



Wes-Kaapse  
Regering

Wes-Kaap Onderwysdepartement  
**Direktoraat: Kurrikulum VOO**

---

# TOERISME

HERSIENINGSBOEK  
KWARTAAL 2

KERN NOTAS

Graad 11

Hierdie hersieningsprogram is ontwikkel om jou te help met die hersiening van belangrike inhoud en vaardighede wat gedurende die tweede kwartaal onderrig is. Die doel is om jou voor te berei om die kernkonsepte te verstaan. Dit wil jou ook die geleentheid bied om die verwagte standaard en toepassing van kennis te verkry wat nodig is om sukses in die NSS-eksamen te behaal.

# Die hersieningsprogram dek die volgende:

## Motorhuur

### Die Plaaslike Toerisme Groei Strategie (PTGS)

- Die stand van binnelandse toerisme in Suid-Afrika
- Waarom 'n DTGS? (probleemstelling en visie) (geen statistieke nie)
- Lys die huidige tendense wat toerisme beïnvloed, met 'n baie kort uiteensetting
- Die binnelandse bemarkingsveldtog (verwys na die huidige Sho't Left-bemarkingsveldtog)
- Die vyf (5) binnelandse marksegmente. Fokus op die profiel van die segment, waarom hulle reis (al dan nie) en die tipe reis / vakansie wat u verkies (geen% nodig)
- Die vier strategiese doelstellings en teikens van die DTGS en die implementeringsplan om hierdie doelstellings te bereik. Lys en verduidelik kortliks die aktiwiteite / opsies

### Suid-Afrikaanse erfenisliggame:

- Suid-Afrikaanse Erfenishulpbronagentskap (SAHRA): logo en funksies
- Provinsiale erfenisagentskappe
- Bewusmaking van spesiale erfenispermities en beskermingsregulasies (strukture ouer as 60 jaar, argeologiese en paleontologiese terreine en materiale, meteoriete, skeepswrakke, begraafplase, grafte)

### Bemarking

Die bemarkingsbegroting: koste verbonde aan bemarking

- marknavorsing
- kommunikasiekoste (drukwerk, telefoon, faks, internet)
- Reiskoste (plaaslike en oorsese reis-, voertuig- en vliegkoste)
- Personeelkoste

Verskillende soorte promosietegnieke wat in die toerismebedryf gebruik word:

- Voortgesette promosietegnieke: konvensionele media-instrumente soos die huur van ruimte op televisie, in koerante en tydskrifte, op plakkate en op radio. Gedrukte materiaal soos brosjures, pamflette, plakkate, advertensieborde, kronkelende kaarte. Elektroniese advertensies soos videomure, audiovisuele aanbiedings, digitale uitstallings, selfoonadvertensies, webgebaseerd

### Advertensies

- Promosietegnieke wat onder die lyn is: persoonlike verkope, verkoopspromosies, afslag in die winkel, promosieborgskap, uitstallings, skoue en ekspos

Pas die tipe promosie / reklame by die potensiële kliënt.

.

**Hoe jy elke vraag in hierdie hersieningsboekie moet benader:**

1. Lees elke vraag deeglik deur.
2. Soek die toepaslike aantekeninge in jou notaboek sowel as die toepaslike gedeelte in jou handboek.
3. Skryf jou antwoord op elke vraag op jou eie neer sonder om na die modelantwoorde onder elke vraag te verwys.
4. Lees die vraag weer om seker te maak dat jou eie antwoord volledig is.
5. Vergelyk nou jou antwoord met die modelantwoord en merk jou antwoord deur die punte volgens die modelantwoord te gee.

| Onderwerp                                     | Bladsy nommer |
|-----------------------------------------------|---------------|
| Motorhuur                                     | 8*            |
| Die Plaaslike Toerisme Groei Strategie (PTGS) | 5             |
| Suid-Afrikaanse erfenisliggame:               | 6             |
| Bemarking                                     | 7             |
| Advertensies                                  | 7             |

## Plaaslike, streeks & internasionale toerisme:

Maak seker jy kan die volgende doen:

- Definieer basiese terme soos plaaslike toerisme, toerisme segmente, segmentprofiel ens.
- Identifiseer die vyf (5) plaaslike toerisme markte.
- Onderskei tussen die verskillende marksegmente gebaseer op: - Die profiel van die marksegment, redes hoekom mense reis (of nie) en die tipe vakansie wat elke mark verkies.
- Noem die vier (4) strategiese doelwitte en teikens van die PTGS?
- Beskryf die Plaaslike Toerisme Implementerings-plan? - Noem en verduidelik die aktiwiteite / aksies om hierdie doelstellings te bereik.

| Die vyf (5) Plaaslike Toerisme Marksegmente volgens die PTGS |                                                                                                                |                                                                                                                                                                   |                                                                                                  |                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Segment                                                      | Profiel                                                                                                        | Redes hoekom mense reis.                                                                                                                                          | Tipe vakansie wat hul verkies                                                                    | Marketing message                                                                                                               |
| <b>1. Spontane sakpas verkeners</b>                          | Ouderdom: 18 – 24 jaar<br>Ras: Persone van alle rasse<br>Besteembare inkomste: +- R 5000                       | Reis om nuwe mense te ontmoet, nuwe plekke en avontuur te ervaar en om weg te kom van die alledaagse lewe, en opwindende herinneringe te skep.                    | Verkies eerder (meestal) 'n naweekvakansie gevul met aktiwiteite as 'n stil naweekwegkomkans.    | Wil pret ervaar in verskillende omgewings en omstandighede.                                                                     |
| <b>2. Nuwe horison families</b>                              | Ouderdom: 35 jaar en ouer<br>Ras: swart, bruin en indiërs<br>Besteembare inkomste: R5000- R10000               | Reis is 'n manier om hul kinders te leer en om hul eie perspektiewe te verbreed. Ook om tyd met hul families te spandeer en hulself te beloon vir hul harde werk. | Baie voel dat spesiale aanbiedinge t.o.v hotelle en vlugte hulle meer sal laat reis.             | Spandeer tyd met hul gesinne en verbreed hul perspektiewe en ervarings. asook om hulself te beloon vir hul harde werk.          |
| <b>3. Hoë-lewe entoesiaste</b>                               | Ouderdom: 25 – 45 jaar oud<br>Ras: swart, bruin en Indiër<br>enkel persone<br>Besteembare inkomste: +- R10 000 | Reis is 'n manier om hul sosiale status te verhoog en om die fynere dinge in die lewe te ervaar in verskillende omstandighede / omgewings.                        | Verkies naweek vakansie gevul met aktiwiteite.                                                   | Binnelandse reis is die vinnigste en maklikste manier om sulke ervarings op te doen en te geniet.                               |
| <b>4. Ervare ontspanning soekers</b>                         | Ouderdom: 25 – 45 jaar<br>Ras: blankes<br>Besteembare inkomste: R5000 +                                        | Reis is 'n wyse van lewe en 'n noodsaaklikheid. Hul het gereeld op vakansie gegaan tydens hul kinderjare en heg baie waarde aan reis.                             | Die neiging is om te ontsnap, te ontspan en om kwaliteit tyd met vriende en familie te spandeer. | Suid Afrika het n wye verskeidenheid attraksies en weg breek plekke waar mense kan ontspan en tyd met hul familie kan spandeer. |

### Vier (4) strategiese doelwitte van die PTGS 2012 – 2020

1. Verhoog plaaslike toerisme besteding. (inkomste)
2. Verhoog die volume van plaaslike toerisme.
3. Verminder seisoenaliteit en verbeter die oneveredige geografiese verspreiding van binnelandse toerisme.
4. Ontwikkel 'n verhoogde kultuur van reis/toerisme onder Suid – Afrikaners.

| Doelwitte                             | 1. Vermeerder plaaslike toerisme besteding. (inkomste)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2. Verhoog die volume van plaaslike toerisme.                                                                                                                                                | 3. Verminder seisoenaliteit en verbeter die oneveredige geografiese verspreiding van binnelandse toerisme.                                                                                       | Ontwikkel en verhoog die kultuur van reis / toerisme onder Suid – Afrikaners.                                                                                                                                           |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Maniere om doelwitte te bereik</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hernuwing (Innovation) Van optredes, attraksies en aanbiedinge.</li> <li>- Vermeerder die gebruik en instandhouding van bestaande toerisme fasiliteite en stel nuwe produkte bekend.</li> <li>- Verhoog die aantal besigheidsreise.</li> <li>- Vestig 'n kultuur van reis onder plaaslike toeriste.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Samestelling van bekostigbare toerisme produkte en pakkette vir plaaslike toeriste.</li> <li>- Hersien en verhoog "omkerings-meganismes"</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maksimaliseer die gebruik van dwarsdeur-die-jaar bestaande toerisme fasiliteite.</li> <li>- Verhoog plaaslike toerisme bemerkings veldtogte.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkel en implimenteer toerisme bewuswording, opvoedings - programme, en veldtogte.</li> <li>- Koester die regte Waardes en houdings teenoor plaaslike toerisme.</li> </ul> |



## SUID-AFRIKAANSE ERFENISLIGGAME:

Maak seker jy kan die volgende doen:

- Noem en beskryf die Suid-Afrikaanse erfenisliggame
- Identifiseer die logo van die Suid-Afrikaanse Erfenisbronne Agentskap (SAHRA)
- Lys die funksies van die Suid-Afrikaanse Erfenisbronne Agentskap (SAHRA)
- Noem die provinsiale erfenis agentskappe van elke provinsie
- Beskryf die spesiale erfenis permitte en bewaringsregulasies vir: - strukture ouer as 60 jaar, argeologiese en paleontologiese terreine en materiaal, meteoriete, skepsswrakke, begraafplase, grafte

## Hier is 'n moontlike vraag:

>> *Verskaf 'n definisie vir die die volgende vetgedrukte konsepte:*

## Antwoorde:

### ***Erfenisterreine***

Antwoord: *Terreine van kulturele belang en geografiese gebiede van groot waarde.*

### ***Nasionale Erfenis***

Antwoord: *Strukture of omskewe grondgebiede wat deur die Suid-Afrikaanse Erfenisbronne agentskap (SAHRA) as historiese of kulturele belang verklaar is. Nasionale erfenisterreine staan bekend as Graad I terreine.*

### ***Provinsiale Erfenis***

Antwoord: *Plekke of terreine wat van erfenisbelang is in die provinsie wat PHRA as erfenisterrein verklaar het. Provinsiale erfenisterreine staan bekend as Graad II terreine.*

### ***South African heritage Agencies***

Antwoord: *Agentskappe wat verantwoordelik is vir die verklaring, bestuur en beskerming van erfenisterreine / bronne in SA*

### ***SAHRA***

Antwoord: *Suid-Afrikaanse Erfenisbronne Agentskap (SAHRA)*

### ***PHRA***

Antwoord: *Provinsiale Erfenisbronne Owerheid (PHRA) PHRA identifiseer ook plekke of terreine wat erfenis beteken is het en dit as erfenisterreine verklaar.*

### ***Provinsiale Erfenisagentskappe***

Antwoord: *Agentskappe wat verantwoordelik is vir die samestelling van die bestuur en instandhouding van erfenisterreine / bronne in elke provins*

## Bemarking: Promosie- en advertensietegnieke gebruik in die toerismebedryf:

### *Hier is 'n moontlike Vraag:*

Verduidelik die volgende 4 konsepte:

- *Bemarking*
- *Bo-die-lyn promosie tegnieke*
- *Onder-die-lyn promosietegnieke*
- *Advertensies*

### **Antwoord:**

1. **Bemarking:** Alles wat 'n onderneming doen om sy produk of diens onder die aandag van potensiële klante te bring.
2. **Bo-die-lyn promosie tegnieke:** Dit is nie baie persoonlik nie en is ontwerp om soveel as moontlik mense te bereik teen die minimum koste. Dit gebruik massa media byvoorbeeld, die televisie, tydskrifte, advertensieborde en die internet.
3. **Onder-die-lyn promosietegnieke:** Dit is advertensiemetodes wat meer persoonlik is as die bo-die-lyn-metodes. Dit sluit nie die media in nie.
4. **Advertensie** - is die betaalde publikasie, vertoon of uitsending van inligting wat 'n toerismeproduk of- diens beskryf.

### **Vraag:**

Waarom maak Toerisme besighede gebruik van **advertensies** om hul produkte en dienste te adverteer?

### **Antwoord:**

Besighede adverteer of bevorder hulself, en die produkte en dienste wat hulle bied om verskeie redes:

- Om die vraag na hul produk te verhoog en te behou.
- Om die marktaandeel van hul produkte te verhoog en te handhaaf.
- Om mense in kennis te stel van hul produkte.
- Om 'n handelsmerk te skep.

Inleiding tot die motorhuurbedryf in Suid-Afrika:

Die motorhuurbedryf in Suid-Afrika verwys na die besigheid om huurvoertuie aan individue en besighede vir 'n vasgestelde tydperk te verskaf.

Die motorhuurbedryf is 'n belangrike sektor van die Suid-Afrikaanse ekonomie, aangesien dit 'n gerieflike en buigsame vervoeroplossing vir reisigers en plaaslike inwoners bied.

Sommige van die groot motorverhuringsmaatskappye in Suid-Afrika sluit in Avis, Budget, Europcar en Thrifty. Hierdie maatskappye het 'n wye reeks voertuie beskikbaar om te huur, insluitend sedans, SUV's, bakkies en vragmotors.

Voorwaardes vir die huur van 'n voertuig:

Om 'n voertuig in Suid-Afrika te huur, moet individue aan sekere voorwaardes voldoen. Dit kan insluit:

Ouderdomsvereistes: Die meeste motorverhuringsmaatskappye vereis dat huurders minstens 21 jaar oud moet wees. Sommige maatskappye kan ook 'n boonste ouderdomsperk hê, soos 70 jaar oud.

Bestuurslisensievereistes: Huurders moet 'n geldige bestuurslisensie hê en dit kan voorlê ten tyde van huur.

Kredietwaardigheid: Sommige motorverhuringsmaatskappye mag van huurders vereis om 'n kredietkaart te hê om die huur te verseker. Dit is omdat die kredietkaart gebruik kan word om enige skade of bykomende heffings wat tydens die huurtydperk mag voorkom te dek.

Teken van kontrak: Voordat die huur kan begin, moet huurders 'n huurkontrak onderteken wat die bepalinge en voorwaardes van die huur uiteensit. Dit sluit die huurtydperk, die tipe voertuig en enige bykomende fooie of heffings in wat van toepassing mag wees.

Verskillende huurpakkette en -opsies:

Motorverhuringsmaatskappye in Suid-Afrika bied 'n reeks huurpakkette en opsies om aan die behoeftes van verskillende kliënte te voldoen. Sommige opsies sluit in:

Langtermynhuur: Hierdie huur is tipies vir 'n tydperk van 28 dae of meer. Dit is dikwels meer koste-effektief as korter huurgeld en kan 'n goeie opsie wees vir individue of besighede wat 'n voertuig vir 'n lang tydperk benodig.

Eenrigtingverhurings: Hierdie verhurings stel klante in staat om 'n voertuig by een plek op te tel en dit by 'n ander plek af te laai. Dit kan gerieflik wees vir reisigers wat 'n padreis beplan of vir individue wat 'n voertuig van een plek na 'n ander moet vervoer.

Ander opsies: Sommige motorverhuringsmaatskappye bied ook buigsame huurtydperke, soos

daaglikse of weeklikse huur, sowel as spesiale aanbiedings en promosies.

Tipes versekerings beskikbaar vir motorhuur in Suid-Afrika:

Motorverhuringsmaatskappye in Suid-Afrika bied 'n verskeidenheid versekerings aan om kliënte te beskerm in geval van skade of diefstal. Sommige algemene tipes versekering sluit in:

Botsingsskadevrystelling (CDW): Hierdie versekering dek skade aan die huurvoertuig wat deur 'n botsing of ongeluk veroorsaak word.

Kwytskelding van diefstalverlies (TLW): Hierdie versekering dek die koste van die vervanging van die huurvoertuig ingeval dit gesteel word.

Superbotsingskadekwytskelding (SCDW): Hierdie versekering bied bykomende dekking vir skade aan die huurvoertuig verder as wat deur CDW gedek word.

Kwytskelding van superdiefstalverlies (STLW): Hierdie versekering bied bykomende dekking vir die koste van die vervanging van die huurvoertuig ingeval dit gesteel word, buiten wat deur TLW gedek word.

Persoonlike Ongelukkeversekering (PAI): Hierdie versekering bied dekking vir mediese uitgawes en toevallige dood in geval van 'n ongeluk gedurende die huurtydperk.

Bykomende koste en heffings:

Benewens die basishuurtarief, is daar verskeie bykomende kostes en heffings wat mag geld wanneer 'n motor in Suid-Afrika gehuur word. Dit kan insluit:

Toerismeheffing: Dit is 'n fooi wat deur die motorverhuringsmaatskappy gehef word om toerismeverwante projekte in Suid-Afrika te help finansier. Die toerismeheffing is tipies 'n persentasie van die basishuurtarief en is by die finale huurkoste ingesluit.

Brandstofdeposito's en heffings: Sommige motorverhuringsmaatskappye mag 'n brandstofdeposito vereis ten tyde van huur, wat terugbetaal sal word met die terugbesorging van die voertuig met 'n vol tenk brandstof. Indien die voertuig nie met 'n vol tenk terugbesorg word nie, mag die motorverhuringsmaatskappy 'n brandstoftoeslag hef om die tenk te hervul.

Lughawe-bybetalings: Sommige motorverhuringsmaatskappye mag 'n bykomende fooi hef vir huurgeld wat by 'n lughawe-plek opgetel of afgelaai word.

Bykomende bestuurderskoste: Indien meer as een persoon die huurvoertuig sal bestuur, kan die motorverhuringsmaatskappy 'n bykomende fooi hef vir elke bykomende bestuurder.

Kontrakfooi: Dit is 'n fooi wat deur die motorhuurmaatskappy gehef word vir die verwerking van die huurkontrak.

**Aflewering- en afhaalkoste:** Sommige motorverhuringsmaatskappye mag 'n fooi hef vir die aflewering van die huurvoertuig by die kliënt se ligging of om die voertuig op te tel wanneer dit terugbesorg word.

**Oorgrensfooie:** Indien die huurvoertuig uit Suid-Afrika geneem gaan word, kan die motorverhuringsmaatskappy 'n fooi vir hierdie diens hef.

**Opsionele toerustingkoste:** Indien die kliënt enige bykomende toerusting by die huurvoertuig wil voeg, soos 'n GPS of 'n motorsitplek, kan die motorverhuringsmaatskappy 'n bykomende fooi vir hierdie diens hef.

**Toevallige koste:**

Toevallige koste is bykomende kostes wat gedurende die huurtydperk aangegaan kan word, soos:

**Administrasiefooie vir ongelukke:** Indien die huurvoertuig tydens die huurtydperk in 'n ongeluk betrokke is, kan die motorverhuringsmaatskappy 'n administrasiefooie hef vir die hantering van die eis.

**Verkeersboetes:** Indien die huurvoertuig tydens die huurtydperk by 'n verkeersoortreding betrokke is, kan die bestuurder verantwoordelik wees vir die betaling van enige gevolglike verkeersboetes.

**Betaalopsies en -metodes:**

Motorhuurmaatskappye in Suid-Afrika bied 'n reeks betaalopsies en -metodes, insluitend:

**Kredietkaart:** Die meeste motorverhuringsmaatskappye aanvaar kredietkaarte as 'n vorm van betaling.

**Debietkaart:** Sommige motorhuurmaatskappye aanvaar dalk debietkaarte as 'n vorm van betaling, maar dit is nie altyd die geval nie.

**Kontant:** Sommige motorverhuringsmaatskappye kan kontant as 'n vorm van betaling aanvaar, maar dit is nie altyd die geval nie.

**Bankoorplasing:** Sommige motorverhuringsmaatskappye kan kliënte toelaat om vir hul huurgeld te betaal via bankoorplasing. Dit beteken dat die kliënt die betaling direk vanaf hul bankrekening na die motorhuurmaatskappy se rekening kan oorplaas. Dit kan 'n gerieflike opsie wees vir kliënte wat nie 'n krediet- of debietkaart het nie, of wat verkies om nie een te gebruik nie.