



NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT-EKSAMEN
MEI 2021

TOERISME
NASIENRIGLYNE

Tyd: 3 uur

200 punte

Hierdie nasienriglyne is opgestel vir gebruik deur eksaminators en hulpeksaminators van wie verwag word om almal 'n standaardiseringsvergadering by te woon om te verseker dat die riglyne konsekwent vertolk en toegepas word by die nasien van kandidate se skrifte.

Die IEB sal geen bespreking of korrespondensie oor enige nasienriglyne voer nie. Ons erken dat daar verskillende standpunte oor sommige aangeleenthede van beklemtoning of detail in die riglyne kan wees. Ons erken ook dat daar sonder die voordeel van die bywoning van 'n standaardiseringsvergadering verskillende vertolkings van die toepassing van die nasienriglyne kan wees.

VRAAG 1

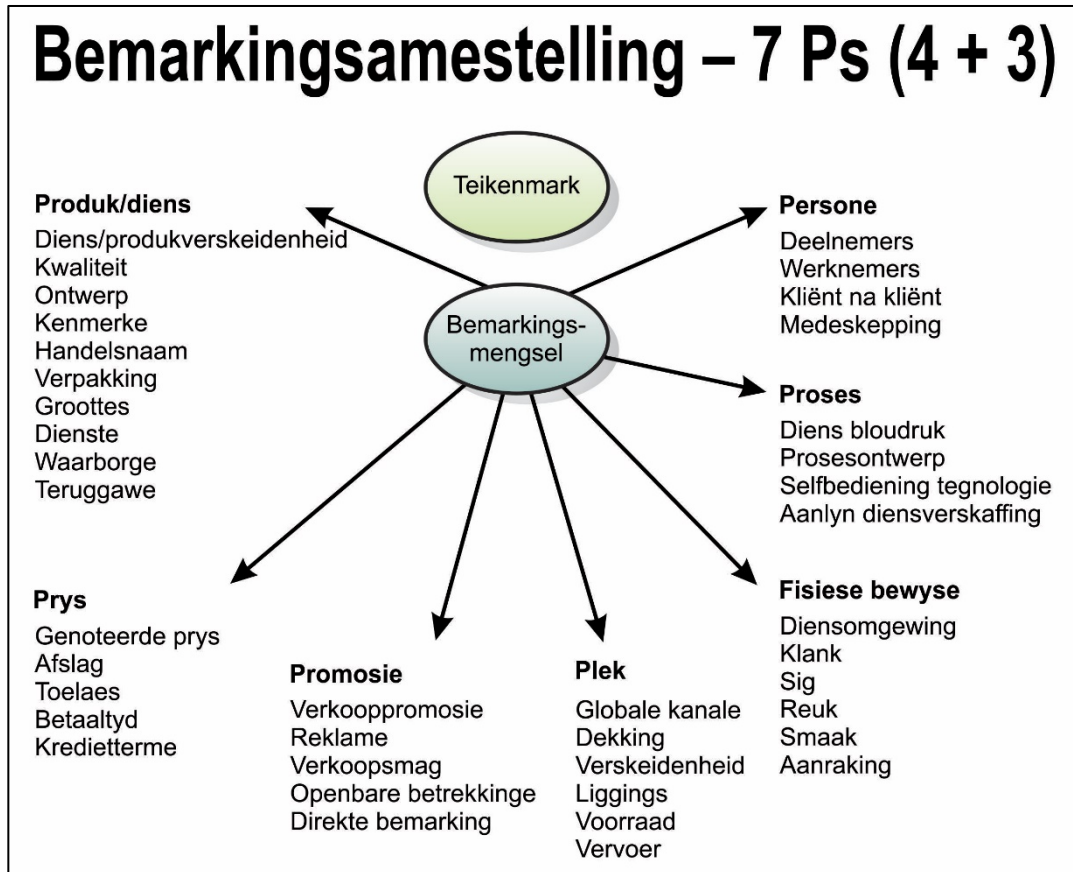
- 1.1 Ondernemings moet in hul klante se spesifieke behoeftes voorsien (verskillende klante het verskillende behoeftes). Die skep van 'n positiewe ervaring en goeie terugvoering sal lei tot herhalende besigheid. As jy jou teikenmark ken, kan dit bemarkingskoste bespaar.
- 1.2 Die skep werk en verskaf befondsing vir beter/verbeterde infrastruktuur. Goeie terugvoering moedig herhalende besoeke aan, skep 'n bewustheid vir toekomstige beleggers, bring buitelandse valuta in, lei tot die vermenigvuldigereffek in die gemeenskap en verbeter ons BBP. (Enige 3)
- 1.3 Internasionale inkomende toeriste/millenniërs. (Enige een is korrek)
- 1.4 Mediareklame. As dit op groot skaal versprei, kan dit miljoene klante lok omdat dit 'n groot reikwydte het.
- 1.5 World Travel Market Africa, Africa's Travel Indaba, Getaway Show (Enige 2)
- 1.6 Negatiewe terugvoering sal lei tot minder toeristebesoeke, minder inkomste, werkverliese in die industrie en uiteindelijke sluiting van die ondernemings, minder geld in die ekonomie en 'n negatiewe effek op die BBP. (Enige 3)
- 1.7 Volhoubare akkommodasie is lae-impak akkommodasieplekke met die oog daarop om die omgewing en die kultuur van 'n gebied te beskerm. Van herwinning en gryswaterstelsels tot tente op boomhuis-tipe platforms met 'n reënwood-sonkap; gebruik alternatiewe energiebronne soos son, koop plaaslike produkte, neem plaaslike inwoners in diens. (Enige 3)
- 1.8 Neem plaaslike inwoners in diens, koop plaaslik geproduseerde produkte, lok besoekers na die gebied waar besoekers plaaslike produkte van entrepreneurs koop, opheffing van plaaslike gemeenskappe deur opleiding en belegging. (Enige 2)
- 1.9 Bemagtiging en indiensneming verhoog die lewenstandaard van die plaaslike bevolking, afname in misdaad, toename in plaaslike inwoners se trots, bied aan plaaslike inwoners die geleentheid om hul eie ondernemings te skep/ondernemerskap wat lei tot die vermenigvuldigereffek, afname in sosiale probleme soos dwelm-/alkoholmisbruik. (Enige 3 goeie antwoorde)
- 1.10 Welstandsreis verwys na toeriste wat om mediese of gesondheidsredes reis, mediese prosedures, diëte, dwelmrehabilitasie.
- 1.11 Toeganklik, bekostigbaar, woon saam met plaaslike inwoners, ervaar plaaslike kookkuns en kultuur.
- 1.12 Goeie terugvoering, herhalende besigheid, maklik bereikbaar. Kandidate kan ook na die volgende kenmerke uit die VAR-dokument verwys: aantal besoekers wat die besoekersteiken oorskry; herhalende besoeke; gegenereerde inkomste wat die teikensyfers oorskry; positiewe effek op die plaaslike gemeenskap en omgewing; ken hul klante en voorsien in hul behoeftes; kry positiewe resensies op blogs, Instagram, Facebook, ens.; gebruik die nuutste tegnologie vir hul bemarking, bv. virtuele realiteit; spesialiseer in 'n nismark soos ekotoerisme of welstandstoerisme (Enige 3)
- 1.13 Onderhoude, klantopnames, voorstelle, elektroniese antwoorde, opvolg-e-pos, besoekersboeke, vraelyste. (Enige 2)

VRAAG 2

2.1 Enige van die VYF P's van die bemarkingsamestelling kan gebruik word, met geldige punte om elke opskrif te beskryf. Kies uit: produk; prys; plek; persone; promosie; proses; fisiese bewyse.

Spesifiek tot elke kandidaat se antwoord.

Voorbeeld: modelantwoord



2.2 Al vier SSGB opskrifte moet aangespreek word (sterkpunte; swakpunte; geleentheid; bedreigings). Spesifiek tot elke kandidaat se antwoord. Punte sal nie toegeken word vir opskrifte nie, slegs vir inhoud onder elke opskrif.

Voorbeeld: Modelantwoord

SSGB-ontleding

	Positiewe aspekte	Negatiewe aspekte
	STERKPUNTE	SWAKPUNTE
Interne faktore	<ul style="list-style-type: none"> • Entoesiastiese en selfversekerde spanne • Hoë-kwaliteit opleidingstelsels • Goeie verhoudings met plaaslike owerhede, inwoners en jong gemeenskap by die bestemmings wat besoek word 	<ul style="list-style-type: none"> • Swak reputasie • Finansiële probleme
	GELEENTHEDE	BEDREIGINGS
Eksterne faktore	<ul style="list-style-type: none"> • Lede van WHO, ASEAN • Hoë bevolkingsvolume en groeikoers • Onstabiele politiek en buurstate • Het vele pragtige en onontginde besienswaardighede • Moontlik om takke te open • Moontlik om 'n internasionale handelsnaam te ontwikkel 	<ul style="list-style-type: none"> • Groeiende mededinging van plaaslike en internasionale ondernemings • Dieselfde dienste sal deur mededingers geïmplementeer word • Taalversperrings

[<<http://temaxyzojywesatib.ultyddescente.com/travel-agency-business-plan-swot-26502650.html>>]

2.3 Spesifiek tot elke kandidaat se antwoord. Voorbeelde is sjef – kos en drank; hotelbestuurder – akkommodasie; toergids – besienswaardighede.

2.4 Die leerder moet 'n loopbaan kies en spesifieke stappe noem wat die vordering van die vereiste kwalifikasie tot die finale loopbaantitel aandui (1 punt vir die titel van die loopbaan), opleiding, doen skaduwark en 'n geldige resultaat. (6 goeie punte wat vordering van intreevlak tot die hoogste posisie in daardie loopbaan toon).

Voorbeeld: Die gasvryheidsektor – Uitvoerende sjef (spesifieke loopbaan binne daardie sektor).

- sekondêre opleiding: na graad 9 of 12 verlaat kandidate skool
- tersiêre opleiding: universiteitsgraad, diplomas, sertifikate wees spesifiek oor waar die persoon sal moet studeer, bv. – Sjef – Prue Leith Sjef Akademie
- indiensopleiding: interne opleiding/studente-onderwysers
- begin as 'n junior sjef
- beweeg met die ranglys op en word 'n senior op jou vakgebied (bv. gespesialiseerde sjef, pasteisjef
- bestuursposisie is die hoogste vlak wat jy kan bereik.

VRAAG 3

- 3.1 3.1.1 BSR/BVK: Bankverkoopkoers: koers waarteen die bank buitelandse valuta aan die toeris verkoop.
- 3.1.2 BBR/BKK: Bankkoopkoers: koers waarteen die bank buitelandse valuta van die toeris koop.
- 3.2 As die rand teenoor 'n ander land se geldeenheid versterk, sal dit duurder wees vir mense van dié land om na SA te reis, en minder mense van dié land sal dalk na SA reis. As hulle wel na SA reis, mag hulle dalk vir 'n korter tydperk vertoef en minder geld spandeer terwyl hulle hier is. As die rand teen 'n ander land se geldeenheid verswak, sal die teenoorgestelde geld.
- 3.3 Kandidaat kan 'n gebeurtenis/voorval/situasie kies uit gasheergebeurtenisse, terrorisme, politieke situasie, onvoorsiene gebeure. Kandidaat moet DRIE gevolge verskaf wat hierdie gebeurtenis/situasie op die toerismevolumes in daardie land gehad het. (Positief of negatief)
- 3.4 3.4.1 Die Britse toeris het sterk koopkrag in SA omdat hul geldeenheid baie meer werd is as die ZAR.
- 3.4.2 ZAR = 10 000
 EUR = 17,329
 $ZAR\ 10\ 000 \div 17,329 = EUR\ 557,067$ afgerond tot EUR557,07
- 3.4.3 AUD = 2 500
 ZAR = 11,082
 $AUD\ 2\ 500 \times 11,082 = ZAR\ 27\ 705,00$
- 3.4.4 ZAR 2 700 bly oor.
 Nuwe wisselkoers: AUD 1 = ZAR 10,70
 $ZAR\ 2\ 700 \div 10,70 = AUD\ 252,34$
 Teen die ou wisselkoers:
 $ZAR\ 2\ 700 \div 11,082 = AUD\ 243,64$
 Mnr. Smith sal AUD 8,70 meer kry as gevolg van die verandering in die wisselkoers. (Hy trek voordeel uit die versterking van die ZAR teen die AUD).

VRAAG 4

- 4.1 4.1.1 Onduidelike of onproduktiewe kommunikasie
Een of meer spanlede koop nie in die plan in nie/is nie gemotiveerd nie
Die span kan nie saamstem oor besluite nie
Rolverdeling is problematies want vaardighede word nie effektief benut nie
Swak organisasie, konflik
(Enige 2 toepaslike antwoorde)
- 4.1.2 (a) Die geleentheid: onsuksesvol (mense daag dalk nie op nie, kos nie behoorlik voorberei nie, geen toespraak voorberei nie)
- (b) Die spanlede: konflik, afwesigheid van samehorigheid (kohesie) skep onaangename werksomgewing, probeer mekaar dalk saboteer, geen vertrouwe nie, stem nie saam oor doel nie, sal dus nie bereik word nie
- (c) Gaste: sal 'n onaangename aand hê, voel hulle het hulle tyd gemors, sal 'n swak indruk van die skool hê, sal negatiewe kommentaar maak oor onbevredigende geleentheidsbestuur.
- 4.2 Spanwerk lei daartoe dat die doel meer effektief en doeltreffend bereik kan word, dit lei daartoe dat diens vinniger gelewer word, minder foute word begaan, minder konflik beteken gelukkiger werknemers en klante, goeie terugvoering en herhalende klante.
- 4.3 Kandidate moet EEN van die vyf stadiums in die vorming van 'n span identifiseer en motiveer waarom hulle dink dit is die kritiekste fase. Motivering moet van hoë gehalte wees, en die kritieke proses wat in daardie fase plaasvind en die vorming van 'n span sal verhoed as dit nie plaasvind nie, moet verduidelik word.
- 4.4 Kontrole van gehaltebeheer, prestasiebestuur, klanteopnames, portuurbeoordelings, indiensopleiding, aansporingsbonusse. (Enige 3)

VRAAG 5

- 5.1 Geldige paspoort, visum, gesondheidsertifikaat/negatiewe Covid-resultaat wat nie ouer as 72 uur is nie. (Enige 2)
- 5.2 Wisselkoers, soort toer, m.a.w. vervoer, akkommodasie en onvoorsiene/ diverse uitgawes, die inkomste van die toeriste. (Enige 2)
- 5.3 Voordat jy reis, raadpleeg reisadvies en let op misdaad-brandpunte en omgewing, hou belangrike telefoonnommers byderhand, moenie vreemdelinge oplaai nie en moenie saam met vreemdelinge ry nie, sluit waardevolle artikels toe, moenie uitspattige juwele dra nie, ruil geld op 'n betroubare plek, nie op straat nie, verken plekke eerder in groepe, moenie groot bedrae kontant saamdra nie, saniteer gereeld, handhaaf sosiale afstand van ander mense af. (Enige 3)
- 5.4 5.4.1 Gedragskode: is 'n stel reëls/beginsels wat die gedrag van enige werknemer rig wat 'n lid van 'n sekere groep of werksomgewing is. Van toepassing op alle werknemers. 'n Indiensnemingskontrak is 'n ooreenkoms tussen 'n werkgewer en 'n individuele werknemer. Antwoorde mag effens verskil van kandidaat tot kandidaat. Nasiener se diskresie vereis.
- 5.4.2
- Optrede van personeel
 - Etiese gedrag
 - Verantwoordelike gedrag
 - Verduidelik optrede as werknemer sou oortree.
- Nasiener se diskresie. Enige VIER geldige punte wat aan bogenoemde kwessies gekoppel is.

VRAAG 6

- 6.1 Daglig-besparingstyd is 'n voorwaartse aanpassing van horlosies van EEN uur in die somer en word teruggedraai in die winter. Dit is om voordeel te trek uit langer sonlig-ure in die somer. Redes: minder padongelukke, minder misdaad vind gewoonlik gedurende dagligure plaas, laat gesinne meer ontspanningstyd saam toe, vermeerder buiteligaktiwiteite vir toeriste – verhoog syfers en omset, werkskepping. Verminder energie en kunsmatige liggebruik.
(Enige 2)
- 6.2 Groen kanaal: 'n reisiger het geen verbode of beperkte goedere om te verklaar nie. Hulle is ook nie in besit van goedere wat vir handelsdoeleindes ingevoer word nie. Rooi kanaal: 'n reisiger dui aan dat hy goedere het om te verklaar.
- 6.3 Stephen, wat van Kaapstad na Sydney reis, sal verskeie tydsones oorsteek, wat sal veroorsaak dat hy vlugvoosheid ervaar. Caleb kan vluguitputting (lang vlug) ervaar, omdat hy nie meer as 3 tydsones sal oorsteek nie.
- 6.4 Dallas is teen -6 , SA teen $+2 \rightarrow 8$ uur verskil $21:00 - 8$ uur = $13:00$ dieselfde dag (28 Julie)
- 6.5 Londen is teen $0 +1$ (DBT van toepassing) SA is teen $+2 \rightarrow 1$ uur verskil. Vertrek is teen $14:30$ plaaslike tyd $\rightarrow 15:30$ in SA, $+ 9$ uur vlug = $15:30 + 9 = 00:30$ op die 21ste Junie (die volgende dag).

VRAAG 7

Verwys na die assesseringsrubriek om hierdie vraag na te sien.

- **Toerisme-oormaat:** Toerisme-oormaat vind plaas as daar te veel besoekers by 'n spesifieke bestemming is wat nie hierdie groot getal besoekers kan hanteer of akkommodeer nie. Dit het baie negatiewe gevolge vir die bestemming.
- **Drie faktore** beïnvloed volhoubare toerisme: omgewing/planeet, sosiaal/mense en ekonomie/wins.
- **Ontleding van die invloed van toerisme op die driedubbele verslagdoening.**

Ekonomie/wins: Positief: die skepping van werksgeleenthede en inkomste vir plaaslike bevolking, wat inkomste vir plaaslike ondernemings genereer deur die verkoop van toerisme-gerelateerde en ander dienste aan besoekers en belasting-inkomste, besighedsnetwerk, die land se ekonomie trek voordeel uit buitelandse valuta. Die vermenigvuldigereffek – hou geld in die plaaslike gemeenskap, skep skakels, die verhoogde marksigbaarheid en 'n verbeterde beeld van die bestemming kan lei tot groter toeriste-aankomste en ekonomiese groei.

Negatief: alhoewel die werksgeleenthede voor en gedurende die spits-toerisme-seisoene toeneem, neem dit daarna skerp af. Toerisme kan plaaslike pryse laat styg in ooreenstemming met die verhoogde vraag na goedere en dienste deur besoekers, selfs grond- en eiendoms waarde en heffings kan styg en daartoe lei dat plaaslike inwoners nie eiendom in hul eie land kan besit nie omdat hulle dit nie kan bekostig nie.

Mense/sosiaal: Positief: werkskepping, opheffing van die plaaslike gemeenskap, vermenigvuldigereffek – hou geld in die plaaslike gemeenskap, ondernemingsgeleenthede word vir werklose mense geskep, die infrastruktuur wat gebou is om toeriste te huisves en die herhaling van besoeke aan te moedig, soos paaie, kommunikasienetwerke, beter gesondheids- en veiligheidsfasiliteite, ensovoorts bly behoue en kan deur die plaaslike bevolking benut word. Die verfraaiing van die gebied vir toeriste bevoordeel ook die plaaslike bevolking.

Negatief: toename in misdaad; onbekostigbare huur van akkommodasie; opeenhoping by paaie en plekke; onbekostigbare pryse van voedsel en noodsaaklikhede; rommel en agteruitgang van die infrastruktuur kan negatiewe gevolge hê vir die gemeenskap wat dan die onkoste van opknapping en instandhouding moet dra (deur munisipale belasting te betaal); druk op hulpbronne soos water en elektrisiteit; riool- en afvalproduksie deur toeriste kan die plaaslike vullisverwyderingstelsels oorlaai, wat ongesonde of gevaarlike toestande agterlaat; toeriste kan nie besienswaardighede sien nie weens die skares, die toerisme-ervaring word gekunsteld en oneg.

Omgewing/planeet: Positief: inkomste uit buitelanders kan gebruik word om plaaslike fasiliteite te verbeter; bewaringspogings kry 'n finansiële inspuiting om besienswaardighede in stand te hou en te verbeter; Deur produkte plaaslik te verkry, is voordelig vir plaaslike produsente en verminder die koolstofvoetspoor; herwinning van plastiek/bottels, glas, grys water, papier, ensovoorts, skep omgewingsbewustheid deur praktiese pogings en opvoeding.

Negatief: verkeersbesoedeling neem toe; geraasbesoedeling neem toe; beskadiging van plaaslike natuurlike besienswaardighede deur onverantwoordelike toeriste; natuurlike habitats kan vernietig word om die toenemende toeloop van toeriste na hotelle, restaurante en winkelkomplekse te akkommodeer; brose omgewings gaan agteruit of word uitgeput.

Voorbeelde uit die teks:

"die konstante stroom reisigers wat hul geliefde tuistes in opgehemelde temaparke verander", "wat opeenhoping in die pragtige kanale veroorsaak en die plaaslike inwoners verdring", "rumoerige gaste", "wat gedurende die hoogseisoen verwoesting onder die klein eilandjie se hulpbronne saai", "nie genoeg ondernemings om al die toeriste te huisves nie".

Optrede om toerisme-oormaat te beperk

Plaaslike inwoners van Amsterdam het hul ongelukkigheid te kenne gegee.

Die Santorini-amptenare het die aantal bootvaartpassasiers beperk tot 8 000 per dag, verminder van 12 000.

Skye-eiland se plaaslike inwoners vertel potensiële besoekers dat as hulle nie vooraf besprekings gedoen het nie, hulle nie welkom is nie of andersins die risiko loop om in hul motors te slaap.

Voorstelle aan toeriste:

Ondersteun toerisme-organiseerders wat volhoubare en etiese sakebestuur beoefen, koop 'n "groen sitplek" om jou koolstofvoetspoor te help uitwis. Soek ondernemings wat 'Billike Handel' beoefen, wat word deur plaaslike inwoners besit word, wat 'n KMV-beleid (korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid) het, wat alternatiewe energiebronne soos sonkrag gebruik, vra of die onderneming sy eie daktuin het waar hulle produkte kweek wat in die restaurant gebruik word, of dit 'n opvangstelsel vir reënwater het, sodat hulle nie openbare water gebruik nie, of 'n gryswaterherwinningstelsel om te besproei, doeltreffende beligting. Het dit die minste impak wat dit kan hê? Kies by jou bestemming om nie daaglik wasgoed te laat was nie, skakel alle ligte en laaiers af wanneer dit nie gebruik word nie, skakel lugversorgers af, gebruik koraalvriendelike sonskerm, moenie ondernemings ondersteun wat diere benadeel of misbruik om hulle onderdanig aan toeriste te maak nie, een van die vinnigste maniere om vas te stel of interaksie met gevange diere aanvaarbaar is, is of die diere geteel word. Ondersteun eerder organisasies wat weesdiere red en weer in die natuur vrylaat, probeer om betrokke te raak by die plaaslike gemeenskap, kos, kultuur, geskiedenis, kuns, dans, alles wat uniek is – moenie net 'n waarnemer wees nie, maar ook 'n deelnemer – leer die taal, leer om 'n gereg te maak, 'n liedjie te sing.

VRAAG 8

Verwys na die assesseringsrubrieke wanneer hierdie vraag nagesien word.

Belangrikheid van professionele beeld in dienslewering:

Eerste indrukke is blywend – fokus op alle faktore wat bydra tot 'n professionele beeld en hou dit vol, om die beste indruk op jou gaste te maak. Hierdie faktore is: beeld van die onderneming, toeganklikheid en veiligheid, logo, produkverpakking, voorkoms van geboue, teruggeebeleid, bedryfstye, bemarkingstrategieë en materiale, onderneming se omgewingsbeleid. Personeel se kleredrag, versorging, persoonlike higiëne, personeel se kommunikasievaardighede en produkkennis. Al hierdie faktore dra by tot 'n professionele beeld en lei tot 'n positiewe handelsmerkbeeld en goeie mondelinge oordrag. 'n Professionele beeld wek die indruk van geloofwaardigheid en sukses en laat klante onbewustelik vertrou op die onderneming se vermoëns.

Goeie terugvoering verseker groter verkope, herhalende besigheid en klanteloyaliteit; verhoogde openbare beeld is gelykstaande aan 'n gevestigde naam; streef na goed-opgeleide werknemers en gemotiveerde/doeltreffende personeel, kwaliteitdiens kan ook die behoefte aan voortdurende duur bemarkingskoste verminder.

Gemeenskapsbetrokkenheid/ontwikkeling:

Om plaaslike inwoners in diens te neem, winste te deel, geld plaaslik te hou, werk te skep en armoede te verminder. Die skep van ondernemingsgeleenthede gekoppel aan plaaslike ondernemings, die aankoop van goedere en dienste van plaaslike verskaffers, die verskaffing van befondsing om die gesondheid van die gemeenskap te verbeter, voorsiening vir drinkwater en die opvoeding van plaaslike inwoners.

Billike handelertifisering:

Billike deel van die wins wat gegeneer word, billike werksomstandighede; demokrasie: die reg en geleentheid om deel te wees van besluitneming; respek vir menseregte, kultuur en omgewing; betroubaarheid van diens gelewer (uitstekende gehalte en veiligheid gewaarborg); deursigtigheid: aanspreeklikheid teenoor eienaarskap en toegang tot inligting; volhoubaar: gebruik van hulpbronne; geen gebruik van kinderarbeid nie.

FFTSA bevorder ook bewustheid van volhoubare toerisme-praktyk, verseker opleiding en ontwikkeling van die plaaslike gemeenskappe. 'n Onderneming met hierdie sertifisering word as eties en verantwoordelik beskou, een wat nie werkers uitbuit nie.

Die waarde: toeriste wat verantwoordelik wil reis, sal soek na ondernemings wat as billike handel gesertifiseer is. Die groeiende neiging onder toeriste is eko-reis, wat die onderneming sowel as die plaaslike bevolking sal bevoordeel.

Die effek van dienslewering op die vermenigvuldigereffek, ekonomiese groei en gemeenskapsontwikkeling:

Swak diens het 'n verydelende effek/negatiewe vermenigvuldigereffek. As 'n onderneming nie goed vaar nie, kan dit uiteindelik sluit, wat daartoe kan lei dat die aanbodketting van hierdie onderneming ook inkomste verloor, en die effek beweeg dus dwarsdeur die toerismebedryf. 'n Slegte ervaring as gevolg van swak diens in een sektor sal daartoe lei dat die hele ketting 'n slegte reputasie kry, verlies aan besigheid ervaar en moontlik sluit. Negatiewe terugvoering sal die ekonomie skaad. Die teenoorgestelde geld ook vir 'n positiewe ervaring/goeie diens.

Strategieë en aanbevelings vir verbetering:

Verseker goeie omgewingspraktyke, verantwoordelikheid teenoor die plaaslike gemeenskappe, ondersteun plaaslike produkte en dienste, handhaaf goeie bemakingstegnieke, hê 'n driedubbele-benadering tot die besigheid, verseker doeltreffende en etiese gedrag van werknemers, hou die fasiliteit in stand om fisiese voorkoms te verbeter, neem die behoeftes van gestremde mense in ag en verbeter universele toegang. Lei werknemers voortdurend op, bied vir werknemers aansporings aan om topprestasies te handhaaf, hê 'n effektiewe gedragskode, ontleed klanteterugvoering, identifiseer probleemareas en stel 'n plan van aksie in plek om te verbeter, gebruik strategieë om werknemerprestasies te verbeter, wat gehaltebeheer, portuur-evaluerings, prestasie-evaluering en bestuursbeoordelings kan insluit.

Totaal: 200 punte