



NASIONALE SENIOR CERTIFIKAAT EKSAMEN
MEI 2025

TOERISME

NASIENRIGLYNE

Tyd: 3 uur

200 punte

Hierdie nasienriglyne word voorberei vir gebruik deur eksaminatore en sub-eksaminatore, wat almal 'n standaardiseringsvergadering moet bywoon om te verseker dat die riglyne konsekwent geïnterpreteer en toegepas word in die nasien van kandidate se antwoordstelle.

Die IEB sal nie in enige besprekings of korrespondensie oor enige nasienriglyne betrokke raak nie. Daar word erken dat daar verskillende sienings oor sekere aspekte van beklemtoning of details in die riglyne kan wees. Dit word ook erken dat, sonder die voordeel van bywoning van 'n standaardiseringsvergadering, daar verskillende interpretasies van die toepassing van die nasienriglyne mag wees.

VRAAG 1

- 1.1 Die Oos-Kaap het die hoogste amptelike werkloosheidskoers in Suid-Afrika in die eerste kwartaal van 2024 gehad.
- 1.2 Hoë werkloosheidskoers kan:
- lei tot verhoogde misdaadsyfers, wat toeriste mag afskrik weens veiligheidsredes.
 - Minder beskikbare inkomste onder plaaslike inwoners kan lei tot laer besteding by plaaslike toerisme ondernemings, wat hul lewensvatbaarheid en groei beïnvloed.
 - Swak ekonomiese toestande kan lei tot verminderde belegging in toerisme-infrastruktuur en -dienste, wat die provinsie minder aantreklik vir potensiële besoekers maak.
- 1.3 Impak op plaaslike besighede:
- Plaaslike besighede mag 'n afname in inkomste ervaar weens verminderde koopkrag, wat tot moontlike sluitings of inkrimping kan lei.
 - Besienswaardighede mag 'n afname in besoekersgetalle ervaar, wat hul winsgewendheid en vermoë om fasiliteite te onderhou en op te gradeer beïnvloed.
 - Hoë werkloosheid kan lei tot 'n negatiewe beeld van die streek, wat belegging en toerisme-ontwikkelingsgeleenthede beperk.
- 1.4 Volgens die uittreksel is die meeste werksverliese:
Wes-Kaap: 17 000 werksverliese
En Noordwes met 13 000 werksverliese
- 1.5 1.5.1 Wes-Kaap
- 1.5.2 Die Wes-Kaap is 'n toerisme "hotspot" vir Suid-Afrika, daarom werk 'n groot aantal mense in die toerismebedryf of die kandidaat mag die politieke stabiliteit in die Wes-Kaap noem, met laer werkloosheidsvlakke.
- 1.6 Dit was deurlopend baie laer as die Suid-Afrikaanse nasionale amptelike werkloosheidskoers oor die afgelope tien jaar.
- 1.7 Strategieë om toerisme te bevorder: (enige vier)
- Verskaf gemeenskapsprojekte wat toegang tot digitale opleiding verhoog, soos BDD.
 - Ontwikkel en bemark toerisme nismarkte (bv. eko-toerisme, kulturele toerisme) om diverse besoekers te lok.
 - Belê in die bemarking van bestemmings.
 - Belê in opleiding en vaardigheidsontwikkeling vir plaaslike inwoners om dienslewering en werkverskaffing in die toerismebedryf te verbeter.
 - Verbeter infrastruktuur en toegang om toeriste-aantreklikhede meer aanloklik en makliker bereikbaar te maak.
 - Vennootskappe met privaat sektor rolspelers om volhoubare toerisme projekte te skep wat langtermyn indiensnemingsgeleenthede kan genereer.

- 1.8 Die huidige situasie kan as 'n politieke situasie gekategoriseer word wat verband hou met 'n ekonomiese probleem, wat spesifiek verband hou met werkloosheid en die sosio-ekonomiese impak daarvan.
- 1.9 Eienskappe van hierdie tipe gebeurtenis:
- Ekonomiese onstabiliteit: Hoë werkloosheidskoers dui onderliggende ekonomiese uitdagings aan.
 - Werkloosheid affekteer lewenskwaliteit en sosiale samehorigheid binne gemeenskappe.
 - Beleidsimplikasies: Benodig staatsingryping en strategiese beplanning om die probleem te adresseer en die situasie te verbeter.
- 1.10 Effek op die vermenigvuldiger-effek en die BBP.
- Verminderde verbruikersbesteding: Werklose individue het minder beskikbare inkomste, wat lei tot laer algehele aanvraag na goedere en dienste.
 - Verminderde produktiwiteit: Hoë werkloosheid beteken dat minder mense bydra tot die ekonomie, wat algehele produktiwiteit verminder.
 - Verhoogde regeringsuitgawes: Hoër werkloosheid lei tot verhoogde besteding aan maatskaplike welsynsprogramme en werkloosheidsvoordele.
 - Laer belasting inkomste: Met minder mense wat werk, ontvang die regering minder inkomstebelasting, wat die openbare finansies beïnvloed.
 - Potensiële langtermyn-ekonomiese afname: Volgehoue hoë werkloosheid kan lei tot strukturele probleme in die ekonomie, wat groeivoorsigte belemmer.
- 1.11 1.11.1 Die toename in BBP en die impak daarvan op gemeenskapsontwikkeling:
- Verbeterde infrastruktuur: 'n Toename in die BBP kan lei tot hoër regeringsinkomste, wat in die verbetering van plaaslike infrastruktuur soos paaie, skole en gesondheidsfasiliteite belê kan word.
 - Verbeterde openbare dienste: Meer fondse kan toegestaan word om openbare dienste te verbeter, wat die lewensgehalte van gemeenskapslede sal verhoog.
 - Ekonomiese geleenthede: 'n Groeiende BBP lei dikwels tot verhoogde belegging en werkskepping, wat meer ekonomiese geleenthede vir plaaslike inwoners bied.
 - Maatskaplike ontwikkeling: 'n Hoër BBP kan lei tot verbeterde maatskaplike programme en inisiatiewe, wat die welstand en ontwikkeling van die gemeenskap bevorder.
 - Verminderde armoede: Ekonomiese groei kan mense uit armoede help ophef deur werksgeleenthede te skep en lewensstandaarde te verbeter, wat bydra tot algehele gemeenskapsontwikkeling.
- 1.11.2 'n Toerisme vermenigvuldiger-effek ontstaan wanneer geld wat deur 'n toeris spandeer word veelvuldige kere binne 'n land se ekonomie kan sirkuleer. Dit gebeur d.m.v. direkte of indirekte spandering. (Enige 2 punte)

VRAAG 2

- 2.1 2.1.1 Redes vir verskillende geldeenheid waardes: (enige vier)
- **Ekonomiese stabiliteit:** Lande met stabiele ekonomieë het tipies sterker geldeenhede.
 - **Rentekoerse:** Hoër rentekoerse kan buitelandse belegging trek, verhoogde aanvraag na die geldeenheid en 'n verhoging in waarde.
 - **Inflasiekoers:** Laer inflasiekoers het gewoonlik 'n sterker geldeenheid tot gevolg omdat koopkrag hoog bly.
 - **Politiese stabiliteit:** Lande met stabiele regerings en voorspelbare beleid is geneig om sterker geldeenhede te hê a.g.v. 'n verhoging in beleggersvertroue.
- 2.1.2 $25,000 \text{ USD} \times 18,74 = 468,500 \text{ ZAR}$
- 2.1.3 Deel die bedrag korrek in ZAR met die BKK.
 $R1\ 200,00 \div 18,81 = \text{USD}63,80$
- 2.1.4 BVK (Bank Verkoop Koers) is hoër omdat dit die bank se winsgrens insluit en om admin en transaksiefooie te dek.
- 2.2 Swak geldeenheid:
- **Trek buitelandse toeriste aan:** 'n Swak geldeenheid maak Suid-Afrika 'n goedkoper bestemming vir buitelandse toeriste en verhoog die invloed van toeriste.
 - **Verhoogde besteding:** Toeriste vind dat hulle buitelandse geldeenheid verder gaan, wat potensieël hulle besteding op plaaslike produkte en dienste kan verhoog.
- 2.3 Enige twee van die volgende: BBP is die totale monetêre waarde van al die produkte en dienste wat binne 'n spesifieke tydperk binne 'n land se grense geproduseer word. Dit is 'n belangrike aanwyser wat gebruik word om die gesondheid van 'n land se ekonomie te meet.
- 2.4 Sterk BBP effek op 'n land: (Enige drie)
- **Ekonomiese groei:** 'n Indikasie van robuuste ekonomiese groei en stabiliteit.
 - **Verhoog beleggings moontlikhede:** Trek buitelandse en plaaslike belegging, wat verdere ekonomiese aktiwiteit bevorder.
 - **Verhoog lewenstandaard:** Het tipies hoër inkomstevlakke tot gevolg en verbeter die lewenstandaard van die bevolking.
 - **Indiensnemingkoers is hoog.**
- 2.5 Stel drie betalingsmetodes voor: (Enige drie)
- **Kontant:** Nuttig vir klein aankope en in gebiede waar elektroniese betalings nie aanvaar word nie.
 - **Mobiele betalings:** Veilige en toenemend gewilde metode, veral in stedelike gebiede.
 - **Krediet/debietkaarte:** Wyd aanvaarbaar en gerieflik.
 - **Digitale toep (app)-betalings:** Zapper, Paypal, Snapscan, Samsung Pay, ens.

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Befondsing gebeur deur TOMSA.

- 1% van elke bevestigde bespreking word gekollekteer van die akkommodasie, motor-huur en toeroperateurs deur TOMSA (dit is vrywillig).
- Heffings word aan die Toerisme Besigheidsraad van SA (TBCSA) betaal, wat TOMSA administreer.

3.1.2 Beskryf die rol van SAT (Suid-Afrikaanse Toerisme).

- SAT is verantwoordelik vir die bevordering van Suid-Afrika as 'n toonaangewende toeristebestemming, beide binnelands en internasionaal.
- Onderhou en verbeter die fasiliteite en dienste vir toeriste.
- Vennootskapsontwikkeling en die koördineering van bemarkings-aktiwiteite binne die internasionale bedryf: Werk saam met verskeie belanghebbendes, insluitend reisagentskappe, lugrederye en ander toerisme-entiteite, om toerisme-infrastruktuur en -dienste te verbeter.

3.1.3 Bemark S.A. internasionaal: Neem deel aan internasionale handel-skoue soos ITB Berlyn en WTM (World Travel Market) Londen om Suid-Afrikaanse toerisme-aanbiedings ten toon te stel.

3.1.4 Enige twee sterkpunte en twee bedreigings van die WTM. (Nasiener gebruik eie diskresie, aangesien antwoorde sal verskil. 'n Riglyn word verskaf.)

Sterkpunte:

- **Globale bereik:** Trek 'n diverse gehoor van professionele reisigers van regoor die wêreld aan, wat uitgebreide netwerkgeleenthede bied.
- **Nywerheidstendense en netwerke:** Bied insigte in die jongste reis- en toerismetendense, wat uitstallers help om voor te bly in die mark.
- **BBP groei.**
- **Werksgeleenthede.**

Bedreigings:

- **Ekonomiese agteruitgang:** Globale ekonomiese onstabiliteit kan deelname en belegging in die geleentheid verminder.
- **Gesondheidskrisis:** Gebeurtenisse soos pandemies kan die bywoning en algehele sukses beduidend beïnvloed.
- **Beurtkrag:** Kan as 'n bedreiging gesien word as daar geen kragopwekkers is nie.

3.1.5 Bemerkingsmengsel vir die WTM. (Een punt vir elke P en die tweede punt is vir die korrekte toepassing.)

Nasien punte:

- **Produk:** Die WTM bied 'n platform vir netwerk, stel toerisme produkte ten toon en verkry insig in die bedryfstendense. Verseker diverse uitstallings en aanbiedings.
- **Prys:** Koördineer kompeterende pryse vir uitstallers en besoekers, neem waardevolle dienste soos eksklusiewe netwerk-gebeurtenisse of werksinkels in ag.
- **Plek:** Bied die gebeurtenis in 'n gerieflike, toeganklike lokaal met goeie infrastruktuur en geriewe wat internasionale deelnemers trek, aan.
- **Promosie:** Gebruik 'n mengsel van digitale bemarking, sosiale media-veldtogte, e-posbemarking en tradisionele advertensies om die geleentheid te bemark.
- **Mense (people):** Verseker 'n goed opgeleide, gasvrye personeel om die geleentheid te bestuur, deelnemers te assisteer en uitmuntende diens te lewer. Die teikenmark kan beskryf word as konferensie- of besigheidstoeriste met 'n belangstelling in die toerismebedryf.
- **Proses:** Seepgladde registrasie-, inboek- en sessie-skedulerings-prosesse om die deelnemers se ervaring te verbeter. Program van sprekers beskikbaar.
- **Fisiese bewys (physical evidence):** Verskaf tasbare bewyse van die geleentheid se sukses, soos getuigskrifte, gevallestudies en promosie-materiaal van vorige jare.
- **Vennootskap (partnership):** Vennootskap met rolspelers en leiers in die bedryf soos WWF, lugrederye en kleinhandelaars soos Checkers.

3.2 Nadele van "bo-die-lyn" bemarking. (Enige twee)

- **Duur:** "Bo-die-lyn" bemarking soos TV en radio advertensies, kan duur wees en mag dalk nie geskik wees vir alle besighede nie.
- **Minder geteiken:** Hierdie tipe bemarking bereik 'n breë gehoor wat baie individue mag insluit wat nie deel van die teikenmark is nie.

3.3 Noem twee voordele van "onder-die-lyn" bemarking.

- **Koste-effektief:** In die algemeen is dit goedkoper as "bo-die-lyn" bemarking, wat dit meer toeganklik vir kleiner besighede maak.
- **Spesifiek geteiken:** Laat meer presiese teikening van spesifieke marksegmente, toe, wat lei tot meer effektiewe en persoonlike bemarkingspogings. Daar is ook meer interaksie tussen die besigheid en kliënt.

3.4 Belangrikheid van spanwerk in die uitvoering van die WTM. (Enige drie)

- **Beter idees:** Effektiewe spanwerk verseker dat diverse vaardighede en perspektiewe bymekaar kom om 'n suksesvolle gebeurtenis te beplan en uit te voer.
- **Doeltreffend en beter tydsbestuur:** Die verdeling van take tussen spanlede help om tyd en hulpbronne meer doeltreffend te bestuur.
- **Probleemoplossing:** Spanne kan uitdagings gesamentlik aanspreek en meer doeltreffend oplossings vind as individue wat alleen werk.
- **Innovasie en kreatiwiteit:** 'n Diverse span kan innoverende idees en kreatiewe oplossings bied, wat die algehele kwaliteit van die gebeurtenis kan verbeter.

3.5 Stadiums van groepsgedrag (Punte word nie toegeken vir slegs die naam van die stadium nie. 'n Punt kan slegs gegee word as die kandidaat hulle antwoord toegepas het.) Kandidate se antwoorde sal verskil. Nasiener gebruik eie diskresie.

1. **Vorming:** Spanlede leer mekaar ken en verstaan die taak wat voorlê.
2. **Storming:** Konflik en meningsverskille kan ontstaan namate spanlede hul individuele sienings en idees uitspreek.
3. **Normering:** Die span begin norme en samewerkende praktyke vestig, los konflik op en werk om gemeenskaplike doelwitte te bereik.
4. **Uitvoering/Prestasie:** Die span werk doeltreffend daaraan om die taak uit te voer, met rolle duidelik gedefinieër en take wat voltooi word.
5. **Verdaag:** Na die gebeurtenis, ontbind die span, en lede reflekteer oor hul ervarings en die algehele sukses van die projek.

3.6 Moontlike waarde wat 'n gedragskode aan die WTM kan toevoeg: (Enige 3)

1. **Duidelike verwagtinge en standaarde**
 - **Gedragsriglyne:** Dit sit duidelike verwagtings aangaande aanvaarbare gedrag, professionaliteit en etiese gedrag uiteen, wat die werknemers help verstaan wat van hulle verwag word.
 - **Konsekwentheid:** Verseker dat alle spanlede aan dieselfde standaardte voldoen, wat regverdigheid en gelykheid bevorder.
2. **Verbeterde professionaliteit**
 - **Reputasiebestuur:** Deur 'n gedragskode na te kom, help werknemers om die organisasie se reputasie in die bedryf te handhaaf en te versterk.
 - **Kliëntvertroue:** Professionele en etiese gedrag bevorder vertroue tussen kliënte en vennote.

3. **Verbeterde werkplekumgewing**
 - **Respek en inklusiwiteit:** Bevorder 'n respekvolle en inklusiewe werkplek, wat gevalle van diskriminasie, teistering en konflik verminder.
 - **Moraal en motivering:** 'n Positiewe en regverdigde werkplek bevorder werknemermoraal en motivering.
4. **Leiding en besluitneming**
 - **Etiese besluitneming:** Verskaf 'n raamwerk vir die neem van etiese besluite, wat werknemers help om deur komplekse situasies te navigeer.
 - **Konflik resolusie:** Bied riglyne om dispute en konflik op 'n konstruktiewe manier op te los.
5. **Regs- en reguleringsnakoming**
 - **Risiko bestuur:** Help om nakoming van wette en regulasies te verseker, wat die risiko van regsgedinge en boetes verminder.
 - **Aanspreeklikheid:** Vestig aanspreeklikheid wat dit duidelik maak dat onetiese gedrag gevolge het.
6. **Samewerking en span werk**
 - **Gedeelde waardes:** Bevorder 'n gevoel van gesamentlike waardes en 'n gemeenskaplike doel, wat spanwerk en samewerking versterk.
 - **Vertroue en respek:** Bou vertroue en respek tussen spanlede, wat noodsaaklik is vir doeltreffende spanwerk.
7. **Prestasie en Produktiwiteit**
 - **Fokus op doelwitte:** Met duidelike gedragsriglyne kan werknemers meer op hul doelwitte fokus en minder op die navigering van interpersoonlike probleme.
 - **Doeltreffendheid:** Verminder misverstande en konflik, wat lei tot gladder en meer doeltreffende taakverrigting.

3.7 3.7.1 SSGB analise van die WTM: (Hierdie is slegs riglyne. Kandidate se antwoorde sal varieër. Nasiener gebruik eie diskresie). Een punt word toegeken onder elke opskrif.

Sterkpunte

- **Bedryfsleierskap:** WTM is 'n toonaangewende wêreldwye gebeurtenis vir die reisbedryf, wat groot rolspelers en belanghebbendes lok.
- **Netwerk geleentheid:** Bied uitgebreide netwerkgeleentheid met sleutel professionele persone in die bedryf, wat besigheidsgeleentheid verbeter.
- **Diverse deelname:** 'n Wye verskeidenheid uitstallers en deelnemers van verskeie segmente van die reisbedryf, wat 'n omvattende markoorsig bevorder.
- **Innovasie "hub":** Platform vir die tentoonstelling van die nuutste tendense, tegnologieë en innovasies in die reisbedryf.

Swakhede

- **Hoë kostes:** Deelname en bywoning kan duur wees, wat toegang vir kleiner besighede en nuwe maatskappye moontlik kan beperk.
- **Intense kompetisie:** Staar kompetisie van ander reisbedryfskoue en bedryfsgeleenthede wêreldwyd in die gesig.
- **Logistieke uitdagings:** Die organisering en bestuur van so 'n grootskaalse geleentheid behels beduidende logistieke kompleksiteite en die potensiaal vir operasionele probleme.
- **Versadigde mark:** Die risiko van markversadiging met soortgelyke geleenthede, wat die uniekheid en impak van WTM verminder.

Geleenthede

- **Opkomende markte:** Geleentheid om in opkomende markte en nuwe reistendense in te tap, wat die geleentheid se omvang en relevansie uitbrei.
- **Digitale integrasie:** Versterk virtuele en gekombineerde geleenthede om 'n wyer gehoor te bereik en meer buigsame deelname-opsies te bied.
- **Volhoubare fokus:** Die toenemende klem op volhoubare reispraktyke kan WTM posisioneer as 'n leier in die bevordering en tentoonstelling van omgewingsvriendelike reisoplossings.
- **Vennootskappe en samewerkings:** Die vorming van strategiese vennootskappe met bedryfsleiers en tegnologie-maatskappye om die geleentheid meer waarde toe te voeg.

Bedreigings

- **Ekonomiese inkrimping:** Wêreldwye ekonomiese onstabieleit kan reisbegrotings beïnvloed, wat deelname en bywoning verminder.
- **Pandemies en gesondheidskrisisse:** Gesondheidskrisisse soos COVID-19 kan reis en groot samekomste ernstig ontwig, wat die geleentheid se lewensvatbaarheid sal beïnvloed.
- **Geo-politieke probleme:** Politiese onstabieleit en reisbeperkings in verskeie streke kan internasionale deelname beïnvloed.
- **Tegnologiese onderbrekings:** Skielike veranderings in tegnologie mag deurlopende aanpassing en innovering vereis om relevant te bly.

3.7.2 'n Teenmaatreël vir een bedreiging. Afhangende van die kandidate se antwoord in die vorige vraag. Elke nasiener moet hul eie diskresie gebruik wanneer hierdie vraag nagesien word.

VRAAG 4

4.1 Perth en Londen

0 en + 8

8-uur verskil

14:00 (Londen Tyd) + 8 ure = 22:00 (Perth Tyd)

4.2 LA en S.A.

-8 (+ 1 uur DBT) = -7 en + 2

9-uur verskil

10:00 + 9 ure = 19:00 nou in S.A.

19:00 + 20-uur vlugtyd = 15:00 17 Maart

4.3 Vlugvoosheid simptome: (enige vier)

- Moegheid en waarheid/slaperigheid
- Insomnia/slaaploosheid
- Hoofpyn en
- Probleme met metabolisme: probleme soos hardlywigheid, diaree, of algemene ongemak.

4.4 Maniere om simptome van vlugvoosheid te minimaliseer: (enige drie)

- Pas jou slaapskedule geleidelik 'n paar dae voor jy reis aan om by die bestemming se tydsone te pas.
- Bly gehidreer: Drink baie water voor, gedurende en na jou vlug om gehidreer te bly en vermy alkohol en kaffeïne.
- Ligblootstelling: Kry genoeg natuurlike ligblootstelling gedurende die dag by jou bestemming om jou interne klok te help herstel.
- Eet gesonde kos.
- Maak seker dat jy fisies in 'n goeie kondisie is.

4.5 Dagligbesparingstyd (DBT) is die praktyk waar die horlosie een uur vorentoe geskuif word gedurende die warmer/somermaande om daglig in die aand te verleng en daglig in die oggend te verminder.

4.6 **Vlugvoosheid:** 'n Tydelike toestand wat voorkom na langafstandreise oor meer as 3 tydsone, wat die liggaam se interne klok versteur en simptome soos slaaploosheid, moegheid en spysverteringsprobleme veroorsaak.

Vlugmoegheid: Algemene moegheid en uitputting wat ontstaan as gevolg van die fisiese spanning van reis, wat kan voorkom, ongeag tydsone veranderinge en gewoonlik te wyte is aan die lengte van die reis en die ongemak wat met reis gepaard gaan.

4.7 Dit beïnvloed reisbeplanning t.o.v. aankoms- en vertrekdatums, roetebeplanning en die skedulering van aktiwiteite of vergaderings. Reisigers moet die IDL in ag neem om verwarring met datums en tye te vermy, en om akkurate besprekings en skedulering te verseker. As jy van Los Angeles na Tokyo vlieg en die IDL weswaarts kruis, jy mag Los Angeles op 'n Maandag verlaat en op 'n Dinsdag in Tokyo arriveer en sodoende 'n dag mis.

4.8 4.8.1 Tydsone: 'n Denkbeeldige lyn wat die aarde in 15 grade of 24 verskillende sones verdeel.

4.8.2 Dit is die 0-grade lengtelyn wat deur 'n dorp in Engeland, genaamd Greenwich loop. Hierdie lyn bepaal standaard tyd, vanwaar die hele wêreld se tyd bereken word.

4.9 Twee gekleurde doeane kanale:

- **Groen kanaal:** Vir passasiers wat geen items het om te verklaar nie. Dit beteken hulle dra nie goedere oor die toegelate doeanevry perke of enige beperkte- of verbode items nie.
- **Rooi kanaal:** Vir passasiers met items om te verklaar. Dit sluit goedere bo die doeanevry perke, beperkte items, of as hulle onseker is oor die verklaringstatus van hul goedere, in.

Toelaatbare Items deur die groen kanaal: Enige twee van die volgende:

- Persoonlike besittings en items vir persoonlike gebruik (bv. klere en toiletware).
- Doeanevrye toelaatbare items (bv. 'n beperkte hoeveelheid alkohol, tabak en geskenke binne spesifieke perke). 200 sigarette en 20 sigare; 250 g sigaret- of pyp-tabak; 50 ml parfuum en 250 ml eau de toilette; 2 L wyn; 1 L gedistilleerde alkoholiese drank. Verklaar as dit hierdie hoeveelhede oorskry.
- Aandenkings en geskenke binne die toelaatbare perke.

VRAAG 5

Analiseer of Buccaneers Lodge 'n suksesvolle aantreklikheid is. Hierdie vraag is baie wyd, aangesien verskeie interpretasies moontlik is. Die rubriek moet gebruik word om hierdie vraag na te sien.

Eienskappe van 'n suksesvolle toeriste aantreklikheid:

- Aantal besoekers oorskry die teikensyfers.
- Herhaalde besoeke.
- Inkomste gegenereer oorskry die teikensyfers.
- Positiewe impak op die plaaslike gemeenskap en omgewing.

Bydraende faktore tot die sukses van die Buccaneers:

Bemaking: Indien dit beide plaaslik en internasionaal korrek bemark word en na die regte teikenmark, beteken dit meer kliënte.

Volhoubare bestuursplanne: Hulle is FTTSA-gesertifiseer. Buccaneers se bydrae tot omgewingsbestuur sluit die opvang van gryswater in bergingseenhede in, met 'n groot persentasie wat in besproeiing en komposproduksie gebruik word en hulle stuur hul organiese afval om 'n plaaslike varkplaas te ondersteun.

Hulle is ook aktief betrokke by 'n verskeidenheid projekte in die Chintsa-gebied, soos uitgebreide werk by die Bulugha Plaasskool, wat oorspronklik in die 1980s gebou is en die afgelope 20 jaar deur die Price-familie ondersteun word.

Met donasies van gaste was hulle in staat om elektrisiteit te installeer, 'n rekenaar-sentrum toe te rus en 'n voedingskema by die skool te bedryf. Hulle het 'n kok in diens geneem en voorsien twee gaar etes per dag vir amper 200 kinders.

Doeltreffendheid van personeel en bestuur: Lei personeel behoorlik op en stel personeel aan wat gekwalifiseer is vir die werk, of werf die regte persoon vir die werk. Gebruik 'n goeie induksieprogram om te verseker dat personeel bewus is van die standaard wat gehandhaaf moet word. Volgens die artikel, is Buccaneers in besit van die Price-familie en is dit bekend vir 'n goeie verskeidenheid akkommodasie, ontwerp om enige tipe reisiger te akkommodeer.

Positiewe besoekersondervinding: Volgens die FTTSA-sertifikaat is dit duidelik dat kliënte 'n positiewe besoekerservaring het en tevrede is met die vlak van diens, wat hulle sal aanmoedig om die besienswaardigheid weer te besoek.

Veiligheid en misdaadvoorkoming: Hulle verskaf werksgeleenthede en rekenaar-geletterdhedskursusse wat armoede ophef.

Voorkoms en onderhoud: Die besienswaardigheid en persele moet skoon en goed onderhou wees. Dit kan ook verwys na die interieurontwerp wat opgedateer word, netjiese blombeddings, 'n vars laag verf, ens. om die regte indruk te skep.

Universele toegang: Toegang vir mense met gestremdhede – rolstoelopritte, LED-aanwysings, braille op spyskaarte en ander openbare oppervlakke sal die restaurant meer toeganklik maak vir parapleë en vir dowe en blinde persone. Om toeriste met verskillende behoeftes te lok, moet die aanwysings verstaanbaar wees vir jong mense, internasionale en plaaslike toeriste. Sleutelaspekte wat 'n besiens-

waardigheid toeganklik maak, sluit in vervoer na/van en by die besienswaardigheid, parkering, akkommodasie, toiletgeriewe, inligting, ondersteuningsfasiliteite en dienste.

Stel maniere voor waarop hulle hul sukses kan verhoog deur na die professionele beeld van 'n maatskappy te verwys.

Maatskappy beeld:

- **Naam:** Professioneel en vertrouenswaardig.
- **Embleem:** Moet pas by die beeld van die maatskappy.
- **Slagspreuk:** Geskik en maklik verstaanbaar.
- **Weberf/webtuiste:** Op datum en gebruikersvriendelik.
- **Skryfbehoeftes:** Moet die embleem ophê, funksioneel wees – penne wat werk, maklik leesbaar, ens.
- **Bemaking:** Sensitief vir kulturele verskille, wye verskeidenheid media, maatskappy-geloofwaardigheid.

Fisiese voorkoms/produkverpakking:

- **Aanwysings:** duidelike rigting en korrek gespel, veeltalig en in goeie toestand.
- **Persele:** tuine moet goed versorg wees, skoon en goed onderhou.
- **Versierings/dekor:** smaakvol, nie oordoen nie, stylvol.
- **Omgewingsbeleid:** moet 'n 'groen' beleid hê/herwinning

Maatskappy kliëntebeleid:

- **Bedryfsure:** om op gerieflike en gereelde tye oop te wees. Dit moet op die deur en duidelik op die webwerf aangedui word.
- **Reëls:** goeie maatskappywaardes, soos 'n sekere area vir rook en geen kinders in die kroeg nie.

Bemakingsmateriaal:

- Bemaking op webwerwe, brosjures en plakkate moet opgedateer, maklik verstaanbaar, professioneel en duidelik wees.
- Adverteer in geskikte tydskrifte soos *Getaway*.
- Bemakingsboodskap moet sensitief wees vir kulturele en rasseverskille in potensiële kliënte. Byvoorbeeld, om 'n foto van Moslem mans wat bier in 'n restaurant drink te wys, sal kultureel aanstootlik wees aangesien Moslems nie toegelaat word om alkohol te drink nie.

Maatskappy Omgewingsbeleid:

- Kliënte is bekommerd oor die omgewing en sal beïndruk wees as 'n besigheid 'n "groen" benadering volg. Die gebruik van omgewingsvriendelike skoonmaakmiddels, die herwinning van sekere items en die gebruik van gryswater vir die besproeiing van tuine. Dit dra 'n boodskap van omgee vir die omgewing oor.
- Dui duidelik die doel van die opstel aan.
- Noem kortliks die faktore wat bydra tot die sukses van Buccaneers Lodge.

VRAAG 6**Konsepkartaar oor die onderlinge verhouding tussen FTTSA en die drievoudige-basislyn.****1. Hoe Buccaneers die drievoudige-basislyn ondersteun (6 punte)**

Ekonomies: Bespreek hoe Buccaneers se diverse akkommodasie-opsies en aktiwiteite inkomste genereer en plaaslike werksgeleenthede skep (bv. deur plaaslike inwoners in diens te neem en 'n plaaslike varkplaas te ondersteun).

Omgewing: Beklemtoon omgewingsinisiatiewe soos gryswater-herwinning, komposproduksie en die vermindering van afval deur organiese boerdery.

Sosiaal: Verduidelik sosiale bydraes soos die ondersteuning van Bulugha Plaasskool, die verskaffing van etes en die fasilitering van vrywilliger-programme.

2. Hoe FTTSA tot verantwoordelike en volhoubare toerisme bydra

- Skep bewusmaking van volhoubare toerismekwessies.
- Navorsing oor beter maniere om volhoubare toerisme te beplan en te implementeer.
- Bevordering van volhoubare toerismekwessies by toerisme-owerhede.
- Bou kapasiteit d.m.v. opleiding.
- Fasiliteer 'n toerisme "Fair Trade" sertifikaat program.

3. Hoe Buccaneers Lodge verantwoordelike en volhoubare toeriste kan trek

- Bemakingstrategieë: Stel bemakingstrategieë voor wat Buccaneers se verbintenis tot volhoubaarheid en gemeenskapsontwikkeling beklemtoon.
- Omgewingsvriendelike aktiwiteite: Bevorder omgewingsvriendelike aktiwiteite en ondervindings wat in volhoubare toeriste se smaak val.
- Onderrig gaste: Lig besoekers in oor hul volhoubare praktyke en moedig deelname aan plaaslike gemeenskapsprojekte aan.
- Verminder water- en elektrisiteitsverbruik bv. soos reënwateropvang en sonpanele.
- Herwinningsstrategieë/-bedrywighede om die negatiewe impak op die omgewing te beperk.
- Ondersteun plaaslike gemeenskapsopheffingsprojekte en plaaslike werkskepping.
- Regverdige arbeidspraktyke wat alle werknemers by die bestemming in ag neem.
- Verskaf verkoospunte vir handwerk sodat toeriste plaaslik vervaardigde aandenkings kan koop.
- Geleenthede om met plaaslike gemeenskappe om te gaan soos, bv. kulturele toere in klein dorpie.

4. **Voorstelle vir bestuur om dienslewering te verbeter**

- Prestasie bestuur
- Span- en portuurevaluasies
- Personeelopleiding: Beklemtoon die noodsaaklikheid van gereelde opleiding vir personeel om dienskwaliteit te verbeter.
- Terugvoerintegrasië: Implementeer stelsels om besoekers se terugvoer in te samel en op te tree om die diens te verbeter.
- Deurlopende gehalte-ondersoeke: Monitor en evalueer gereeld diensleweringstandaarde.

5. **Advies aangaande suksesvolle terugvoermetodes**

Kliëntopnames: kommentaarkaarte of kliënttevredenheidsvraelys. Dit gee kliënte die geleentheid om kommentaar te lewer en die gehalte van diens en die standaard van fasiliteite by die kamp te beoordeel. Dit word gewoonlik aan die einde van hul verblyf gedoen, net voordat hulle vertrek.

Voorstelkassies: Dit moet maklik herkenbaar en toeganklik wees. Penne en vorms moet beskikbaar wees sodat kliënte dit vinnig kan voltooi. Dit word gewoonlik in ontvangsareas/uitgangspunte van besienswaardighede gevind. Dit kan enige tyd gedurende die verblyf in die kamp gedoen word of net voordat die kliënt vertrek.

Geheime kliënte: ook bekend as "maatskappy-spioene". Gewoonlik 'n navorser wat homself as 'n kliënt voordoen. Hy/sy analiseer die vlak van kliëntediens en rapporteer terug aan die bestuur van die kamp deur middel van 'n skriftelike verslag of 'n geskeduleerde vergadering.

Opvolgtelefoonoproep: 'n Werknemer van die kamp sal die kliënte bel om te vra hoe hulle gevoel het oor die diens wat hulle van die werknemers by die kamp ontvang het, gewoonlik 'n dag of twee na hul besoek.

Die kampbestuur moet terugvoer aanmoedig via telefoon, e-pos of internetwebwerf: dit kan gedoen word terwyl hulle in die kamp is (telefonies vanaf hul kamer) of kort na hul besoek.

Kliëntrekords: bv. 'n besoekersboek. Dit kan enige tyd gedurende hul verblyf ingevul word of net voordat hulle vertrek.

Verduideliking van skakels en onderlinge verhoudings

- Ekonomie en omgewing: Inkomste steun omgewingsprojekte.
- Sosiaal en ekonomies: Gemeenskap ondersteuning bevorder die lodge se reputasie en trek meer besoekers.
- Omgewing en sosiaal: Volhoubare praktyke verbeter gemeenskapsgesondheid en welstand.
- FTTSA en die drievoudige-basislyn: Sertifisering bevorder voldoening aan die drievoudige-basislyn se beginsels.
- Dienslewering en terugvoer: Beter dienslewering lei to beter ondervinding vir die gaste en positiewe terugvoer.

Totaal: 200 punte