Western Cape Government
FOR YOU
Education

KAAPSE WYNLAND ONDERWYS DISTRIK

TOERISME

OORLEWINGSGIDS

TOERISME GRAAD 12
HERSIENINGSBRON 2022
KAAPSE WYNLAND ONDERWYSDISTRIK

Met erkenning aan:
Me E Ferreira – oorspronklike dokument
Me LG Ragadu - aanpassing

ONDERWERP: PLAASLIKE, STREEKS EN INTERNASIONALE TOERISME	
Wêreld-gebeurtenisse	• ’n Wêreldgebeurtenis is ’n gebeurtenis of voorval van internasionale belang want dit beïnvloed die hele wêreld. • ’n Wêreldgebeurtenis beïnvloed die hele ekonomie van die land waarin dit plaasvind.
Die belangrikste ekonomiese voordele van wêreld-gebeurtenisse	• Generering van inkomste (geld wat deur besoekers by die bestemming bestee word) • Belegging in infrastruktuur en dienste (soos kommunikasie) • Werkskepping • Buitelandsevaluta-inkomste
Voordele van ’n wêreldgebeurtenis vir die gasheerland	• Ontwikkeling van infrastruktuurdienste • Beleggings • Buitelandsevaluta-inkomste • Die vermenigvuldigingseffek
Nadele van wêreld-gebeurtenisse vir ’n gasheerland	• Hoë koste van nuwe infrastruktuur • Teleurstellende beleggings en buitelandsevaluta-inkomste • Verhoogde koste van goedere en dienste • Ekonomiese lekkasies • Teenkanting van die gemeenskap
Politieke situasies	• ’n Politieke situasie verwys na wat in die politiek van ’n land aan die gang is. • Voorbeelde: burgeroorlog, terrorisme, algemene onrus
Onvoorsiene gebeure	• Onvoorsiene gebeure is gebeurtenisse wat onvoorspelbaar is – ons weet nie of die gebeurtenis gaan plaasvind nie. • Voorbeelde: soos tsunamis, aarbewings en ander natuurlike rampe, die wêreld resessie, siektes, ongelukke en ekonomiese skommelings
Die impak van onvoorsiene gebeurtenisse	• Vernietiging van infrastruktuur • Vernietiging van flora, fauna en ekosisteme • Kansellasie van vlugte, treine, seereise en reise op die pad • Kansellasie van vakansies • Minder toeriste sal die bestemming besoek • Minder inkomste sal gegenereer word • Verlies aan werksgeleenthede

<table>
<tr><td>Om te verklaar</td><td>• Om te verklaar beteken om goedere wat jy in ’n land ingebring het amptelik by Doeane te noem.</td></tr>
<tr><td>Daglig-besparingstyd</td><td>• 'n Praktyk waar horlosies een uur vorentoe gedraai word van standaardtyd aan die begin van die somer om ekstra dagligure by te kry.
Voordele van DBT:
• Meer dagligtyd beskikbaar om in die buitelug deur te bring.
• Meer tyd vir deelname aan ontspanningsaktiwiteite, byvoorbeeld inkopies
• Besienswaardighede is langer oop</td></tr>
<tr><td>Tydsone</td><td>• ’n Tydsone is ’n streek van die Aarde waar al die lande dieselfde standaardtyd aanvaar het.</td></tr>
<tr><td>Stappe om te volg met tydsone

berekeninge:</td><td>1. Vind die plekke op die tydsonekaart en stel vas watter kleur hulle is. Die wêreldtydsonekaart is geskadu. Dit beteken dat die wit/grys areas aan die bokant van die kaart met die kleur van die lande korrespondeer. Hierdie sal jou help om die tydsone vas te stel.

2. Stel vas wat die tydsverkil tussen die TWEE lande/plekke is.

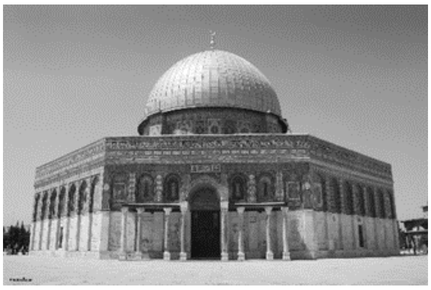
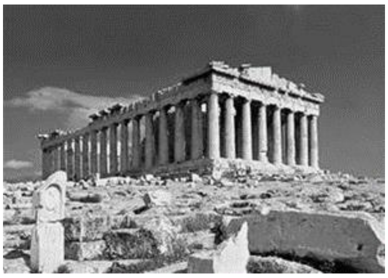
3. Besluit of jy die tydsverskil (ure) moet plus (ooswaartse reis) of minus (weswaartse reis).

4. Plus/minus die aantal ure en gee die antwoord deur gebruik te maak van die 24 uur horlosie. Onthou om die dag en datum in te sluit.

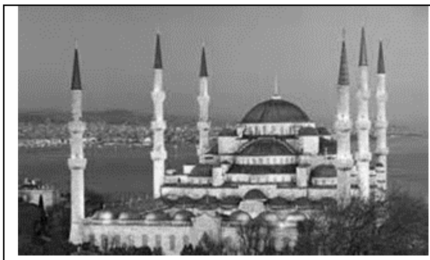
5. Indien die berekening DBT benodig moet jy eers EEN uur by die tydsone van die land wat DBT gebruik byvoeg. Bv. as New York (-5) in die berekening gebruik word moet die tydsone daarvan aangepas word met ‘n uur (na die regterkant) wat New York dan in die (-4) tydsone plaas. Daarna volg jy die stappe (soos voorheen beskryf) om die berekening te voltooi.

6. Berekeninge met vlugure:
As jy die aankomstyd wil bereken, PLUS die vlugure.
As jy die vertrektyd wil bereken, MINUS die vlugure.</td></tr>
<tr><td>Vlugvoosheid</td><td>• Vlugvoosheid is ‘n fisiese toestand wat verband hou met lang afstande vlieg waar baie tydsones oorgesteek word (vlieg van oos na wes of wes na oos).
• Dit word nie aan die duur van die vlug gekoppel nie, maar met die aantal tydsones wat oorgesteek word.
SIMPTOME VAN VLUGVOOSHEID:
• Slaaploosheid
• Moegheid/sonder energie
• Geïrriteerd/prikkelbaar
• Onreëlmatige slaappatroon
• Geswelde bene en voete
• Gebrek aan konsentrasie
• Hardlywigheid of diarree (ontstelde maag)
• Gevoel van disoriëntasie en geheueprobleem (deurmekaar)
• Ontwatering
• Hoofpyn
• Naarheid
• Verlies aan eetlus
• Lighoofdig</td></tr>
<tr><td>Vluguitputting</td><td>• Vluguitputting hou verband met die lengte van ‘n vlug aangesien baie reisigers na ‘n lang vlug uiters moeg is.</td></tr>
</table>

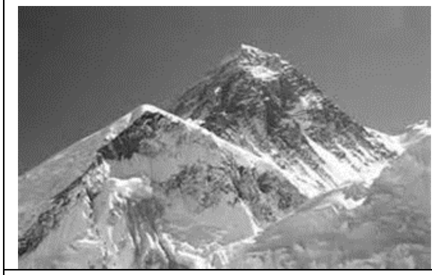
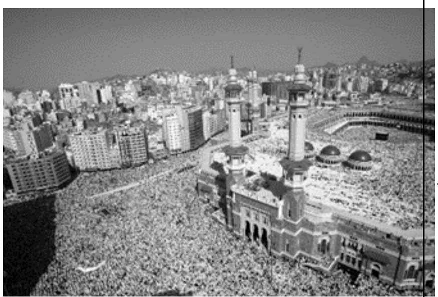
ONDERWERP: WêRELD IKONE 2022

IKOON	STAD, LAND, KONTINENT	BESKRYWING VAN DIE IKOON	REDE WAAROM DIT 'n IKOON IS
DIE KOEPEL VAN DIE ROTS 	Stad: **JERUSALEM** Land: **ISRAEL** Kontinent: **ASIë** **TOERISTEPROFIEL:** Opvoedkundige, SIT Godsdienstige	Die Koepel van die Rots in die ou stad Jerusalem is 'n **Islamitiese heiligdom** wat op 'n **heilige rots** gebou is. Dit is die **derde heiligste terrein** in die wêreld vir **Moslems**, naas Mekka en Medina. Die **profeet Mohammed,** die stigter van Islam, het glo op hierdie plek na die **hemel toe opgevaar.**	Vorm deel van die Ou Stad van Jerusalem.
DIE KLAAGMUUR 	Stad: Ou Kwartier van **Oos- Jerusalem** Land: **ISRAEL** Kontinent: **ASIë** **TOERISTEPROFIEL:** Opvoedkundige Godsdienstige	Die Klaagmuur, wat aan die westekant van die Tempelberg in die ou stad Jerusalem geleë is, is die **heiligste Joodse plek in die wêreld.**	Die Klaagmuur is die heiligste plek in Judaisme. Duisende pelgrims besoek jaarliks die Klaagmuur.
DIE PARTHENON 	Stad: **ATHENE** Land: **GRIEKELAND** Kontinent: **EUROPA** **TOERISTEPROFIEL:** Kulturele Godsdienstige Opvoedkundige	Die Parthenon is die oorblyfsels van 'n **2 500 jaar oue tempel** wat geleë is op die **Akropolis,** 'n heuwel wat oor die stad Athene, Griekeland, uitkyk.	Dit is 'n **simbool van antieke Griekse beskawing.**
DIE TAJ MAHAL (Agra) 	Stad: **AGRA** Land: **INDIë** Kontinent: **ASIë** **TOERISTEPROFIEL:** Kulturele Godsdienstige Opvoedkundige	Die Taj Mahal is 'n mausoleum (praalgraf) wat uit **wit marmer** gebou is. Dit is deur 'n Indiese regeerder as **simbool van sy ewigdurende liefde** vir sy gestorwe vrou gebou.	Die Taj Mahal word as 'n **argitektoniese meesterstuk** beskou en is een van die heel mooiste geboue ter wêreld.

BLOU MOSKEE	Stad: **ISTANBUL** Land: **TURKYE** Kontinent: **EUROPA** **TOERISTEPROFIEL:**	Die Blou Moskee in Istanboel, Turkye, met sy **koepels is binne met blou keramiekteëls** versier.	Die argitektoniese ontwerp van die Moskee reflekteer tipiese klassieke Ottoman aspekte.

	Godsdienstige, Pelgrims Kultuur Argitektuur	Met sy binnehowe en **ses minarette** word dit as een van die **heel mooiste moskees ter wêreld beskou.**	

DIE EIFFEL-TORING 	Stad: **PARYS** Land: **FRANKRYK** Kontinent: **EUROPA** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Ontspannings, Besigheids, SIT	Die Eiffeltoring is die **wêreld se beroemdste toring** en is 'n **simbool van Parys**. Dit is die **hoogste struktuur** en toeristebesienswaardigheid in Parys. Dit het 'n **toegangsfooi.**	Dit is 'n simbool van **vryheid** vir die Franse.
DIE FRANSE RIVIERA 	Stad: **Langs MIDDELLANDSE SEE** Land: **FRANKRYK** Kontinent: **EUROPA** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Ontspannings, SIT, Gesondheids	Die Franse Riviera is een van die **beroemdste en luuksste kusoorde** ter wêreld. Dit is geleë aan **die Mediterreense kus** van suidoos-Frankryk.	Dit het 'n asemrowende kuslyn met smaragblou strande, 'n wonderlike klimaat, museums, kunsgallerye en wingerde.
BERG FUJI 	Omgewing: **HONSHOE EILAND** Land: **JAPAN** Kontinent: **ASIë** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Avontuur, SIT, Jeug	Fuji is die **hoogste berg in Japan.** Hierdie vulkaniese berg is wêreldberoemd as gevolg van sy amper **perfekte simmetriese koniese vorm.**	Wêreldbekende **simbool van Japan**. Berg Fuji is vir baie maande van die jaar met sneeu bedek.
CHICHEN ITZA 	Stad: **YUCATAN SKIEREILAND** Land: **MEKSIKO** Kontinent: **NOORD-AMERIKA** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Kultureel, SIT, Jeug	Chichen Itza is die **murasies** van 'n groot **antieke stad van die Majas.** Dit is een van die bes-bewaarde **argeologiese terreine** van die antieke Maja-beskawing.	Die Maja-beskawing was een van die mees gesofistikeerde beskawings van antieke Amerika.
PETRA	Stad: **PETRA** Land: **JORDANIë** Kontinent: **MIDDE-OOSTE** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** SIT, Avontuur	Hierdie woestynstad, wat in 'n **smal vallei tussen die berge verskuil** is, is uit **soliede rots gekap,** wat dit een van die **verstommendste antieke stede in die wêreld** maak. Petra, wat "rots" in Grieks beteken, is teen ongeveer	Die ouderdom, skoonheid en seldsaamheid van Petra maak dit 'n ikoon van die mens se vindingrykheid en kreatiwiteit.

		100 v.C. as die hoofstad van die Nabateërs, ’n Arabiese stam, gebou.	
BERG EVEREST 	Omgewing: **HIMALAJA BERGE** Land**:** **NEPAL** Kontinent: **ASIë** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** SIT, Avontuur	Die bergpiek is rotsagtig en is dwarsdeur die jaar met sneeu bedek. Die piek is **8 848 m bo seevlak.**	Berg Everest is die **hoogste berg in die wêreld.**
MEKKA 	Stad: **MEKKA** Land: **SAOEDI-ARABIë** Kontinent: **MIDDE-OOSTE** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Godsdienstige, Pelgrims	Mekka, **die heiligste stad van die Islam-geloof,** is die geestelike sentrum vir alle Moslems.	Mekka is die **middelpunt van die Islamitiese wêreld** en is ook die **geboorteplek van Mohammed** en die geloof wat hy begin het.
DIE SWITSERSE ALPE 	Omgewing: **Tussen BERN & VALAIS** Land: **SWITSERLAND** Kontinent: **EUROPA** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Avontuur, Sport- en Ontspannings	Die Switserse Alpe se Jungfrau-Aletsch is ’n **beskermde gebied in die suidwestelike deel van Switserland.** Hierdie pragtige streek het **hoë bergpieke** en valleie wat **permanent met sneeu en gletsers bedek is.**	Die Switserse Alpe is ‘n ikoon bekend vir sy skoonheid en die magdom inligting omtrent die ontstaan van berge en gletsers.

WINDMEULENS 	Stad: **KINDERDIJK** Land: **NEDERLAND** Kontinent: **EUROPA** **<u>TOERISTEPROFIEL:</u>** Rugsak- en Jeug	Windmeulens is een van die belangrikste **simbole wat met Nederland verbind** word. Hulle is nie slegs **kenmerkend van die Nederlandse landskap** nie, maar ook ’n **simbool van die Nederlanders se stryd teen water.**	Die Windmeulens illustreer kenmerke wat met die tegnologie van waterhantering verbind word.

Faktore wat bydra tot die sukses van 'n toeriste attraksie	• Uitstekende bemarking van toerismeprodukte plaaslik en/of internasionaal • Volhoubare en verantwoordelike bestuursplanne • Doeltreffendheid en etiese optrede van personeel en bestuur • Positiewe ervarings van besoekers • Veilgheid en misdaadvoorkoming • Algemene voorkoms en instandhouding van die attraksie • Die oorweging van die behoeftes van mense met gestremdhede • Universele toegang
Kenmerke van 'n suksesvolle toeriste attraksie	• Die werklike aantal besoekers oorskry die teikengetal besoekers • Herhaalde besoeke • Inkomste oorskry teikenbedrae • Positiewe uitwerking op plaaslike gemeenskap en omgewing

ONDERWERP: BUITELANDSE VALUTA VERHANDELING	
BBP (GDP)	• Die geldwaarde van al die goedere en dienste wat oor 'n tydperk van 'n jaar in 'n land geproduseer word. • Die BBP word gebruik as 'n maatstaf om die ekonomiese groei van 'n land te bepaal.
Voordele van die BBP vir die Suid-Afrikaanse ekonomie	• Genereering van inkomste • Skep van werk / werkskepping • Ontwikkeling van infrastruktuur • Vaardigheidsontwikkeling
Vermenig-vuldigereffek	• Die vermenigvuldigereffek is geld, wat deur toeriste spandeer word, wat deur die ekonomie syfer en daardeur werkers en besighede bevoordeel Toeriste spandeer geld as hulle reis. ⇩ Hierdie geld gaan in die plaaslike ekonomie in. ⇩ Hierdie geld word deur plaaslike besighede spandeer om goedere aan te koop en werknemers te betaal. ⇩ Hierdie her-spandering van die geld brei die plaaslike ekonomie uit en skep die vermenigvuldiger effek.
Die vermenigvuldiger effek en skakel met die BBP	• Die waarde van spandering word vermenigvuldig en het 'n positiewe ekonomiese effek. • Geld wat in 'n bepaalde gebied spandeer word help om werk te skep. • Die werksgeleenthede, op hulle beurt, skep 'n aanvraag vir ander produkte en dienste in die plaaslike Ekonomie. • Geld syfer dus deur na alle vlakke van die Ekonomie.
Die koopkrag van die Rand	• Die hoeveelheid buitelandse valuta wat jy met jou Rand kan koop word die koopkrag van die Rand genoem. • Indien die Rand baie van die ander geldeenheid kan koop sê ons dat die Rand sterk is in verhouding tot die ander geldeenheid. • Indien die Rand slegs 'n bietjie van 'n ander geldeenheid kan koop sê ons dat die Rand swak is in verhouding tot daardie geldeenheid.
As die Rand sterk is	• Sal buitelandse toeriste minder Rand vir hulle geldeenheid ontvang. • Sal buitelandse toeriste minder geld hê om te spandeer. • Inkomende toeriste sal vir 'n korter tyd bly of kan selfs glad nie die land besoek nie. • Toerisme sal minder tot die BBP van Suid-Afrika bydra en die ekonomie sal afneem. • Kan tot werksverlies lei.
As die Rand swak is	• Meer inkomende toeriste sal SA besoek. • Buitelandse toeriste sal meer Rand vir hul geldeenheid ontvang. • Buitelandse toeriste sal meer geld hê om te spandeer gedurende hulle besoek. • Buitelandse toeriste sal vir 'n langer tyd bly. • Dit sal tot 'n toename in die BBP lei, wat 'n positiewe impak op die ekonomie sal hê. • Dit kan tot werkskepping lei.

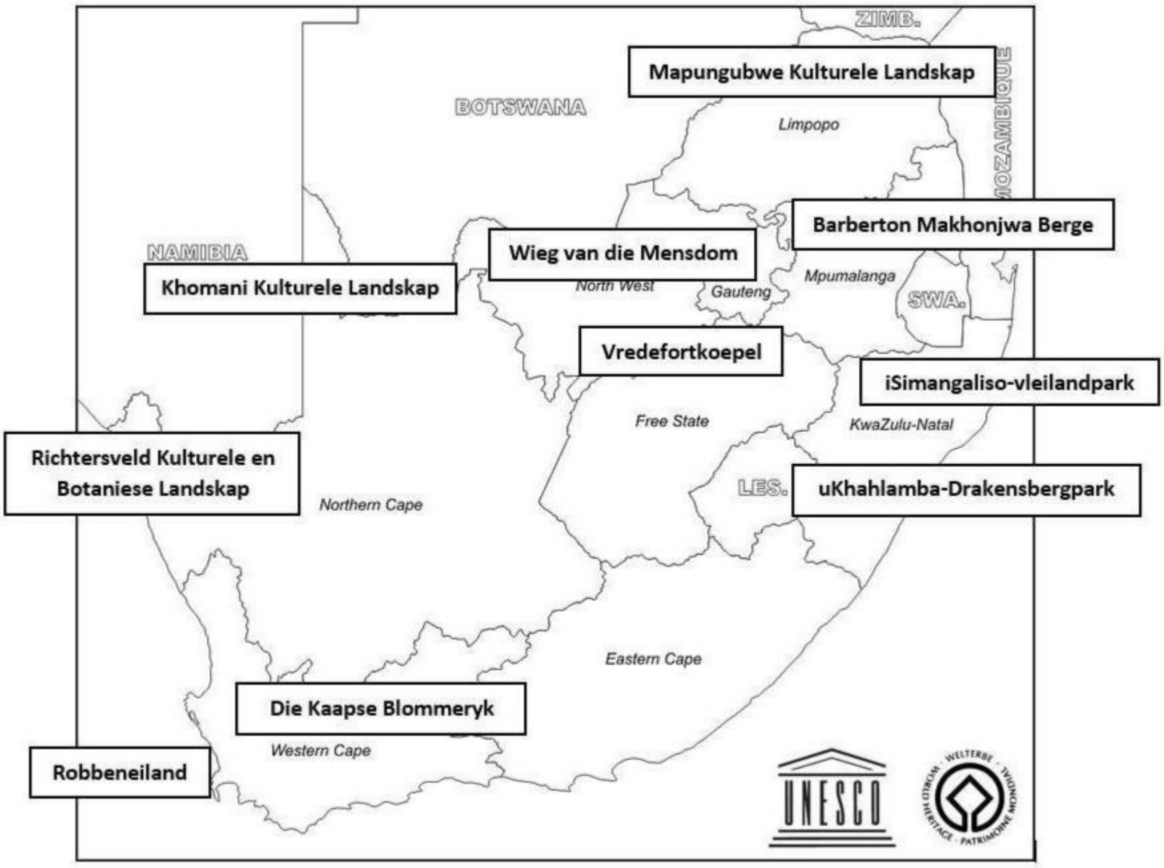
Bank verkoopkoers (BVK)	• Die wisselkoers waarteen die valutahandelaar buitelandse note verkoop. • Die koers waarteen buitelandse valutahandelaars, bv kommersiële banke, buitelandse valuta sal verkoop.
Bank ankoopkoers (BAK)	• Die wisselkoers waarteen die valutahandelaar bv. kommersiële banke buitelandse valuta koop.
Kyk altyd na die Bank se posisie as 'n buitelandse valuta-berekening gedoen word.	Wat doen die Bank met die buitelandse geldeenheid? • Verkoop die Bank die buitelandse geldeenheid? (BVK) • Koop die Bank die buitelandse geldeenheid? (BAK)
Wisselkoers bladsy	• 'n Wisselkoersbladsy is 'n lys van wisselkoerse waarteen buitelandse geldeenhede gekoop en verkoop word. • Hierdie koers bepaal die hoveelheid buitelandse geldeenheid wat jy sal ontvang as jy jou geld wissel.
Skakel die belangrikste geldeenhede om in Suid-Afrikaanse Rand (ZAR)	**VERMENIGVULDIG** met die Valutakoers/Wisselkoers bv. VSD150 × 14,83 = R2 224,50
Skakel Suid-Afrikaanse Rand om in die belangrikste geldeenhede (ZAR)	**DEEL** deur die Valutakoers/Wisselkoers bv. R15 000 ÷ 16,65 = € 900,90
Die invloed van wisselkoerse op internasionale toerisme	**AS DIE RAND STERK IS** ***Uitgaande toeriste:*** • Suid-Afrikaanse uitgaande toeriste sal meer geneig wees om na internasionale bestemmings te reis. • Uitgaande reis sal meer bekostigbaar wees. ***Inkomende toeriste:*** • Suid-Afrika sal as 'n duur bestemming beskou word. • Internasionale inkomende toeriste kan oorweeg om na goedkoper, meer waarde vir geld bestemmings te reis. **AS DIE RAND SWAK IS** ***Uitgaande toeriste:*** • Uitgaande Suid-Afrikaanse toeriste sal dit te duur vind om na die meeste internasionale bestemmings te reis. • Suid-Afrikaners sal bestemmings kies waar hulle die meeste waarde vir hulle geld sal kry. ***Inkomende toeriste:*** • Baie internasionale inkomende toeriste sal Suid-Afrika besoek. • Suid-Afrika sal as 'n waarde vir geld bestemming beskou word.
Skommelings in wisselkoerse	• Skommelings in die waarde van 'n geldeenheid in verhouding tot 'n ander geldeenheid. • Die waarde van geldeenhede skommel/wissel na gelang van vraag en Aanbod. • Vraag en aanbod is aan verskeie faktore gekoppel bv, die land se monetêre beleid, die inflasiekoers, politieke en ekonomiese toestande in die land.

ONDERWERP: PLAASLIKE, STREEKS EN INTERNASIONALE TOERISME	
Vorme van betalings op internasionale reise	• Elektroniese fondsoordragte (EFT) • Telegrafiese oorplasings (SWIFT oordragte) • Bankontrekkings • Internetbetalings • Buitelandse banknote (kontant) • Kredietkaarte (Visa, MasterCard, American Express, Diners Club) • Reisigerstjeks • Voorafgelaaide buitelandse valuta debietkaarte (Cash Passport/Travel Wallet/International Travel Card)
Buitelandse markaandeel	• Die gedeelte van 'n inkomende toerismemark wat deur 'n spesifieke land beheer word
Landreismarkte	• Landreismarkte is lande waar ten minste 60% van inkomende toeriste deur land die land binnegaan (Botswana, Lesotho, Malawi, Mosambiek, Namibië, Swaziland, Zambië en Zimbabwe)
Lugreismarkte	• Lugreismarkte is daardie lande waar ten minste 60% van inkomende toeriste per lug die land binnegaan.

ONDERWERP: BEMARKING	
Die belangrikheid om Suid-Afrika internasionaal te bemark	• Toename in jaarlikse volume van buitelandse aankomste na SA • Toename in internasionale bewustheid van Suid-Afrika as 'n toeriste bestemming
Die kernfunksies van SAToerisme	• Bemarking van Suid-Afrika internasionaal as 'n voorkeur toerismebestemming • Handhaaf en verbeter die standaard van fasiliteite en dienste vir toeriste • Koördineer die bemarkingsaktiwiteite van rolspelers in die bedryf
Geleenthede om SA internasionaal te bemark	• ITB (Berlyn) • World Travel Market (Londen)
Befondsing van SAToerisme se internasionale bemarkings-inisiatiewe	• TOMSA is 'n privaatsektor onderneming wat gestig is om addisionele fondse in te samel om Suid-Afrika internasionaal te bemark. • Toerismebesighede (bv. akkommodasie, motorhuur, toeroperateurs en reisagentskappe) vorder die 1% heffing in vanaf toeriste. • Die besighede betaal die heffings direk aan TOMSA oor • TOMSA, as die invorderingsagentskap, plaas die fondse na die Toerisme Besigheidsraad van Suid-Afrika (TBRSA) ('TBCSA') oor` • TBRSA maak die fondse vanaf die bedryf aan SAToerisme beskikbaar • SAToerisme gebruik die fondse om Suid-Afrika te bemark, beide plaaslik en internasionaal
Handelsmerk	• Dra by om 'n positiewe, verenigde beeld van Suid-Afrika te skep. • 'n Handelsmerk wat op trots gebou word. • 'n Herkenbare handelsmerk om Suid-Afrika op 'n internasionale platform te bemark. • Dit stel Suid-Afrika in staat om as 'n kompeterende bestemming in die wêreldarena te funksioneer. • 'n Sterk handelsmerk plaas ons land in 'n gunstige posisie as 'n aantreklike bestemming en vennoot vir handel en beleggings. • 'n Herkenbare globale handelsmerk inspireer positiewe gedagtes en gevoelens oor die land sal mense aanmoedig om na Suid-Afrika te reis. • Dit stel Suid-Afrika se suksesse ten toon en moedig beleggersvertroue aan.
Geleenthede om Suid-Afrika en die Suider Afrikaanse streek aan die wêreld te bemark	• Toerisme Indaba Reis Handelskou (Durban) • Getaway skou (Kaapstad en Johannesburg)

ONDERWERP: VOLHOUBARE EN VERANTWOORDELIKE TOERISME	
Die drie pilare van volhoubare toerisme	• **Omgewing (planeet):** Goeie omgewingspraktyke, soos bestuur van bronne (energie en water), afvalbestuur (verminder, hergebruik, herwin), rommelbeheer, besoedelingsbeheer, omgewingsvriendelike bouwerk, bevordering van inheemse flora en beheer van uitheemse indringerplante in gronde en tuine • **Ekonomie (wins):** • Die rol van besigheid. Die verantwoordelike ingesteldheid van 'n toerisme besigheid teenoor die mense en omgewing wat dit raak. Maniere om dit te beoefen: eienaarskap, indiensneming, verkryging van plaaslike goedere en dienste • **Maatskaplik (mense):** Neem die positiewe en negatiewe gevolge van toerisme op plaaslike gemeenskappe, kultuur en erfenis in ag. Korporatiewe maatskaplike belegging (KMB/CSI) in toerisme, soos finansiële of nie-finansiële ondersteuning deur toerisme maatskappye aan gesondheid/sport/onderwys/jeugprojekte
Volhoubare en verantwoordelike toerisme	• Gedragskodes vir toeriste-optrede (maatskaplike, ekonomiese en omgewings) • Hoe kan 'n toerismebestemming omgewingsbewuste toeriste (mense, planeet, wins) lok? • Die bydrae van Fair Trade in Tourism (FTT) om verantwoordelike en volhoubare praktyke aan te moedig.
Beginsels van Fair Trade in Tourism	• ***Billike aandeel*** Alle deelnemers wat by 'n toerisme-aktiwiteit betrokke is, moet hulle billike deel van die inkomste kry, in direkte verhouding tot hulle bydrae tot die aktiwiteit. • ***Demokrasie*** Alle deelnemers wat by die toerisme-aktiwiteit betrokke is, moet die reg en geleentheid hê om deel te neem aan besluite wat hulle raak. • ***Respek*** Gasheer en besoeker moet respek toon vir menseregte, kultuur en die omgewing. • ***Deursigtigheid*** Toerisme-ondernemings moet meganismes van aanspreeklikheid vestig. • ***Betroubaarheid*** Die diens wat aan toeriste gelewer word, moet betroubaar en konsekwent wees. Basiese veiligheid en sekuriteit vir die gasheer en die besoeker moet verseker word. • ***Volhoubaarheid*** Die toerisme-onderneming moet daarna streef om volhoubaar te wees.

<table>
<tr><th colspan="4">ONDERWERP: KULTUUR EN ERFENIS TOERISME</th></tr>
<tr><td>Wêrelderfenis-terreine</td><td colspan="3">• Wêrelderfenisterreine is plekke van buitengewone universele waarde waaraan die Die Verenigde Nasies se Opvoedkundige, Wetenskaplike en Kultuurorganisasie (UNESCO) internasionale erkenning verleen.</td></tr>
<tr><td>Die rol van UNESCO</td><td colspan="3">• Volgehoue monitering om Wêrelderfenisstatus te behou.
• Verskaf ondersteuning met bestuursplanne.
• Bystand met opgradering van fasiliteite in geval van 'n onvoorsiene gebeurtenis.
• Finansiële bystand word verskaf in gevalle waar onvoorsiene gebeurtenisse plaasvind.
• Tree in gesprek met betrokke belanghebbendes wanneer die Wêrelderfenisterreine bedreig word.
• Opvoeding / Skep bewustheid
• Bevorder samewerking en ontwikkeling
• Moedig mense aan om terreine te nomineer wat op die Wêrelderfenis-terreine se lys ingesluit moet word.
• Ondersteun lande om openbare bewustheid vir die beskerming van Wêrelderfenisterreine te vestig.
• Moedig die plaaslike gemeenskap aan om hulle kulturele en natuurlike erfenis te bewaar.</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Wêrelderfenis-terreine in Suid-Afrika</td><td>NAAM VAN WÊRELDERFENISTERREIN</td><td>PROVINSIE</td><td>TIPE</td></tr>
<tr><td>Wieg van die Mensdom (1999)</td><td>Gauteng, Limpopo en Noord-Wes</td><td>Kulturele</td></tr>
<tr><td>Mapungubwe Kulturele Landskap (2003)</td><td>Limpopo</td><td>Kulturele</td></tr>
<tr><td>Robbeneiland (1999)</td><td>Wes-Kaap</td><td>Kulturele</td></tr>
<tr><td>Richtersveld Kulturele en Botaniese Landskap (2007)</td><td>Noord-Kaap</td><td>Kulturele</td></tr>
<tr><td>Khomani Kulturele Landskap (2017)</td><td>Noord-Kaap</td><td>Kulturele</td></tr>
<tr><td>Die Kaapse Blommeryk (2004)</td><td>Wes-Kaap</td><td>Natuurlike</td></tr>
<tr><td>iSimangaliso-vleilandpark (1999)</td><td>KwaZulu-Natal</td><td>Natuurlike</td></tr>
<tr><td>Vredefortkoepel (2005)</td><td>Vrystaat en Noord-Wes</td><td>Natuurlike</td></tr>
<tr><td>Barberton Makhonjwa Berge (2018)</td><td>Mpumalanga</td><td>Natuurlike</td></tr>
<tr><td>uKhahlamba-Drakensbergpark (2000)</td><td>KwaZulu-Natal</td><td>Gemengde</td></tr>
<tr><td>Die waarde van die Wêrelderfenis-terreine vir Suid-Afrika</td><td colspan="3">• Die terreine kry nasionale en internasionale erkenning wat sal lei tot ŉ toename in besoekersgetalle.
• ŉ Toename in toeristegetalle sal tot werkskepping lei as gevolg van die toename in aanvraag om dienste.
• Toerisme sal, as gevolg van ŉ aanvraag om dienste en produkte, ŉ inkomste genereer bv. verblyf, vervoer, toegangsgelde, voedsel, drank ens.
• ŉ Toename in besoekersgetalle sal die vermenigvuldigereffek in werking stel.
• Lewensstandaarde sal verbeter deur geld wat direk of indirek deur toerisme verdien word.
• Daar sal ŉ toename in ekonomiese aktiwiteite wees wat tot verhoogde BBP sal lei en toerismebesighede in die gebied sal bevoordeel word.</td></tr>
</table>

LIGGING VAN WÊRELDERFENISTERREINE – KAART VAN SUID-AFRIKA


ONDERWERP: KOMMUNIKASIE EN KLIËNTEDIENS	
Doel van verkryging van kliënteterugvoer	• Om aspekte waar kliëntediens verbeter moet word, te identifiseer. • Om aanpassings te maak aan hul dienslewering en sodoende tred te hou met veranderde kliënte behoeftes. • Positiewe terugvoering kan gebruik word om personeel te motiveer tot diensuitnemendheid. • Dit kan verhoed dat ondernemings kliënte aan mededingers afstaan.
Metodes om kliënteterugvoer te verkry	• Opnames • Vraelyste • Terugvoerkaarte • Opvolg oproepe • SMS boodskappe op selfone • Web-gebaseerde antwoorde
Die positiewe uitwerking van uitnemende dienslewering	• Kliëntlojaliteit en herbesoeke • Minder klagtes van kliënte • Verlaagde bemarkingsbegroting • ‘n Toename in verkope • Verbeterde openbare beeld • Voordeel bo die mededingers • Meer effektiewe werknemers • Gemotiveerde personeel

ONDERWERP: TOERISME SEKTORE	
Faktore wat bydra tot 'n professionele beeld in die toerisme bedryf	• ***Die beeld van die maatskappy:*** Naam van die maatskappy Logo Slagspreuk Webwerf Skryfbehoeftes Bemarkingsmateriaal Produkverpakking Fisiese voorkoms van die onderneming Omgewingsbeleid Kliëntediensbeleid • ***Die beeld van die personeel:*** Professionele beeld Uniform Kleredragkode Persoonlike higiëne Persoonlike versorging Interaksie met kliënte Kommunikasievaardighede
Diensvoorwaardes	• 'n Dienskontrak is 'n ondertekende ooreenkoms tussen die werknemer en die werkgewer • Dit sit die diensvoorwaardes uiteen wat op die werknemer en sy spesifieke pos betrekking het • 'n Dienskontrak moet al die vernaamste bepalings en oorwaardes van die pos uiteensit en is die onderlinge ooreenkoms tussen die werkgewer en werknemer oor hierdie bepalings en voorwaardes • Die dienskontrak beskryf basiese diensvoorwaardes soos: ▪ werksure ▪ uniform toelaes ▪ reisvoordele ▪ verlof ▪ pligte ▪ byvoordele ▪ besoldiging en aftrekkings ▪ beeïndiging van diens ▪ etiek

Gedragskode	• ’n Gedragskode verskaf leiding aan alle personeel oor wat aanvaarbare gedrag is. • Dit is deel van ‘n organisasie se indiensnemingskontrak en is van toepassing op alle werknemers
Die doel van ‘n gedrags-kode	• Help om die gedrag uit te stip wat in die uitvoering van hulle pligte van personeel verwag word • Verskaf leiding aan personeel wat etiese uitdagings teekom • Gee riglyne oor konflikhantering en wat verwag word as daar botsing van belange is • Gee riglyne oor die vlak van professionaliteit wat van werknemers verwag word wat gekoppel is aan die reputasie en standaarde van die besigheid • Dien as ‘n openbare stelling wat aan kliënte van die besigheid kennis/begrip van die etiese kode van die maatskappy gee
Die waarde van ‘n gedrags-kode	• Skep ’n samewerkende, samehorige atmosfeer • Bevorder integriteit in die werkplek • ’n Gedragskode is nuttig omdat dit uiteensit wat vir ’n onderneming belangrik is (sy etiek en beginsels), en voorskryf hoe personeel moet optree terwyl hulle by die werk is. Dit help om te identifiseer en duidelik te stel watter gedrag welkom is en watter nie • ’n Gedragskode of verklaring van sake-etiek dien nie net as gids vir personeel nie, maar ondersteun ook ’n handelsmerkverklaring en projekteer die beeld wat die maatskappy wil uitdra