NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT EKSAMEN
MEI 2023

TOERISME

NASIENRIGLYNE

Tyd: 3 ure 200 punte

Hierdie nasienriglyne word voorberei vir gebruik deur eksaminatore en hulpeksaminatore van wie daar almal vereis word om 'n standaardiseringvergadering by te woon om te verseker dat die nasienriglyne konsekwent vertolk en toegepas word tydens die nasien van kandidate se skrifte.

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

IEB Copyright © 2023

VRAAG 1

1.1 Groenwassery is die proses om 'n vals indruk te skep of misleidende inligting te verskaf oor hoe 'n maatskappy se produkte omgewingsvriendelikker is. Groenwassery word as 'n ongegronde bewering beskou om verbruikers te mislei en te laat glo dat 'n maatskappy se produkte omgewingsvriendelik is

1.2 Leerder spesifiek. (Oneties)

1.3 Leerder spesifiek. (Misleidend, bedrieglik, motivering is net winsgerig, regte omgewingsvoordele bestaan)

1.4 Die manier waarop ons oor ons verbruiksgewoontes dink, verander heeltemal as gevolg van die wêreld wat 'n onbetwiste klimaatkrisis in die gesig staar. Die produkte wat ons koop en die dienste waarop ons staatmaak, het amper almal 'n effek op die omgewing gehad. Die voedselbedryf is/was ook 'n groot oortreder wanneer dit kom by groenwassery.

Ander industrieë/bedrywe wat skuldig is en was aan groenwassery sluit die motorbedryf en gasvryheidsbedryf in, waar hotelle geesdriftig volhoubaarheidstoekennings adverteer, ongeag daarvan dat die toekenning vir 'n enkele geringe verbetering in prosedures is.

- Bemarkingsinstrument wat gebruik word om wins te dryf, eerder as om verantwoordelikheid vir die omgewing te neem.
- Verbruikers, veral die Generasie Z verbruikers is versigtiger om in produkte of dienste te belê wat nie omgewingsbelange in gedagte hou nie.
- Hulle is ook meer geneig om die ekstra bedrag geld wat dit neem om seker te maak dat hulle ekovriendelike goedere bekom te betaal as 'n maatskappy die prys van 'n produk verhoog en dit as volhoubaar klassifiseer.
- Hierdie manier van besigheid doen mag dalk nie die besoedeling en omgewingsagteruitgang wat 'n bedryf op die planeet het verminder nie.

1.5 Omgewingsbeleid – die meeste kliënte wil verantwoordelike besighede ondersteun, deur te weet dat die maatskappy net soveel vir die omgewing omgee as wat hulle doen. Beleide moet deursigtig wees en op die webwerf moet die gebruik van omgewingsvriendelike verpakking en skryfbehoeftes die maatskappy se toewyding om 'groen te wees', toon. Die kliënt is meer geneig om 'n maatskappy te vertrou en te ondersteun wat beweer om eko-vriendelik te wees, aangesien dit meer professioneel lyk.

1.6 Wanneer jy 'omgewingsbewus' is, beteken dit dat jy 'n persoon/besigheid is wat dink aan die beskerming van die omgewing. Mense wat omgewingsbewus is, ondersteun herwinning, die beperking van die vrystelling van koolstofdioksied, die beskerming van bedreigde diere, en so aan.

IEB Copyright © 2023

1.7 Strategieë wat verseker dat personeel uitmuntende diens lewer: prestasiebestuur, kwaliteitsbeheerstelsels, kliëntopnames, span- en eweknie-assessering/resensie, indiensopleiding, spanbouaktiwiteite/-opleiding, werknemerposisionering wat pas by die vaardighede van die werknemer om sodoende produktiwiteit te verbeter.

1.8 1.8.1 Gelokaliseerde sosiale media, pamflette, strooibiljette, bemarkings-LED-advertensieborde, plaaslike regeringspublikasies, e-posse, verkoopspromosies, persoonlike verkoop, winkelafslag, vertonings en uitstallings.

1.8.2 Sosiale media, televisie, radio, koerant, rolprentleaters, buitenshuise advertensiemateriaal.

VRAAG 2

2.1 'Bioafbreekbaar' verwys na die vermoë van materiaal om te ontbind (afgebreek te word) deur die biologiese aksie van mikro-organismes soos bakterieë of swamme terwyl dit terugkeer na die natuurlike omgewing.

2.2 Ekotoeris, buitelewe-entoesiaste.

2.3 Bemarkingsmateriaal en produkverpakking – Bemarkingsmateriaal – bly sensitief vir kulturele verskille in potensiële kliënte. Byvoorbeeld, om 'n Moslem-man wat bier drink in 'n restaurant te wys, sal aanstootlik wees. Adverteer in toepaslike vorms van media. Dit moet aktueel, aantreklik en maklik verstaanbaar wees. Dit moet herkenbaar wees om dit sodoende met die besigheid te assosieer deur die advertering/verpakking.

2.4 Strategieë om te verseker dat personeel uitstekende diens lewer: prestasiebestuur, aansporings/prestasiebonusse, kwaliteitsbeheer kontrole, kliënt-opnames, span- en eweknie-assesserings/resensies, indiensopleiding. Spanbou-aktiwiteite/-opleiding, stel werknemers aan in posisies wat gepas is vir die vaardighede van die werknemers om produktiwiteit te verbeter.

2.5 Terugvoer verseker dat daar aan kliënte se behoeftes en verwagtinge voldoen word, verseker lojale kliënte, skep goeie reklame, dat kliënte die besigheid weer gebruik deur dat verbruikers hulle netwerk van die besigheid vertel en dan meer omset en wins, korrigeer of stel enige tekortkominge binne die besigheid reg. Sonder die bogenoemde sal die besigheid kliënte verloor wat sal lei tot minder wins en dat minder verbuikers hulle netwerk van die besigheid sal vertel.

2.6 E-posse, voorstelborde, persoonlike onderhoude, voorstelboksies, opvolg-telefoonoproepe, reaksie op die webwerf, en opnames wat kliënte se tevredenheid meet.

IEB Copyright © 2023

VRAAG 3

3.1 Leerder spesifiek: Produk, Mense (People), Plek, Promosie, Prys, Proses en fisiese bewys (Physical evidence). Enige 7p's – kollyspunt moet spesifiek beskrywend wees om die geallokeerde punt toe te ken.

3.2 Om 'n gemeenskaplike doel te hê, ondersteun die missie en doelwitte van die besigheid verseker etiese gedrag, 'n duidelike idee van wat verwag word en wat onaanvaarbaar is, en spel ook die gevolge uit vir personeel wat nie aan die verwagte standaarde voldoen nie. Kliënte sal meer vertroue in die besigheid hê en lojaal wees en dit verseker dat kliënte die besigheid weer gebruik en volhoubare ontwikkeling.

3.3 Om die lewensvatbaarheid van die onderneming/besigheid/diens te bepaal. Help entrepreneurs fokus op die spesifieke stappe wat nodig is vir hulle om sake-idees suksesvol te maak. Help hulle ook om kort- en langtermyn doelwitte te bereik.

3.4 Doelwitte, prosedures, bedryfsposisie, teikenmark, bemarkings-doelwitte en finansiële projeksies.

3.5 Sterk punte, swakhede, geleenthede en bedreigings. Moet die korrekte opskrifte identifiseer en geldige punte vir elkeen hê, wat in totaal 12 punte tel.

3.6 Regverdige verdeling, geslagsgelykheid, demokrasie, respek, deursigtigheid, billike/regverdige lone, voordeel vir die plaaslike gemeenskap, billike pryse.

3.7 'n Goeie bemarkingsinstrument aangesien dit 'n positiewe, etiese en verantwoordelike beeld van die maatskappy skep. Dit trek verantwoordelike reisigers en kliënte aan, bevorder dat bestaande kliënte hulle netwerk van die besigheid sal vertel, langtermyn volhoubaarheid.

IEB Copyright © 2023

VRAAG 4

4.1 Voorspelling – beide positiewe EN negatiewe impakte moet genoem word:

Positief: verhoogde inkomste, verhoogde buitelandse valuta, verhoogde werkgeleenthede, vermenigvuldigereffek, bewaring van gewoontes en kunsvlyt, voorsiening van gemeenskapsgeriewe en openbare/publieke dienste, Internasionale hulp, kulturele begrip en verdraagsaamheid, aanmoediging om te reis, mobiliteit en sosiale integrasie.

Negatief: afname in tradisionele werksgeleenthede, tydelike aard van werksgeleenthede, verhoogde lewenskostes, lekkasies, verhoogde belastings en konflik met die gasheergemeenskap, misdaad, verlies van kulturele identiteit, maatskaplike probleme soos bedelary en prostitusie, verkeersopeenhoping, druk op die beskikbaarheid van hulpbronne soos water of elektrisiteit.

4.2 SAT – SA Toerisme

Bemarking van Suid-Afrika internasionaal as 'n toeristebestemming van keuse. Dit is om die bewustheid van Suid-Afrika as 'n gewilde bestemming te verhoog sodat mense na Suid-Afrika sal reis en sodoende besoeke vermeerder.

Handhawing en verbetering van die standaarde van fasiliteite en dienste in die bedryf.
Verseker dat toerisme-ondernemings in staat is om hoë vlakke van kliëntediens en eg Suid-Afrikaanse ervarings te bied. Koördinering van die bemarkingsaktiwiteite van rolspelers in die bedryf.

Help diegene wat betrokke is by die bemarking van Suid-Afrika, verseker dat die boodskap duidelik en in lyn is met die strategie en posisionering van Suid-Afrika.

4.3 TOMSA (Toerisme bemarkingsheffing) Die ingesamelde geld word gebruik om bemarkingsaktiwiteite vir SA internasionaal te befonds en die SA-handelsmerk te verbeter. Die toerismeheffing, ook bekend as die TOMSA-heffing, is die 1% heffing wat van die verbruiker gehef word vir die gebruik van spesifieke toerismedienste in Suid-Afrika. SA Toerisme gebruik die ingesamelde geld hoofsaaklik om Suid-Afrika as 'n voorkeur reis- en toerismebestemming te bevorder.

4.4 4.4.1 Leerder moet 'n loopbaan identifiseer

Moet die stappe na die eindresultaat met 'n geldige vordering tot by die eindpunt aandui.

Realistiese tydlyne word genoem tussen elke progressiewe stap. Dit moet duidelik blyk dat die leerder navorsing gedoen het en/of kennis het van hierdie gekose loopbaanroete.

4.4.2 Antwoord spesifiek tot die gekose loopbaan. Voorbeelde sal die volgende insluit:

Goed met mense, leierskapkwaliteite, rekenaarvaardigheid, taalvaardigheid.

IEB Copyright © 2023

4.4.3 Gedragskode

4.4.4 Die publiek het meer vertroue in 'n besigheid wat sy personeel aan reëls onderwerp om etiese gedrag te verseker. Die besigheid word beskou as een wat omgee vir sy beeld en dus vir sy kliënte. Meer vertroue in 'n besigheid wat spanwerk en samewerking aanmoedig en integriteit het.

VRAAG 5

5.1 Ja.

5.2 Hy het meer as 3 tydsones gekruis, sy 'liggaamshorlosie' sal agter wees en hy sal homself moet heroriënteer met die nuwe tyd.

5.3 7 ure verskil,

16:00 – 7 ure = 09:00 12 Julie + 26-uur vlug = 11:00 13 Julie.

5.4 Dagligbesparingstyd. Die horlosie word een uur vorentoe geskuif in die lente- en somermaande om meer produktief gebruik te maak van dagligure. Die horlosie word 'n uur teruggedraai na die oorspronklike tyd in die winter.

5.5 Meer ledige tyd saans saam met die gesin wanneer dit nog lig genoeg is om buite te wees; minder ongelukke op die pad; minder gebruik van kunsmatige beligting en besparing van elektrisiteit; minder besoedeling/kleiner koolstofvoetspoor; minder misdaad, langer werksure vir sommige besighede.

5.6 Die verskillende tydsones kan vlugvoosheid veroorsaak, dit neem tyd om te herstel; skedules en tydbeplanning moet aangepas word om die tydsverskil in te reken; daar kan verbindingsvlugte gemis word as die tye verkeerd aangepas word.

5.7 Internasionale Datumlyn vir volle naam. as net IDL. 0 as die naam enigsins verkeerd is.

5.8 5.8.1 Moenie snags alleen uitgaan nie, moenie opsigtelik duur juweliersware of waardevolle items vertoon nie, moenie waardevolle items in die motor laat nie, gebruik bekende huurmotormaatskappye vir vervoer, en moenie rylopers plaai nie.

5.8.2 Rooi Kanaal: By 'n doeane-area in 'n lughawe of hawe waar reisigers wat iets het om te verklaar, hierdie deurgang neem.
Groen Kanaal: By 'n doeane-area in 'n lughawe of hawe waar reisigers wat niks het om te verklaar nie, hierdie deurgang neem.

5.8.3 Onwettige dwelms, wapens, lewende plant- of dierematériaal, 'n beperkte hoeveelheid geld.

5.8.4 'n Geldige paspoort, visum en (gesondheidsertifikaat – Covid-toetsuitslae ook aanvaar).

IEB Copyright © 2023

VRAAG 6

6.1 USD 1065,00 × ZAR 15.79 = ZAR 16816,35

6.2 BKK-bankkoop-koers (Koers waarteen die bank buitelandse valuta koop)

BVK – bankverkoop-koers (Koers waarteen die bank buitelandse valuta verkoop)

Die bankverkoop-koers is hoër omdat die bank 'n wins moet genereer. (Hantering/admin fooi)

6.3 As die Rand sterk is – minder buitelandse toeriste, toeriste het minder geld om te bestee en hulle is ook geneig om hul besoek te verkort of 'n ander bestemming te kies.

As die Rand swak is – meer buitelandse besoeke, het meer geld om te bestee omdat hulle meer ZAR vir hul geldeenheid kan koop en hulle sal langer bly. S.A. sal beskou word as 'n goedkoop bestemming.

6.4 Elektroniese fondsoorplasing: veilig en seker, effektief en vinnig, goedkoper as 'n papiertjek, maklik oorgeplaas regoor die wêreld.

Telegrafiese oorplasings: As jy vasgevang is in 'n ander land sonder geld, kan iemand by die huis binne 'n dag elektronies vir jou geld aanstuur. Daar is geen internetbankdienste nodig nie, want die banke stuur direk na mekaar.

Bankonttrekkings: die veiligste manier om geld oorsee te stuur, vinnig.

Internetbetalings: vinnig en spaar tyd, nie nodig om in lang rye te staan nie, meld enige tyd op jou rekening aan, gerieflik, lae transaksiefooie.

Buitelandse banknote: nuttig om kontant byderhand te hê wanneer jy inkopies by straatverkopers sonder kaartmasjiene doen, nuttig vir die plaaslike inwoners om kontant te aanvaar.

Kredietkaarte: Die skuld kan oor 'n verlengde tydperk afbetaal word, geen nodigheid om groot somme kontant by jou te dra nie, die meeste besighede aanvaar kredietkaarte.

Reisigerstjeks: terugbetaalbaar indien verloor, beskikbaar in alle belangrike geldeenhede, kan by die meeste hotelle en winkels regoor die wêreld geruil word.

Debietkaarte vooraf geraai met buitelandse geldeenhede: geen kans om skuld te maak nie, die geld wat op die kaart gelaai is, is veilig. Beskerm deur 'n PIN/sekuriteitskode.

TWEE metodes van betaling wat genoem word en een voordeel en een nadeel van elkeen. (Geen punte word toegeken vir die tipe betaalmetode sonder voor- en nadele nie)

IEB Copyright © 2023

VRAAG 7 KONSEPKAART

Titel: Die persentasie reistendense van toeriste en behoeftes van 18 000 toeriste ondervra gedurende 2019.

Die opkomende/ontwikkelende patroon: Toeriste is bereid om meer te betaal om bewaring te ondersteun; glo dat die aardverwarming kritiek raak; verkies volhoubare reis en wil verskillende kulture ervaar.

Globale situasie – klimaatsverandering en aardverwarming. Impak op toerisme – veranderende seisoene, tye vir reis verskuif, langer warm seisoene, meer droë seisoene, vermy bestemmings wat ly onder die nadelige impak van klimaatsverandering of verander die reisplanne om ongunstige klimaatstoestande te vermy. Daar word verwag dat toeriste van gematigde lande, wat tans internasionale reis domineer, hul reisplanne sal aanpas om voordeel te trek uit nuwe klimaatstoestande nader aan die huis. Die skuif in reispatrone sal groot implikasies hê, insluitend meer tyd en geld spandeer in die tuisland en buurlande en minder tyd en geld spandeer in warmer lande wat tans deur toeriste uit gematigde streke besoek word. Kus- en eilandbestemmings is kwesbaar vir die indirekte en direkte impak van klimaatsverandering, soos kus-erosie, kusgrens-verandering, storms en ekstreme klimaatsgebeurtenisse, styging van die seevlak en fisiese skade aan infrastruktuur. Skade kan toeriste afskrik, wat dan na alternatiewe bestemmings kan soek. Ekstreme weerstoestande mag toeriste na minder ekstreme bestemmings dryf om verwoestende storms, oorstromings en droogtes te vermy. (Enige aanvaarbare antwoorde)

Die impak van toerisme op die drievoudige-basislyn:

Omgewingsfaktore – goeie omgewingspraktyke wat hulpbronbestuur insluit, soos energie, water en afvalbestuur (verminder, hergebruik, herwin), rommelbeheer, omgewingsvriendelike bou, bevordering van inheemse flora en beheer van uitheemse indringerplante en beskerming van waterweë.

Sosiale faktore – oorweging van die positiewe en negatiewe effekte van toerisme op plaaslike gemeenskappe, kultuur en erfenis. Betrekking van die plaaslike inwoners in die besluite wat hulle raak, korporatiewe sosiale belegging (CSI) in toerisme, soos finansiële of nie-finansiële ondersteuning deur toerisme-maatskappye aan gesondheids-/sport-/opvoedings- en jeugprojekte. Die skep van werksgeleenthede vir plaaslike mense, wat daardeur hul lewenspeil verbeter. Die bewaring van kultuur en erfenis word ook in ag geneem.

Ekonomiese faktore – die rol van besigheid. Die verantwoordelike houding van 'n toerisme-onderneming teenoor die mense en die omgewing wat dit raak. Toerisme-ondernemings is die hart van inkomstegenerering en die inbring van buitelandse geld en belegging. Die ondernemings spandeer ook geld aan produkte en dienste. Die skep van werksgeleenthede dra by tot die vermenigvuldigereffek binne die toerismebedryf.

IEB Copyright © 2023

Kenmerke van suksesvolle toeristebestemmings:

- Om toeriste te bly aantrek en 'n mededingingsvoorsprong voorsprong te behou: moet hulle uniek wees in fisiese kenmerke, dit wil sê die wildelewe, gemeenskapsaantrekking en geboude aantreklikhede. Hulle moet onderskeibaar wees in beeld en verskil van ander bestemmings.
- Verskeidenheid aantreklikhede – moet 'n verskeidenheid van natuurlike aantreklikhede sowel as kunsmatige aantreklikhede bied, bv. landskappe, wildelewe, flora en fauna, museums, villa-parke, vermaaklikheidsentrums, kulturele en etniese aantreklikhede en geboude omgewing. Voorsien in die behoeftes van toeriste.
- Voorsien in die behoeftes van toeriste: teenwoordigheid van produk-ontwikkelingsstrategieë vir verbruik – dit moet produkte ontwikkeld hê wat deur toeriste verbruik word en moet in hul behoeftes voorsien.
- Toeganklikheid – Dit moet verskeie vervoermiddels en vervoerinfrastruktuur voorsien om toeriste en bestemmings/aantreklikhede bymekaar uit te bring.
- Word goed in stand gehou.
- Verskaf 'n veilige ondervinding vir toeriste.
- Vol bespreek – Is dikwels moeilik om in te kom a.g.v. gewildheid.
- Werklike aantal toeriste oorskry die teikengetal besoekers.
- Herhaalde besoeke – mense keer aanhoudend terug.
- Inkomste geigenereer (wins) oorskry teikensyfers.
- Positiewe impak op die plaaslike gemeenskap en omgewing: Die teenwoordigheid van bewaringspogings vir toekomstige volhoubaarheid – daar moet 'n owerheid wees om natuurlike hulpbronne te beplan en te bewaar en beskermde areas soos nasionale parke en reservate te skep om hul huidige en toekomstige gebruik te fasiliteer en die gemeenskap te bevoordeel.
- Ligging ten opsigte van ander nabygeleë bestemmings – moet naby ander bestemmings geleë wees om die algehele toerisme-ervaring te komplementeer. Dit fasiliteer kommunikasie, gesamentlike bemarking, maklike beplanning, verhoging van toeriste se tevredenheid en die ontwikkeling van 'n toerismeroete.
- Die resultate van die opname mag daartoe lei dat besighede die volgende prioritiseer; volhoubaarheid en 'n groter fokus op groen gaan, ekologies, aanlyn, aanpassing t.o.v. klimaatsverandering. (Enige voorspelling in hierdie verband).

Kleurgekodeerde sleutel en skakels: Verskillende kleure toon die verskillende kollyspunte en skakels moet 'n geldige verduideliking hê.

IEB Copyright © 2023

VRAAG 8 OPSTEL

Die definisie van die vermenigvuldigereffek: is wanneer geld wat deur toeriste spandeer word, deur verskillende sektore, subsektore en industrieë deur die ekonomie syfer en bevoordeel vir verskillende organisasies en die plaaslike gemeenskap bevoordeel.

Uitstekende diens – lei tot terugkerende besoekers, goeie resensies en 'n toename in die vraag na goedere en dienste omdat die aantal toeriste toeneem. Dit skep meer behoefte aan arbeid en die goedere en dienste wat direk betrokke is by die toerismebedryf, en later die meer indirekte industrieë, dienste wat nie direk in die toerismebedryf is nie, maar suksesvol is omdat die toerismebedryf bestaan (soos landbou, logistiek, konstruksie). Dus, meer vraag, meer aanbod, meer skep van werksgeleenthede, meer vloei van geld in die ekonomie, groter vermenigvuldiger-effek.

Impak op ekonomiese groei en gemeenskapsontwikkeling – In toerisme bestee besoekers uit ander lande (en plaaslike toeriste) hul geld op vervoer, verblyf, besoeke aan besienswaardighede en deelname aan aktiwiteite. As die diens wat hulle by hierdie verskeie plekke ontvang goed of uitstekend is, is hul reiservaring 'n positiewe een en hierdie toeriste sal waarskynlik later terugkeer (herhaalde besoeke) en waarskynlik ook baie ander mense (positiewe reklame deurdat tevrede kliënte hulle netwerk van die besigheid vertel) vertel van hul fantastiese vakansie.

Dit kan lei tot 'n toename in die volume toeriste na hierdie aantreklikhede. Toeristebesteding in die vervoer-, gasvryheid- en aantreklikheidssektore sal ook toeneem. Bydrae tot die land se BBP sal toeneem en die land se ekonomie sal baat vind. (Ekonomiese groei)

Toerismeondernemings (hotelle, restaurante, oorde, vervoer) sal meer inkomste ontvang as gevolg van hierdie toename in die volume toeriste en besteding. Die vraag na goedere en dienste styg, dus moet die ondernemings meer goedere bekom (koop) en meer personeel aanstel. Wanneer die ondernemings plaaslike mense aanstel en plaaslik geproduseerde goedere koop, dan sirkuleer die geld binne die plaaslike gemeenskap en bevoordeel die plaaslike gemeenskap.

IEB Copyright © 2023

Goeie spanwerk lei tot goeie diens omdat – die taak vinniger afgehandel word as verantwoordelikhede gedeel word; elke spanlid kan op sy/haar sterkpunte fokus tot voordeel van die taak, dit verminder konflik, bou 'n sin van kameraadskap, 'n gedeelde doelwit en sukses wanneer doelwitte bereik word en die diens vinnig, doeltreffend, konsekwent is, en kliënte se behoeftes word bevredig.

Voordele van goeie spanwerk vir die personeel, die besigheid en die kliënte: goeie spanwerk sal lei tot uitmuntende diens. Dit is wanneer optrede wat tot die voordeel van kliënte uitgevoer word, hul verwagtinge oortref en nie net aan hul behoeftes voldoen nie, maar selfs tot die punt van voorsiening van verwagte behoeftes en die ekstra myl loop om kliënte gelukkig te maak. Die verbetering van die gehalte van diens en goeie spanwerk sal die vlak van kliëntetevredenheid verhoog. Lojale besoekers sal terugkeer na die bestemming en dit aanbeveel by ander. Aanbevelings by ander sal ook ander kliënte aanmoedig om kliënte te word. Dit sal die besigheid se omset verhoog en die besigheid help om meer volhoubaar te word. 'n Volhoubare besigheid kan dan op sy beurt sy personeel 'n billike loon betaal en ook aansporingsvoordele aanbied, wat hul lewenspeil verbeter. 'n Gelukkige werksomgewing moedig lojale en gelukkige personeel aan.

Die personeel wat in die bedryf werk, word betaal met geld uit die inkomste van toeriste. Die lewenspeil van die personeel verbeter omdat hulle werk het, hulle kan meer kos, ander goedere en dienste koop. Weereens styg die aanvraag en moet die plaaslike besighede aan hierdie aanvraag voldoen. Op hierdie manier word meer werksgeleenthede geskep, meer geld sirkuleer in alle besighede in die gemeenskap en ideaal gesien, word almal bevoordeel. (Gemeenskapsontwikkeling)

Strategieë om uitstekende diens te bereik en vol te hou: Kwaliteitsbeheer-kontrole, prestasiebestuur, kliëntopnames, span- en eweknie-resensies, indiensopleiding, aansporings en bonusse vir personeel.

Gebruik die nasienrubriek Bylaag C om hierdie vraag na te sien.

Totaal: 200 punte

IEB Copyright © 2023