



NASIONALE SENIOR CERTIFIKAAT-EKSAMEN  
NOVEMBER 2021

**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.

---

**VRAAG 1**

- 1.1 Die amptelike definisie is 'n area in 'n distrik waar ses of meer mense positief vir die coronavirusinfeksie getoets is, **waarskynlikheid van 'n hoë mate van verspreiding'**, Kandidaat moet begrip toon van die impak van 'n virale pandemie, kan 'n geografiese area waar mense woon, bv. 'n voorstad of wyk met baie gerapporteerde gevalle', of 'n area waar oordrag binne die gemeenskap plaasvind met die oorsprong daarvan onbekend' noem.
- 1.2 Kulturele toeris / townshiptoeris / internasionale toeris/plaaslike toeris, historiese, spesiale belangstelling.
- 1.3 Sy het taxidienste na en van die lughawe aangebied.
- 1.4 Aanlyn opnames, posopnames, vraelyste, foonoprope, fokusgroepe, 'pop-up'-opnames op sosiale media. Enige 2 geldige antwoorde.
- 1.5 Buitelewe, ontspanning (werknemers in plaaslike regering), binnelandse, besigheid/ ontspanning, natuur, avontuur, eko-toeriste. (enige 3)
- 1.6 Vir die onmiddellike plaaslike binnelandse mark – onder-die-lyn/geskrewe en visuele, soos plaaslike sosiale media, pamflette, brosjures, LED advertensieborde in die omgewing, plaaslike regeringspublikasies, e-posse, promosies. Ook: persoonlike verkope, verkoopspromosies, winkelaflslag, skoue en expo's, uitstallings. (enige 2 geldige voorbeelde)  
OF  
Teiken besigheidstoeriste vanaf die groter Suider Afrikaanse streek – bo-die-lyn, soos sosiale media, televisie, radio, koerante/ gedrukte materiaal, bioskoop / teaters, Buitenshuise media. (enige 2 geldige voorbeelde)  
OF deur-die-lyn, wat 'n kombinasie van bo-die-lyn en onder-die-lyn is.
- 1.7 Kliëntediens, netwerk, kommunikasie, buigsaamheid, taal (tweetaligheid), deursettingsvermoë, multitaak, toewyding, spanwerk, kulturele bewustheid, empatie, probleem-oplossing, tydbestuur, (enige 3 geldige sagte vaardighede genoem). OF tegniese vaardighede spesifiek met betrekking tot toerisme kan ook volgens die diskresie van die nasiener aanvaar word, bv. kennis van geografiese inligtingstelsels en sentrale besprekingstelsels. Aanvaar ook: Noodhulpvaardighede, kennis van Covid-protokol wat ook die professionele beeld van die besigheid verbeter.
- 1.8 Vermenigvuldiger-effek, die afname in toerismevolumes het 'n negatiewe impak, minder buitelandse valuta kom in die land in en sirkuleer in die plaaslike ekonomie, afname in die vraag na goedere en dienste, kan tot ooraanbod en vermorsing van bronne lei, vraag na arbeid verminder en mense verloor hulle werk in direkte en indirekte indiensneming, verkope van goedere neem af in ander ekonomiese sektore soos kleinhandel, boerdery, vervaardiging, kragvoorsiening, ander ongeskoolde arbeid soos karwagte en drywers, kan lei tot werksverliese of korter ure en minder betaling, gemeenskap se lewenstandaard kan afneem. (geldige antwoorde word aanvaar).
- 1.9 Reismaatskappye wat in lyn is met nuwe tegnologie om hulle kliëntebasis te behou.
  - Maak seker dat hulle kliënte voldoende reisversekering het om moontlike rampe in die toekoms te dek.
  - Aaneenlopende personeelopleiding en ontwikkeling. Aansporings om personeel te motiveer om beter te presteer. Implementeer

kliëntet terugvoermetodes om vas te stel wat hulle nodig het en om op datum te bly met nuwe tendense. Maak gebruik van alternatiewe en volhoubare energiebronne, verminder kantoorgebruik deur werknemers toe te laat om van die huis af te werk en om metodes totaal te verander na 'n digitale platform en daardeur produksiekoste te verminder. Diversifisering – verskaf alternatiewe aktiwiteite en skep pakkette om toeriste aan te moedig om gemotiveerd te bly om te reis en verskillende aktiwiteite te beleef en dit steeds te kan bekostig.

- Stel innovering bekend soos virtuele toerisme wat minder fisiese reis vereis en toeriste nog steeds toelaat om die attraksies binne 'n interaktiewe virtuele omgewing te 'beleef'. 3D-tegnologie is 'n groeiende tendens. Skep pakkette vir korter verblyf en promosies wat binnelandse toerisme teiken, wat aaneenlopende toeristeaktiwiteit sonder die hoë onkoste verbonde aan langer vakansies, insluit.
- Maak gebruik van aanpasbare hergebruik in toerisme waarby nuwe fasiliteite/ondernemings geskep word deur ou infrastruktuur te gebruik. Dit verminder kostes en skep 'n ou-wêreldse ervaring.
- Bevorder 'vrywilligertoerisme' wat toeriste aanmoedig om 'terug te gee' aan die gemeenskap of die omgewing, hou hulle ervarings eenvoudig en ongekunsteld en hou kostes laag. Verskaf 'n digitale platform vir 'huis ruil' programme met 'n minimale fooi daaraan verbonde wat daguitstappies insluit en toeristebesprekings deur 'n reismaatskappy vereis.
- Tegnologie  
(enige 3 geldige en betekenisvolle voorstelle)

## VRAAG 2

- 2.1 'n Paraplegiese reisiger sal rolstoelopritte en strandrolstoele nodig hê. 'n Joodse reisiger sal kosjer maaltye wil hê. 'n Besigheidstoeris het toegang tot WiFi/digitale kommunikasie toerusting/internet nodig. 'n Toeris sonder 'n internasionale bestuurslisensie het toegang tot publieke vervoer/pendeldiens nodig, verskillende godsdienste kan spesifieke behoeftes hê soos gebedskamers vir Moslems. (enige 2 geskikte antwoorde).
- 2.2 Kliënte sal die besigheid inlig aangaande hulle behoeftes en verwagtinge, sal die besigheid inlig waar die diensverskaffing te kort skiet, sal geldige en realistiese voorstelle gee oor hoe die besigheid kan verbeter. Dit is belangrik om die data te gebruik om 'n aksieplan saam te stel om die probleme uit te stryk, die diens/produk te verbeter en 'n mededingende voordeel te bekom. Implementering van 'n strategie om diens te verbeter help jou bou aan lojaliteit vir die handelsmerk, skep 'n meer persoonlike verhouding met kliënte, laat die kliënte voel hulle word gehoor en waardeer. (enige 3 betekenisvolle antwoorde).
- 2.3 2.3.1 Die webwerf is gewoonlik die eerste punt van kontak wat 'n potensiële kliënt met jou besigheid het, en die eerste indruk wat gemaak word is 'n blywende indruk, die webwerf maak ook afstandtoeganklikheid moontlik. Dit is 'n bemarkingsinstrument; dit is ook 'n platvorm waar terugvoering gekry kan word.
- 2.3.2 Om hierdie rede moet die webwerf gebruikersvriendelik wees, maklik om te navigeer, alle skakels moet werk; skoon en ordelik; maklik om te lees en op datum. Dit skep die indruk van 'n maatskappy wat trots is op hulself en wat aandag gee aan detail – 'n professionele

maatskappy. Insiggewende sosiale media of webwerwe trek kliënte aan. Die eerste paar sekondes sal bepaal of die kliënte hulle sal gebruik of nie. (een rede, 'n goeie kwaliteit antwoord vir 2 punte)

- 2.4 2.4.1 Kandidate mag enige 4 van die volgende faktore kies en voorstelle maak om dit te verbeter: naam, embleem, slagspreuk, promosietegnieke, verpakking van produkte; skryfbehoeftes, toekennings en erkenning, kliëntediensbeleid, omgewingsbeleid.

2.4.2 Naam: moet die aard van die besigheid reflekteer, moet oorspronklik wees, ongewoon, die oog vang, kort en maklik om te onthou.

- Slagspreuk: moet 'n bewustheid van die etiese karakter (missieverklaring) en die doel van die besigheid skep. Behoort kort, kragtig en oorspronklik te wees.
- Bemerkingsmateriaal: behoort geskik vir te wees vir die teikenmark, 'n verskeidenheid metodes behoort gebruik te word om soveel as moontlik toeskouers te trek. Helder en insiggewend, herkenbaar en geassosieer met die produk.
- Verpakking: aantreklik, gebruikersvriendelik, duursaam, omgewingsvriendelik, bevat die kontakbesonderhede van die besigheid, is herkenbaar en geassosieer met die produk.
- Fisiese voorkoms: goed onderhou, skoon, netjies, het aantreklike kleurskemas en beligting pas by die atmosfeer en doel van die besigheid, hou vensteruitstallings netjies en aanloklik, beeld plaaslike vakansiedae/feeste in die dekor en advertensie uit.
- Omgewingsbeleid: sigbare en toeganklike beleid teen rommelstrooiing, beleid ten gunste van en aktiewe deelname aan herwinningsinisiatiewe, borg opruiming van die areas, moedig gaste aan om die toeristegedragkode vir verantwoordelike en volhoubare gedrag te gehoorsaam, gebruik Fair Trade produkte of word FT-gesertifiseer.
- Maatskappyskryfbehoeftes: goeie kwaliteit, herkenbaar as geassosieer met die besigheid, herwinbaar, aantreklik en bruikbaar, moet die maatskappy se kontakbesonderhede bevat, (Dieselfde geld vir die verpakking: aantreklik, gebruikersvriendelik, duursaam, omgewingsvriendelik, bevat die kontakbesonderhede van die besigheid, herkenbaar en geassosieer met die produk.)
- Kliëntediensbeleid: 'n maatskappy behoort 'n maklik toeganklike kommunikasieplatform te hê wat vriendelik, stiptelik en hoflik is met 'n professionele toon. Werknemers kan opgelei word in hierdie beleide en gemonitor word om te verseker dat hulle voldoen aan die vereistes.
- Gedragkode – publiek sien personeelaanspreeklikheid, dat hulle gemonitor word en aan die vereistes van die gedragkode moet voldoen.

- 2.5 2.5.1 Prestasiebestuur Gehaltebeheerkontrole Kliëntopnames Span- en eweknie-/portuurresensies – Indiensopleiding Ook aanvaarbaar – spanbou-oefeninge bevorder beter spanwerk en spaneenheid en verbeter dienslewering; belonings/ aansporingsbonusse motiveer personeel om harder te werk, 'n gedetailleerde gedragkode.

- 2.5.2
- Prestasiebestuur – leiding van senior personeel verbeter/bevorder die prestasie van werknemers omdat hulle meer ondervinding het en hulle kan konstruktiewe kritiek verskaf.
  - Gehaltebeheerkontrole lukrake kontrolering deur senior personeel om seker te maak dat die werkers aanspreeklik is vir hulle

prestasië, en omdat hulle nie gesê word wanneer dit sal gebeur nie, is hulle op hulle beste gedrag en bewus daarvan dat hulle gemonitor word;

- Kliëntopnames – verskaf waardevolle insig vanuit die kliënt se oogpunt aangaande hulle verwagtinge en behoeftes waaraan voldoen is of nie, wat die bestuur kan gebruik om dienslewering te verbeter;
- Span- en eweknie-/portuurresensies: medekollegas en spanmaats het 'n gevestigde belang in die sukses van die span en sal waarskynlik eerlike, konstruktiewe voorstelle verskaf om die algehele prestasie van die span te verbeter, aangesien die resultate 'n refleksie is van die hele span en nie net die individu wat gemonitor word nie; spanlede leer van en by mekaar;
- Indiensopleiding verskaf dinamiese, op-datum insette van bedryfsleiers wat veranderende tendense monitor en wat bekwaam is om waardevolle opleiding te verskaf wat die personeel op hoogte hou van nuwe aanvraag, nuwe tegnologie en nuwe, aanvaarbare norme wat die maatskappy relevant sal hou en dit 'n mededingende voordeel sal gee, verbeter bekwaamheid en produktiwiteit.

2.6 Die diensbedryf maak swaar op die vermoë van die spanlede staat om saam te werk na die gesamentlike doel. As die lede nie effektief kan saamwerk nie, sal die doel nie bereik word nie, swak diens sal gelewer word, die besigheid se reputasie sal geknou word, hulle sal besigheid en inkomste verloor en moontlik die deure moet sluit. Dit moet reggestel word voordat dit te laat is. Wanneer die prestasie van 'n span geëvalueer word, word die areas waar verbetering kan plaasvind geïdentifiseer. Hierdie gapings kan uit die weg geruim word met verskeie strategieë om die spanprestasie te verbeter. Daar is baie voordele aan effektiewe spanwerk verbonde: die gedeelde verantwoordelikheid maak dat die taak vinniger uitgevoer word; bou 'n gees van kameraderie, gedeelde strewe na die einddoel en sukses wanneer die doel bereik is. 'n Groep moet dieselfde doel of missie in die oog hê, sodat almal hulle beste gee om daardie een doel te bereik om as 'n eenheid te funksioneer en minder foute te maak, en dit lei tot vinnige, konsekwente diens wat waarde vir geld bied, en skep die indruk van 'n professionele span. Kliënte se behoeftes en verwagtings sal vervul word en hulle sal 'n positiewe ervaring hê en terugkom en positiewe mondelingse terugvoer aan ander gee. (enige 4 goeie punte wat die sukses van 'n besigheid aan die noodsaaklikheid van 'n goeie span toeskryf)

2.7 Elke spanlid het 'n spesifieke vaardigheid gebaseer op sy/haar sterk en swak punte. Indien elke lid sy/haar sterk punte kanaliseer, (spesialiseer in 'n area), en fokus op 'n taak wat sy/haar spesiale vaardigheid benodig, sal daar geen verwarring van rolle, geen repetisie van take deur twee verskillende spanlede wees nie, elke spanlid kan sy/haar sterk punte aanwend tot voordeel van die span, tot voordeel van die gesamentlike doel, wat konflik verminder, dienslewering verbeter, en die span doeltreffend en professioneel laat voorkom. (enige 3 geldige punte)

2.8 Enige gedrag wat konflik veroorsaak en nie opgelos kan word nie, soos inmenging terwyl ander 'n bydrae lewer, probeer die span beheer, nie deelneem nie, nie spansessies bywoon nie, verander die fokus van die span, spot oor die bydrae van ander, meningsverskille en opponerende idees van ander lede vir persoonlike redes, ras- of geloofsverskille wat konflik veroorsaak, roloorlading. (enige 2 geldige antwoorde)

2.9 Die vermoë om te kommunikeer / 'n goeie luisteraar, geduld, deursettings-vermoë, probleemoplossing, opletend (bewustheid) ('Leierskap' word nie aanvaar nie. Nie al die lede hoef 'n goeie leier te wees nie). (enige 2 geldige punte)

2.10 **Spesifiek tot die scenario by die oord:** Gedragskode skryf die gedrag van die personeel voor, verskaf riglyne oor interaksie met kliënte aangesien die werknemer moet instem om die gedragskode te onderteken en sodoende die dienslewering te verbeter. Die besigheid sal die opsie hê om personeellede wat die gedragskode oortree, te dissiplineer en dissiplinêre prosedures te implementeer. dit help om die personeel 'in lyn' te hou, verskaf 'n standaard waarvolgens hulle verwag word om op te tree.

Spesifieke voorbeelde:

- Kommunikasie van personeel moet tydig wees, en personeel wat nie daaraan voldoen nie, kan gedissiplineer word.
- Die werknemer wat onbeskof met die bejaarde dame gepraat het, moet opgelei of gedissiplineer word.
- Die bejaarde dame moes die geadverteerde fooi betaal het, aangesien die onderneming verantwoordelik is vir valse advertensie en die personeellid wat daarvoor verantwoordelik is, opgelei en/of berispe moet word.

**Ook aanvaarbaar:** Help personeel om etiese besluite te neem aangesien almal dieselfde doelstellings en voorskrifte het, skep 'n samewerkende en kollektiewe atmosfeer, bevorder integriteit in die werkplek. skep ook vertroue vanuit die kliënte se oogpunt wanneer hulle sien dat die besigheid hulle personeel deeglik monitor. (enige 3)

2.11 **BYLAAG B, 'Skriftelike klagte'.**

Stel 'n SSGB-analise vir die oord wat in die klagte genoem word op.

**LW: sterk- en swakpunte moet interne faktore wees, geleenthede en bedreigings moet ekstern wees**

Enige kombinasie van sterkpunte, swakpunte, geleenthede en bedreigings word aanvaar; die kandidaat hoef nie 3 punte per kategorie te hê nie.

<p><b>Sterk punte</b></p> <p>Unieke produkaanbieding: bied elke aand Bingo-kompetisies aan, die spesiale saunas vir artritis, die Virtuele Realiteitspringaktiwiteite vir bejaardes en die aand vir alleenlopendes bo 70.</p> <p>Mededingende voordeel – spyseniering vir bejaardes, min mense doen dit deesdae.</p> <p>Die spesiaal opgeleide personeel in die welstandsentrum.</p> <p>'n Bietjie handarbeid en 'n minimale onkoste vir boumateriaal sal die toegang vir gestremde besoekers verbeter.</p>	<p><b>Swak punte</b></p> <p>Swak kliëntediensprestasie – lyk onprofessioneel – geen kommunikasie vanaf die kantore, geen reaksie op die klagte</p> <p>Minderwaardige diens – mag lei tot 'n slegte reputasie</p> <p>Tekort aan toegang vir gestremde besoekers – geen rolstoelopritte, geen parkering vir gestremdes.</p> <p>Webwerf is so verouderd dat Desember se spesiale aanbiedinge nog steeds beskikbaar is en geen melding is gemaak van die vervaldatum van hierdie aanbieding nie. (swak professionele beeld)</p> <p>Geen kommunikasie of reaksie op kliënt se klagtes, blyk dat die besigheid nie 'n kliëntediens beleid het nie.</p> <p>Die onsensitiewe negatiewe reaksie van die ontvangsklerk – tekort aan personeel wat omgee.</p>
<p><b>Geleenthede</b></p> <p>Hoë werkloosheidsyfer in die plaaslike gemeenskap kan 'n geleentheid wees om laaggeskoolde of ongeskoolde arbeid in diens te neem.</p> <p>Swak ZAR kan buitelanders aanmoedig om te besoek, aangesien hulle meer koopkrag het.</p>	<p><b>Bedreigings</b></p> <p>Hoë koste, geen spesiale prysstruktuur vir verskillende segmente van die toerismebedryf.</p> <p>Potensiële kompetisie van soortgelyke oorde met beter diens.</p> <p>Globale/wêreldwye pandemie kan lei tot toerisme-verlies, die besigheid kan selfs sluit.</p>

**VRAAG 3**

3.1 3.1.1 Die rand is sterk wanneer sy waarde hoër is as die geldeenheid waarmee dit vergelyk word, sterk koopkrag, en die rand is swak wanneer dit minder werd is, swak koopkrag (waarde is minder as) die geldeenheid waarmee dit vergelyk word. **(Kandidaat se respons moet begrip toon dat die waarde nie op sy eie geoordeel kan word nie, dit is altyd óf sterker óf swakker in vergelyking met 'n ander geldeenheid).**

3.1.2 Indien die rand sterk is – Minder buitelandse toeriste, minder buitelandse valuta, toeriste het minder geld om te spandeer, korter verblyf, S.A. word gesien as 'n duur opsie, mag 'n nader/alternatiewe, goedkoper bestemming kies. (enige 2)  
Swak ZAR – meer buitelanders, kan meer ZAR koop vir hulle geldeenheid, sterker koopkrag, langer verblyf, neem deel aan meer aktiwiteite, SA word gesien as 'n goedkoop en waarde-vir-geld bestemming. (enige 2)

3.2 3.2.1 Bankverkope-koers.

3.2.2 Bankverkope-koers (BVK) word gebruik wanneer mense buitelandse valuta van 'n bank of buitelandsevalutahandelaar koop; die bank verkoop buitelandse valuta aan die toeris. Bank-koopkoers (BKK) word gebruik wanneer die toeris buitelandse valuta verruil vir S.A. rand; die bank koop buitelandse valuta van die toeris.

3.3 Elektroniese Fondsoorplasing (EFT/EFO)

Die voordele is:

- Dit is veilig.
- Dit is effektief en vinnig.
- Dit is goedkoper as papiertjekbetalings en -invorderings.
- Geld kan regoor die wêreld oorgeplaas word.

Telegrafiese Oorplasing (SWIFT)

- Indien jy oorsee vassit sonder kontant, kan iemand by die huis vir jou geld elektronies stuur binne 'n dag.
- Jy het nie die Internetbankfunksie nodig nie, aangesien die banke die inligting direk aan mekaar stuur.

Bankonttrekkings

- Dit is een van die veiligste maniere om geld oorsee te stuur.

Internetbetalings

- Dit spaar tyd.
- Nie nodig om in lang rye te staan om 'n rekening te betaal nie.
- Mense kan enige tyd in hulle rekeninge ingaan om 'n op-datum staat van hulle transaksies te kry.
- Lae transaksiekostes/fooie.

Buitelandse banknote (Kontant)

- Dit is nuttig om kontant byderhand te hê vir onmiddellike uitgawes.



Kredietkaarte (Visa, MasterCard, American Express, Diners Club)

- Kaarte kan gebruik word om duur items te koop. Die skuld kan oor 'n tyd afbetaal word.
- Hulle vermy dit om groot bedrae kontant saam te dra.
- Meeste besighede aanvaar kredietkaarte as 'n vorm van betaling.

Reisigerstjeks

- Dit word terugbetaal indien jy dit verloor of iemand dit steel.
- Is beskikbaar in al die vername geldeenhede en kan by die meeste hotelle, restaurante en winkels wêreldwyd geruil word.
- Dit is nuttig as geldeenheid as 'n toeris nie 'n funksionerende ATM kan vind nie.

Vooraf gelaai buitelandse kredietkaarte soos *Cash Passport Card/Travel Wallet/Internal Travel Card*.

- Daar is geen kans om skuld te maak nie.
- Die geld wat op die kaart gelaai is, is veilig.
- Aktivering van die kaart is beskerm met 'n PIN.

(2 betalingsmetodes is genoem en een voordeel van elkeen is genoem )

- 3.4 3.4.1 Die skommeling in die waarde van die ZAR teenoor die Amerikaanse dollar/USD oor die periode 1975 tot 2015. Die verhoging in die prys van die Amerikaanse dollar/USD vanaf die einde van apartheid, en die persentasie verandering jaar-tot-jaar in die ZAR:Amerikaanse dollar/USD wisselkoers.

3.4.2 2015 (1)

3.4.3 (a) 1975 of 1980

- (b) Die grafiek toon dat een dollar gelyk was aan ongeveer ZAR1. Amerikaners sou swak koopkrag in S.A. ondervind het/dit sou 'n duur reis gewees het.

3.4.4 (a) Die waarde van die ZAR het gaandeweg afgeneem/verminder, die koste om 'n dollar te koop het toegeneem van net onder ZAR4 na meer as ZAR15 in 2015, EN die tweede tendens is die voortdurend wisselende persentasieverandering in die wisselkoers.

- (b) Moontlike oorsake: nuwe regerende party het gelei tot 'n afname in beleggersvertroue; korrupsie, wanbestuur deur die regerende party; ondemokratiese wetgewing; onstabiele leierskap; globale resessie; 9/11-terrorismeaanvalle; buurlande en hulle beleid (soos grondhervorming in Zimbabwe), Eskom-kragkrisis; S.A. se tekort op lopende rekening; 2008-ekonomiese ineenstorting; die Zuma-administrasie. (enige 3 antwoorde wat die kandidaat se begrip van die impak van globale situasies op die waarde van geldeenhede illustreer).

3.4.5 Dit is ongeveer dieselfde.

3.4.6 Globale gebeurtenisse soos gasheerbyeenkomste of rampe, onvoorsiene omstandighede; inflasiekoers, hoeveel skuld die land het,

'n swak of sterk ekonomie, politieke stabiliteit/onstabiliteit, handelsvoorwaardes, tekort op lopende rekening. (enige 2)

- 3.4.7 • mPOS – mobieleverkoopspunt-stelsels */(point-of-sale (mPOS) systems)* wat personeel toelaat om deur die winkel te beweeg en betaling van kliënte waar hulle ook al is, te aanvaar;
- Digitale betalings – gebruik strepieskode-skanderingstegnologie,
  - "Tik-en-gaan" kitsbetalings,
  - Mobielebetalings-apps '(eWallet') soos *PayPal, Apple Pay, Venmo*, en *Zell, WePay, Swift, Garmen Pay*
  - Kriptogeldeenheid (enige 2)

3.4.8 Toerisme (inkomend internasionaal) verskaf 'n baie groot inkomste van buitelandse valuta. Hierdie inkomste dra by tot die bruto binnelandse produk van die gasheerland. 'n Verhoging in toerismevolumes lei tot 'n positiewe impak op die BBP/ekonomiese ontwikkeling van daardie land. (2 van hierdie punte is verskaf, of 'n soortgelyke kwaliteitrespos van die kandidaat).

3.5 3.5.1  $£80\,000 \times 21,059278 = \text{ZAR}1\,684\,742,24$

3.5.2  $\text{ZAR}35\,000$  gedeel deur  $19,682815 = £\,1778,200933^*$   
Afrond na  $£1778,20$  (\* Die vraag spesifiseer nie dat die kandidaat tot 2 syfers moet afrond nie; daarom sal die volledige antwoord met desimale korrek gemerk word).

3.5.3 Dit is nie langer waar nie aangesien dit lyk asof Botswana se geld-eenheid meer werd is as die ZAR; Dit kos  $\text{ZAR}1,385724$  om BWP1 (Botswana pula) te koop.

## VRAAG 4

4.1 4.1.1 Tydsone is enige van die 24 denkbeeldige lengtegraad-verdelings/meridiane van die aarde se oppervlakte waarin 'n standaardtyd gehou word, al die meridiane is  $15^\circ$  in wydte uitmekaar, met plaaslike variasies, en verteenwoordig een uur.

4.1.2 Verskille in tydsone moet in ag geneem word gedurende lang vlugte ooswaarts of weswaarts omdat 'n uur verloor word vir elke tydsone wat ooswaarts gekruis word gedurende 'n vlug. Reisigers moet bewus wees van die tydsveranderinge, veral wanneer oos of wes oor tydsone gevlieg word, veral wanneer 'n aansluitingsvlug gehaal moet word, mense op spesifieke plaaslike tye ontmoet moet word, bywoning van vergaderings of aktiwiteite wat tyd-sensitief is, as mens meer as drie tydsone kruis sal dit vlugvoosheid veroorsaak.

Impak op die streek: Voordele 1. Dagligbesparingstyd verminder residensiële elektrisiteitsverbruik 2. DBT verminder die aantal verkeersongelukke 3. DBT verminder misdaad 4. DBT verhoog ontspanningstyd 5. DBT verhoog ekonomiese aktiwiteit 6. Dagligbesparingstyd sit 'n glimlag op almal se gesigte deur meer lig en sonskyn te verskaf (gesondheidsvoordele van meer blootstelling aan sonlig, vitamien D). Negatiewe impakte sluit in sukkel om by nuwe slaapsiklus aan te pas, moegheid, motorongelukke omdat inwoners

nie slaap nie, meer energieverbruik aangesien die vermaaklikheids-/diensbedryf vir langer ure funksioneer, meer inkomste uit ontspanningsaktiwiteite, verwarring aan die begin van implementering, onreëlmatig mediese roetines (die neem van medisyne op die verkeerde tyd, verwarring)

- 4.2 Hulle moet weet wanneer 'n land DBT/dagligbesparingstyd het aangesien die tyd dan 1 uur vroeër of later by hulle bestemming sal wees, en of hulle die Internasionale Datumlyn sal kruis want dit sal die datum affekteer, vlugtye/treintye verander, mediese roetines soos die neem van medikasie, DBT mag verwarring veroorsaak. (enige 4).

## 4.3

**Voor die vlug:**

Moenie 'n swaar maaltyd voor die vlug eet nie.

**Tydens die vlug:**

Neem slaaphulpmiddels soos Melatonien, slaappille of slaap-induserende antihistamiene, wat MAG help om by die tydsverskil by die bestemming aan te pas, aangesien die toeris tydens die vlug slaap. Daar is teenstrydige studies oor die gebruik van slaaphulpmiddels. Elke situasie is spesifiek tot die individu.

**Verwysing:**

<https://www.sleepfoundation.org/travel-and-sleep/jet-lag#:~:text=Anticipate%20the%20time%20change%20for%20trips%20by%20getting,at%20least%20three%20to%20four%20hours%20before%20bedtime.>

- **Verander die tyd op jou horlosie:** Sodra julle vertrek, pas die tyd op jou horlosie, tablet en skootrekenaar by die tyd van jou bestemming aan.
- **Drink water:** Bly gehidreer tydens die vlug.
- **Vermyn alkohol en drankies met 'n hoë kaffeïen-inhoud** soos koffie, energiedrankies en gaskoeldranke. Dehidrasie sal die effekte van vlugvoosheid en vlugtamheid vererger.
- **Verlaag jou liggaamstemperatuur:** Draai die lugversorger aan om jou liggaamstemperatuur te verlaag. 'n Laer liggaamstemperatuur vertel jou brein dat dit tyd is om te gaan slaap.
- **Slaap:** Slaap volgens die plaaslike tyd van jou bestemming.
- **Elimineer geraas en lig:** Elimineer alle slaapsteurnisse, sit jou skerm af, sit die oorhoofse lig af, maak jou vensterskerm toe, dra 'n oogmasker en oorproppies. Dit sal jou help om beter te slaap.
- **Bly aktief:** Wanneer jy nie slaap nie, strek jou bene en loop in die kajuit rond om jou bloedvloei normaal te hou en bloedsirkulasie te verbeter.

**Na die vlug:**

- **Verhoog jou liggaamstemperatuur:** Verhoging van jou liggaamstemperatuur kan jou help om vinniger by die nuwe tydsone aan te pas. 'n Warm bad of oefeninge sal help om jou liggaamstemperatuur te verhoog.
- **Stel jouself bloot aan sonlig:** Stel jouself aan sonlig bloot met jou aankoms. Dit sal jou liggaam help om sy interne horlosie te herstel en sal jou help om vinniger by die nuwe tydsone aan te pas.
- **Bly wakker:** Weerstaan die versoeking om te slaap, dit sal vlugvoosheid vererger en langer laat duur. Bly met jou aankoms so lank as moontlik wakker en slaap volgens plaaslike tyd.
- **Eet proteïene:** Kos wat ryk is aan proteïene bevat neurochemikalieë wat mens help om meer waaksaam/ oplettend te wees.

## 4.4 Sydney is by +10 (+1 vir DBT)

SA is by +2

9 ure verskil

09:00 + 9 ure verskil = 18:00

## 4.5 4.5.1 Jhb. = +2 en Tokio is +9 = 7 ure verskil

Jhb. vertrek om 15:00 + 7 ure = 22:00 in Tokio.

Plus 7 ure vlugtyd, 22:00 + 7 ure = 05:00 op 24 Januarie in Tokio.

- 4.5.2 Indien die Jhb-lughawepersoneel haar skootrekenaar onmiddellik stuur, sal die vertrektyd 05:00 op 24 Januarie (in Tokio of 22:00 in JHB) wees. Tel die vlugtyd by, wat dieselfde is as in 4.5.1 (7 ure),  $05:00 + 7 \text{ ure} = 12:00$  (middag op 24 Januarie). Indien haar seminaar vir 10:00 op die 24ste Januarie geskeduleer was, sal sy dit nie betyds ontvang nie – dit sal 2 ure laat wees.

**VRAAG 5 KONSEPKAART**

In die tweede deel van jou PAT vanjaar, is daar van jou verwag om 'n moontlike onderneming, wat waarde sal toevoeg tot 'n toeristeaantreklikheid of diens, te identifiseer.

**Konstrueer 'n konsepkaart** waarin jy die impak van hierdie besigheidsgeleentheid op die toerismebedryf **EN** die **drie pilare van Volhoubare Toerisme evalueer**.

Maak seker om die volgende punte in jou konsepkaart in te sluit:

- 'n Titel wat jou unieke geleentheid/onderneming omskryf.
- Enige vyf van die nege P's van die bemarkingsmengsel wat die unieke onderneming beskryf.
- Die unieke verkoops punt.

**Produk, Persone, Verpakking (*packaging*) en programmering, Plek, Promosie, Vennootskap (*Partnership*), Prys, Proses en Fisiese bewyse (*Physical evidence*).** Kandidaat kon enige 5 gekies het om die onderneming te beskryf, met 'n beskrywing van elkeen. Unieke verkoops punt moet geïdentifiseer wees en moet **UNIEK** wees.

- Kenmerke van 'n suksesvolle onderneming:
  - die kenmerke van 'n suksesvolle toeristeaantreklikheid wat jy graag in jou onderneming wil sien:
    - **getal besoekers oorskry die teikengetal vir besoekers;**
    - **herhaalde besoeke;**
    - **inkomste genereer oorskry die teikenbedrag;**
    - **positiewe impak op die plaaslike gemeenskap en omgewing.**
  - die strategieë/faktore waarop jou besigheidsplan sal fokus om hierdie kenmerke te verwesenlik:
    - **uitstekende plaaslike en/of internasionale bemarking van toerismeprodukte;**
    - **volhoubare en verantwoordelike bestuursplanne;**
    - **positiewe ondervinding van besoekers;**
    - **veiligheid en misdaadvoorkoming;**
    - **algemene voorkoms en instandhouding van die attraksie;**
    - **neem die behoeftes van mense met gestremdhede in ag;**
    - **universele toegang.**
- Aanbevelings oor hoe die onderneming kan verseker dat kliënte terugkeer en dat die kliëntebasis behou word.

**Herhaalde besigheid en gelukkige kliënte is 'n direkte resultaat van uitnemende dienslewering. Kandidaat se respons moet voorstelle vir beter dienslewering insluit en mag die volgende insluit:**

- Kliëntet rugvoering om bewus te bly van nuwe tendense in die mark,
  - Gebruik terugvoer om 'n herstelplan te implementeer of 'n diens te verbeter en die behoeftes en verwagtinge van die kliënt te vervul,
  - 'n Unieke verkoops punt om jou 'n mededingende voordeel te gee,
  - Hanteer klagtes onmiddellik en vergoed die kliënt.
  - Erken en beloon personeel en kliënte,
  - Hou kommunikasiekanale met kliënte oop,
  - Verseker produk/diens ontwikkel, verbeter, pas aan by globale tendense,
  - Konsekwentheid, eerlikheid, etiese besigheidspraktyk.
- (punte gemaak moet die kandidaat se bewustheid om kliënte gelukkig te hou en hulle behoeftes en verwagtings te vervul, wys).

- Die drie faktore wat 'n impak op volhoubare en verantwoordelike toerisme het: **Omgewings-, Gemeenskaps-/sosiale, Ekonomiese faktore**
- Hoe jou unieke onderneming 'n impak kan hê op die drie pilare van Volhoubare Toerisme, met voorbeelde.

Omgewingsfaktore – goeie omgewingspraktyke soos die bestuur van hulpbronne (energie en water, bestuur van afvalmateriaal – verminder, hergebruik, herwin), rommelkontrole, kontroleer besoedeling, omgewingsvriendelike geboue, bevorder inheemse flora en kontrolering van indringerplante op terreine en in tuine.

Sosiale faktore – neem positiewe en negatiewe effekte van toerisme op plaaslike gemeenskappe, kultuur en erfenis in ag. Betrek plaaslike inwoners in besluite wat hulle affekteer, Korporatiewe Sosiale Investerings (KSI) in toerisme, soos finansiële en nie-finansiële bystand verleen deur toerismemaatskappye aan gesondheid/sport/onderwys/jeug projekte.

Ekonomiese faktore – die rol van besigheid. Die verantwoordelike houding van 'n toerismebesigheid teenoor die mense en omgewing wat dit affekteer. Maniere om dit te beoefen: eienaarskap, indiensneming, verkryging van plaaslike goedere en dienste, ens.

**Evaluasie is spesifiek tot die individuele kandidaat se ondernemingsidee.**

- Die onderlinge verhoudings tussen die konsepte, insluitende oorsake en effekte.
- Sleutel met verskillende kleure om tussen die konsepte te onderskei.

## VRAAG 6 UITGEBREIDE SKRYFWERK

**Scenario:** Jy is 'n toeroperateur en het 'n toer van twee weke beplan vir 'n groep Sjinese besoekers wat 'n land in die SAOG streek besoek.

**Stel** 'n verslag vir die groep **saam** waarin jy die volgende adresseer:

- Watter verpligte dokumentasie vereis word wanneer lande in die SAOG-streek vanuit 'n internasionale land besoek word.  
**Gesondheidsertifikaat, [Covid-toets met negatiewe resultate nie ouer as 72 uur nie, geelkoorssertifikaat], paspoort, visa.**
- Aanbevelings aangaande gesondheidsmaatreëls, ASOOK veiligheidsmaatreëls wat die toeriste behoort te neem voor en tydens hulle besoek aan die SAOG-streek.

**Gesondheidsvoorsorgmaatreëls:** Verpligtende inentings soos Hep A en B, geelkoors, cholera, aanbevole voorsorg vir hondsdoelheid, voorgestelde voorsorgmaatreëls: neem malaria profilaktiese/voorkomende medikasie vir malariagebiede, vermy swem en plas in damme en riviere wat die bilharziaparasië mag hê, drink slegs gekookte of gefiltreerde water om cholera in vuil areas te voorkom, voorkom HIV deur beskerming te gebruik, neem 'n noodhulpkissie vir reisigers, wend sonskerm aan in warm areas, gebruik voorkomende medisyne en neem mediese assuransië uit.

**Veiligheidsmaatreëls:** Moet nooit bagasie sonder toesig los nie, stoor waardevolle items in die hotel se kluis, kyk wie by die deur is voordat jy dit oopmaak.

**In publieke areas:** Vermoed dit om duur juwele, kameras en waardevolle items ten toon te stel. Moenie groot bedraë kontant met jou saamdra nie, bly weg uit donker, geïsoleerde areas saans of bly in 'n groep, bel 'n taxi van die hotel.

**In jou kar:** Beplan jou roete voor die tyd, sluit die deure en hou die vensters toe, sluit waardevolle artikels in die kasse toe.

**Op die lughawe:** Maak gebruik van die lughawe se toedraaidiens.

**Na donker:** Vermy dit om alleen te loop; probeer om in 'n groep te bly, bly sover moontlik naby die lig of in verligte areas, loop doelgerig en kom so gou as moontlik by jou bestemming.

- Advies oor:
  - Dit wat die toeriste kan verwag wanneer hulle deur doeane gaan,
  - Wat 'belastingvry' is,
  - Verskillende kanale waardeur hulle dalk kan gaan.

**Doeane – toeriste moet by die daargestelde beperkings bly aangaande verbode, beperkte of belastingvrye artikels oor grense, moontlike invoerbelasting op sekere geskenke, duur artikels wat mense terugvat in hulle eie lande in; belastingvrye artikels is goedere wat reisigers in Suid-Afrika mag inbring sonder om doeanebelasting of belasting op toegevoegde waarde (VAT) te betaal.**

**Verbode goedere verwys na goedere wat reisigers volgens wet nie in Suid-Afrika mag inbring nie, soos onwettige medisyne/dwelmmiddels, wapens, lewendige plant- of diermateriaal, beperkte bedrag geld.**

**Groen en rooi kanaal – groen kanaal as jy niks het om te verklaar nie, rooi kanaal as jy wapens of geskenke of groot hoeveelhede kontant het om te verklaar.**

- 'n Analise van die impak van die Covid 19-pandemie op die toerismebedryf .  
**Kandidaat moet positiewe en negatiewe effekte verskaf en die impak op die toerismevolumes sowel as die gasheerland analiseer. Respons mag ekonomiese, sosiale, omgewingsimpak insluit.**
- VYF of meer betekenisvolle voorstelle aangaande verantwoordelike en volhoubare toerisme.

**Voorstelle vir die toeriste om die gedragskode van 'n verantwoordelike toeris na te kom:** (voorbeeld verkry van <https://www.everysteph.com/rules-responsible-tourist/>)

- Leer 'n paar basiese woorde in die plaaslike taal, (*hallo, asseblief, dankie ...*)
- Ondersteun plaaslike toeroperateurs wat ekskursies en daguitstappies organiseer en kies iemand wat verantwoordelik optree.
- Waar moontlik, neem 'n trein of 'n bus eerder as 'n vliegtuig.
- Vermy taxi's en karre soveel as moontlik, gebruik openbare vervoer: plaaslike busse, fietse en doodgewone stap is ekovolhoubare vervoeroplossings, goedkoop en baie maal meer bevredigend.
- Respekteer die omgewing en moet nie 'aandenkings' van nasionale parke, wildreservate of argeologiese terreine optel nie.
- Moenie rommel strooi nie en herwin waar moontlik.
- Moenie water mors nie, maak altyd die krane toe.
- Skakel al die ligte en lugversorger af wanneer jy nie in die kamer is nie.
- Beskerm die fauna: moenie items of bykomstighede koop wat van leer, pels of dele van diere gemaak is nie. Moenie vleis van bedreigde spesies eet nie, al word dit as 'n plaaslike lekkerny beskou.
- Respekteer die gewoontes en plaaslike tradisies: byvoorbeeld trek gepas aan in 'n konserwatiewe land en indien nodig, bedek jou kop.



- Vermoed dit om jou rykdom ten toon te stel in die armste lande (vermoed horlosies, juwele en ontwerpversakke), moenie met plaaslike smousse onderhandel nie.
  - Moenie vir bedelaars geld gee nie – dit moedig die praktyk aan.
  - Dra by tot die land se ekonomie deur plaaslik vervaardigde geskenke te koop.
  - Plaaslike inwoners is nie diere in 'n dieretuin nie: vra toestemming voordat jy foto's van hulle neem. (enige geldige en betekenisvolle respons).
- Die belangrikheid daarvan om toerismebeesighede te ondersteun wat die FTTSA -etiket vertoon.

*Fair Trade* in Toerisme Suid-Afrika (FTTSA) – nie-winsgewende bemarkings-organisasie, skenk 'n *'Fair Trade in Tourism'*-handelsmerkembleem/logo aan toerisme-organisasies wat regverdig en verantwoordelik opereer. Hierdie etiket is 'n waardevolle bemarkingshulpmiddel aangesien dit die besigheid in 'n verantwoordelike en etiese lig stel. Dit lok verantwoordelike reisigers wat wil 'teruggee' aan die plaaslike gemeenskap. Hierdie is 'n groeiende tendens onder toeriste.

Voordele – toeriste wat die FTTSA-embleem ondersteun, is verseker dat hulle bydrae mense wat betrokke is by toerisme help en ondersteun, dat hulle regverdig behandel word, dat hulle regverdige betaling ontvang, dat daar 'n regverdige indiensnemingsstelsel is en dat plaaslike bronne gebruik word om gemeenskappe en die plaaslike ekonomie te bevoordeel. FTTSA is toegewyd aan geslagsgelykheid en diversiteit deur hulle kernwaardes: regverdige verdeling, demokrasie, respek, betroubaarheid, deursigtigheid en volhoubaarheid.

**Totaal: 200 punte**