

HOOFSTUK 1: INLEIDING

1.1 DOEL VAN DIE STUDIE

Die Afrika-vasteland beskik oor 'n oorvloed hulpbronne. Daar is al hoe meer geleenthede om uit die feitlik onontginde aanbieding van kommoditeite en handel voordeel te trek. Terwyl wêreldmarkte tydens die jongste ekonomiese krisis in 'n resessie verval het, het dié vasteland se ekonomieë bly groei – en dit sal waarskynlik aanhou om in die komende jare beter as die ekonomieë van ontwikkelde markte te presteer. In die lig hiervan is daar 'n toenemende behoefte by organisasies om op 'n lewensvatbare wyse tot die Afrika-markte toe te tree. Afrika het unieke uitdagings en omdat baie streke deur oorlog, hongersnood, misdaad en ander faktore geteister word, kan die besluit om hierdie mark te betree, uiters duur wees en moet betreding van die mark dus goed beplan word.

Ingersoll Rand is 'n globale vervaardigingsonderneming wat op vele vlakke gediversifiseer is en veelvuldige handelsmerke onderskryf. Die maatskappy het takke in verskeie nywerhede en het wêreldwyd ongeveer 64 000 werknemers in diens. Industrial Technologies is 'n globale afdeling binne Ingersoll Rand wat verskillende produkte aan vervaardigings-, tekstiel- en mynboubedrywe bied. In Suid-Afrika word hierdie afdeling deur die maatskappy besit en bestuur wat plaaslik as Ingersoll Rand Mpy SA (Edms.) Bpk. geregistreer is (hierna Ingersoll Rand genoem). Alhoewel ander globale handelsmerke soos gholffkarretjies, sekuriteitsprodukte en verkoelingseenhede in Suid-Afrika verkoop word, word dit deur ander maatskappye en onder ander handelsmerke verkoop. In 'n Suid-Afrikaanse konteks het Ingersoll Rand dus slegs betrekking op die plaaslike onderneming genaamd Industrial Technologies.

Aangesien Ingersoll Rand 'n Suid-Afrikaanse maatskappy gevestig het wat voortreflike nywerheidstoerusting, wat aan toonaangewende maatskappye in Suider- en Oos-Afrika

gelewer word, vervaardig, wil hy graag sy besigheid na Angola uitbrei. Die maatskappy se teikenmark is die nywerheidsektor, en dié sektor sluit maatskappye in wat swaarnywerheidsmasjinerie en -toerusting benodig. Ingersoll Rand lewer ook sy produkte en dienste aan klein maatskappye en individue wat sy voortreflike gereedskap, onderdele en bykomstighede benodig. Die maatskappy is van plan om 'n vennootskap met betroubare verspreiders te vorm ten einde 'n verspreidingsnetwerk in Angola te vestig wat die verkope van toerusting aan die nywerheidsektor in Angola kan bevorder. Ingersoll Rand se plaaslike bedrywighede kan as grondslag dien vir die maatskappy se uitbreiding na Angola deur produkte van Suid-Afrika af uit te voer.

Die doel van die studie is om te bepaal watter faktore in aanmerking geneem moet word wanneer Ingersoll Rand besluit om die Angolese handelsomgewing te betree en om te evalueer watter produkte en kanale gebruik moet word om die maatskappy se hulpbronne die effektiëste aan te wend sodat dit vir die klant waarde skep en uiteindelik inkomste op 'n volhoubare grondslag genereer. In die bestek van hierdie studie val die fokus van die navorsing hoofsaaklik op die bemarking en posisionering van hierdie deel van die maatskappy.

1.2 DOELWITTE VAN DIE STUDIE

1.2.1 Primêre doelwit

Die primêre doelwit van hierdie navorsing is om die dinamiek van die handel binne die Republiek van Angola van nader te ondersoek en dan 'n strategiese plan vir Ingersoll Rand se betreding van die Angolese mark te formuleer sodat die maatskappy in staat is om kommersiële handel volhoubaar en effektië in die streek te dryf.

1.2.2 Sekondêre doelwitte

Die sekondêre doelwitte van hierdie navorsing is om:

- die vernaamste kenmerke van handel in die Republiek van Angola te beskryf deur die nywerheidsmarksegmente aan die hand van ooreenstemmende eienskappe van elke segment te kategoriseer;
- 'n bemarkingsmengselstrategie vir die teikenmarkte in Angola te formuleer wat die beste by die maatskappy se waardevoorstel pas;
- verspreiders en potensiële klante vir die maatskappy met mekaar te vergelyk; en
- 'n aksieplan te formuleer ten einde die strategie te implementeer en die vordering daarvan te assesseer.

1.3 BETEKENIS VAN DIE STUDIE

Daar is weliswaar heelwat mense wat Afrika as die desperate vasteland afgeskryf het, maar anderondernemende individue en organisasies het die groot, onontginde potensiaal van Afrika raakgesien en is aktief besig om sakeondernemings regoor die vasteland op te rig.

Die geleenthede in Afrika, waarvan die risiko wissel van beleggings wat in ontluikende markfondse gemaak word en genoteerde multinasionale maatskappye wat aktief sake in Afrika doen, tot handel wat met Afrika-vennote gedryf word, sluit die volgende in:

- olie en gas (Angola en Libië);
- mynbou (Wes- en Sentraal-Afrika);
- privatisering (Suid-Afrika en Nigerië);
- internasionale handel (olieprodusente en SAOG);
- infrastruktuur (pypleidings, paaie, telekommunikasie);
- voorraadruiing, wat in baie lande 'n bloeitydperk belewe;

- die benutting van opgevoede Engels- en Franssprekende Afrika-inwoners; en
- ontspanning.

'n Gebrek aan ekonomiese beleid en ontwikkeling, politieke onrus, sosio-ekonomiese struweling, geografiese afgeleëheid en 'n gebrek aan tegnologiese infrastruktuur skep versperrings vir die betreding van die Afrika mark. Ingersoll Rand het nog nooit enige bemarkingstrategie vir Angola ontwikkel nie. Die doel van hierdie studie is om die kennisleemte wat Ingersoll Rand oor Angola as handelsbestemming het, uit die weg te ruim. In die studie word breedvoerige inligting saamgestel wat die finansiële kontroleur, die bedryfsbestuurder en die streeksbestuurder as riglyne vir Afrika suid van die Sahara kan gebruik ten opsigte van die lewensvatbaarheid en die metodologie van die bedrywighede wat die maatskappy in Angola van stapel wil stuur.

1.3.1 Afbakening van die studie

Die fokus van hierdie studie val op spesifieke nywerhede wat in sleutelmarkte handel dryf waarin Ingersoll Rand se produkte aangebied word. Ingersoll Rand wil hierdie markte benut om sy produkte aan potensiële klante bekend te stel en aan hulle te voorsien.

In die studie word op die volgende sleutelmarkte gekonsentreer:

- | | |
|------------------------|----------------------|
| • Energie | • Kos en drank |
| • Utiliteite | • Motorbedryf |
| • Petrochemiese mark | • Pulp en papier |
| • Elektronika | • Farmaseutiese mark |
| • Tekstiele | • Algemene nywerhede |
| • Mynbou | • Chemikalieë |
| • Yster en staal | • Lugskeiding |
| • Nywerheidsmasjinerie | |

1.3.2 Aannames

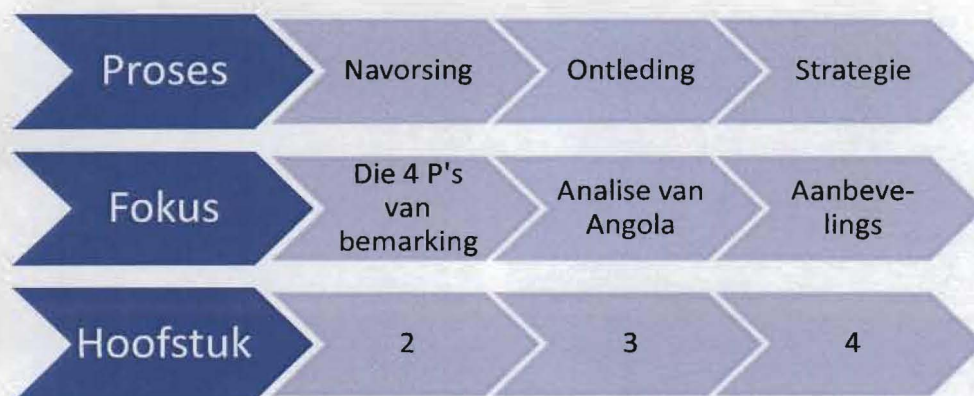
Die studie is op Ingersoll Rand se spesifieke hoedanighede gegrond. Enige aanbevelings hierin vervat, is op die maatskappy se unieke waardevoorstel en hulpbronne gebaseer en sal van dié van ander entiteite verskil. Data oor Angola word gebruik om aannames oor die waarskynlikheid van risiko, die markgrootte en ander makro-ekonomiese voorspellings te maak. Hierdie aannames is nie noodwendig op ander nasies in die streek of buite die streek van toepassing nie.

1.4 NAVORSINGSMETODOLOGIE

Voorgestelde benadering

Die studie volg 'n gestruktureerde metodologie sodat elke fase van die projek sigbare resultate sal oplewer, soos in die model hierna getoon word:

Figuur 1.1: Uitleg van die Studie



BESPREKING IN HOOFSTUK 2 EN 3

Begrip van die bemarkingskonsep en die geleentheid in Angola

'n Studie is gemaak van die dinamiek van internasionale bemarking, die teorieë van die vier elemente van die bemarkingsmengsel – die sogenaamde vier P's van bemarking – en hoe die dinamiek van die Angolese handelsomgewing op die toepassing van die bemarkingselemente op 'n strategie vir Angola sal inwerk.

Aktiwiteite

- Verduidelik die vier elemente van 'n suksesvolle bemarkingstrategie.
- Omskryf die geleenthede en uitdagings van die Angolese handelsomgewing.
- Evalueer die vermoëns van Ingersoll Rand as maatskappy om internasionaal in Angola handel te dryf.

Sigbare resultate

- Mark- en nywerheidsnavorsing vir die nywerheidsmasjinerie-vervaardigingsektor in Angola
- Verslag oor Angola

BESPREKING IN HOOFSTUK 4

Ontwerp van 'n Angolese bemarkingstrategie vir Ingersoll Rand

- 'n Ontleding van plaaslike verspreiders om hul geskiktheid as potensiële vennote te bepaal en om vas te stel of die plaaslike verspreiders as basis kan dien om die plaaslike mark in die toekoms vir Ingersoll Rand se produkte te ontwikkel.
- 'n Oorsig van plaaslike tegnieke om vas te stel op watter manier sake gedoen word en om, op grond van die omstandighede in Angola, aan Ingersoll Rand 'n plan vir 'n internasionale bemarkingstrategie te voorsien.

Aktiwiteite

- Identifiseer en ontleed potensiële plaaslike verspreiders in die nywerheidsmasjinerie-vervaardigingsbedryf.
- Ontleed nywerhede met potensiële eindklante vir direkteverkoopsgeleenthede.
- Stel 'n stap-vir-stap-aksieplan op om 'n bemarkingsveldtog in Angola van stapel te stuur.

Sigbare resultaat

'n Stap-vir-stap-bemarkingsplan wat op ideale klante in die teikenmark konsentreer