NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT-EKSAMEN
NOVEMBER 2020

TOERISME

NASIENRIGLYNE

Tyd: 3 uur 200 punte

Hierdie nasienriglyne word voorberei vir gebruik deur eksaminatore en hulpeksaminatore van wie daar almal vereis word om 'n standaardisering-vergadering 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 Kopiereg © 2020

VRAAG 1

1.1 Durban (1)

1.2 **SAT – SA Toerisme**

Bemark Suid-Afrika internasionaal en plaaslik as 'n voorkeur toerismebestemming. ✓

Dit is om besoekers meer bewus te maak van Suid-Afrika as 'n gewilde bestemming en daardeur besoeke en buitelandse valuta te genereer. Onderhouding en verbetering van die standaard van fasiliteite en dienste in die bedryf. ✓

Verseker dat toerismebesighede hoë vlakke van kliëntediens en outentieke Suid-Afrikaanse ondervindings kan verskaf. ✓

Koördinering van die bemarkingsaktiwiteite van rolspelers in die toerisme-bedryf. ✓

Staan diegene wat betrokke is by die bemarking van Suid-Afrika by, verseker dat die boodskap duidelik is en in lyn met die strategie en posisionering van Suid-Afrika. ✓ (Enige 3) (3)

1.3 ITB in Berlyn ✓ en die World Trade Market in Londen. ✓ (2)

1.4 Toerismebemarkingsheffing Suid-Afrika ✓ – **TOMSA** kollekteer die heffing en SAT maak gebruik van die fondse. Die geld wat gekollekteer word, word gebruik om Suid-Afrikaanse internasionale bemarkingsaktiwiteite te befonds, die Suid-Afrika handelsmerk (Brand SA) te verbeter. Die toerismeheffing, ook bekend as die TOMSA heffing, is die 1% heffing wat van die verbruiker verhaal word vir die gebruik van spesifieke toerismedienste in Suid-Afrika. ✓ Die fonds word primêr deur SA-Toerisme gebruik om Suid-Afrika as 'n voorkeur reis- en toerismebestemming te bevorder. ✓ (3)

1.5 Die Kaapse Getaway Skou. ✓ (1)

Ander reisbyeenkomste/skoue in Suid-Afrika word op die volgende webblad gelys en mag in die antwoord gebruik word:

[<https://10times.com/southafrica/travel-tourism>]

Vr, 28 Feb – Son, 01 Mrt	TRAVEL EXPO	Johannesburg	S.A. se mees geliefde reisskou.
Vr, 06 – Son, 08 Mrt 2020	the Getaway show	Kaapstad	Afrika se leier in reis-, buitelug- en avontuuruitstallings.
Do, 02 – Sat, 04 Apr 2020	International Luxury Travel Market Africa (ILTM Africa)	Kaapstad	Internasionale Luxury Travel Market Africa is 'n gespesialiseerde, slegs-op-uitnodiging geleentheid, waar die heel beste reisagente en adviseurs van oor die wêreld met Afrika se skouspelagtigste luukse reisondervinding kennis maak.

IEB Copyright © 2020

Ma, 06 – Woe, 08 Apr 2020	World Travel Market Africa (WTM Africa)	Kaapstad	Afrika se leier in inkomende en uitgaande b2b reishandelskou.
Ma, 06 – Woe, 08 Apr 2020	Sports & Events Tourism Exchange (SETE)	Kaapstad	Die *Sports and Events Tourism Exchange* is die enigste geleentheid van sy soort in Suidelike Afrika en verskaf 'n platform wat besighede in die sport-, gebeurtenis- en toerismebedrywe bymekaarbring.
Di, 12 – Do, 14 Mei 2020	Afrika se Reis Indaba	Durban	Grootste toerismebemarkingsgeleentheid
Do, 28 Mei 2020	WiT Africa	Kaapstad	WiT Africa se tema is A Bird's Eye View: 2020 and Beyond
Sat, 29 – Son, 30 Aug 2020	Suid Afrikaanse 4×4 & Buitelugskou	Pretoria	Suid-Afrikaanse 4×4 & Buitelugskou is 'n volgepakte geleentheid van hoë kwaliteit en stel die maatstaf in die 4×4 & Buitelugbedryf.
Woe, 30 Sept 2020	Wyn & Voedsel Toerisme Konferensie 5e uitgawe	Stellenbosch	Wyn- & Voedseltoerismekonferensie het 'n moet-bywoon geleentheid vir die toerismebedryf in Suid-Afrika en internasionaal geword. Die tema sal “Die Volgende Dekade” wees.
Vr, 26 – Son, 28 Feb 2021	Karavaanskou	Johannesburg	Hierdie handelskou kyk na nuwe produkte en dienste.

1.6 **Analiseer** – beide positiewe EN negatiewe impak moet genoem word:
Positief: verhoogde inkomste, verhoogde buitelandse valuta, verhoogde indiensneming, vermenigvuldiger-effek, bewaring van tradisies en handwerk, verskaffing van gemeenskapsfasiliteite en openbare dienste, ondersteuning van internasionale kulturele begrip en verdraagsaamheid, moedig reis aan, mobiliteit en sosiale integrasie. (enige 4 punte genoem)
Negatief: afname in tradisionele diensverskaffingsgeleenthede, tydelike aard van diensverskaffing, verhoogde lewenskoste, lekkasies, verhoogde belasting, en konflik met die gasheergemeenskap, misdaad, verlies van kulturele identiteit, sosiale probleme soos bedelary en prostitusie, verkeersdruk, druk op beskikbaarheid van bronne soos water en elektrisiteit. (enige 4 punte genoem) (4 + 4 = 8)
[18]

VRAAG 2

2.1 (a) Negatiewe resensies het 'n negatiewe impak ✓ 'n slegte reputasie sal negatiewe mondelinge terugvoer tot gevolg hê, ✓ sal kliënte verloor ✓ verlies aan inkomste en wins; ✓ (enige 2 geldige negatiewe punte)

(b) en 'n positiewe impak wat meer kliënte sal bring ✓ as gevolg van 'n goeie resensie, 'n goeie reputasie. ✓ (enige 2 geldige positiewe punte) (4)

2.2 Kliënte sal die besigheid in kennis stel van hulle behoeftes en verwagtinge, en sal die besigheid inlig aangaande 'n gebrek aan diensverskaffing ✓ sal geldige en realistiese voorstelle maak oor hoe die besigheid kan verbeter, ✓ sal die besigheid 'n mededingende/kompeterende voordeel gee, ✓ die kliënte sal voel hulle word 'gehoor' en dat hulle belangrik is. ✓ (enige 2) (2)

2.3 2.3.1 **Geskrewe en visuele/luister promosietegnieke**: (Enige **TWEE** voorbeelde)
Mediagebruike, bv. ruimte op TV, in koerante, tydskrifte, op plakkate, radio
Gedrukte materiaal, bv. brosjures, pamflette, advertensieborde
Elektroniese advertensies, bv. video-kanttekste, webgebaseerde advertensies ✓✓ (2)

2.3.2 **Persoonlike optrede in promosietegnieke**: (Enige **TWEE** voorbeelde)
Uitstallings, winkels, ekspo's, borgskappe ✓✓ (2)

2.4 **Geskrewe en visuele of luisterpromosietegnieke**: kan 'n massa mense bereik, help om 'n handelsmerk te versterk en gee 'n onvergeetlike indruk van waaroor 'n handelsmerk gaan. Vir sekere markte en produkte werk hierdie metodes beter. Algemene produkte wat massas mense aantrek doen goed omdat die kommunikasie 'n wye gehoor bereik, help om bewustheid onder verbruikers te skep en help dat hulle die handelsmerk onthou.
Persoonlike optrede voordele: Vanweë die gefokusde en persoonlike aard, kry hierdie tegniek 'n direkte respons en kan kliëntlojaliteit bou. Dit is moontlik om boodskappe nommerpas te maak vir sekere segmente van die mark met relevante aanbiedinge en inligting.
Teenstrydig met geskrewe en visuele of luisterpromosietegnieke is dit ook hoogs meetbaar. Dit gee bemarkers 'n insig in die opbrengs op belegging wat dan gebruik kan word om selfs 'n meer gefokusde en geteikende kommunikasie te genereer. Met e-posveldtogte kan jy tred hou met die oopgemaakte e-posse, jy kan dit deurgaan asook identifiseer wat verbruikers doen as hulle deur die e-pos klik.
In markte waar die kompetisie straf is, is kliëntlojaliteit noodsaaklik. So, om veldtogte direk te kan verander/aanpas vir bestaande en potensiële kliënte is 'n sleutelbeginsel. (enige 2 geldige punte vir elke tipe) (2 + 2 = 4)

2.5 Opnames, vraelyste, terugvoerkaarte, aanlynterugvoer op die Slippaway Hotel-webblad, SMS selfoonboodskappe, voorstelkassies. Opvolg e-posse, opvolgoproepe. ✓✓
Elke tipe terugvoer genoem sal die bestuur van Slippaway Hotel in staat stel om bewus te wees van probleme en dit reg te stel; personeelopleiding kan

dienslewering verbeter; Slippaway Hotelgroep kan 'n mededingende voordeel handhaaf – opleiding in beter kommunikasie. (enige 2 goeie punte) (4)

2.6 2.6.1 **Omgewingsbeleid** – meeste kliënte wil verantwoordelike besighede ondersteun, wetende die maatskappy gee net so baie om vir die omgewing as wat hulle omgee. Beleid moet deursigtig wees en op die webtuiste verskyn, gebruik van omgewingsvriendelike verpakking en skryfbehoeftes moet die maatskappy se toewyding aan "groen" beginsels wys. ✓✓

2.6.2 **Bemarkingsmateriaal en produkverpakking** – Bemarkings-materiaal – bly sensitief vir kulturele verskille van potensiële kliënte. Bv. om 'n Moslem-man te wys wat bier drink by 'n restaurant sal aanstoot gee. Adverteer in geskikte mediavorme. Moet vir 'vandag' wees, aantreklik en maklik verstaanbaar. Moet die besigheid deur die advertensie en verpakking herken en daarmee assosieer. ✓✓

2.6.3 **Webtuiste / sosiale media** – 'n maklik-om-te-navigeer webtuiste, met al die skakels wat werk; ordelik uiteengesit; maklik om te lees en op datum, gee die indruk van 'n maatskappy wat trots is om te wees wat hulle is en wat aandag gee aan detail. Om op te som: 'n professionele maatskappy. Insiggewende sosiale media of webtuistes trek kliënte aan. Die eerste paar sekondes sal bepaal of die kliënt hulle sal gebruik of nie. ✓✓ (2 × 3 = 6)

2.7 **Strategieë om te verseker personeel lewer uitstekende diens:** prestasiebestuur, kwaliteitskontroles, kliëntopnames, span- en portuur-beoordeling, indiensopleiding. ✓✓
Spanbou-aktiwiteite/opleiding, werknemer se posisie t.o.v. sy/haar vaardighede om produktiwiteit te verbeter.
(Enige **TWEE** met 'n beskrywing van hoe elkeen dienslewering van personeel verbeter. Nasiener gebruik diskresie.) ✓✓ (2 × 2 = 4)
[28]

VRAAG 3

3.1 Die tabel toon die waarde van die ZAR teenoor die USD ✓ vir die periode 2010 tot 2020. ✓ (2)

3.2 Die ZAR het geleidelik en konstant in waarde verminder ✓ teenoor die USD oor die tydperk 2010 tot op hede, 2020. ✓ (2)

3.3 Moontlike toename in buitelandse volumes ✓ aangesien buitelanders toenemend 'n sterker koopkrag het wanneer hulle S.A. besoek. ✓ (2)

3.4 2016, ✓ Amerikaners sou 16 ZAR vir elkeen van hulle dollars gekry het. (2)

3.5 Die aanbieding van wêreldgebeurtenisse verhoog die waarde van die gasheerland se geldeenheid ✓ – die gasheergeleentheid het die rand versterk. Soos gesien op die grafiek; in 2010 was die ZAR sterker as in die jare wat daarna gevolg het omdat die USD slegs ZAR 7–8 ✓ kon koop. (2)

3.6 In 2010 sou 'n Suid-Afrikaanse burger 7–8 ZAR betaal het vir elke USD. Teen 2020 het die waarde van die ZAR in so 'n mate gedaal het 'n USD 'n reisiger nou ZAR15,16 kos. ✓ Dus was die koopkrag van die Suid-Afrikaanse burger in 2010 baie sterker as 10 jaar later. ✓ (2)

3.7 3.7.1 **Bankverkoopkoers**; ✓ **Bankkoopkoers.** ✓ (2)

3.7.2 Die Bankverkoopkoers is altyd hoër want die bank of buitelandse-valuta-instituut voeg 'n klein administrasie/hanteringsfooi ✓ by die prys om uitgawes te dek en 'n wins te maak. ✓ (2)

3.8 Internasionale toeriste bring geld in die land in wat nie voorheen hier was nie en dit bevoordeel ons ekonomie. ✓
As die rand swak is teenoor die geldeenheid van 'n ander land is dit goedkoper vir mense van daardie land om na Suid-Afrika toe te reis en hulle sal waarskynlik langer bly en meer geld spandeer terwyl hulle hier is. ✓
Indien die rand sterk is teenoor die geldeenheid van 'n ander land, is dit duurder vir mense van daardie land om Suid-Afrika toe te reis en hulle sal waarskynlik nie kom nie. ✓ As hulle kom sal hulle waarskynlik vir 'n korter periode bly en minder geld spandeer. ✓ (4)

3.9 3.9.1 AUD 15 000 × ✓ 10,20 = ZAR ✓ 153 000,00 ✓ (3)

3.9.2 ZAR 4 500 × 3 ✓ = ZAR 13 500✓ gedeel deur ✓ 10,70 ✓
= AUD 1 261,68✓ (5)
[28]

VRAAG 4

4.1 'n Groep mense wat goed saamwerk sal die werk in 'n korter tyd afhandel, die doel van die organisasie sal meer doeltreffend bereik word, en die behoeftes en verwagtinge van die kliënte sal bevredig word. Dit sal die besigheid 'n meer professionele beeld gee en sal lei tot positiewe mondelingse terugvoer, kliënte sal terugkom, toename in getal besoekers en groter wins. Dit lei tot meer besprekings, groter bydrae tot die BBP en nog baie ander ekonomiese voordele. (Enige 2) ✓✓ (2)

4.2 'n **Gedragskode** is 'n dokument wat leiding gee aan alle personeel in 'n organisasie aangaande aanvaarbare gedrag tydens die uitvoer van hulle pligte. ✓ **'n Gedragskode sal die volgende insluit:** Vertroulikheid; regverdige hantering; beskerming en behoorlike gebruik van die maatskappy se bates; gehoorsaam wette en regulasies en standaarde; dissiplinêre aksie; konflik van belange; tree betroubaar op; behandel ander met agting en respek. ✓ (enige voorbeeld van wat dit mag insluit)

Basiese Voorwaardes van Indiensneming Wet is 'n dokument wat die regte van die werkers beskerm en omskryf. ✓ In aspekte soos minimum loon, die reg om verlof vir verskeie redes, werksure, beëindiging van indiensneming, en toestande waaronder die werker moet werk. ✓ (enige voorbeeld van wat dit mag insluit) (2 × 2 = 4)

4.3 Konflik tussen lede, slegte kommunikasie, geen duidelike rigtingaanwysing of ondersteuning, duplikasie van poging, gebrek aan duidelike

rolverdeling/roltoekenning, swak leierskap, gebrek aan ooreenstemming t.o.v. die doelstellings van die span. (Enige drie geldige punte.) ✓✓✓ (3)

4.4 4.4.1 Storm. ✓ (1)

4.4.2 Sonder duidelike rolle sal die lede geen duidelikheid hê van wat hulle individueel moet doen om die gesamentlike doelstelling te bereik nie, daar mag duplisering van take plaasvind wat tot frustrasie kan lei, die gebrek aan struktuur in die span mag daartoe lei dat die doelstelling nie bereik word nie. (Vereis 'n kwaliteit antwoord wat wys dat die kandidaat die belang van rolverdeling in 'n span verstaan.) ✓ (1)

4.4.3 Prestasie. ✓ Hierdie is die stadium wanneer die eintlike taak (die doel van die spanvorming) uitgevoer word, waar al die voorbereiding, navorsing, netwerk, beplanning en voorbereiding vrugte afwerp en die doelstelling bereik word. ✓ Hierdie stadium openbaar die sukses of mislukking van die span om hulle doelstellings te bereik. ✓ (1 + 2 = 3)

[14]

VRAAG 5

5.1 Hierdie 9 elemente is: **Produk, Mense (People), VerPakking en programmering, Plek, Promosie, Vennootskap (Partnership), Prys, Proses en Fisiese bewys (Physical evidence).** Enige 5 kan gekies word om die onderneming te beskryf ✓✓✓✓✓ met 'n beskrywing van elke element. ✓✓✓✓✓ (5 × 2 = 10)

5.2 Leerder-spesifiek. Al **VIER** opskrifte moet geadresseer word met ten minste **DRIE** geldige punte wat per opskrif bespreek word, met spesifieke verwysing na die onderneming waarmee elke kandidaat opgekom het. Geen punte word toegeken vir die opskrifte nie. (4 × 3 = 12)

5.3 Leerder-spesifiek. Die slagspreuk moet kort en maklik wees om te onthou, oorspronklik, ✓ gebruik om potensiële kliënte te oortuig/te lok. ✓ Nasieners gebruik hulle eie diskresie. (2)

5.4 Leerder-spesifiek. Besighede of dienste moet relevant wees tot die besigheid wat in 5.1 genoem is. Byvoorbeeld, 'n restaurant kan plaaslike boere, kleinhandelaars en logistieke ondernemings bevoordeel; 'n bed-en-ontbyt kan plaaslike kleinhandelaars en meubelmaatskappye bevoordeel. Nasieners gebruik hulle eie diskresie. ✓✓✓ (3)

5.5 Die leerder moet 'n beroep kies ✓ en drie spesifieke vaardighede noem wat hierdie beroepskeuse sal bevoordeel. ✓✓✓ Geen vae antwoorde kan aanvaar word nie. (4)

[31]

VRAAG 6

6.1 7 ure verskil,
16:00 – 7 ure = 09:00 ✓ 12 Aug. ✓ + 26-uur vlug = 11:00 ✓ 13 Aug. ✓ (4)

6.2 **Ja**, ✓ hy het baie meer as 3 tydsones gekruis; sy liggaamsklok sal gedisoriënteerd wees, en hy sal tyd nodig hê om aan te pas by die nuwe tyd. ✓ (2)

6.3 As dit 12:00 in S.A. is, sal dit 12:00 + 7 ure in Japan wees = 19:00 ✓ op 13 Augustus. ✓
Nee, hy kan nie met die kaart betaal nie, want hy arriveer op die 13de om 11 vm en klok in om 12 uur in die middag, maar sy kaart verval op die 12de om 11:59 nm, wat 12 ure vroeër was. ✓ (3)

6.4 Sy kollega het iets om te verklaar (hy het of verbode goedere of hy is in besit van goedere wat die toegelate limiete oorskry). (1)

6.5 **Gesondheid**: Hepatitis A en B inentings; bilharzia – moenie in stilstaande water swem nie; cholera – drink gebottelde water omdat lae watervlakke siektes en cholera kan veroorsaak. Malariatablette indien malaria-areas besoek word. Beoefen veilige seks. Smeer sonskerm aan en dra 'n hoed vir addisionele beskerming teen die son. Neem omvattende mediese/ reisversekering uit. Neem genoegsame mediese voorraad vir die duur van verblyf. Spoel vrugte en groente af met gebottelde water. Koop kos van betroubare voorsieners. (Enige 2) (NIE geelkoors nie) Kandidate mag na die Covid-19/ Coronavirus verwys en geskikte voorstelle maak aangaande veilige reis, handontsmettingsmiddels, dra van beskermende maskers, hande gereeld was en om 'n veilige afstand van ander mense te handhaaf terwyl onnodige fisiese kontak vermy word, konsulteer die WGO aangaande die nuutste voorkomingsmaatreëls. (enige 2) ✓✓

Veiligheid: Maak fotostate van persoonlike dokumente soos jou visa, paspoort, bestuurslisensie, debietkaart, kredietkaart en vliegtuigkaartjies. Hou deure gesluit en wees veral versigtig by robotte en stopstrate. Moenie rylopers oplaai nie. Moenie saamrygeleenthede van vreemdelinge aanvaar nie. Beplan roetes vroegtydig en wees deurentyd bewus van jou omgewing. Moet nooit sakke met waardevolle inhoud op die sitplekke laat lê nie. Maak seker jou selfoon is altyd volgelaai. Moenie vreemdelinge se aanbod om jou sakke te dra aanvaar nie en moet dit ook nie vir hulle doen nie. Beperk die kontantbedrag wat jy met jou saamdra. Maak gebruik van kaarte of ander betaalmetodes waar moontlik. Hou hotelkamers gesluit. Maak notas van die noodnommers by die hotelontvangs en ook die van die plaaslike polisie of sekuriteitsmaatskappye. Moet nooit jou bagasie sonder toesig by die lughawe of publieke plekke los nie. Moenie blink/waardevolle juwele dra nie. Moenie na sononder alleen of in afgesonderde areas loop nie. (Enige 2) ✓✓ (2 + 2 = 4)

6.6 Nee ✓ – hy sal sy visa en paspoort nodig hê. ✓(Kandidaat moet BEIDE die visa en die paspoort noem om die tweede punt te kry.) (2)

6.7 **Die Internasionale Datumlyn**. Die Internasionale Datumlyn (IDL) is 'n denkbeeldige lyn op die aarde se oppervlak wat die grens tussen een dag en die volgende definieer. Wanneer toeriste dit oorsteek op pad na die ooste, kry hulle 'n dag by (gaan terug in tyd) ✓en wanneer hulle dit oorsteek op pad na die weste, verloor hulle 'n dag (beweeg vorentoe in tyd). ✓ (2)

6.8 Meer ure vir ontspanning met gesin in die aand wanneer dit nog lig genoeg is om buite te wees; minder padongelukke; verminder elektrisiteitsverbruik

en bespaar dus; minder besoedeling/laer koolstofvoetspoor, vermeerder dagligure – toename in produktiwiteit; minder misdaad; plaaslike besteding neem toe wat bydra tot die plaaslike BBP; plaaslike toerisme mag toeneem. ✓✓✓

(Enige 3) (3)
[21]

VRAAG 7

Identifiseer die moontlike oorsake van die ondergang.

- Die verandering van kliënte wat nou die internet gebruik om vakansie en reisbesprekings te maak; nie minder agente om besprekings vir hulle te doen nie.
- Die onsekerheid oor Brexit maak dat minder mense reis;
- Ekonomiese onsekerheid meen dat mense laer inkomste het; moontlik selfs 'n wêreldwye daling in die markte;
- Hoë pryse vir hotelakkommodasie en vliegtuigpetrolpryse het tot gevolg dat potensiële toeriste na goedkoper opsies kyk of glad nie reis nie;
- Die somerhittegolf in die Verenigde Koninkryk sit mense af om te reis en hulle bly liewer by die huis;
- 1.6 Biljoen pond lening wat Thomas Cook gehad het en nie kon terugbetaal nie.
- Aardverwarming verander weerpatrone en dus ook reispatrone en gedrag;
- Thomas Cook was nie in staat om op hoogte te bly met tegnologiese vooruitgang nie en/of het nie reistendense dopgehou nie en het dus agtergebly. (Ou maatskappy, moontlik nog steeds verouderde tegnologie gebruik.)

Hoe die situasie die ekonomiese pilaar waar die toeriste gestrand was, kon bevoordeel:

- A.g.v. die warmer temperature (a.g.v. aardverwarming) kon die toeriste moontlik 'n geleentheid gehad het om strande te besoek en buiteluggeleenthede/-aktiwiteite (soos nagmarkte, feeste) by te woon. Dit kon deur innoverende lede van die plaaslike gemeenskap aangebied word.
- Daar mag 'n geleentheid vir die plaaslike gemeenskap wees om hulle privaat wonings vir addisionele akkommodasie aan te bied. (Airbnb);
- Plaaslike gemeenskap kan kos en drank aan die gestrande reisigers verskaf teen afslagpryse, maar nog steeds 'n wins maak.
- Toeraanbiedinge na plaaslike aantreklikhede wat toeriste andersins nie sou sien nie (soos plaaslike spooktoere, kuns- en handwerkuitstallings wat plaaslike talent ten toon stal) vir gestrande toeriste om hulle besig te hou en te verseker van 'n aangename ondervinding ten spyte van die negatiewe situasie.

Analise van die impak van die ondergang op die drievoudige basis-lyn:

Planeet/Omgewing:

- Onnodige verbruik van natuurlike hulpbronne waar die toeriste gestrand was.
- Die somerhittegolf in die Verenigde Koninkryk is 'n teken dat aardverwarming 'n realiteit is.
- Druk op die plaaslike infrastruktuur van die vakansiebestemmings.

- Positief: indien minder mense in die algemeen reis, sal daar minder dreinering van natuurlike hulpbronne in die omgewing wees.
- Toename in elektroniese tegnologie vir besprekings teenoor papierverbruik (bome).
- Minder besoedeling (geraas, water, grond, lug, minder rioolverwydering).
- Minder reis beteken minder geld wat tot die BBP bydra, minder befondsing beskikbaar om te verseker dat bewaring van plaaslike aantreklikhede plaasvind, minder instandhouding van infrastruktuur.

Wins/Ekonomie:

- Werkskepping, toename in die BBP van die plaaslike ekonomieë as innoverende geleenthede en aktiwiteite deur die plaaslike gemeenskap beplan word;
- Opposisie reismaatskappye sal in staat wees om baat te vind by besprekings wat hulle nie sou gehad het nie.
- Die maatskappy/bank wat aan Thomas Cook die geld geleen het, sal finansieel 'n knou kry – daardie bedrag geld wat geskuld/verloor is kan lei tot afdankings van personeel.
- Indien minder toeriste reis, kan dit lei tot langtermynwerkverliese in die toerismebedryf, toename in werkloosheid, stremming op die regering se welsynsisteem, toename in minder ernstige misdaad en verlies aan gemeenskapstrots.

Skakel tussen die ondergang van Thomas Cook en die vermenigvuldiger-effek:

- Die vermenigvuldiger-effek is die impak wat 'n toerismebesigheid op **ander industrieë** kan hê in 'n plaaslike gebied en die ondergang van Thomas Cook kan 'n NEGATIEWE domino-effek op ander industrieë hê. Byvoorbeeld,
- In elke area waar 'n TC-tak geleë was, sou daar werkverliese gewees het, werknemers sou minder beskikbare inkomste gehad het en mag opgehou het om geld op luukse kleinhandelprodukte te spandeer, dit sou lei tot 'n afname in die aanvraag na produkte en dienste;
- 'n Afname in besteding aan industrieë soos vars voedselvoorraad, dit lei daartoe dat die boerderybedryf geaffekteer word, 'n moontlike afname in die verkope van vars voedselsoorte; plaaslike verskaffers mag surplus produkte hê en dit sal lei tot 'n verlies aan inkomste, vermorsing, of hulle sal hulle produkdiversiteit moet beperk om aan die gang te bly;
- 'n Afname in petrolverbruik, elektrisiteit lei tot 'n negatiewe impak op verskaffers soos ESKOM en Rand Water; minder inkomste in hierdie industrieë;
- Minder binnelandse besteding in rekreasie- en toerismegebeurtenisse soos feeste, plaaslike restaurante, lei tot 'n afname in wins;
- Minder geld word bestee in die vervoersektor,
- Minder mense betaal belasting en kleiner bydrae tot die BBP;
- Die ondergang van elke tak sal beteken dat daar geen direkte besteding op internet-diensverskaffers, kommunikasiesisteme, huur van besigheidspersele sal plaasvind nie. Enige geldige voorbeelde van industrieë wat direk verbind is met besteding by TC is aanvaarbaar.

Voorstelle aan reismaatskappye oor hoe om winsgewend en suksesvol te bly deur hulle toerismeprodukte aan te pas:

- Reisondernemings/maatskappye behoort hulleself tegnologies op datum te hou en pro-aktief te wees om hulle kliëntebasis te behou.
- Verseker dat hulle kliënte voldoende reisversekering het om sulke moontlike rampe in die toekoms te dek.
- Reisondernemings/maatskappye moet seker maak dat hulle hulself met betroubare en volhoubare bestemming- en vervoermaatskappye assosieer.
- Moet konstant personeelopleiding en -ontwikkeling volhou.
- Moet aansporingsbelonings vir personeel hê om te presteer.
- Implementeer metodes om kliënteterugvoer te verkry.
- Maak gebruik van alternatiewe en volhoubare energiebronne, verminder kantoorbesteding deur werknemers toe te laat om van die huis af te werk en verander metodes heeltemal na 'n digitale platform, dit sal produksiekoste verminder.
- Diversifiseer – verskaf alternatiewe aktiwiteite en skep pakkette om toeriste aan te moedig om gemotiveerd te bly om te reis en aan verskillende aktiwiteite deel te neem en steeds in staat te wees om dit te bekostig.
- Stel innovering soos rekenaargegenereerde toerisme bekend wat minder fisiese reis vereis en die toeris toelaat om nog steeds die aantreklikhede te 'ondervind' in 'n interaktiewe rekenaargegenereerde omgewing. 3-D tegnologie is a groeiende tendens.
- Genereer pakkette vir korter verblyfperiodes en promosies wat binnelandse toerisme teiken, dit verseker konstante toerisme-aktiwiteite sonder die hoë kostes wat op langer vakansies van toepassing is.
- Maak gebruik van aanpasbare hergebruik in toerisme waarby nuwe fasiliteite/ondernemings geskep word deur ou infrastruktuur te gebruik/herwin. Dit verminder kostes en skep 'n 'ouwêreldse' ondervinding.
- Bevorder 'voluntoerisme' wat toeriste aanmoedig om 'terug te gee' aan die gemeenskap, hou hulle ondervindings eenvoudig en natuurlik en die kostes laag.
- Verskaf 'n digitale platform vir 'huis-uitruil' programme met 'n minimale fooi wat dagbesoeke insluit en die toeriste moet besprekings maak deur die reismaatskappy.
- **Skakels en 'n sleutel – moet duidelik en kleurgekodeer wees om skakels/ verbande en verhoudings aan te dui.**

Sien na volgens die Rubriek in BYLAAG E. **[30]**

VRAAG 8

Evalueer, met redes, die noodsaaklikheid van toerisme vir Derdewêreldlande in besonder.

- Derdewêreldekonomieë is onderontwikkeld en het 'n gebrek aan industrieë om op staat te maak vir inkomste en BBP-bydrae. Daarom leun hulle swaar op hulle natuurlike bronne (aantreklikhede) om die land aantreklik te maak vir toeriste. Hierdie bedryf is arbeidsintensief en lei dus tot:
- Werkskepping
- Beleggingsgeleenthede
- Infrastruktuurontwikkeling
- Opvoedkundige geleenthede
- Finansiële gewin vir die informele sektor
- Internasionale blootstelling aan die plaaslike kultuur

IEB Copyright © 2020

Analiseer die volhoubaarheid van baie gewilde toeriste aantreklikhede in terme van die omgewing.

Aantreklikhede in onderontwikkelde lande word dikwels nie bestuur met volhoubaarheid in gedagte nie aangesien die klem op inkomste en wins gelê word – maak nie saak teen watter prys nie. Dit lei tot misbruik en oorgebruik van die aantreklikheid, dikwels tot nadeel van die plaaslike gemeenskap en die omgewing. Die omgewing word dikwels opgeoffer ter wille van die aanvraag na luukse akkommodasie, aktiwiteite en gasvryheid wat lei tot die vernietiging van die natuurlike habitat, oorgebruik van hulpbronne, ontbossing, afvalproduksie, besoedeling en skade aan natuurlike plant- en dierspesies. Die nodigheid vir natuurbewaring word nie geïdentifiseer nie totdat 'n krisis opduik en plaaslike aantreklikhede verwoes is of uitsterf.

Baie gewilde bestemmings laat hoë volumes toeriste toe om 'n wins te maak. Dit is nie volhoubaar vir die land nie.

- Aantreklikhede moet beskerm en korrek bestuur word.
- Met 'n sterk gedragskode vir toeriste in plek is die volhoubaarheid verseker;
- 'n Streng gedragskode vir werknemers by die aantreklikheid sal ook volhoubaarheid vir die aantreklikheid verseker.
- Finansiële belegging en korrekte bestuur van die gegenereerde fonds sal 'n volhoubare toekoms verseker;
- Korporatiewe Sosiale Belegging behoort geïmplementeer te word asook Fair-Trade monitering.
- Sluit die plaaslike gemeenskap in by die winsdeling en stel plaaslike mense aan.
- Groot hoeveelhede besoekers plaas stremming op die voorsiening van natuurlike hulpbronne.
- Goedkoper vlugte sal meer toeriste lok wat op sy beurt die aantal vlugte sal verhoog en dit vergroot weer die koolstofvoetspoor.
- Die natuurlike omgewing sal skoongemaak word om in die aanvraag na addisionele infrastruktuur en akkommodasie te voorsien – ontbossing.
- Voedsel en ander daaglikse noodsaaklikhede moet ingevoer word van ander areas om in die aanvraag te voorsien wat nog meer tot die verhoging van die koolstofvoetspoor bydra en lekkasies veroorsaak.

Kritiese evaluasie van die sosiale effekte wat groot getalle toeriste op die plaaslike gemeenskap het.

- Korttermyndiensverskaffing, dikwels swak betaalde basiese werk;
- Oorvol plekke en oortredings in die plaaslike gemeenskap se ruimte en kultuur, afwatering van kultuur en verwestering van die jeug;
- Natuurlike hulpbronne word onder druk geplaas;
- Verhoging in misdaad en dwelms, selfs sekstoerisme kan meer word as die plaaslike gemeenskap probeer om 'n inkomste te genereer;
- Geraasbesoedeling, lugbesoedeling a.g.v. verhoging in reisskedules, rommel-strooiing word 'n probleem;
- Die lewenstandaard van die plaaslike gemeenskap neem af, samedromming van mense vind plaas tydens spitstye en verkeersdruk word 'n probleem.
- Voedsel en daaglikse noodsaaklikhede word duur en die plaaslike mense kan dit nie bekostig nie.

IEB Copyright © 2020

- Plaaslike gemeenskap mag hervestig word om plek te maak vir luukse akkommodasie, komplekse, aantreklikhede, oorde, stadiums.

Verwys na die onderneming waaroor jy 'n ondersoek geloods het in die eerste deel van jou praktiese assesseringstaak hierdie jaar. Stel VIER strategieë voor wat geïmplementeer behoort te word om hierdie aantreklikheid 'n volhoubare en verantwoordelike onderneming te hou.

- Toeriste-aantreklikheid – student spesifiek.
- Voorstel om aanpasbaar gebruik te maak van ouwêreldse geboue, skeepvrag-houers, ongewone tipes akkommodasie om die produk innoverend en oorspronklik te hou i.p.v. om geboue van die grond af op te rig.
- Hulpbronbestuur – spaar energie en water deur gebruik te maak van volhoubare praktyke, gebruik alternatiewe energiebronne, herwin grond- en gryswater.
- Afvalbestuur – verminder, hergebruik en herwin
- Rommelkontrole.
  Besoedelingkontrole.
- Omgewingsvriendelike geboue.
- Bevorder inheemse fauna en flora en roei indringerplante uit.
- Deel winste met plaaslike gemeenskappe en neem hulle in diens, maak gebruik van vennootskappe tydens bemarking om onkostes laag te hou implementeer CSI (Korporatiewe Sosiale Belegging)/ CSR (Korporatiewe Sosiale Verantwoordelikheid) programme om gemeenskappe te bemagtig en op te hef.
- Koop plaaslike produkte.
- Opleiding en vaardigheidsontwikkeling vir personeel.
- Implementeer 'n gedragskode vir toeriste.

Voorstelle aan toeriste om die kode vir verantwoordelike toerismegedrag te handhaaf: (voorbeeld verkry van https://www.everysteph.com/rules-responsible-tourist/)

- Leer sommige basiese woorde van die plaaslike taal (*hallo*, *asseblief*, *dankie* …) Kyk ook aanlyn uit vir die toeroperateurs wat ekskursies en dagbesoeke organiseer, en doen mee op 'n verantwoordelike manier.
- Waar moontlik, neem 'n trein of bus eerder as 'n vliegtuig. As jy nie kan nie, weet jy dat party lugrederye meer volhoubaar as ander is? By die bestemming vermy huurmotors en motors waar moontlik: plaaslike busdiens, fietse, en stap is eko-vriendelike vervoeroplossings, dit is nie duur nie en dikwels meer vervullend.
- Respekteer die omgewing en moet dit nie vernietig nie: moenie aandenkings optel in nasionale parke, wildreservate of argeologiese terreine nie.
- Moenie jou gemors agterlaat nie: hou dit by jou totdat jy 'n asblik vind en herwin waar moontlik.
- Water is so 'n skaars hulpbron in baie dele van ons planeet: moet dit nie mors nie, maak altyd die krane goed toe. Wanneer jy in jou hotelkamer kom, maak seker dat jy al die ligte en die lugreëling afskakel.
- Beskerm die fauna: moenie items of bybehore koop wat van leer, pels of dele van diere gemaak is nie. Moenie vleis van bedreigde dierspesies eet nie, al word dit as 'n smulhappie/delikatessen beskou.

IEB Copyright © 2020

- Respekteer die plaaslike gewoontes en tradisies: byvoorbeeld, in 'n konserwatiewe land trek geskikte klere aan en indien nodig, bedek jou kop. In die armste lande nog meer so, moenie met jou rykdom spog nie. (Vermy horlosies, juwele en ontwerpersakke).
- Nou, meer as ooit tevore, het 'voluntoerisme' 'n tendens geword, veral onder jong reisigers. Maar waar gaan hierdie geld heen? Nie altyd na die plaaslike gemeenskappe toe nie. Kyk na die *Ethical Volunteering Guide* om jou te help om die regte program en webblad te kies en vra vrae aan die verenigings.
- Indien jou volgende bestemming 'n Derdewêreldland is met ekonomiese probleme sal jy deur kinders omring word wat vir geld bedel en dit sal moeilik wees om “nee” te sê: dit mag wreed klink, maar vermy dit om geld aan kinders te gee want wat vir ons 'n klein bedrag mag wees, kan hulle laat besluit om op te hou skoolgaan. Ons almal weet hoe belangrik onderwys is! As jy 'n donasie wil maak, doen navorsing en maak jou donasie deur 'n erkende humanitêre vereniging wat sal seker maak dat jou geld na die wat dit nodig het, sal gaan.
- In ontwikkelende lande is dit maklik om te dink jy moet uitdeel: beter nog as dit, is om 'n bydrae te maak tot die ekonomie van die land deur geskenke vir familie en vriende te koop: kies natuurlik handgemaakte artikels by plaaslike vakmanne.
- Gedurende jou reis na nabye of verre lande, jy sal graag 'n oomblik of 'n glimlag op jou kamera wil vaslê. Doen dit, maar onthou altyd dat die plaaslike gemeenskap nie diere in 'n dieretuin is nie: voor jy die foto neem, vra toestemming.

Sien na volgens die Rubriek in BYLAAG F. **[30]**

Totaal: 200 punte

IEB Copyright © 2020