6 Die aanvaarbaarheid van die waarde van die franchisor as sekuriteit

Die banke en die finansiële instellings is direk gekonfronteer met die vraag of hulle die waarde van die franchisor, soos in voorafgaande paragrawe beskryf is, as sekuriteit sal aanvaar. Een uit tien respondente was positief, twee onseker en die ander sewe het negatief gereageer.

Die gevolgtrekking is dus dat die waarde van die franchisor 'n belangrike rol in die beoordeling van die finansieringsaansoek speel, maar dat dit nie as sekuriteit aanvaarbaar is nie.

Indien terugverwys word na bogenoemde paragrawe (8.4.1 tot 8.4.4), was daar positiewe terugvoering oor die volgende aspekte:

- ◆ In paragraaf 8.4.2 is tot die gevolgtrekking gekom dat die franchise-konsep definitief voordele vir die voornemende franchisee se finansieringsaansoek inhou;

- ◆ In paragraaf 8.4.2 is ook die belangrikste aspekte wat deel van die franchise-konsep uitmaak, uitgelig. Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk asook die waarde of reputasie van die franchisor word as prominente aspekte aangedui;
- ◆ Die gevolgtrekking in paragraaf 8.4.3 is dat die waarde of die goeie reputasie van die franchisor die risiko van die finansieringsaansoek verlaag;
- ◆ Die franchise-waarde soos dit in paragraaf 8.4.4 uiteengesit is, is 'n ontasbare of immateriële vaste bate, en alhoewel dit 'n positiewe rol speel in die evaluering van die finansieringsaansoek, word dit nie as sekuriteit aanvaar nie.

8.4.7 Samevatting

In die lig van bogenoemde gevolgtrekkings en besprekinge blyk dit dat die voordele van die franchise-konsep, naamlik die goeie reputasie van die franchisor en die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk definitief tot voordeel van die voornemende franchisee se finansieringsaansoek strek. Dit gee aanleiding tot 'n verlaging in risiko.

Om bogenoemde aspekte in 'n meetbare voordeel uit te druk, is egter moeilik. Die banke en finansiële instellings waarmee persoonlike onderhoude gevoer is, was huiwerig om meer eksakte voordele uit te stip. Almal was dit eens dat die franchising-konsep, met 'n sterk franchisor, en 'n goeie verhouding tussen die franchisee en die franchisor, inherente eienskappe bevat wat risiko verminder.

8.5 DIE FRANCHISOR SE ROL IN VERBAND MET FINANSIERING

Omrede die franchisor se reputasie en die verhouding tussen die franchisee en die franchisor so belangrik is, is daar in die navorsing gepoog om die franchisor se rol in verband met die finansiering van die franchisee vas te stel.

In tabel 7.24 het 74.4% franchisors bevestig dat hulle ondersteuning aan die franchisee in terme van finansiering bied. In tabel 7.25 word die tipe ondersteuning wat aangebied word,

ontleed. Die vernaamste ondersteuning wat deur 83.7%, franchisors gelewer word, is om as 'n tussenganger op te tree en kontakpersone se name aan die franchisees te verskaf. 81.4% help die franchisee om sy aansoek om finansiering voor te berei en 72.1% reël kontakte vir die franchisee. Slegs 18.6% gee self finansiering aan die franchisee.

In die VSA het een uit elke vyf franchisors een of ander finansiële ondersteuningsprogram tot die beskikking van sy franchisees. Sommige van die franchisors verskaf die aanvangskapitaal of andersins waarborge of bruikhure op toerusting en ander vaste bates.

Die gevolgtrekking is dat die franchisor in Suid-Afrika nog nie so 'n aktiewe rol in die finansiering van franchises soos in die VSA speel nie. Die franchisors in die VSA is meer gewillig om die voornemende franchisee met die verskaffing van kapitaal en waarborge te help, terwyl die franchisors in Suid-Afrika se hulp merendeels op die verskaffing van inligting en die reël van kontakte gebaseer is.

8.6 DIE BETROKKENHEID VAN BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS BY DIE FINANSIERING VAN FRANCHISES

Van die banke en finansiële instellings wat die vraelys beantwoord het, het vier uit die tien gerespondeer dat hulle in hul onderneming 'n spesialisafdeling vir franchise-aangeleenthede het.

In tabel 7.26 het 79.1% franchisors bevestig dat die finansiële instelling waarmee hulle sake doen wel oor 'n spesialisafdeling vir franchises beskik.

In tabelle 6.24 en 7.28 is die dienste wat die banke en ander finansiële instellings aan franchises lewer, uiteengesit. Dit blyk dat advies aan die voornemende franchisee en telefoniese kontak met die franchisee van die belangrikste dienste is wat gelewer word. Agt uit die tien banke en finansiële instellings het bevestig dat hul die perseel besoek en vier is ten gunste van gunstiger rentekoerse en/of uitstel van die kapitaaldelging.

Die gevolgtrekking is dat die banke wel franchising as 'n konsep uitsonder wat spesiale hantering en aandag verdien, maar dat dit nog verder kan ontwikkel. Hul lewer addisionele dienste aan die voornemende franchisee, maar dit is hoofsaaklik tot advies beperk.

In die literatuurstudie is bevind dat 44% franchisees in Brittanje van handelsbankfinansiering gebruik maak (Stern & Stanworth, 1994:19). Uit die resultate van hierdie studie is handelsbanke ook as die prominentste finansieringsbron aan franchises in Suid-Afrika aangedui. Volgens Stern en Stanworth (1994:19) is die vernaamste oorsaak van groei in die franchise-bedryf toe te skryf aan die erkenning en die ondersteuning wat die bedryf van die bankwese ontvang het.

Handelsbanke is dus baie belangrik vir die franchise-bedryf en begrip en ondersteuning van die handelsbanke en ander finansiële instellings wat met franchises te make het, kan die bedryf stimuleer.

Tydens die onderhoude wat met die banke en die finansiële instellings gevoer is, is bevind dat bankiers normaalweg ontevrede met die formaat van die voornemende lener se aansoek om finansiering is. In die lig van die belangrikheid van handelsbanke en bogenoemde ontevredenheid is daar dan gepoog om in hierdie studie vas te stel wat die vereistes vir 'n aansoek om finansiering is.

8.7 DIE VEREISTES WAT DEUR BANKE EN ANDER FINANSIËLE INSTELLINGS GESTEL WORD

8.7.1 Die finansieringsaansoek

Die gevolgtrekking is dat alle inligting so volledig as moontlik aangebied behoort te word. Al tien respondente het 'n sakeplan, begrotings, kontantvloei-inligting, die bedrag benodig en die tydperk waarvoor die finansiering benodig word, aangedui (verwys na tabel 6.25).

In tabel 6.26 word die response uiteengesit ten opsigte van die inligting wat in die sakeplan behoort te wees. Die respondente het alle inligting as belangrik aangedui soos dit in die vraag gestel is. Die inligting wat in die sakeplan verlang word, word soos volg uiteengesit:

- ◆ Oorsig en bestuursopsomming.
- ◆ Inligting oor die produk of diens wat gelewer word.
- ◆ Ontleding van die mark.
- ◆ Bemarkingstrategieë.
- ◆ Samestelling van die bestuur.
- ◆ Die verwagte inkomstestaat.
- ◆ Die verwagte balansstaat.
- ◆ Die bedryfstak waarin die onderneming opereer.
- ◆ Die verwagte gelykbreekpunt.
- ◆ 'n Beskrywing van die vervaardigingsproses, waar dit van toepassing is.

In tabel 4.4 word 'n raamwerk van 'n sakeplan aan die voornemende franchisee voorgehou. Die gevolgtrekking is dat voornemende franchisees 'n deeglike studie van die franchisor, sy reputasie en die finansiële resultate van franchisees wat reeds in die bedryf is, moet onderneem, en die nodige inligting in die sakeplan moet insluit. Die sakeplan behoort so deeglik as moontlik voorberei te word. Die handelsbanke en die ander finansiële instellings behoort dus oortuig te word dat die voornemende franchisee sy huiswerk goed gedoen het.

8.7.2 Die voornemende franchisee se persoonlikheidseienskappe

Die franchisor en die verskaffer van finansiering stel ook sekere vereistes aan die persoonlikheidseienskappe van 'n voornemende franchisee. Agt uit die tien respondente wat die banke en ander finansiële instellings verteenwoordig, het bevestig dat die persoonlikheidseienskappe ook in aanmerking geneem word indien 'n finansieringsaansoek oorweeg word. Hardwerkendheid, doelgerigtheid en mensingesteldheid is as die belangrikste persoonlikheidseienskappe uitgewys. Daarna het kreatiwiteit gevolg.

Koenderman (1994:7) se mening is dat geld nie 'n entrepreneur se grootste behoefte is nie, maar wel bestuursvaardighede. Die ondernemer behoort dus ook die regte

persoonlikheidseienskappe te hê. Ander inligting wat tydens die onderhoude met die respondente uitgekóm het is, die belangrikheid van die voornemende franchisee se finansiële geskiedenis.

Die finansieringsaansoek behoort baie deeglik en volledig op papier uiteengesit te word, maar dit blyk steeds nie die enigste maatstaf vir 'n suksesvolle aansoek te wees nie. Die oorweging van 'n finansieringsaansoek is 'n komplekse aangeleentheid en soveel inligting as moontlik behoort beskikbaar te wees.

8.7.3 Belangrike finansiële maatstawwe

In tabel 6.29 word die finansiële maatstawwe soos dit deur die banke en ander finansiële instellings verlang word, uiteengesit. Dit word aangedui in volgorde van frekwensie wat op die aantal response wat verkry is, dui. Belangrike finansiële maatstawwe is die volgende:

- ◆ Die bedryf waarin die onderneming funksioneer.
- ◆ Die skuldverhouding (eie kapitaal : vreemde kapitaal).
- ◆ Verwagte opbrengs op kapitaal.
- ◆ Die voorraadomsnelheid.
- ◆ Die bedryfshefboom.
- ◆ Die debiteureomsnelheid.
- ◆ Die bedryfsiklus van die onderneming.
- ◆ Die finansiële hefboomwerking.
- ◆ Vaste koste in verhouding tot veranderlike koste.
- ◆ Die bedryfslaste as persentasie van totale bates.
- ◆ Die bedryfslaste as persentasie van totale skuld.

In die literatuur is die belangrikheid van finansiële maatstawwe en veral die wat van toepassing op kleinsakeondernemings is volledig bespreek. Daar is bewys dat

kleinsakeondernemings 'n meer beperkte toegang tot die finansiële markte het en dat hul meer op korttermynfinansiering aangewese is. Daarom is die finansiële maatstawwe belangrik wat op die voornemende onderneming se likiditeit dui.

Die keuse van die onderneming se finansieringsmengsel is baie belangrik. Die finansieringsmengsel dui op die verhouding tussen eie en vreemde kapitaal in 'n onderneming. Die hoeveelheid skuld (vreemde kapitaal) as deel van die totale kapitaalstruktuur staan as die finansiële hefboom van die onderneming bekend. Daar is bewys dat die kleinsakeonderneming se koste van vreemde kapitaal meer sensitief is vir veranderinge in die ekonomie. Swak ekonomiese toestande met 'n styging in die koste van vreemde kapitaal het dus 'n groter negatiewe impak op die opbrengs van die kleinsakeonderneming.

In die lig van bogenoemde behoort die kleinsakeonderneming en die voornemende franchisee baie weldeurdagte besluite ten opsigte van die bestuur van hul skuldverhouding te maak. Daarom is die skuldverhouding, soos beoordeel uit die oogpunt van die verskaffer van finansiering so belangrik.

Die mark waarin die onderneming opereer, is belangrik omdat dit verband hou met die bedryfsrisiko of sakerisiko van die onderneming. Die bedryfs- of sakerisiko verwys na die wisselvalligheid wat daar in die onderneming se verwagte inkomste voor rente en belasting kan wees. Indien die bedryf waarin die onderneming funksioneer baie mededingend is, of baie sensitief is vir veranderinge in die ekonomie, sal 'n onderneming met heelwat vaste bedryfsuitgawes 'n hoë sakerisiko wees.

Indien die onderneming 'n hoë bedryfshoëfboomfaktor het, sal die relatiewe veranderlikheid op die verdienste voor rente en belasting nog meer toeneem met 'n gepaardgaande verhoging in die sakerisiko van die onderneming.

Finansiële maatstawwe is dus baie belangrike aanwysers van 'n onderneming se verwagte sukses en risiko en behoort deeglik bestuur te word.

8.8 FRANCHISING EN MINDERBEVOORREGTE GROEPE IN SUID-AFRIKA

Een van die doelwitte van die Witskrif oor kleinsake handel oor die strategieë wat ontwikkel moet word om die minderbevoorregte groepe te bemagtig en te bevorder. Statistiek soos versamel deur Parker en Gorden (1995:3) het aangetoon dat 91% franchise-ondernemings deur blankes besit word, 5% deur swartes, 1% gekleurdes en 3% Asiërs. Onlangse gegewens toon dat daar vanaf 1994 tot 1996 'n toename van 5% was in franchises wat deur swartes besit word. Die eienaarskap van die gekleurdes het ook toegeneem (Pretorius, 1996:14).

Volgens inligting wat in hierdie studie ingesamel en in tabel 7.3 uiteengesit is, is daar 40% franchisors wat 2 en minder anderkleurige franchisees het. 35% het tussen 3 en 9 anderkleurige franchisees wat hul eie afsetpunte besit. 15% het tussen 10 en 19 franchisees wat hul eie afsetpunte besit.

Volgens bogenoemde statistiek wil dit lyk asof die minderbevoorregte groepe se eienaarskap besig is om te groei, alhoewel daar nog baie ruimte vir ontwikkeling is.

Bogenoemde probleem kan aangespreek word indien groot wit ondernemings kan help om klein en middelgrootte swart ondernemings te ondersteun. Die ondersteuning kan wees om gesamentlike ondernemings te vestig, sakenetwerke met swart entrepreneurs te skep en konsortiums te vorm.

Banke behoort meer tegemoetkomend te wees en ware vennootskappe met ondernemings met groeipotensiaal te vorm. Bogenoemde stellings is ook van toepassing op franchises en soos reeds bewys is die franchise 'n kleiner risiko vir die bank as ander kleinsakeondernemings. As die ondersteuning in ag geneem word wat die franchisee wat baie onkundig is van die franchisor ontvang, behoort die franchise-konsep redelike goeie resultate in die voorheen minderbevoorregte groepe te behaal.

Die franchise-bedryf behoort uitgesonder te word as een van die belangrikste inisiatiewe wat kan help om die regering se Heropbou en ontwikkelingsprogram te ondersteun. Die bedryf bied ondersteuning, leiding en opleiding aan entrepreneurs en verwyder struikelblokke wat

nuwe ondernemings kniehalter. Die bedryf bied ook werksgeleenthede aan werkers wat voorheen nie opgelei is of oor vaardighede beskik het nie. Daar bestaan moontlikhede vir uitbreiding veral in die kleinhandel-afsetpunte in tradisioneel swart woongebiede.

Die franchise-bedryf bied dus 'n aantreklike en opwindende geleentheid aan entrepreneurs wat in die sakewêreld betrokke wil raak, maar dit nie op hul eie kan aanpak nie.

8.9 AANBEVELINGS

Die aanbevelings wat uit hierdie navorsing moontlik is kan soos volg uiteengesit word:

- ◆ Die voornemende franchisee behoort meer kreatief na finansieringsbronne te kyk en behoort alle opsies te oorweeg. Dit is belangrik dat die finansieringsbron by die behoefte in verband met finansiering aanpas. 'n Korttermynfinansieringsbehoefte moet nie deur 'n langtermynfinansieringsbron gefinansier word nie.
- ◆ Groot maatskappye behoort al hoe meer betrokke te raak by die finansiering van kleiner ondernemings soos franchises. Sodoende kan 'n bydrae gelewer word ter stimulering van die kleinsakesektor en uiteindelik tot voordeel van die totale ekonomie.
- ◆ Daar word aanbeveel dat die franchisor 'n meer aktiewe rol moet speel in die verskaffing van finansiering aan die voornemende franchisee. Die franchisor wat daartoe in staat is, behoort nie net die voornemende franchisee met sy aansoek om finansiering by te staan nie, maar behoort self ook meer by die verskaffing van krediet of waarborge betrokke te wees.
- ◆ Die banke en die finansiële instellings kan baie nouer met die franchisor saamwerk as dit by kredietverskaffing kom. So 'n samewerking kan tot voordeel van die voornemende franchisee, die franchisor en die verskaffer van krediet wees.
- ◆ Banke stel hoë eise in terme van die verskaffing van sekuriteit en daar is min mededinging tussen die banke. Die aanbeveling is dat banke bereid moet wees om meer

risiko te dra, en dat dit aanleiding behoort te gee tot 'n gesonde mededinging tussen die onderskeie kredietverskaffers.

- ◆ Die groot mate van klem wat daar op sekuriteit geplaas word, behoort plek te maak vir ander meer oordeelkundige beoordelingsmaatstawwe. Die lewensvatbaarheid van 'n onderneming behoort meer gewig te dra en in hierdie geval die lewensvatbaarheid van die franchise.
- ◆ Banke en ander finansiële instellings moet seker maak dat hul die franchising-konsep verstaan. Die franchising-konsep met al sy fasette behoort in aanmerking geneem te word om die risiko vir die voornemende franchisee se finansiering te verlaag. Die franchise-waarde behoort dus in die risiko van die finansieringsaansoek verdiskonteer te word.
- ◆ Die banke en die finansiële instellings behoort die volgende aspekte wat in die studie uitgewys is om die waarde en die reputasie van die franchisor te bepaal, in aanmerking te neem indien 'n finansieringsaansoek beoordeel word:
 - ◇ Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisee en die franchisor.
 - ◇ Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is.
 - ◇ Die markaandeel waaroor die franchisor beskik.
 - ◇ Die aantal afsetpunte van die franchisor.
 - ◇ Is die franchisor 'n lid van FASA.
 - ◇ Die inhoud van die openbaarmakingsdokument van die franchisor.
- ◆ Die bankwese behoort groter erkenning aan die franchise-bedryf te gee.
- ◆ Voornemende franchisees word aanbeveel om hul finansieringsaansoek baie noukeurig voor te berei. 'n Deeglike sakeplan, soos voorgestel in tabel 4.4, is 'n vereiste. Belangrike finansiële maatstawwe soos dit in paragraaf 8.7.3 bespreek is, moet by die aansoek ingesluit word.

- ◆ Voornemende franchisees moet kreatief na alternatiewe bronne en metodes van finansiering soek.

'n Alternatiewe vorm van finansiering wat beslis vrugte afwerp, is die metode waarvolgens 'n belang in die onderneming vir 'n tydperk aan 'n instelling, soos die *Franchise Fund of South Africa* (FSSA), verkoop word. Na 'n sekere tydsverloop word die belang dan aan die aandeelhouders, bestuur of werknemers van die franchise verkoop. Die KSOK is ook 'n voorstander van bogenoemde metode van tydelike aandeelhouding in 'n lewensvatbare onderneming om as finansieringsbron te dien. Die KSOK word dan 'n ekwiteitsvennoot in daardie onderneming wat slegs beperkte sekuriteit en eie kapitaal kan aanbied. Die KSOK Beperk tree dan as beide belegger en finansierder op. As vergoeding vir hierdie risiko sal die KSOK Beperk in toekomstige winste en kapitaalgroei van die onderneming deel. Bogenoemde konsep verbeter die finansiële hefboomverhoudings en verminder die maandelikse verpligtinge in die onderneming.

Daar word aanbeveel dat die voornemende franchisee ook bedryfsbruikhure as 'n alternatiewe metode moet oorweeg. Indien die onderneming reeds gevestig is, is faktorering 'n finansieringsmetode wat kontantvloei kan bevorder.

Te min alternatiewe bronne het aanleiding gegee tot 'n toename in die sogenaamde grysmark kredietverskaffers.

8.10 VOORSTELLE VIR VERDERE STUDIE

Verskeie aspekte wat in die studie oorhoofs en nie spesifiek ondersoek is nie, kan in meer diepte nagevors word, byvoorbeeld:

'n Ondersoek na die sukses of mislukningskoers van franchise-ondernemings in Suid-Afrika.

'n Deeglike ondersoek na die verskille tussen ander kleinsakeondernemings en franchises kan onderneem word.

Om by wyse van 'n gevallestudie te beoordeel hoe banke finansieringsaansoeke van franchises evalueer.

'n Onderzoek na die rol wat die franchisor in die bepaling van risiko speel.

Dieselfde studie kan onderneem word maar dan word die franchisees as respondente gebruik wat alreeds 'n finansieringsaansoek voltooi het. Dit ondersoek fokus dan op die franchisee se ervaring van finansiering.

8.11 SAMEVATTING

Die probleemstelling en die doelstellings van die studie is weer in oënskou geneem. Met dit in gedagte is die gevolgtrekkings en aanbevelings wat uit die navorsing moontlik is, aangebied. Daarna is voorstelle vir verdere studies wat uit hierdie kan voortvloei bespreek.

Ten slotte word bevestig dat indien finansiering meer toeganklik vir die voornemende franchisee is, die bedryf baie moontlikhede inhou. Een van die sektore wat tans baie geleenthede bied, is onderwys en opleiding. 'n Ander groeigeleentheid is die nutsman wat met sy bakkie, toegerus met die nodige apparaat, herstel- of vervangingswerk by huise of ondernemings doen. Plaaslike entrepreneurs of franchisors kan dit ook oorweeg om franchises in ons buurlande te vestig.

Indien die franchise-bedryf groei kan dit aanleiding gee tot 'n sterker kleinsakesektor wat onder meer sal help om werk te skep en ekonomiese vooruitgang te bevorder. Ervaring wêreldwyd het reeds bewys dat ondernemerskap die beste manier is om werkloosheid te bekamp.

BIBLIOGRAFIE

- AAKER, D.A., KUMAR, V. & DAY, G.S. 1995. Marketing research. 5th ed. New York : Wiley. 781p.
- ALBERTS, N. 1996. The management of small and medium enterprises. *Accountancy and finance update*, 1(2):19-21, June.
- ANON. 1988. Financing your franchise. *Entrepreneur* (Los Angeles, Calif.), 17(1):91-94, January.
- ANON. 1993. Why franchising could be the best option. *African business and Chamber of Commerce review*, : 24, May/June.
- ANON. 1996a. Franchise your business and get rich. *Southern Africa's journal of business opportunities*, : 44-45, Summer.
- ANON. 1996b. KSOK-finansiering vir kleinsake-ondernemings. *Entrepreneur* (Potchefstroom), 5:7.
- AUSTRALIA. Department of industry and commerce. 1979. Managing the small business series: evaluating a franchise. Canberra : Australian Government Publishing Service. 12p.
- BARBER, J. 1995. Sound information on getting started. *African business*, (2):10, May.
- BATES, T. 1995. Analysis of survival rates among franchise and independent small business startups. *Journal of small business management*, 33(2):26-30, April.
- BAUCUS, D.A., BAUCUS, M.S. & HUMAN, S.E. 1993. Choosing a franchise: how base fees and royalties relate to the value of the franchise. *Journal of small business management*, 31(2):91-104, April.

- BELKAOUI, A.R. 1992. Accounting theory. 3rd ed. Homewood, Illinois : University of Illinois. 539p.
- BEYERS, L.J.E. 1996. Die bestuur van die verhouding tussen franchise-houer en franchise-handelaar in die Suid-Afrikaanse restaurant-en kitskosbedrywe. Potchefstroom : PU vir CHO. (Proefskrif - Ph.D.) 221p.
- BOSWELL, A. & LIPPERT, C. 1995. Franchise special. *Drinks*, 1(10):17-18, May.
- BRUWER, P.J.S. & HAVENGA, J.J.D. 1995. The utilization of expert systems in the strategic management process of SME's. *Journal of small business and entrepreneurship*, 12(2):19-18, April/June.
- CARLAND, J. & CARLAND, J. 1990. Small business management: tool's for success. Boston, Mass. : PWS-Kent. 696p.
- CASTROGIOVANNI, G.J., BENNETT, N. & COMBS, J.G. 1995. Franchisor types: reexamination and clarification. *Journal of small business management*, 33(1):45-55, January.
- CASTROGIOVANNI, G.J., JUSTIS, R.T. & JULIAN, S.D. 1993. Franchise failure rates: an assessment of magnitude and influencing factors. *Journal of small business management*, 31(2):105-115, April.
- CHAN, P.S. & JUSTIS, R.T. 1993. Franchising in Spain. *Journal of small business management*, 31(2):128-131, April.
- CHONG, L.C. 1993. Franchising arrangements for entrepreneurship development in Singapore. *Journal of small business and entrepreneurship*, 2(1):35-42, October/December.
- CLOETE, G. 1996. Hulp aan klein sake val vas in rompslomp. *Finansies en tegniek*, 48(41):30, Oktober, 11.
- COETZEE, J. 1995. Franchises ontplof! *Finansies en tegniek*, 47(18):10-11, Mei, 5.

- COETZEE, J. 1995. Wat kos dit om 'n franchise te begin? *Finansies en tegniek*, 47(19):43-44, Mei, 12.
- COETZEE, J.E & VISAGIE, J.C. 1995. SME challenges in reconstructing South Africa. *Southern African journal for entrepreneurship*, 7(1):37-50, May.
- COHEN, J. 1988. Statistical power analysis for the behavioural sciences. 2nd ed. Hillsdale, N.J. : Erlbaum.
- COLLINS, M. 1993. Franchising:opportunities for entrepreneurship. *Marketing mix*, 8(5):59-60, May.
- COMBS, J.G. & CASTROGIOVANNI, G.J. 1994. Franchisor strategy: a proposed model and empirical test of franchise versus company ownership. *Journal of small business management*, 32(2):37-48, April.
- DANDRIDGE, T.C. & FALBE, C.M. 1996. The influence of franchisees beyond their local domain. *International small business journal*, 12(2):39-49.
- DE VILLIERS, T. 1994. Fokus op bedryfsreg. *Finansies en tegniek*, 46(21):49-58, Mei, 27.
- DELANEY, J. 1994. Franchise finds. *Executive female*, 17:26-27, January/February.
- DELPOR, R. 1996. Hoe die KSOK se nuwe produkte lyk. *Finansies en tegniek*, 48(31):14, Augustus, 2.
- DEWHURST, J & BURNS, P. 1993. Small business management. 3rd ed. Basingstoke, Hants : Macmillan. 418p.
- EMORY, C.W. & COOPER, D.R. 1991. Business research methods. 4th ed. Homewood, Illinois : Irwin.
- FALBE, C.M. & DANDRIDGE, T.C. 1992. Franchising as a strategic partnership: issues of co-operation and conflict in a global market. *International small business journal*, 10(3):40-51, April/June.

- FEDERAL BUSINESS DEVELOPMENT BANK (Canada). 1979. Buying a franchise. Montreal : FBDB. (Pamphlet no. 20.)
- FRANCHISE ASSOCIATION OF SOUTHERN AFRICA. 1997. The franchise book of Southern Africa: Incorporating the Franchise Opportunities Handbook 1997. Johannesburg. 104p.
- GARNER, M. 1992. Friendly takeover. *Entrepreneur*, 20(1):104-107, January.
- GARRISON, R.H. & NOREEN, E.W. 1994. Managerial accounting. 7th ed. Homewood, Illinois : Irwin.
- GASKILL, L.R., VAN AUKEN H.E. & MANNING, R.A. 1993. A factor analytic study of the perceived causes of small business failure. *Journal of small business management*, 31(4):18-31, October.
- GELDENHUYS, J.D.U. & VILJOEN, E.E. 1988. High finance dictionary. Groot finansiële woordeboek. English-Afrikaans. Johannesburg : Penrose.
- GRIESON, J.P. 1994. Self-employment innovation in Russia. *Small enterprise development*, 5(3):43-46, September.
- HARTNET, M. 1992. How safe are these things? *Restaurant business*, 91(5):66-67, March, 20.
- HETHERINGTON, I. 1996. Liberating small firm owners. *Accountancy and finance update*, 1(2):13-14, June.
- HING, J. 1995. Franchise satisfaction: contributors and consequences. *Journal of small business management*, 33(2):12-23, April.
- HISTRICH, R.D. & PETERS, M.P. 1992. Entrepreneurship: starting, developing and managing a new enterprise. 2nd ed. Homewood, Illinois : Irwin. 641p.
- HODGETTS, R.M. & KURATKO, D.F. 1989. Effective small business management. 3rd ed. San Diego, Calif. : Harcourt Brace Jovanovich. 590p.

- HOLMES, M. 1994. Spreading your wings. *Financial mail*, 133(10) September, 2. Supplement: independent business opportunity: 27-30.
- HOY, F. 1994. The dark side of franchising. *International small business journal*, 12(2):26-30, May.
- HOWELL, D.C. 1992. Statistical methods for psychology. 3rd ed. Boston, Mass, : PWS-Kent. 693p.
- HUBER, J. 1994. Early birds: thinking of investing in a fledgling franchise? *Entrepreneur* (Los Angeles, Calif.), 23(4):105-109, April.
- HUFFMAN, F. 1989. Franchise frenzy. *Entrepreneur* (Los Angeles, Calif.), 17(40):94-98, April.
- HUYSAMEN, G.K. 1993. Metodologie vir die sosiale en gedragswetenskappe. Halfweghuis : Southern Boekuitgewers.
- ILLETCHKO, K. 1991. Franchising: an international trend. *Enterprise* (Potchefstroom), 42:48, April.
- JUSTIS. R.T. & OLSEN, J.E. 1993. Using marketing research to enhance franchisee / franchisor relationships. *Journal of small business management*, 31(2):121-127, April.
- KAO, R.W.Y. 1992. Small business development. 3rd ed. Canada : Dryden. 560p.
- KAUFMANN, D.J. 1992. The first step. *Entrepreneur* (Los Angeles, Calif.), 20(1):90-97, January.
- KEOWN, A.J., SCOTT, D.F., MARTIN, J.D. & PETTY, W.J. 1994. Foundations of Finance. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall. 600p.
- KERLINGER, F.N. 1986. Foundations of behavioural research. 3rd ed. New York : Harcourt Brace Jovanovich. 667p.

- KOENDERMAN, T. 1994. Financing your new venture. *Financial mail*, 133(10), September, 2. Supplement: independent business opportunity: 27-30.
- KOSS, L. 1994. HFS, Choice offer funding to franchise. *Hotel and motel management*, 209:1, January, 10.
- LAMBRECHTS, I.J., red. 1990. Finansiële bestuur. 4de uitg. Pretoria : Van Schaik. 713p.
- LONGENECKER. J.G. & MOORE, C.W. 1994. Small business management: an entrepreneurial emphasis. 8th ed. Cincinnati, Ohio : South-Western Publishing. 828p.
- MALHORTA, N.K. 1993. Marketing research: an applied orientation. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- McGILLIS, S., SCHELL, B. & MORRISON, K. 1993. The usefulness of franchise legislation: perceptions of franchisees and franchisors in Canada. *Small business and entrepreneurship*, 10(4):56-68, July/September.
- McLANEY, E.J. 1991. Business finance for decision makers. Londen : Pitman. 369p.
- McMAHON, R.G.P. & HOLMES, S. 1991. Small business financial management practices in North America: a literature review. *Journal of small business management*, 29(2):19-30, April.
- MORRISON, K. 1995. Why do firms franchise? A test of two theoretical perspectives. *Journal of small business and entrepreneurship*, 12(1):84-99, January/March.
- NTOULA, R. 1993. The franchising highroad. *African business and Chamber of Commerce review*, : 20, May/June.
- PARKER, E. & GORDON, B. 1995. The franchise factor: first formal franchise survey in South Africa. Johannesburg : Perskor.

- POTCHEFSTROOMSE UNIVERSITEIT VIR CHO. Statistiese Konsultasiediens. 1991. Praktiese statistiek vir die geesteswetenskappe. Potchefstroom : Departement Statistiek.
- PRETORIUS, C. 1996. Boere kan nou kyk na konsessiegeleenthede. *Die Beeld*, S1, Sept. 30.
- PRETORIUS, C. 1996. Konsessiemark bied meer geleenthede. *Die Beeld*, S14, Okt. 21.
- PRETORIUS, C. 1996. Konsessies 'n veiliger metode om sakewêreld te betree. *Die Beeld*, S1, Sept. 30.
- RODKIN, B. 1995. Does your business have franchise potential? *African Business* : 6-8, February.
- ROSS, S.A., WESTERFIELD, R.W. & JORDAN, B.D. 1995. Fundamentals of corporate finance. 3rd ed. Homewood, Illinois : Irwin. 779p.
- RUITERS, A. 1996. Government strategies to promote the development of small business in South Africa. *Accountancy and finance update*, 1(2):8-10, June.
- S.A. FRANCHISE ASSOCIATION. 1989. Striving for excellence in franchising. SAFA, Prontaprint, South Africa. 12p.
- SCARBOROUGH, N.M. & ZIMMERER, T.W. 1993. Effective small business management. 4th ed. New York : MacMillan. 926p.
- SCHELL, B. & MCGILLIS, S. 1993. Franchise legislation disclosure information: views from franchisors and franchisees on its impact on franchisees' satisfaction and commitment levels. *Journal of small business and entrepreneurship*, 2(1):83-104, October/December.
- SCHLAGMANN, R. 1992. Franchise agreement. *Professional caterer*, : 63-64, April.

- SCHOLTZ, G.J. 1996. International opportunities for South African franchisors. (Paper delivered at the 9th Annual Conference of the International Council for Small Business - Southern Africa.). Malelane, Mpumalanga. 20p.
- SEKARAN, U. 1992. Research methods for business: a skill building approach. 2nd ed. New York : Wiley.
- SIEJAS, N. 1994. Franchising: the surest route to black empowerment? *Financial mail*, 132(11):85, June.
- SPRINGMAN, M. 1973. Equity and loan financing for the private company. Epping, Essex : Gower. 339p.
- STANWORTH, J. & DANDRIDGE, T. 1994. Business franchising and economic change: an overview. *International small business journal*, 12(2):12-14, January/March.
- STERN, P. & STANWORTH, J. 1994. Improving small business survival routes via franchising: the role of banks in Europe. *International small business journal*, 12(2):15-25, January/March.
- STROZIER, G.M. 1991. Fit for a franchise. *Entrepreneur* (Los Angeles, Calif.), 19(4):139-142, April.
- SUID-AFRIKAANSE RESERWE BANK. 1997. Banktoesighouding. [beskikbaar op Internet:] <http://www.resbank.co.za>. [datum van gebruik 3 Februarie 1998].
- SWARTZ, L. 1996. International franchising statistics released. *ICSB Bulletin*, 18(2):3-4, May.
- THOMAS, W. 1995. The SMME White paper - beginning of a new era? *Southern African and Small journal for entrepreneurship business*, 7(1):12-28, May.
- VAN AARDT SMIT, A. 1995. ABSA-navorsingsverslag: die bankbestuurder as sleutelfunksionaris by kredietverlening aan klein- en medium sakeondernemings. Bloemfontein : UOVS. (Ongepubliseerde navorsing.) 47p.

- VAN HORNE, J.C. 1995. Financial management and policy. 10th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall. 858p.
- VAN VUUREN, J.J.J. 1992. Die onderskeiding van suksesvolle en minder suksesvolle entrepreneurs, bankamptenare en staatsamptenare deur middel van persoonlikheidseienskappe, belangstellings en biografiese veranderlikes. Pretoria : Universiteit van Pretoria. (Proefskrif-DBA.)
- VICTOR, G. & FEINSTEIN, K. 1991. Financial considerations of franchising. *Entrepreneur* (Potchefstroom), 10(2):10-13, March.
- WALKER, E.W. 1975. The dynamic small firm. Austin, Texas : Austin Press. 484p.
- WALKER, E.W. & PETTY II, J.W. 1986. Financial management of the small firm. 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall. 451p.
- WALKER, E.W. & PETTY, J.P.(II). 1978. Financial differences between large and small firms. *Financial Management*, : 61-68, Winter.
- WHITTEMORE, M. 1991. Financing your franchise. *Nation's business*, 79:46-52, August.
- WHITTEMORE, M. 1993. You can overcome financing hurdles. *Nation's business*, 81:57-60, October.

BYLAE A

VRAELYS AAN DIE FINANSIËLE INSTELLINGS

(AFRIKAANS & ENGELS)

VRAELYS AAN DIE FINANSIËLE INSTELLINGS

Afdeling A

Die eerste gedeelte van die vraelys handel oor die finansieringsbronne wat tot die beskikking van die voornemende franchisee is. Die aansoek om finansiering fokus op die aanvangskapitaal, met ander woorde op 'n nuwe aansoek waar 'n nuwe onderneming begin word of aangekoop word.

1. Watter finansieringsbronne is daar beskikbaar vir die franchisee? Onderskei tussen bronne van eie finansiering en vreemde finansiering. Merk met 'n X by Ja of Nee.

1.1 Eie finansieringsbronne

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Die entrepreneur se eie kapitaal/Persoonlike spaargeld		
b.	Vriende en familie		
c.	Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists") *		
d.	Deur vennootskappe aan te gaan		
e.	Die stigting van 'n maatskappy		
f.	Ander		

1.2 Skuld finansieringsbronne

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Handelsbanke		
b.	Toerustingfinansierders		
c.	Handelskrediet vanaf verskaffers		
d.	Versekeringsmaatskappye		
	Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld:		
e.	Dept. van Handel en Nywerheid		
f.	NEPA (Ntsika)*		
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *		
h.	KSOK *		
i.	NOK *		
j.	Franchisor		
k.	Ander groot maatskappye		
l.	Noem ander bronne, indien beskikbaar		
m.			

* Die asterisk dui aan dat die finansieringsbron vir eie of skuldfinansiering gebruik kan word.

2. Nadat u die bronne wat na u mening beskikbaar is, uitgewys het, gee 'n aanduiding van die bronne wat meer algemeen deur die franchisee gebruik word. Maak gebruik van 'n skaal van 1-4. 4 dui op 'n bron wat *altyd* gebruik word en 1 op 'n bron wat *nooit* gebruik word nie.

2.1 Eie finansieringsbronne

		Nooit 1	Soms 2	Gewoonlik 3	Altyd 4
a.	Die entrepreneur se eie kapitaal/spaargeld				
b.	Vriende en familie				
c.	Voorsieners van waagkapitaal "Venture capitalists" *				
d.	Deur vennootskappe aan te gaan				
e.	Die stigting van 'n maatskappy				
f.	Ander				
g.					

2.2 Skuldfinansieringsbronne

		Nooit 1	Soms 2	Gewoonlik 3	Altyd 4
a.	Handelsbanke				
b.	Toerustingfinansierders				
c.	Handelskrediet vanaf verskaffers				
d.	Versekeringsmaatskappye				
	Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld:				
e.	Dept. van Handel en Nywerheid				
f.	NEPA (Ntsika)*				
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *				
h.	KSOK *				
i.	NOK *				
j.	Ander groot maatskappye				
k.	Franchisor				
l.	Noem ander indien beskikbaar				
m.					

3. Watter finansieringsvorme is daar tot die beskikking van die voornemende franchisee? Gee 'n aanduiding van die finansieringsvorm wat deur u instelling verskaf word. In terme van die finansieringsvorme word daar onderskeid getref tussen finansieringsvorme wat oor die korttermyn en vorme wat oor die medium- tot langtermyn beskikbaar is. Dui aan met 'n X watter vorm van finansiering beskikbaar is.

3.1 Korttermynfinansieringsvorme

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Tradisionele banklening		
b.	Kredietlyn		
c.	"Floorplanning"(bank het 'n belang in die voorraad.)		
d.	Ander		
e.			

3.2 Vorme van medium- tot langtermynfinansiering

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Onversekerde termynlenings		
b.	Afbetalingskredietooreenkomste ("Instalment loans")		
c.	Debiteurefaktorering		
d.	Voorraadfaktorering		
e.	Registrasie van verband op vaste eiendom		
f.	Versekerde termynlenings		
g.	Bruikhure ("leases")		
h.	Ander		
i.			

- 3.3 Nadat u die onderskeie finansieringsvorme uitgewys het, gee 'n aanduiding van die vorme wat algemeen gebruik word deur van die skaal van 1-4 gebruik te maak. 4 is 'n aanwyser dat die finansieringsvorm *altyd* gebruik word en 1 is 'n aanduiding dat daardie vorm *glad nie* gebruik word nie.

3.3.1 Korttermynfinansieringsvorme

		Glad nie 1	Min 2	Gereeld 3	Altyd 4
a.	Tradisionele banklening				
b.	Kredietlyn				
c.	"Floorplanning"				
d.	Ander				
e.					

3.3.2 Medium- tot langtermynfinansieringsvorme

		Glad nie 1	Min 2	Gereeld 3	Altyd 4
a.	Onversekerde termynlenings				
b.	Afbetalingskredietooreenkomste ("Instalment loans")				
c.	Debiteurfaktorering				
d.	Voorraadfaktorering				
e.	Versekerde termynlenings				
f.	Registrasie van verband op vaste eiendom				
g.	Bruikhure ("Leases")				
h.	Ander				
i.					

4. Hoe onderskei u finansiële instelling tussen korttermyn- en langtermynfinansiering in terme van tyd? Merk telkens net een opsie met 'n X.

4.1 Korttermynfinansiering

Minder as 6 maande		(1)
Minder as 12 maande		(2)
Minder as 18 maande		(3)
Minder as 24 maande		(4)

4.2 Medium tot langtermynfinansiering

Langer as 12 maande		(1)
Langer as 18 maande		(2)
Langer as 24 maande		(3)
Langer as 36 maande		(4)

Afdeling B

Hierdie afdeling handel oor die probleme wat die franchise-bedryf in verband met finansiering ervaar en die bydrae wat die bedryf tot ekonomiese vooruitgang van die land kan lewer.

1. Studies in ander ontwikkelde en ontwikkelende lande dui daarop dat die kleinsakesektor 'n belangrike bydrae tot die vooruitgang van die ekonomie en werkskepping kan lewer. Ten spyte daarvan is daar nog baie ruimte vir ontwikkeling in die sektor in Suid Afrika. Wat is na u mening **die probleme in die bedryf?** 'n Lys met moontlikhede word aan u voorgehou waarop u items kan byvoeg en dan op 'n skaal van 1 tot 4 kan beoordeel. 4 dui op 'n probleem wat algemeen voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie voorkom nie.

		Glad nie 1	Soms 2	Gereeld 3	Algemeen 4
a.	Gebrek aan inisiatief				
b.	Gebrek aan kennis en bestuurservaring				
c.	Die mark is versadig				
d.	Gebrek aan marknavorsing				
e.	Toeganklikheid tot finansiering				
f.	Ander				
g.					

2. Navorsing dui daarop dat die toeganklikheid tot finansiering 'n groot struikelblok vir voornemende entrepreneurs is. Wat is u mening? Dui u antwoord met 'n X aan.

JA (1)	NEE (2)

3. Is u van mening dat die stimulering van die franchise-bedryf 'n bydrae kan lewer tot ekonomiese vooruitgang van die land? Dui u antwoord met 'n X aan.

JA (1)	NEE (2)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Dink u dat die franchise-bedryf 'n bydrae kan lewer om voorheen minder bevoorregte groepe te stimuleer om ondernemings te vestig? Dui u antwoord met 'n X aan.

JA (1)	NEE (2)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Hieronder volg 'n lys van probleme wat voornemende franchisees in terme van finansiering ervaar. Hoe dikwels kom die probleme voor? Voeg faktore by indien nodig. Beoordeel op 'n skaal van 1 tot 4. 4 dui op 'n probleem wat deurgaans voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie ervaar word nie.

		Glad nie 1	Soms 2	Gereeld 3	Deurgaans 4
a.	Gebrek aan sekuriteit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b.	Te min eie kapitaal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c.	Banke en ander finansiële instellings verstaan nie die franchising-konsep nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d.	Te min finansieringsbronne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e.	Ander	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Gee 'n aanduiding van die hoeveelheid van finansiering (uitgedruk as persentasie van u totale finansiering toegestaan) wat aan die kleinsakesektor toegeken word. Dui aan met 'n X

Vanaf 0 -10%		(1)
11-20%		(2)
21-30%		(3)
31-40%		(4)
41-50%		(5)
51-60%		(6)
61-70%		(7)
71-80%		(8)
81-90%		(9)
91-100%		(0)

7. Gee 'n aanduiding hoeveel van die finansiering toegeken aan die kleinsakesektor, word aan franchisees toegeken. Uitgedruk as persentasie van totale finansiering aan die kleinsakesektor toegestaan. Merk met 'n X.

Vanaf 0 -10%		(1)
11-20%		(2)
21-30%		(3)
31-40%		(4)
41-50%		(5)
51-60%		(6)
61-70%		(7)
71-80%		(8)
81-90%		(9)
91-100%		(0)

8. Gee 'n aanduiding van die hoeveelheid franchises waarvoor u al krediet toegestaan het, wat misluk het? Druk uit as 'n persentasie. Merk met 'n X.

Vanaf 0 -5%		(1)
6 -10%		(2)
11-15%		(3)
16-20%		(4)
21-25%		(5)
26-30%		(6)
Meer as 30%		(7)

Afdeling C

Hierdie afdeling handel oor die bepaling van die waarde van die franchising-konsep.

1. Daar bestaan 'n unieke verhouding tussen die franchisor en die franchisee. Die franchisor het reeds die sakekonsep getoets en bied 'n allesomvattende pakket en ondersteuning aan die franchisee. Het bogenoemde formaat van sake doen enige voordele indien u 'n finansieringsaansoek beoordeel? Merk met 'n X.

JA (1)	NEE (2)

2. Watter van die volgende aspekte wat deel van die franchising-konsep vorm, kan 'n voornemende franchisee se aansoek beoordeel? Merk die onderskeie faktore, voeg by indien nodig en beoordeel op 'n skaal van 1 tot 4. 4 is 'n aanduiding dat die aspek baie belangrik geag word en 1 dui op geen belangrikheid nie.

		Grensins belangrik 1	2	3	Baie belangrik 4
a.	Opleiding wat deur die franchisor verskaf word.				
b.	Tegniese inligting wat verskaf word, soos bedryfshandleidings.				
c.	Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.				
d.	Gebiedsbeskerming deur die franchisor.				
e.	Hulp met beplanning, ontwerp en oprigting.				
f.	Ondersteuning met bemerking.				
g.	Marknavorsing en produkontwikkeling				
h.	Die reputasie van die franchisor				
i.	Ander				
j.					

3. Die reputasie van die franchisor kan as 'n faktor gesien word om die risiko van finansiering te verlaag. Stem u met die stelling saam? Dui aan met 'n X.

JA (1)	NEE (2)

4. Indien u die reputasie van die franchisor in aanmerking neem by die beoordeling van die finansieringsaansoek, watter inligting in verband met die franchisor word as belangrik geag? Dui aan op 'n skaal van 1-4, en voeg ander inligting by, indien nodig. 4 dui op baie belangrike inligting en 1 op geensins belangrik nie.

		Geensins belangrik 1	2	3	Baie belangrik 4
a.	Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is.				
b.	Die marktaandeel waaroor die franchisor beskik.				
c.	Die aantal afsetpunte van die franchisor				
d.	Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee.				
e.	Ander				
f.					

5. Die aanvangskapitaal en diensteheffings betaalbaar deur die franchisee is 'n aanduiding van die reputasie of die waarde van die franchise-onderneming. Stem u saam met bogenoemde stelling?

JA (1)	NEE (2)

6. Die aanvangskapitaal en diensteheffingsge betaalbaar is 'n aanduiding van die reputasie of die waarde van die franchise-onderneming. Sal u die "waarde" van die franchise neem as sekuriteit vir finansiering?

JA (1)	NEE (2)

7. Beskik u instelling oor 'n spesialisafdeling vir die hantering van franchise-aangeleenthede?

JA	NEE
(1)	(2)

8. Indien nee, in watter afdeling word dit gehanteer?-----

9. Watter addisionele diens word deur u instelling aan franchisees gelewer. Merk met 'n X en voeg enige ander by.

		Ja	Nee
		(1)	(2)
a.	Advies aan die voornemende franchisee		
b.	Besoek die perseel van die onderneming		
c.	Gee gunstiger rentekoerse		
d.	Gee uitstel in terme van kapitaaldelging		
e.	Telefoniese kontak		
f.	Geen diens		
g.	Ander		
h.			

Afdeling D

Hierdie afdeling handel oor die vereistes wat deur die finansiële instellings gestel word by wyse van die voornemende franchisee se finansieringsaansoek.

1. Gee 'n aanduiding van die inligting wat deur u instelling verlang word indien 'n finansieringsaansoek ingedien word. Merk met 'n X en voeg enige ander inligting by.

		Ja	Nee
		(1)	(2)
a.	'n Sakeplan		
b.	Begrotings		
c.	Kontantvloei-inligting		
d.	Die bedrag benodig		
e.	Die tydperk waarvoor dit benodig word		
f.	Ander		
g.			

2. Indien 'n sakeplan verlang word, gee 'n aanduiding van die inligting wat in die sakeplan behoort te wees. Merk met 'n X.

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Oorsig en bestuursopsomming		
b.	Die bedryfstak waarin die onderneming opereer.		
c.	Inligting oor die produk of diens wat gelewer word.		
d.	Ontleding van die mark.		
e.	Bemarkingstrategieë		
f.	Die vervaardigingsproses.		
g.	Samestelling van die bestuur.		
h.	Die verwagte inkomstestaat		
i.	Die verwagte balansstaat		
j.	Gelykbreekpunt		
k.	Ander		
l.			

3. Word die voornemende franchisee se persoonlikheidsienskappe geëvalueer?

JA (1)	NEE (2)

4. Indien Ja, gee 'n aanduiding van die eienskappe wat as belangrik geag word? Rangskik die eienskappe volgens rangorde op 'n skaal van 1 tot 5. Een dui op 'n eienskap wat baie gewig dra en 5 op 'n eienskap wat geen gewig dra nie.

a.	Hardwerkendheid	
b.	Doelgerigtheid	
c.	Mensingesteldheid	
d.	Kreatiwiteit	
e.	Ander	
f.		

Afdeling E

Hierdie afdeling handel oor die bepaling van risiko en verhoudingsgetalle wat deur u finansiële instelling gebruik word indien 'n finansieringsaansoek oorweeg word.

Merk die verhoudingsgetalle wat wel gebruik word met 'n X.

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Die bedryfslaste as % van totale skuld		
b.	Die bedryfslaste as % van totale bates		
c.	Die voorraadamsetsnelheid		
d.	Die debiteureomsetsnelheid		
e.	Die bedryfsiklus van die onderneming		
f.	Die bedryf waarin die onderneming funksioneer		
g.	Vaste koste in verhouding tot veranderlike koste		
h.	Die bedryfshofboom van die onderneming		
i.	Die grootte van die onderneming		
j.	Die lewensiklus van die onderneming		
k.	Die finansiële hefboomwerking		
l.	Skuldverhouding (eie kapitaal:vreemde kapitaal)		
m.	Verwagte opbrengs op kapitaal		
n.	Ander		

QUESTIONNAIRE TO FINANCIAL INSTITUTIONS

Section A

The first part of the questionnaire deals with the sources of financing which are available to the prospective franchisee. The application for financing focuses on initial capital, in other words on a new application in which case a new enterprise is established or purchased.

1. What source of financing is available to the franchisee? Distinguish between sources of own financing and debt financing. Mark with an X Yes or No.

1.1 Sources of own financing

		Yes (1)	No (2)
a.	The entrepreneur's own capital/personal savings		
b.	Friends and family		
c.	Venture capitalists *		
d.	By creating partnerships		
e.	The establishment of a company		
f.	Other		
g.			

1.2 Sources of debt financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Commercial banks		
b.	Financiers of equipment		
c.	Commercial credit from suppliers		
d.	Insurance companies		
	Other commercial financial institutions, e.g.		
e.	Department of Trade and Industry		
f.	NEPA (Ntsika)*		
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *		
h.	SBDC *		
i.	IDC*		
j.	Franchisor		
k.	Other large companies		
l.	Name other sources if available		
m.			

* The asterisk indicates that these financial sources can be utilised for both own as well as debt financing.

2. Once you have indicated the sources, which in your opinion are available, give an indication of the sources more commonly used by the franchisee. Use a scale of 1-4. 4 indicates a source which is always utilised and 1 a source which is never utilised.

2.1 Sources of own financing

		Never 1	Sometimes 2	Usually 3	Always 4
a.	The entrepreneur's own capital/savings				
b.	Friends and family				
c.	Venture capitalists *				
d.	Creating partnerships				
e.	The establishment of a company				
f.	Other				
g.					

2.2 Sources of debt financing

		Never 1	Sometimes 2	Usually 3	Always 4
a.	Commercial banks				
b.	Financiers of equipment				
c.	Commercial credit from suppliers				
d.	Insurance companies				
	Other commercial financial institutions, e.g.				
e.	Department of Trade and Industry				
f.	NEPA (Ntsika)*				
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *				
h.	SBDC *				
i.	IDC*				
j.	Other large companies				
k.	Franchisor				
l.	Name others if available				
m.					

3. What forms of financing are available for the prospective franchisee? Give an indication of the kind of financing provided by your institution. In terms of the kinds of financing, a distinction is made between the kinds of financing available over the short term and those available over the medium or long term. Indicate with an X which kind of financing is available.

3.1 Forms of short term financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Traditional bank loan		
b.	Line of credit		
c.	Floorplanning (Bank has an interest in the stock.)		
d.	Other		
e.			

3.2 Forms of medium or long term financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Uninsured term loans		
b.	Instalment loans		
c.	Factoring of debtors		
d.	Factoring of stock		
e.	Registration of bond on fixed property		
f.	Insured term loans		
g.	Leases		
h.	Other		
i.			

3.3 Once you have indicated the various forms of financing, indicate the kinds which are generally utilised by making use of the scale from 1-4. 4 indicates the kind of financing which is always used and 1 the kind of financing which is never used.

3.3.1 Forms of short term financing

		Never 1	Seldom 2	Regularly 3	Always 4
a.	Traditional bank loan				
b.	Line of credit				
c.	Floorplanning				
d.	Other				
e.					

3.3.2 Forms of medium or long term financing

		Never 1	Seldom 2	Regularly 3	Always 4
a.	Uninsured term loans				
b.	Instalment loans				
c.	Factoring of debtors				
d.	Factoring of stock				
e.	Insured term loans				
f.	Registration of bond on fixed property				
g.	Leases				
h.	Other				
i.					

4. How does your financial institution distinguish between short term and long term financing in terms of time? Mark only one option with an X.

4.1 Short term financing

Less than 6 months		(1)
Less than 12 months		(2)
Less than 18 months		(3)
Less than 24 months		(4)

4.2 Medium to long term financing

Longer than 12 months		(1)
Longer than 18 months		(2)
Longer than 24 months		(3)
Longer than 36 months		(4)

Section B

This section deals with the problems in terms of financing that the franchisee experienced as well as the franchise industry's contribution to the economic prosperity of the country.

- Studies in other developed and developing countries indicate that the small business sector could make an important contribution to the prosperity of the economy and job creation. In spite of this there is still much room for development in this sector in South Africa. In your opinion, what are **the problems in the industry**? A list with possibilities has been provided on which additions can be made and then evaluated on a scale from 1-4. 4 indicates a general problem and 1 indicates a problem which does not occur at all.

		Never 1	Sometimes 2	Regularly 3	Generally 4
a.	Lack of initiative				
b.	Lack of knowledge and management experience				
c.	The market is saturated				
d.	Lack of market research				
e.	Accessibility to financing				
f.	Other				
g.					

- Research has shown that the accessibility to financing is a large stumbling-block for prospective entrepreneurs. What is your opinion? Indicate your answer with X.

YES (1)	NO (2)

3. Are you of the opinion that stimulating the franchise industry could make a contribution to the economic prosperity of the country? Indicate your answer with an X.

YES (1)	NO (2)

4. Do you think that the franchise industry could contribute to stimulating previously less privileged groups to establish new enterprises? Indicate your answer with an X.

YES (1)	NO (2)

5. Below is a list of problems experienced by prospective franchisees in terms of financing. Supply your opinion and add any factors if necessary. Evaluate on a scale from 1 to 4. 4 indicates a problem which occurs constantly, and 1 a problem which is not experienced at all.

		Never 1	Sometimes 2	Regularly 3	Constantly 4
a.	Lack of security				
b.	Insufficient own capital				
c.	Banks and other financial institutions do not understand the franchising concept				
d.	Not enough sources of financing				
e.	Other				
f.					

6. Give an indication of the amount of financing (expressed as a percentage of the total financing allocated) allocated to the small business sector. Indicate with an X.

From 0 -10%		(1)
11-20%		(2)
21-30%		(3)
31-40%		(4)
41-50%		(5)
51-60%		(6)
61-70%		(7)
71-80%		(8)
81-90%		(9)
91-100%		(0)

7. Indicate what amount of financing awarded to the small business sector is allocated to franchisees (expressed as a percentage of the total financing awarded to the small business sector). Mark with an X.

From 0 -10%		(1)
11-20%		(2)
21-30%		(3)
31-40%		(4)
41-50%		(5)
51-60%		(6)
61-70%		(7)
71-80%		(8)
81-90%		(9)
91-100%		(0)

8. Indicate the number of franchisees to whom you have awarded credit, who have not succeeded. Express as a percentage. Mark with an X.

From 0 -5%		(1)
6 -10%		(2)
11-15%		(3)
16-20%		(4)
21-25%		(5)
26-30%		(6)
More than 30%		(7)

Section C

This section deals with determining the value of the franchising concept.

1. There is a unique relationship between the franchisor and the franchisee. The franchisor has already tested the business concept and offers an all-encompassing package and support to the franchisee. Does the above-mentioned format of doing business have any advantages when evaluating an application for financing? Mark with an X.

YES (1)	NO (2)

2. Which of the following aspects which form part of the franchising concept could benefit a prospective franchisee's application? Mark various factors, make additions if necessary and evaluate on a scale from 1 to 4. 4 indicates that the aspect is very important and 1 indicates that it is unimportant.

		Unimportant			Very important
		1	2	3	4
a.	Training provided by the franchisor.				
b.	Technical information provided such as business manuals				
c.	The value of the already established trademark				
d.	Area protection by the franchisor				
e.	Aid with planning, design and construction				
f.	Support with marketing				
g.	Market research and product development				
h.	The reputation of the franchisor				
i.	Other				
j.					

3. The reputation of the franchisor could be considered to be a factor in decreasing the risk of financing. Do you agree with this statement? Indicate with an X.

YES (1)	NO (2)

4. If you take the franchisor's reputation into consideration when evaluating a financing application, which information concerning the franchisor do you consider to be important? Indicate on a scale from 1 to 4 and add more information if necessary. 4 indicates very important information and 1 not important at all.

		Unimportant 1	2	3	Very important 4
a.	The time the franchisor has been in the industry				
b.	The market share owned by the franchisor				
c.	The number of outlets the franchisor has				
d.	The contractual obligation between the franchisor and the franchisee.				
e.	Other				
h.					

5. The initial capital and service levy monies payable by the franchisee are an indication of the reputation and value of the franchise enterprise. Do you agree with this statement?

YES (1)	NO (2)

6. The initial capital and service levy monies payable are an indication of the reputation and value of the franchise enterprise. Would you accept the "value" of the franchise as security for financing?

YES (1)	NO (2)

7. Does your institution have a specialist division for dealing with franchise matters?

YES (1)	NO (2)

8. If not, which division deals with franchise matters?-----

9. What additional service is offered to franchisees by your institution? Mark with an X and add any others.

		Yes (1)	No (2)
a.	Advice to the prospective franchisee		
b.	Visiting the location of the enterprise		
c.	Providing more favourable interest rates		
d.	Allowing an extension in terms of capital payment		
e.	Telephonic contact		
f.	No service		
g.	Other		
h.			

Section D

This section deals with the requirements set by financial institutions in terms of the prospective franchisee's application for financing.

1. Supply an indication of the information your institution requires when financing is applied for. Mark with an X and supply any other information.

		Yes (1)	No (2)
a.	A business plan		
b.	Budgets		
c.	Cash-flow information		
d.	The amount required		
e.	The time period it is required for		
f.	Other		
g.			

2. If a business plan is required, provide an indication of the information to be contained in the business plan. Mark with an X.

		Yes (1)	No (2)
a.	Overview and management summary		
b.	The business branch which the enterprise operates in		
c.	Information concerning the product or service provided		
d.	Analysis of the market		
e.	Marketing strategies		
f.	The manufacturing process		
g.	Compilation of management		
h.	The estimated income statement		
i.	The estimated balance sheet		
j.	Break-even point		
k.	Other		
l.			

3. Are the prospective franchisee's personality characteristics evaluated?

YES (1)	NO (2)

4. If the answer is yes, give an indication of the characteristics considered to be important. Arrange the characteristics according to priority on a scale of 1 to 5. One indicates a characteristic which carries a lot of weight and 5 one which does not.

a.	Hardworking	
b.	Single-minded	
c.	Attuned to people	
d.	Creative	
e.	Other	
f.		

Section E

This section deals with the stipulation of risk and ratio numbers used by your institution when considering a financing application.

Mark the ratio numbers used with an X

		Yes (1)	No (2)
a.	The current liabilities as % of total debt		
b.	The current liabilities as % of total assets		
c.	Stock turnover rate		
d.	Debtors' turnover rate		
e.	Operating cycle of the enterprise		
f.	The industry in which the enterprise functions		
g.	Fixed costs in relation to variable costs		
h.	The enterprise's operating leverage		
i.	The size of the enterprise		
j.	The enterprise's life-cycle		
k.	The financial leverage of the enterprise		
l.	Debt ratio (own capital : debt capital)		
m.	Estimated return on capital		
n.	Other		

BYLAE B

VRAELYS AAN DIE FRANCHISORS

(AFRIKAANS & ENGELS)

VRAELYS AAN DIE FRANCHISORS

Afdeling A

In hierdie afdeling word algemene inligting gevra.

Verskaf asseblief die inligting soos gevra. Die meeste vrae kan beantwoord word deur met 'n X in die toepaslike blokkie te merk.

1. Naam van die franchisor (opsioneel)-----
2. Geografiese ligging/of waar is die hoofkantoor geleë?-----
3. Hoe lank is u franchise-onderneming reeds in die bedryf?

a.	Korter as 1 jaar		(1)
b.	Een tot twee jaar		(2)
c.	Twee tot drie jaar		(3)
d.	Drie tot vier jaar		(4)
e.	Vier tot vyf jaar		(5)
f.	Vyf tot ses jaar		(6)
g.	Langer as ses jaar		(7)

4. Gee 'n aanduiding van die aantal afsetpunte waarvoor u franchise beskik.

a.	2 of minder		(1)
b.	3 tot 9		(2)
c.	10 tot 19		(3)
d.	20 tot 29		(4)
e.	30 tot 39		(5)
f.	40 tot 49		(6)
g.	meer as 50		(7)

5. Hoeveel afsetpunte word deur franchisees wat nie wit is nie (sogenaamde anderkleuriges) besit?

a.	2 of minder		(1)
b.	3 tot 9		(2)
c.	10 tot 19		(3)
d.	20 tot 29		(4)
e.	30 tot 39		(5)
f.	40 tot 49		(6)
g.	meer as 50		(7)

Afdeling B

Hierdie afdeling handel oor die finansiering van voornemende franchisees.

1. Watter probleme ervaar die voornemende franchisee om 'n onderneming te vestig? Voeg probleme by indien nodig en beoordeel dit na gelang van die probleem. 4 dui op 'n probleem wat altyd ervaar word en 1 op 'n probleem wat geensins voorkom nie.

		Geen probleem nie 1	Min 2	Gereeld 3	Altyd 'n probleem 4
a.	Gebrek aan bestuurservaring				
b.	Ligging van die onderneming				
c.	Misdaad				
d.	Finansieringsprobleme				
e.	Ander				
f.					

2. Het u voornemende franchisees enige probleme om finansiering te bekom?.

JA (1)	NEE (2)

3. Watter bronne van finansiering, waarvan u bewus is en soos hieronder gelys is, gebruik die voornemende franchisee? Voeg bronne by indien nodig.

3.1 Eie finansieringsbronne

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Die entrepreneur se eie kapitaal/Persoonlike spaargeld		
b.	Vriende en familie		
c.	Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists") *		
d.	Deur vennootskappe aan te gaan		
e.	Die stigting van 'n maatskappy		
f.	Ander		
g.			

3.2 Skuldfinansieringsbronne

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Handelsbanke		
b.	Toerustingfinansierders		
c.	Handelskrediet vanaf verskaffers		
d.	Versekeringsmaatskappye		
	Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld		
e.	Dept. van Handel en Nywerheid		
f.	NEPA (Ntsika)*		
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *		
h.	KSOK *		
i.	NOK *		
j.	Franchisor		
k.	Ander groot maatskappye		
l.	Noem ander bronne, indien beskikbaar		
m.			

* Die asterisk dui aan dat die finansieringsbron vir eie of skuldfinansiering gebruik kan word.

4. Gee nou 'n aanduiding van die bronne wat **meer algemeen deur die franchisee** gebruik word. Maak gebruik van 'n skaal van 1-4. 4 dui op 'n bron wat altyd gebruik word en 1 op 'n bron wat nooit gebruik word nie.

4.1 Eie finansieringsbronne

		Nooit	Soms	Gewoonlik	Altyd
		1	2	3	4
a.	Die entrepreneur se eie kapitaal/spaargeld				
b.	Vriende en familie				
c.	Voorsieners van waagkapitaal ("Venture capitalists")*				
d.	Deur vennootskappe aan te gaan				
e.	Die stigting van 'n maatskappy				
f.	Ander				
g.					

4.2 Skuldfinansieringsbronne

		Nooit	Soms	Gewoonlik	Altyd
		1	2	3	4
a.	Handelsbanke				
b.	Toerustingfinansierders				
c.	Handelskrediet vanaf verskaffers				
d.	Versekeringsmaatskappye				
	Ander kommersiële finansiële instellings, byvoorbeeld				
e.	Dept. van Handel en Nywerheid				
f.	NEPA (Ntsika)*				
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *				
h.	KSOK *				
i.	NOK *				
j.	Ander groot maatskappye				
k.	Franchisor				
l.	Noem ander indien beskikbaar				
m.					

5. 'n Onderskeid word getref tussen langtermynfinansieringsvorme en korttermynfinansieringsvorme. Dui hieronder aan watter vorms van finansiering deur die voornemende franchisee gebruik word.

5.1 Korttermynfinansieringsvorme

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Tradisionele banklening		
b.	Kredietlyn		
c.	"Floorplanning"(Bank het belang in die voorraad.)		
d.	Ander		
e.			

5.2 Medium- tot langtermynfinansieringsvorme

		Ja (1)	Nee (2)
a.	Onversekerde termynlenings		
b.	Afbetalingskredietooreenkomste		
c.	Debiteurefaktorering		
d.	Voorraadfaktorering		
e.	Registrasie van verband op vaste eiendom		
f.	Versekerde termynlenings		
g.	Bruikhure ("leases")		
h.	Ander		
i.			

5.3 Noudat u die onderskeie finansieringsvorme uitgewys het, dui vervolgens aan watter vorme algemeen gebruik word, deur van die skaal van 1-4 gebruik te maak. 4 dui aan dat die vorm van finansiering deurgaans gebruik word en 1 dui aan dat die vorm nooit gebruik word nie.

5.3.1 Korttermynfinansieringsvorme

		Glad nie 1	Min 2	Gereeld 3	Deurgaans 4
a.	Tradisionele banklening				
b.	Kredietlyn				
c.	“Floorplanning”				
d.	Ander				
e.					

5.3 Medium- tot langtermynfinansieringsvorme

		Glad nie 1	Min 2	Gereeld 3	Deurgaans 4
a.	Onversekerde termynlenings				
b.	Afbetalingskrediettooreenkomste (“Instalment loans”)				
c.	Debiteurfaktoring				
d.	Voorraadfaktoring				
e.	Versekerde termynlenings				
f.	Registrasie van verband op vaste eiendom				
g.	Bruikhure (“Leases”)				
h.	Ander				
i.					

Afdeling C

Hierdie afdeling handel oor die probleme in terme van finansiering wat die franchisee ervaar en die franchise-bedryf se bydrae tot ekonomiese vooruitgang van die land.

1. Wat is na u mening die belangrikste probleme waarmee die kleinsakesektor tans worstel? 'n Lys met probleme word aan u voorgehou waarop u items kan byvoeg en beoordeel op 'n skaal van 1 tot 4. 4 dui op 'n probleem wat algemeen voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie voorkom nie.

		Glad nie 1	Soms 2	Gereeld 3	Algemeen 4
a.	Gebrek aan inisiatief				
b.	Gebrek aan kennis en bestuurservaring				
c.	Die mark is versadig				
d.	Gebrek aan marknavorsing				
e.	Toeganklikheid tot finansiering				
f.	Ander				
g.					

2. Die toeganklikheid tot finansiering is 'n groot struikelblok vir voornemende entrepreneurs. Stem u met die stelling saam?

JA (1)	NEE (2)

3. Is u van mening dat die stimulering van die franchise-bedryf 'n bydrae kan lewer tot ekonomiese vooruitgang van die land?

JA (1)	NEE (2)

4. Reken u dat die franchise-bedryf 'n bydrae kan lewer om voorheen minder bevoorregte groepe, te stimuleer om ondernemings te vestig?

JA (1)	NEE (2)

5. Hieronder volg 'n lys van probleme wat voornemende franchisees in terme van finansiering kan ervaar. Voeg ander by indien nodig. Beoordeel die mate waartoe die probleem voorkom op 'n skaal van 1 tot 4. 4 dui op 'n probleem wat deurgaans voorkom en 1 op 'n probleem wat glad nie voorkom nie.

		Glad nie 1	Soms 2	Gerdeeld 3	Deurgaans 4
a.	Gebrek aan sekuriteit				
b.	Te min eie kapitaal				
c.	Banke en ander finansiële instellings verstaan nie die franchising-konsep nie				
d.	Te min finansieringsbronne				
e.	Ander				
f.					

Afdeling D

Hierdie afdeling handel oor die bepaling van die waarde van die franchising-konsep.

1. Daar bestaan 'n unieke verhouding tussen die franchisor en die franchisee. Die franchisor het reeds die sakekonsep getoets en bied 'n allesomvattende pakket en ondersteuning aan die franchisee. Het bogenoemde formaat van sake doen enige voordele, na u mening, indien die voornemende franchisee 'n finansieringsaansoek indien?

JA (1)	NEE (2)

2. Watter van die volgende aspekte, wat deel van die franchising-konsep vorm, kan 'n voornemende franchisee se aansoek bevoordeel? Voeg faktore by indien nodig en beoordeel dit op 'n skaal van 1 tot 4. 4 is 'n aanduiding dat die faktor baie belangrik geag word en 1 dui op geen belangrikheid nie.

		Glad nie belangrik 1	Relatief onbelangrik 2	Belangrik 3	Baie belangrik 4
a.	Opleiding wat deur die franchisor verskaf word.				
b.	Tegniese inligting wat verskaf word, soos bedryfshandleidings.				
c.	Die waarde van die reeds gevestigde handelsmerk.				
d.	Gebiedsbeskerming deur die franchisor.				
e.	Hulp met beplanning, ontwerp en oprigting.				
f.	Ondersteuning met bemerking.				
g.	Marknavorsing en produkontwikkeling				
h.	Die reputasie van die franchisor				
i.	Ander				
j.					

3. Die reputasie van die franchisor kan as 'n faktor gesien word om die finansieringsrisiko te verlaag. Stem u saam met die stelling?

JA (1)	NEE (2)

4. Hieronder volg 'n lys van inligting rakende die franchisor wat tot die voordeel van die franchisee kan strek. Dui op 'n skaal van 1-4 aan hoe belangrik die inligting is en voeg ander inligting by, indien nodig. 4 dui op baie belangrike inligting en 1 op geensins belangrik nie.

		Geensins belangrik 1	Relatief onbelangrik 2	Belangrik 3	Baie belangrik 4
a.	Die tydperk wat die franchisor in die bedryf is.				
b.	Die markaandeel waaroor die franchisor beskik.				
c.	Die aantal afsetpunte van die franchisor				
d.	Die kontraktuele verbintenis tussen die franchisor en die franchisee.				
e.	Ander				
f.					

5. Die aanvangskapitaal en diensteheffings betaalbaar deur die franchisee is 'n aanduiding van die reputasie of die waarde van die franchise-onderneming. Stem u saam met bogenoemde stelling?

JA (1)	NEE (2)

6. Bied u as franchisor enige ondersteuning aan u voornemende franchisees in terme van finansiering aan?

JA (1)	NEE (2)

7. Indien Ja, watter van die volgende vorme neem die ondersteuning aan? Merk al die items van toepassing met 'n X.

		Ja	Nee
a.	Slegs raad en advies		
b.	Hulp met voorbereiding van die aansoek		
c.	Besoek die finansiële instelling saam met die franchisee		
d.	Verskaf waarborge en/of sekuriteit aan die franchisee		
e.	Verskaf bruikhure op toerusting		
f.	Verskaf name van kontakpersone		
g.	Reël kontakte vir die franchisee		
h.	Gee self finansiering		

8. Beskik die finansiële instelling waar u oor die algemeen sake doen, oor 'n spesialisafdeling vir die hantering van franchise-aangeleenthede?

JA	NEE
(1)	(2)

9. Indien nee, in watter afdeling word dit gehanteer?-----

10. Word daar enige addisionele diens in terme van franchising gelewer?

JA	NEE
(1)	(2)

11. Indien Ja, merk hieronder al die dienste van toepassing en voeg by waar nodig.

		Ja	Nee
a.	Advies aan die voornemende franchisee		
b.	Advies aan die franchisor		
c.	Besoek die perseel van die onderneming		
d.	Gee gunstiger rentekoerse		
e.	Gee uitstel om kapitaal te delg		
f.	Telefoniese kontak		
g.	Ander		

12. Daar mag inligting oor die onderwerp wees wat nie deur die vraelys gedek is nie. Indien u aan so iets dink, verskaf asseblief die inligting in die ruimte hieronder.

Baie dankie vir die tyd wat u afgestaan het aan die ondersoek. Dit word waardeer.

QUESTIONNAIRE FOR THE FRANCHISORS

Section A

In this section general information is required.

Please supply the information as it is requested. Most of the questions can be marked with an X in the appropriate block.

1. Name of the franchisor (not compulsory)-----

2. Geographic location/ where head office is situated-----

3. How long has your franchise enterprise been operational?

a.	Less than 1 year		(1)
b.	One to two years		(2)
c.	Two to three years		(3)
d.	Three to four years		(4)
e.	Four to five years		(5)
f.	Five to six years		(6)
g.	More than six years		(7)

4. Give an indication of the number of outlets your franchise has.

a.	Two or less		(1)
b.	3 to 9		(2)
c.	10 to 19		(3)
d.	20 to 29		(4)
e.	30 to 39		(5)
f.	40 to 49		(6)
g.	More than 50		(7)

5. How many outlets are owned by persons who are not white (so-called black franchisees)?

a.	Two or less		(1)
b.	3 to 9		(2)
c.	10 to 19		(3)
d.	20 to 29		(4)
e.	30 to 39		(5)
f.	40 to 49		(6)
g.	More than 50		(7)

Section B

This section deals with the financing of prospective franchisees.

1. What are the problems experienced by prospective franchisees in establishing an enterprise? If possible add any problems and evaluate according to the problem. 4 indicates a problem which is always experienced and 1 a problem which does not occur at all.

		No problem 1	Few problems 2	Regular problem 3	Always a problem 4
a.	Lack of business experience				
b.	Location of the enterprise				
c.	Crime				
d.	Financing problems				
e.	Other				
f.					

2. Do your prospective franchisees have any problems acquiring financing?

YES (1)	NO (2)

3. Which sources of financing, which you are aware of and which are listed below, do prospective franchisees make use of? Add any sources if necessary.

3.1 Sources of own financing

		Yes (1)	No (2)
a.	The entrepreneur's own capital/personal savings		
b.	Friends and family		
c.	Venture capitalists *		
d.	By creating partnerships		
e.	The establishment of a company		
f.	Other		
g.			

3.2 Sources of debt financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Commercial banks		
b.	Financiers of equipment		
c.	Commercial credit from suppliers		
d.	Insurance companies		
	Other commercial financial institutions, e.g.		
e.	Department of Trade and Industry		
f.	NEPA (Ntsika)*		
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *		
h.	SBDC *		
i.	IDC*		
j.	Franchisor		
k.	Other large companies		
l.	Name other sources if available		
m.			

* The asterisk indicates that these financial sources can be utilised for both own as well as debt financing.

4. Now provide an indication of the sources which are more commonly used for own or debt financing. Use a scale from 1 to 4. 4 indicates a source which is always used while 1 indicates one which is never used.

4.1 Sources of own financing

		Never 1	Sometimes 2	Usually 3	Always 4
a.	The entrepreneur's own capital/savings				
b.	Friends and family				
c.	Venture capitalists *				
d.	Creating partnerships				
e.	The establishment of a company				
f.	Other				
g.					

4.2 Sources of debt financing

		Never 1	Sometimes 2	Usually 3	Always 4
a.	Commercial banks				
b.	Financiers of equipment				
c.	Commercial credit from suppliers				
d.	Insurance companies				
	Other commercial financial institutions, e.g.				
e.	Department of Trade and Industry				
f.	NEPA (Ntsika)*				
g.	Khula Enterprise/Khula Credit Guarantee *				
h.	SBDC *				
i.	IDC*				
j.	Other large companies				
k.	Franchisor				
l.	Name others if available				
m.					

5. A distinction is made between forms of long term financing and forms of short term financing. Indicate below which forms of financing are used by a prospective franchisee.

5.1 Forms of short term financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Traditional bank loan		
b.	Line of credit		
c.	“Floorplanning”(Bank has an interest in the stock.)		
d.	Other		
e.			

5.2 Forms of medium or long term financing

		Yes (1)	No (2)
a.	Uninsured term loans		
b.	Instalment loans		
c.	Factoring of debtors		
d.	Factoring of stock		
e.	Registration of bond on fixed property		
f.	Insured term loans		
g.	Leases		
h.	Other		
i.			

5.3 Now that you have pointed out the various forms of financing, next indicate which forms are generally used by making use of a scale from 1-4. 4 indicates financing which is used throughout and 1 financing which is never used.

5.3.1 Forms of short term financing

		Never 1	Seldom 2	Regularly 3	Always 4
a.	Traditional bank loan				
b.	Line of credit				
c.	Floorplanning				
d.	Other				
e.					

5.3.2 Forms of medium and long term financing

		Never 1	Seldom 2	Regularly 3	Always 4
a.	Uninsured term loans				
b.	Instalment loans				
c.	Factoring of debtors				
d.	Factoring of stock				
e.	Insured term loans				
f.	Registration of bond on fixed property				
g.	Leases				
h.	Other				
i.					

Section C

This section deals with the problems that the franchisee experience in terms of financing as well as the franchise industry's contribution to the economic prosperity of the country.

1. In your opinion, what are the **most important problems** experienced by the small business sector? A list of problems is provided to which items can be added and then evaluated on a scale from 1 to 4. 4 indicates problems which occur generally and 1 problems which do not occur.

		Never 1	Sometimes 2	Regularly 3	Generally 4
a.	Lack of initiative				
b.	Lack of knowledge and management experience				
c.	The market is saturated				
d.	Lack of market research				
e.	Accessibility to financing				
f.	Other				
g.					

2. The accessibility to financing is a large stumbling-block for prospective entrepreneurs. Do you agree with this statement?

YES (1)	NO (2)

3. Are you of the opinion that stimulating the franchise industry could make a contribution to the economic prosperity of the country?

YES (1)	NO (2)

4. Do you think that the franchise industry could contribute to stimulating previously less privileged groups to establish new enterprises?

YES (1)	NO (2)

5. Below there is a list of problems which prospective franchisees could experience in terms of financing. Add any others if necessary. Evaluate the measure in which this problem occurs on a scale from 1 to 4. 4 indicates a problem which occurs continuously and 1 a problem which does not occur at all.

		Never 1	Sometimes 2	Regularly 3	Constantly 4
a.	Lack of security				
b.	Insufficient own capital				
c.	Banks and other financial institutions do not understand the franchising concept				
d.	Not enough sources of financing				
e.	Other				
f.					

Section D

This section deals with determining the value of the franchising concept.

1. There is a unique relationship between the franchisor and the franchisee. The franchisor has already tested the business concept and offers an all-encompassing package and support to the franchisee. In your opinion, does the above-mentioned format of doing business have any advantages should a prospective franchisee submit an application for financing?

YES (1)	NO (2)

2. Which of the following aspects, which form part of the franchising concept, could benefit a prospective franchisee's application? Add any factors if necessary and then evaluate on a scale from 1 to 4. 4 indicates that a factor is considered to be very important while 1 indicates unimportance.

		Unimportant 1	Relative unimportant 2	Important 3	Very important 4
a.	Training provided by the franchisor				
b.	Technical information provided such as business manuals				
c.	The value of the already established trademark				
d.	Area protection by the franchisor				
e.	Aid with planning, design and construction				
f.	Support with marketing				
g.	Market research and product development				
h.	The reputation of the franchisor				
i.	Other				
j.					

3. The franchisor's reputation could be seen as a factor in decreasing the risk of financing. Do you agree with this statement?

YES (1)	NO (2)

4. Below is a list of information concerning the franchisor which could benefit a franchisee. Indicate on a scale from 1 to 4 the importance of the information and add more information if necessary. 4 indicates very important information and 1 unimportant information.

		Unimportant 1	Relative unimportant 2	Important 3	Very important 4
a.	The time period the franchisor has been in the industry				
b.	The market share owned by the franchisor				
c.	The number of outlets the franchisor has				
d.	The contractual obligation between the franchisor and the franchisee.				
e.	Other				
f.					

5. The initial capital and service levy monies payable by the franchisee are an indication of the reputation and value of the franchise enterprise. Do you agree with this statement?

YES (1)	NO (2)

6. Do you as the franchisor offer any support to a prospective franchisee in terms of financing?

YES (1)	NO (2)

7. If the answer is yes, what kind of support do you offer? Mark all the relevant items with an X.

		Yes	No
a.	Counsel and advice only		
b.	Aid in preparing the application		
c.	Visiting the financial institution with the franchisee		
d.	Providing <i>guarantees</i> and/or security to the franchisee		
e.	Providing leases on equipment		
f.	Providing names of contact persons		
g.	Organising contacts for the franchisee		
h.	Providing financing oneself		

8. Does the financial institution, you generally do business with, have any specialised division for dealing with franchise matters?

YES (1)	NO (2)

9. If not, in what division are these matters dealt with?-----

10. Is there any other additional service in terms of franchising?

YES (1)	NO (2)

11. If the answer is yes, mark all the services applicable below and add any others where necessary.

		Yes	No
a.	Advice to the prospective franchisee		
b.	Advice to the franchisor		
c.	Visiting the location of the enterprise		
d.	Providing more favourable interest rates		
e.	Providing an extension in terms of capital payment		
f.	Telephonic contact		
g.	Other		

12. There may be information on the subject which has not been touched on by the questionnaire. If you can think of anything, please fill in the space below.

Thank -you very much for the time spent in taking part in the investigation. It is much appreciated.