



**education**

---

Department:  
Education  
**REPUBLIC OF SOUTH AFRICA**

**NASIONALE  
SENIOR SERTIFIKAAT**

**GRAAD 12**

**TOERISME**

**FEBRUARIE/MAART 2010**

**MEMORANDUM**

**PUNTE: 200**

**Hierdie memorandum bestaan uit 15 bladsye.**

**AFDELING A: KORTVRAE****VRAAG 1**

1.1	1.1.1	C✓	LO1 AS12.1.2	(1)
	1.1.2	A✓	LO1 AS12.1.2	(1)
	1.1.3	A✓	LO1 AS12.3	(1)
	1.1.4	D✓	LO1 AS12.4.1	(1)
	1.1.5	B✓	LO1 AS12.1.1	(1)
	1.1.6	D✓	LO4 AS12.4.3	(1)
	1.1.7	B✓	LO 2 AS12.2.4	(1)
	1.1.8	B✓	LO4 AS12.4.2	(1)
	1.1.9	A✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.10	A✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.11	D✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.12	B✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.13	C✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.14	A✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.15	B✓	LO3 AS12.3.1	(1)
	1.1.16	B✓	LO3 AS12.3.5	(1)
	1.1.17	B✓	LO4 AS12.4.1	(1)
	1.1.18	D✓	LO4 AS12.4.5	(1)
	1.1.19	A✓	LO4 AS12.4.5	(1)
	1.1.20	C✓	LO4 AS12.4.4	(1)
				(20)

1.2	1.2.1	Wêreldgesondheidsorganisasie (WHO)✓	LO3 AS12.3.3	
	1.2.2	IDP✓ Internasionale Bestuurspermit	LO3 AS12.3.3	
	1.2.3	Visum✓	LO3 AS12.3.3	
	1.2.4	Immunisering✓	LO3 AS12.3.3	
	1.2.5	Forex-tabel ✓	LO3 AS12.3.3	(5)
1.3	1.3.1	G✓	LO3 AS12.3.3	
	1.3.2	E✓	LO3 AS12.3.3	
	1.3.3	B✓	LO3 AS12.3.3	
	1.3.4	A✓	LO3 AS12.3.3	
	1.3.5	C✓	LO3 AS12.3.3	(5)
1.4	1.4.1	Cholera✓	LO3 AS12.3.5	
	1.4.2	Gauteng✓	LO3 AS12.3.2	
	1.4.3	Euro✓	LO1 AS12.3.3	
	1.4.4	THETA✓	LO3 AS12.1.3	
	1.4.5	Londen✓	LO3 AS12.3.2	(5)
1.5	1.5.1	C✓	LO2 AS12.2.4	
	1.5.2	A✓	LO2 AS12.2.4	
	1.5.3	B✓	LO2 AS12.2.4	
	1.5.4	H✓	LO2 AS12.2.4	
	1.5.5	E✓	LO2 AS12.2.4	(5)
				<b>[40]</b>
			<b>TOTAAL AFDELING A:</b>	<b>40</b>

**AFDELING B: TOERISME AS 'N INTERVERWANTE STELSEL****VRAAG 2**

- |     |       |   |                 |     |
|-----|-------|---|-----------------|-----|
| 2.1 | 2.1.1 | BBP – Bruto Binnelandse Produk✓   | LO1<br>AS12.1.3 | (1) |
|     | 2.1.2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruik toerismeprodukte en diensresultate in die verhoging van belasting en heffings wat tot die BBP bydra. ✓✓</li> <li>• Dit sal die vermenigvuldigingseffek aan die gang sit, wat werks- en entrepreneursgeleenthede sal skep en sodoende die lewenstandaarde verbeter. ✓✓</li> <li>• Toerisme in landelike gebiede sal toeneem en gemeenskappe kan deel in die rykdom wat gewoonlik net in stedelike gebiede spandeer word.</li> <li>• Lewenstandaarde sal verbeter word deur geld wat direk of indirek deur toerisme verdien word.</li> <li>• Vaardigheidsontwikkeling kan aangemoedig word.</li> </ul>   | LO1<br>AS12.1.3 | (4) |
|     | 2.1.3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• As toeriste uitstekende diens ontvang sal hulle...</li> <li>• Spesiaal voel en terugkeer vir nog 'n besoek. ✓✓</li> <li>• Hulle vriende van die diens vertel wat hulle ontvang het, en so hulle vriende aanmoedig om die land te besoek.</li> <li>• Waarskynlik weer dieselfde produk of diens kies en so die besigheid uitbrei.</li> <li>• Buitelandse toeriste het Hoë verwagtinge. Deur uitstekende kliëntediens te lewer sal hul verwagtinge bevredig en selfs oortref word en so buitelandse besoeke verhoog.</li> </ul>  | LO1<br>AS12.1.3 | (2) |
|     | 2.1.4 | <p><b>Voorlopige Nasionale Diensleweringstrategie vir Toerisme in Suid-Afrika.</b> ✓</p> <p>Hierdie dokument poog om die lewering van uitstekende diens in Suid-Afrika te verbeter, sodat hierdie land 'n keurbestemming vir alle reisigers kan word. ✓</p> <p><b>'The Tourism Satellite Account (TSA)'</b> ✓</p> <p>Hierdie program poog om meer akkurate statistieke oor die ekonomiese impak van toerisme te verkry/meet. ✓</p> <p><b>Plaaslikeregering-Toerisme-Indaba</b> ✓</p> <p>Hierdie program poog om beplanning op plaaslike vlak te verbeter, veral in verband met infrastruktuur. ✓</p> <p><b>Ook: Toerisme INDABA Mei 2009</b></p> <p>INDABA se doelwit is om die Suid-Afrikaanse toerisme-industrie aan Suid-Afrikaners en die res van die wêreld te bemark.</p> | LO1<br>AS12.1.2 | (6) |

- |     |       |  |                 |     |
|-----|-------|--|-----------------|-----|
| 2.2 | 2.2.1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• SMME verwys na Klein, Medium en Mikro-ondernemings ✓</li> <li>  bv.:</li> <li>• Kultuurdorpies✓</li> <li>• Townshiptoere</li> <li>• Tavernes/Sjebeens</li> <li>• Handwerk- en aandenkingverkope</li> <li>• Handwerkvervaardiging en -verkope</li> </ul>   | LO1<br>AS12.1.2 | (2) |
|     | 2.2.2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die doel van TEP is om klein en medium ondernemings in die toerismesektor te ondersteun, lei en help. ✓✓</li> <li>• TEP fokus ook op die verhoging van die besigheidsaktiwiteite van klein besighede in toerisme, sal lei tot werkskepping, volhoubaarheid en transformasie, die uiteindelijke doelwitte van TEP. ✓✓</li> </ul>   | LO1<br>AS12.1.2 | (4) |
|     | 2.2.3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Om die SMME-mark in toerisme vir 2010 te verstaan – maar ook na die byeenkoms. ✓</li> <li>• Gebruik hierdie inligting om strategie:e te ontwikkel om die industrie te verbeter.✓</li> <li>• TEP wou 'n betroubare bron van inligting vir alle belanghebbendes bied om te gebruik.</li> </ul>  | LO1<br>AS12.1.2 | (2) |
|     | 2.2.4 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultuurdorpies✓</li> <li>• Sportstadions/Opvoerings✓</li> </ul>   | LO1<br>AS12.1.2 | (2) |
|     | 2.2.5 | Handwerkvervaardiging en -verkope ✓✓   | LO1<br>AS12.1.2 | (1) |
|     | 2.2.6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regverdige Hande in Toerisme Suid-Afrika (FTTSA) ✓</li> <li>• DEAT se Binnelandse Toerismegroei-strategie</li> <li>• DEAT se Gemeenskapstoerisme-promosietoere</li> <li>• SEB-manifes vir Toerisme en (*scorecard)</li> <li>• Toerismewitskrif oor die Bevordering en Ontwikkeling van Toerisme in Suid-Afrika.</li> </ul>  | LO1<br>AS12.1.2 | (1) |
| 2.3 |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorkeurverkryging (maatskappye probeer voorraad by verskaffer met die beste moontlike SEB-voldoening het) ✓✓</li> <li>• Ondernemingsontwikkeling (swart eienaars en swartbemaagte SMME's is verkiesbaar)</li> <li>• Toegang tot regeringsaansporings en besigheidsondersteuning</li> <li>• Ontwikkeling van die plaaslike toerismemark</li> <li>• Nuwe besigheidskakels</li> <li>• Eienaarskap- en vennootskapgeleenthede</li> <li>• Addisionele vaardighede vir die sektor</li> <li>• Nuwe produkte en geleenthede</li> <li>• Verbeterde innovering in ondernemings en in die industrie</li> <li>• Toegang tot internasionale markte wat geïntegreerde ervaring vereis</li> </ul> | LO1<br>AS12.1.2 | (2) |

- 2.4 2.4.1
- By die huis ✓
  - plaaslik
  - met VFR'e
- LO1  
AS12.1.3 (2)
- 2.4.2
- Toeriste kan besluit om hul beplande reise te kanselleer as gevolg van die hoë petrolprys en dit sal 'n negatiewe impak op alle sektore van die toerisme-industrie hê. ✓
  - Verskaffers aan restaurante ens. Moet hul aflewering pryse verhoog, wat dan deursyfer na die verbruiker (toeris) ✓
  - Pryse van vliegtuigkaartjies verhoog drasties, wat lugvervoer baie duur maak
  - Besigheidsreisiger kan oorsese reise heroorweeg, wat lei tot kansellering van vlugte, akkommodasie, motorhuur, konferensiefasiliteit, ens.
  - As gevolg van hoër uitgawes, kies toeriste om nie te reis nie. Die industrie verloor besigheid omdat daar minder toeriste is om hulle produkte en dienste te gebruik.
  - Verlies van wins kan lei tot die sluiting van sommige toerismebesighede/kleinsakeondernemings sal nie volhoubaar wees nie, veral nie dié wat gespesialiseerde dienste aanbied nie – dit veroorsaak dat die bestemming beperkte produkte of dienste het.

**[31]****VRAAG 3**

- 3.1 3.1.1 Advertensies
- Dit is belangrik dat die publiek nie op enige manier mislei word of verkeerde inligting gegee word nie. ✓✓
  - Alle vorme van advertering moet akkurate, onlangse inligting bevat.
- LO1  
AS12.1.3 (2)
- 3.1.2 Vervoer
- Lede moet verseker dat bestuurder die vereiste lisensies het om toeriste te vervoer, bv die PDP. ✓✓
  - Veilige en padwaardige voertuie moet gebruik word van toerismemaatskappye met 'n goeie naam.
  - Daar moet deurgaans toetsing plaasvind om te verseker dat veilig bestuur word.
  - Daar moet deurgaans instandhouding aan voertuie gedoen word om toeriste se veiligheid te verseker.
- (2)
- 3.2
- Kurator ✓
  - Sekuriteitspersoneel ✓
  - Skoonmakers ✓
  - Administratiewe personeel
  - Navorsers
- LO1  
AS12.1.3 (3)

3.3	Dienskontrak ✓✓	LO1 AS12.1.3	(2)
			[9]
<b>TOTAAL AFDELING B:</b>			<b>40</b>

## AFDELING C: VERANTWOORDELIKE EN VOLHOUBARE TOERISME

### VRAAG 4

4.1	4.1.1	DEAT/Departement van Omgewingsake en Toerisme ✓	LO2 AS12.2.1	(1)
	4.1.2	Dit gee toerismepraktisyns leiding, rigting en reëls wat gevolg moet word om verantwoordelike en volhoubare toerismepraktyke te verseker. ✓✓	LO2 AS12.2.1	(2)
	4.1.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Ekonomiese verantwoordelikheid</u> beteken dat enige toerismebesighede moet verseker dat hulle besighede ekonomiese voordele vir plaaslike inwoners skep deur: ✓✓</li> <li>• Werkskepping</li> <li>• Volhoubare ontwikkeling van kleinsakeondernemings</li> <li>• Geleenthede vir die ontwikkeling van kleinsakeondernemings.</li> <li>• Toeriste word aangemoedig om plaasvervaardigde produkte en plaaslike dienste te gebruik.</li> <li>• Moedig kliënte aan om geld in die plaaslike ekonomie te spandeer deur vir hulle geleenthede te gee om plaaslikvervaardigde goedere te koop.</li> <li>• Verseker dat gemeenskappe betrokke is by en voordeel trek uit toerisme.</li> <li>• <u>Sosialetoeerisme-besighede</u> moet verseker dat hulle bydra tot die algemene welstand en gladde funksionering van die gemeenskap deur: ✓✓</li> <li>• Bied ondersteuning en raad aan plaaslike ondernemings en entrepreneurs.</li> <li>• Die plaaslike inwoners word in diens geneem</li> <li>• Die besighede toon respek vir menseregte, kultuur en die omgewing.</li> <li>• Sluit plaaslike gemeenskappe in by beplanning en besluitneming.</li> <li>• Respekteer sosiale en kulturele diversiteit.</li> <li>• Help om bewustheid onder personeel en die gemeenskap te skep oor gesondheidskwessies soos MIV/Vigs.</li> <li>• Dra by tot die ontwikkeling van die plaaslike gemeenskap.</li> <li>• Daar is opleiding en bemagtiging van personeel.</li> <li>• <u>Omgewingstoerisme-besighede</u> moet verseker dat natuurlike hulpbronne bewaar en beskerm word gedurende hulle bedrywighede en ontwikkeling ✓✓</li> </ul>	LO2 AS12.2.1	(6)

- Verlaag omgewingsimpak wanneer toerisme ontwikkel word
- Volhoubare gebruik van natuurlik hulpbronne
- Wees in staat om biodiversiteit te handhaaf

**LET WEL: 1 punt word toegeken as slegs 'n voorbeeld gegee word.**

- |       |       |   |                 |             |
|-------|-------|---|-----------------|-------------|
| 4.1.4 | (a)   | Die Imvelo-toekennings word toegeken aan toerismebesighede wat hul verbintenis tot verantwoordelike toerisme wys deur hul ekonomiese, sosiale en omgewingsprestasies.✓✓   | LO2<br>AS12.2.2 | (2)         |
|       | (b)   | Die ETEYA-toekennings word toegeken aan klein toerismebesighede wat in staat is om hulle besigheid te onderhou en dit te laat groei.✓✓  |                 | (2)         |
| 4.1.5 |       | Dit waarborg regverdige lone en werkstoestande vir kleinskaalse produsente.✓✓<br>Die produk word reverdig verhandel.✓✓<br>Plaaslike inwoners word in diens geneem.<br>Daar is opleiding en bemagtiging van personeel<br>Die wins word gebruik vir die bevordering en ontwikkeling van plaaslike toerisme aantreklikhede<br>Die besigheid toon respek vir menseregte, kultuur en die omgewing                                      | LO2<br>AS12.2.3 | (4)         |
|       |       |   |                 | <b>[17]</b> |
| 4.2   | 4.2.1 | Brand fossielbrandstof deur die gebruik van motors.✓✓   | LO2<br>AS12.2.2 | (2)         |
|       | 4.2.2 | Kyoto-Protokol ✓✓   | LO2<br>AS12.2.2 | (2)         |
|       | (a)   | Nee✓ / Ja   | LO2<br>AS12.2.2 | (1)         |
|       | (b)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nee</li> <li>• Lande soos Australië en die VRA is hoogs geïndustrialiseerd en is groot besoedelaars. Hulle is nie bereid om die Kyoto Protokol te onderteken nie ✓ omdat hulle voel dat die ooreenkoms gebrekkig is en hulle dring aan dat dit te duur is om te implementeer. Dit beteken dat hulle min of geen poging aanwend om kweekhuisemissies te verminder nie. ✓</li> </ul>       |                 | (2)         |
|       |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ja</li> <li>• Baie lande regoor die wêreld het die protokol onderteken en dit het die uitwerking van kweekhuisemissies beklemtoon, wat die aandag vestig en druk op lande plaas om kweekhuisemissies te verminder.</li> <li>• Alhoewel die VRA en Australië nie die Kyoto-Protokol onderteken het nie, het hulle hulle eie beleid oor die vermindering van kweekhuisemissies.</li> </ul> |                 |             |



- 4.2.4 (a) VSA Dollar ✓ LO3  
AS11.3.5 (1)
- (b) LO3  
AS11.3.5 (2)
- Die plaaslike inwoners verkies dollar omdat hulle meer plaaslike geld kry in ruil vir die VSA dollar. ✓✓
  - Die VSA dollar is die gewildste geldeenheid vir handel met ander lande.
  - Die regering wil ook die sirkulasie van VSA dollar in die land aanmoedig; dit sal dan die ekonomie van die land 'n hupstoot gee.
  - Die VSA dollar is baie meer werd as die plaaslike geldeenheid.
- 4.2.5 (a) Verminder koolstofemissies/kweekhuiskasse/verhoed aardverwarming ✓ (1)
- (b) Toeriste sal aangemoedig word om klein motors te huur of te gebruik wat minder petrol sal gebruik en dus minder fossielbrandstof sal brand. Een van die grootste bydraes wat mense lewer tot die verhoging in atmosferiese CO<sub>2</sub>-vlakke, is die brand van fossielbrandstowwe. ✓✓ (6)
- Ekotoeriste moet die SAOG-lande en aantreklikhede ondersteun wat omgewingsverantwoordelik is. ✓✓
  - Toeriste sal aangemoedig word om openbare vervoer te gebruik en sodoende kweekhuiskasse te verminder ✓✓ wat om die beurt sal lei tot verbetering en ontwikkeling van infrastruktuur van die lande
  - Om verantwoordelike toerisme te beoefen in natuurgebaseerde toerisme-omgewings.

**[34]****VRAAG 5**

- 5.1 5.1.1 • Aartsbiskop Desmond Tut het na Suid-Afrika verwys as 'n 'reënboognasie' wat nou 'n gewilde term geword het om Suid-Afrika as 'n kultureel diverse land te beskryf. ✓✓ LO2  
AS12.2.4 (2)
- Met een nasie wat uit baie mense bestaan,
  - Wat 'n wye verskeidenheid tale praat,
  - Wat tot verskillende gode bid,
  - Wat baie diverse oorspronge het en baie verskillende gebruike volg.

- 5.1.2 Deur Suid-Afrika as 'n 'reënboognasie' te bemark, sal toeriste bewus word van die verskeidenheid unieke en diverse kulturlee ervarings in die verskillende provinsies. ✓✓ LO2 AS12.2.4 (4)

Die bewaring van kennis oor hierdie kulture ✓✓ asook die bewaring van kulturele skatte is van groot waarde in die bemarking van Suid-Afrika as 'n toerismebestemming. Deur die land as 'n reënboognasie te bemark, beklemtoon Suid-Afrika as een van die mees suksesvolle demokrasieë op die Afrikakontinent waar vryheid van geloof deur die Grondwet gewaarborg word, en die amptelike beleid is dat daar nie met godsdienstige praktyke ingemeng moet word nie.

[6]

**TOTAAL AFDELING C: 40****AFDELING D: TOERISMEGEOGRAFIE, AANTREKLIKHEDE EN REISNEIGINGS****VRAAG 6**

- 6.1 6.1.1 Dit dui aan dat Suid-Afrika slegs 1 tydsone volg, terwyl die Verenigde State van Amerika 4 tydsone het. ✓✓ LO3 AS12.3.1 (2)
- 6.1.2 JHB +2GMT 20:00  
+2GMT – 0GMT  
= 2uur. ✓ LO3 AS12.3.1 (5)  
Daarom is Londen 2 uur agter Suid-Afrika  
  
= 20:00 – 2 uur  
18:00✓ + 12 uur vlugtyd  
= 06:00  
06:00✓ + 1 uur DST  
= 07:00 ✓ 31/05/09✓  
**OF**  
07:00 ✓✓✓✓ 31 Mei 2009✓
- 6.1.3 Perth +8GMT : Sydney +10GMT  
Tydverskil +8 - +10 = 2 uur. ✓ LO3 AS12.3.1 (3)  
  
Daarom is Sydney 2 uur voor Perth.  
17:00 + 2 uur✓  
= 19:00✓
- 6.1.4 • Dit is die begin van langer tye van daglig. ✓✓ LO3 AS12.3.1 (2)  
• Om in te skakel by lange in die Suidelike halfronde wat Somertyd toepas, soos Namibië

- |     |       |  |                 |     |
|-----|-------|--|-----------------|-----|
| 6.2 | 6.2.1 | (a) Veiligheid <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bly weg van afgeleë plekke of beweeg in groepe ✓✓</li> <li>• Wees straatslim, moet nie waardevolle items saamdra nie</li> <li>• Doen navorsing oor veiligheidswenke oor die bestemming</li> </ul>  | LO3<br>AS12.3.3 | (2) |
|     |       | (b) Gesondheid <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drink gebottelde water ✓✓</li> <li>• Doen navorsing oor gesondheidsgefare van die land en neem die nodige voorsorg</li> <li>• Wees versigtig wanneer rou voedsel geëet word</li> <li>• Gebruik sonbeskerming</li> <li>• Neem kennis van siektes soos malaria, cholera, bilharzia, MIV, geelsug</li> </ul>  |                 | (2) |
|     | 6.2.2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskerm toeriste teen probleme in verband met diefstal van waardevolle items. ✓✓</li> <li>• Beskerm toeriste teen gesondheidsprobleme.</li> <li>• Maak die toeris se reis so probleemvry as moontlik.</li> <li>• Dek onvoorsiene gebeurlikhede.</li> <li>• Verseker dat mediese uitgawes van 'n toeris tydens 'n reis gedek kan word.</li> </ul>  |                 | (2) |
| 6.3 | 6.3.1 | Buitelandse markte is besoekers op potensiële besoekers van buite die internasioanle grense van 'n gegewe land. ✓✓   | LO3<br>AS12.3.4 | (2) |
|     | 6.3.2 | (a) Afrika ✓✓<br><br>(b) SA Toerisme moet hule bemarkingstrategieë vir hierdie streek verander, bv.: ✓✓ <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neem sommige van die toerismeprodukte na hierdie mark</li> <li>• Maak toerismeprodukte vir hierdie streek goedkoper in vergelyking met ander markte.</li> </ul>   | LO3<br>AS12.3.4 | (4) |
|     | 6.3.3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Volgehoue, verhoogde en verbeterde advertering in hierdie lande sodat bestaande koopkrag van die toeriste behoue bly. ✓✓</li> <li>• Skep waarde-vir-geld-pakette wat huidige toeriste sal aanmoedig om Suid-Afrika gereeld te besoek.</li> <li>• Moedig huidige toeriste aan om Suid-Afrika om nuwe redes te besoek.</li> <li>• Om die meerderheid bemarkingspogings aan hierdie mark toe te ken.</li> <li>• Om sekere aansporings vir hierdie mark aan te bied.</li> </ul> | LO3<br>AS12.3.4 | (2) |

- 6.4 6.4.1. • Die prys van een geldeenheid uitgedruk in terme van eenhede van 'n ander geldeenheid. ✓✓ LO3  
AS12.3.5 (2)
- Die waarde van een geldeenheid in vergelyking met 'n ander.
- Meganisme wat gebruik word om een buitelandse geldeenheid na 'n ander te herlei.
- Die bedrag van een geldeenheid wat jy in 'n ander geldeenheid kan koop.
- 6.4.2 • Die Rand was relatief sterker in Februarie 2008 in vergelyking met die Britse pond in Oktober 2008. ✓✓ LO3  
AS12.3.5 (2)
- Die wisselkoers was meer gunstig vir die Suid-Afrikaanse rand in Februarie 2008.
- Die wisselkoers was £1 = R7,53 in Februarie 2008 terwyl dit £1 = R15,32 was in Oktober 2008.
- 6.4.3 • Die Britse pond was relatief sterker as die Suid-Afrikaanse rand in Oktober 2008 in vergelyking met Februarie 2008, wat beteken dat Suid-Afrika 'n waarde-vir-geld-bestemming sou wees/meer koopkrag. ✓✓ LO3  
AS12.3.5 (2)
- Die wisselkoers was meer gunstig teenoor die Britse pond in Oktober 2008.
- Die wisselkoers was £1 = R15,32 in Oktober 2008, terwyl dit £1 = R7,53 in Februarie was.
- Enige redelike verduideliking was aandui dat die rand swak was.
- 6.4.4 (a)  $£800,00 \times 12,01 = R9\ 608,00$  ✓✓ LO3  
AS12.3.5 (2)
- (b)  $£800,00 \times 14,50 = R\ 11\ 600$  ✓✓ (2)
- (c) Gesin 2 ✓ het 'n kleiner bedrag in Britse pond betaal omdat die wisselkoers op daardie tydstip gunstiger was vir die Britse pond as die Suid-Afrikaanse rand. ✓ (2)
- OF
- Gesin 2 het ongeveer £142,49 gespaar, terwyl Gesin 1 £32,64 by hulle wengeld moes voeg op hulle Suid-Afrikaanse toer.
- 6.5 6.5.1 Dit is 'n wêreldwye gebeurtenis omdat dit mense vanoor die wêreld gaan lok. ✓✓ LO3  
AS12.3.6 (2)
- Dit is 'n gebeurtenis wat internasionale gemeenskappe en deelname lok.

- 6.5.2 (a) Infrastruktuur LO3 AS12.3.6 (4)
- Bou van nuwe stadions✓✓
  - Verbetering van paaie en spoorweë✓✓
  - Bou van aantreklikhede
  - Bou van akkommodasiegebiede.
- (b) Suid-Afrikaanse Ekonomie (4)
- Verhoging in die graoei van BBP✓✓
  - Meer werksgeleenthede✓✓
  - R21,3 biljoen in Suid-Afrika se ekonomie
  - R12,7 biljoen in direkte besteding
  - 159 000 nuwe werksgeleenthede
  - Verhoging in inkomste/salarisse
- 6.5.3 • Dit sal die internasionale reputasie van ons land verbeter✓✓ LO3 AS12.3.6 (2)
- Dit sal die land 'n positiewe beeld gee.
  - Dit sal ook negatiewe persepsies in positiewe ervarings verander.

**TOTAAL AFDELING D: 50**

## AFDELING E: KLIËNTEDIENS EN KOMMUNIKASIE

### VRAAG 7

- 7.1 7.1.1 Nederland✓✓ LO4 AS12.4.1 (2)
- 7.1.2 Lesotho✓  
Werk✓✓  
inkopies  
besigheid  
VFR  
gesondheid LO4 AS12.4.1 (3)
- 7.1.3 • Navorsinginligting oor hulle maaltydvoorkeure✓✓ (nie-  
varketers/nie-alkoholiese produkte) LO4 AS12.4.1 (4)
- Taal wat gepraat word is meestal Arabies✓✓, verseker dat aan taalvereistes voldoen word vanneer hulle die land besoek deur woordeboeke/interpreteerders
  - Ontwerp pakette wat aan hulle smaak voldoen, bv. Besoeke aan moskees in Suid-Afrika.
- 7.2 7.2.1 Mnr. Radebe moes al die vergaderings daardie dag met  
verskillende mense herskeduleer.✓✓ LO4 AS12.4.2 (2)

- 7.2.2 • Hulle het nie betaling gevra vir die dag se dienste nie (Worldleisure Investments hoef nie te betaal nie ✓✓  
• Hulle bied 'n komplimentêre taxidiens vir een volle dag aan Worldleisure Investments. LO4 AS12.4.3 (2)
- 7.2.3 • Omdat hulle moet keer dat hulle die maatskappy se besigheid verloor. ✓✓  
• Om die goeie beeld van die maatskappy te herstel  
• As deel van bemarking LO4 AS12.4.3 (2)
- 7.2.4 • Hy moet 'n geskrewe of mondelinge waarskuwing ontvang. ✓✓  
• Hy het toesig van 'n verantwoordelike persoon nodig.  
• Hy moet opgelei word in uitstekende kliëntedienslewering. LO4 AS12.4.3 (2)
- 7.3 Kliëntetevredenheidopname kan 'n besigheid help om: LO4 AS12.4.2 (4)
- Deurgans dieselfde diens te lewer ✓✓
  - Uitstekende diens te lewer ✓✓
  - Vertroue met jou kliënte te bou
  - Professioneel te wees
  - Betroubaar te wees
  - Kennis te hê
  - Doeltreffend te wees

**[21]****VRAAG 8**

- 8.1 8.1.1 Ja of Nee ✓ (1)
- 8.1.2 Ja (4)  
Kliënte hoef nie dienste van 'n reiskonsultant te gebruik om besprekings te maak nie. Hulle kan die Internet gebruik as hulle nie bekommerd is oor dienslewering nie. ✓✓
- Kliënte hoef nie hulle huise/kantore te verlaat om inligting te kry nie, kan besprekings doen of om reisdokumente aansoek doen. Hulle kan dit in die gerief van hulle eie huise/kantore doen. ✓✓
  - Kliënte word nie tot besigheidsure beperk om hulle besprekings te doen nie, ens. Die Internet gee hulle 24 uur vryheid om dit te doen wanneer hulle tyd het.
  - Kliënte het ombepaalde toegang tot inligting oor 'n groot verskeidenheid bestemmings en dienste.

**OF**

Nee

- Daar is steeds baie toeriste wat verkies dat iemand ander hulle reisreëlings vir hulle tref. Dit gaan oor dienslewering.
- Mense sal teruggaan na die reisagente as hulle goeie diens ontvang het en die konsultant sal ekstra moeite doen om die beste moontlike diens te lewer.
- Daar is gewoonlik spesiale diensaanbiedinge wat net aan reisagente beskikbaar gestel word.
- Groot maatskappye gebruik steeds reisagente vir al hulle reisreëlings om te verhoed dat werksure gemors word deur op die Internet te soek na spesiale aanbiedinge.
- Groepafslag is net deur reisagente beskikbaar.
- Sommige mense het nie tyd om op die Internet rond te soek net, dit is meer gerieflik as iemand anders dit vir hulle doen.
- Sekere reisagente spesialiseer slegs in 'n sekere tipe reis wat nie op die Internet toeganklik is nie.

8.2

- Wanneer mense verstaan wat die doelwit is, kan hulle die take doen wat gedoen moet word en nie tyd mors op verwarring en onnodige werk as gevolg van onduidelike verwagtinge nie. ✓✓
- Die span werk vinniger met meer doeltreffend. ✓✓
- Skep beter uitkomst wat dienslewering sal verbeter.
- Wanneer spanne goed saamwerk, sal kliënte dit aanvoel – bied waarde aan die kliënt.

LO4  
AS12.4.4 (4)

[9]

**TOTAAL AFDELING E: 30****GROOTTOTAAL: 200**