



higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

TOERISMEBEDRYWIGHED NKR VLAK 3

(11011073)

**21 November 2019 (X-Vraestel)
09:00–12:00**

Hierdie vraestel bestaan uit 14 bladsye.

TYD: 3 UUR PUNTE: 180
--

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae.
 2. Lees AL die vrae aandagtig deur.
 3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
 4. Begin elke afdeling op 'n NUWE bladsy.
 5. Gebruik slegs 'n pen met BLOU of SWART ink.
 6. Skryf netjies en leesbaar.
-

VRAAG 1

1.1 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1.1 Die finansiële plan is 'n afdeling van 'n sakeplan.



1.1.2 Die maandelikse huurgeld wat maatskappye vir kantoorruimte vir die onderneming betaal, is 'n voorbeeld van 'n veranderlike uitgawe.

1.1.3 Aanleg kan as die eienskappe van 'n entrepreneur verduidelik word.



1.1.4 Die bemarkingsafdeling van 'n maatskappy is vir die aanstelling van nuwe personeel verantwoordelik.

1.1.5 Reklame is 'n betaalde vorm van kommunikasie wat klante oor 'n produk of diens, wat deur 'n spesifieke maatskappy aangebied word, inlig.

(5 × 1)

(5)

1.2 Bestudeer die artikel hier onder en beantwoord die vrae.

Die jeug kan die toerismesektor laat groei

Deur Neo Semono



Jong Suid-Afrikaners kan 'n belangrike rol in die Suid-Afrika se toerismebedryf speel. Regeringsprogramme help die jeug om hul eie toerisme-ondernemings op te bou.



Die voormalige president Jacob Zuma het by die opening van die 2017-Toerisme-indaba in Durban, gepraat oor die geleentheid vir jong Suid-Afrikaanse entrepreneurs namate die bedryf aanhou groei.

Daar was 'n toename van 13 persent in besoekers aan Suid-Afrika verlede jaar, het hy gesê, wat van toerisme 'n sektor van die ekonomie maak wat mense se lewens kan verander.

'Buiten werkskepping voorsien toerisme ook geleentheid vir entrepreneurskap. Gegewe die lae toetreeversperrings is dit vir nuwe toetreders, in die besonder vir vroue en die jeug, moontlik om met 'n onderneming te begin.'

Daar sal geleentheid vir jong toerisme-entrepreneurs wees sodra die regering sy nuwe 5-in-5-toerismegroei-strategie bekendstel. Dié plan stel nuwe markte in Asië en die Midde-Ooste in sy visier. Dit het ten doel om die aantal toeriste, wat die land besoek, binne die volgende vyf jaar met vyf miljoen te verhoog.



Ooreenkomstig die regering se beleid van radikale ekonomiese transformasie is die Suid-Afrikaanse toerismebedryf van plan om geleentheid aan swart entrepreneurs te bied om hul ondernemings by handelskoue en tentoonstellings te vertoon.

'Dit is ons strewe om die toerismebedryf in minstens 30 persent swart eienaars se besit te laat kom,' het hy gesê. 'Ons het reeds begin om in transformasie te investeer. By hierdie jaar se Indaba het ons 90 toerisme-ondernemings in swart besit wat van al nege provinsies van Suid-Afrika afkomstig is en eg-Suid-Afrikaanse toerismeprodukte, -dienste en -ervarings aanbied.'

Toerisme is gelyk aan geleentheid

Suid-Afrika se jeug moet weet dat hulle beskik oor dit wat nodig is om 'n onderneming te begin en te bedryf voordat hulle die regering om hulp nader, het die destydse Minister van Toerisme, Tokozile Xasa, aangevoer.



Haar ministerie het reeds programme om nuwe entrepreneurs te help om hul sakeplanne saam te stel. Maar hulle is nie op soek na ondernemings met lukrake groei nie, het minister Xasa by die jongste Plaaslike Owerheid se Toerismekonferensie gesê.

'Ons is op soek na volhoubare groei wat meer geleenthede vir swart mense bied, veral diegene in die plattelandse gebiede, asook vir vroue, die jeug en mense met gestremdhede. Ons wil graag sien dat groei in toerisme tot ekonomiese en maatskaplike transformasie in ons land lei. Toerisme is 'n skatkis wat half begrawe is. Die deksel daarvan is net halfpad oop en nie baie van ons mense kom ooit by die juwele uit nie. As ons almal saamwerk, kan ons daardie deksel oopbreek sodat die voordele van toerisme asook die natuur- en kultuurerfenis van ons land deur almal in ons land gedeel kan word.'

Ondersteunende ondernemings

Die regering het veelvuldige programme geskep om dit vir voorheen benadeelde entrepreneurs makliker te maak om die toerismesektor te betree en om bestaande ondernemings te help groei.



Die Departement van Toerisme het onlangs 'n nuwe ondernemingsontwikkelingsprogram van stapel gestuur. Daarvolgens word nuwe groeigeleenthede aan klein sakeondernemings op strategiese toerismenodusse, 'n toerisme-inligtingsportaal om die inligtingsgaping tussen entrepreneurs en sakegeleenthede te oorbrug, en sakeontwikkeling en marktoegangsondersteuning aan 300 ondernemings landwyd voorsien.

'Die nuwe groeigeleenthede stel ondernemings in staat om onderneming-ondersteuningsdienste, wat hoofsaaklik vanaf die ligging van hul ondernemings aangebied word, te verkry,' het minister Xasa gesê.

Daarby is die Vroue-in-Toerisme-forum in 2014 bekendgestel om die uitdagings te hanteer waarvoor vroue te staan kom in 'n bedryf waarin die meeste van hulle in laevlakposte werk. Die Departement het in 2016 die Uitvoerende Ontwikkelingsprogram bekendgestel om die 2014-program aan te vul.

Albei inisiatiewe het ten doel om swart vroue se leierskaps- en sakevaardighede op te bou. Die Departement het daarby volle beurse aan 20 jong vroue gegee om by Unisa se Skool vir Sakeleiding te studeer.



Toerisme bied 'n geleentheid vir die jeug om hul liefde vir Suid-Afrika te betoon – vir sy natuurskoon en diversiteit, skouspelagtige tonele en warm strande. 'n Nuwe generasie jong entrepreneurs kan nou hul land aan die wêreld voorhou en bemark.

[Bron: Aangepas uit <https://www.vukuzenzele.gov.za>]

- 1.2.1 In die artikel hier bo word verwys na 'n praatjie wat die voormalige president Jacob Zuma by die 2017- Toerisme-indaba gegee het, waarin hy van die geleentheid vir jong Suid-Afrikaanse entrepreneurs in die toerismebedryf praat.

Beskryf kortliks wat 'n *entrepreneur* is.



(3)

- 1.2.2 Verduidelik die rol van toerisme-entrepreneurskap in maatskaplike ontwikkeling. (3 × 2) (6)

- 1.2.3 Die regering het veelvuldige programme geskep om dit vir voorheen benadeelde entrepreneurs makliker te maak om die toerismesektor te betree.

Verduidelik DRIE van die programme, deur na die artikel te verwys, wat aan die entrepreneur beskikbaar is. (3 × 2) (6)

- 1.2.4 Thabisa stel belang daarin om haar eie pendeldiens in Johannesburg te begin. Sy het 'n redelike uitgaande persoonlikheid, met hope energie. Sy is verder taamlik georganiseerd, gewillig om risiko's te loop en glo dat sy sukses met haar nuwe onderneming gaan behaal.



Identifiseer VYF eienskappe van Thabisa wat haar onderneming se sukses kan verseker. (5)

- 1.2.5 Gee TWEE redes dat sommige toerisme-entrepreneurs nie 'n sukses van hul onderneming kan maak nie. (2)

- 1.2.6 Adviseer Thabisa oor dit wat sy moet doen om te verhoed dat haar onderneming misluk. (3 × 1) (3)

[30]

VRAAG 2

Bemarking is 'n uiters belangrike bedrywigheid in enige toerisme-onderneming.

Bestudeer die volgende advertensie aandagtig en beantwoord die vrae:



happyday sale

BOOK from 9am on 11 Feb '14 to 9pm on 12 Feb '14. FLY from 11 Feb '14 to 31 Mar '14.
Available exclusively through flymango.com.

Fares included herein are for one way only. Limited seats available on selected flights on a first come, first served basis. No group bookings available on promotional fares. Refunds on promotional fares must be requested in writing to guestcare@flymango.com. Subject to Mango's terms and conditions. Special events, long weekends (Fridays and return Sundays) and peak flights are excluded. This offer is not available through our call centre.

JNB to DUR from R575	JNB to CPT from R825	CPT to DUR from R825
BFN to CPT from R825	HLA to CPT from R725	CPT to HLA from R825
JNB to PE from R995	CPT to PE from R995	JNB to GRJ from R825

[Bron: <https://www.flymango.com>]

- 2.1 Definieer die begrip *bemarking*. (3)
- 2.2 Identifiseer en beskryf hoe die bemarkingsmengsel deur Mango Airlines aangewend word.  (4 × 3) (12)
- 2.3 Bemarking kan uitgevoer word met behulp van etlike metodes wat as geïntegreerde bemarkingskommunikasiehulpmiddele bekendstaan.

Kies die korrekte hulpmiddel in KOLOM B wat by die prentjie in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–G) langs die vraagnommer (2.3.1–2.3.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

	KOLOM A	KOLOM B
2.3.1		A uitstalling B direkte bemarking C verkopepromosie D gedrukte media  E tv en radio F openbare betrekkinge G persoonlike verkope
2.3.2		
2.3.3		
2.3.4		
2.3.5		

(5 × 2) (10)

- 2.4 Bespreek kortliks die oogmerke van bemarking. (5)
-  [30]

VRAAG 3

3.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die korrekte antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (3.1.1–3.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

3.1.1 Mededinging vir Town Lodge is ...

- A die Blou Trein.
- B Pentravel.
- C Avis.
- D Protea Hotel.



3.1.2 WVF staan vir ...

- A Werkloosheidsversekeringsfonds.
- B Werkloosheidsinterfederasie.
- C Werkloosheidsinsamelingsfonds.
- D Wettige Invoerfonds

3.1.3 Die geld wat benodig word om 'n onderneming in die vroeë stadium daarvan te bedryf:

- A Aanvangskapitaal
- B Bedryfskapitaal
- C Operasionele kapitaal
- D Langtermynkapitaal

3.1.4 'n Persoon wat by 'n maatskappy werksaam is en verantwoordelik is daarvoor om met nuwe idees vir produkte vorendag te kom, word 'n ... genoem.



- A bemarker
- B intrapreneur
- C entrepreneur
- D bestuurder

3.1.5 Hierdie spanlid is die een wat sorg dat almal by die sperdatums hou en seker maak dit word behaal:

- A Vormer
- B Implementeerder
- C Voltooier
- D Planter

3.1.6 'n Kort, treffende frase wat in reklame gebruik word, soos: 'Ons loop die ekstra myl':

- A Logo
- B Leuse
- C Slagspreuk
- D Missie



3.1.7 ... is NIE 'n rede dat 'n entrepreneur met 'n nuwe onderneming begin nie.

- A Om iets nuuts te skep
- B Omdat hy afgelê is
- C Om sy eie lewe te beheer
- D Omdat hy by 'n argument met sy huidige bestuurder betrokke was



3.1.8 Die voordeel daarvan om 'n bemarkingskultuur in 'n onderneming in te boesem:

- A De begroting word gehaal.
- B Die direkteure ontvang bonusse.
- C Die maatskappy se vernietiging word geïllustreer.
- D Werkstevredenheidsspele word verseker.

3.1.9 Eerlikheid kan as deel van 'n entrepreneur se ... gesien word.



- A aanleg
- B persoonlikheid
- C waardes en houding
- D vaardighede

3.1.10 Een metode waarvolgens marknavorsing gedoen kan word, is ...

- A om onderhoude te voer.
- B reklame.
- C om finansiële verslae te hersien.
- D om werk te skep.

(10 × 1) (10)

3.2 Stel 'n kontrolelys van elemente op wat by 'n sakeplan ingesluit moet word sodat SEDA dit kan gebruik om entrepreneurs by te staan om hul eie sakeplanne op te stel.



(8)

3.3 Verduidelik die doel van 'n sakeplan deur die voordele daarvan vir 'n bank te noem.

(3 × 2)

(6)

3.4 Om by 'n bank om 'n lening aan soek te doen, moet 'n persoon sekuriteit verskaf.



Bespreek kortliks DRIE soorte sekuriteit wat 'n persoon aan die bank kan aanbied.

(3 × 2)

(6)

[30]

VRAAG 4

- 4.1 Bestudeer die volgende advertensie oor die NuVe Boutique Hotel aandagtig en beantwoord die vrae:



NuVe Boutique Hotel Singapore

OPENING

SPECIALS

Book 2 nts!
Stay 3 nts

model: IG @whatsthehelen

Book now to avoid
disappointment.
Tel: 023 456 7890

Single
Room

Deluxe
Double

Deluxe
Twin

Nu
Suite

Family
Suite

SGD 80+

SGD 110+

SGD 130+

SGD 200+

SGD 220+



swimming pool



complimentary mini bar
(replenished daily)



free Wi-Fi &
Handy Phone



5-min walk from
Lavender & Jalan Besar
MRT



- 4.1.1 Verduidelik die 'ATR'-model van bemarking. (3 × 2) (6)
- 4.1.2 Watter EEN van die ATR-modeldoelwitte het die bemarker in gedagte gehad toe hy hierdie advertensie ontwerp het? Gee redes vir jou antwoord.  (2)
- 4.1.3 Verduidelik hoe die bemarker die AIDA-beginsel op die advertensie toegepas het. (4 × 2) (8)
- 4.1.4 Om die suksesvolle gebruik van 'n geïntegreerde bemarkings-kommunikasiebenadering te verseker, moet 'n mens sewe stappe volg.
Noem die SEWE stappe in die korrekte volgorde. (7)
- 4.1.5 Onder watter stap wat in VRAAG 4.1.4 genoem is, ressorteer die advertensie hier bo? Gee redes vir jou antwoord. (3)
- 4.2 Differensieer tussen *verbruikersgerigtheid* en *winsgerigtheid* deur die verskil met voorbeelde uit die toerisme te illustreer. (2 × 2) (4)
-  [30]

VRAAG 5

Bestudeer die volgende scenario aandagtig en beantwoord die vrae.

'n Mini-scenario: Wat is verkeerd met hierdie span?

Vandat die projek aangekondig en die 10 personeellede van Global Travel daarvoor aangestel is, word daar gehoor hoe heelwat van die personeellede vir hul kollegas sê dat hulle nie verstaan waarom hulle by hierdie inisiatief betrek is nie. Die lede is nie seker van wat daar van hulle verwag gaan word nie.

Hulle wil graag voortgaan om op hul eie te werk soos hulle nou al jare lank doen. Een lid is aangehaal waar hy sê: 'Ons het nog nooit vantevore in 'n groep aan hierdie soort inisiatiewe gewerk nie. Waarom nou daarmee begin? Wat probeer iemand bewys?'

Party van die voornemende spanlede is besorg daaroor dat hulle nie meer enige outonomie gaan hê nie. 'n Ander lid het inderwaarheid aan 'n kollega gesê: 'Hier gaan ons! Iemand gaan my nou aansê presies wat om te doen en wanneer om dit te doen!' Ander lede voel dat hulle nie oor voldoende kennis en vaardighede beskik vir die take wat aan hulle toegewys is nie. 

Party lede is besorg daaroor dat hulle soveel tyd in vergaderings gaan deurbring dat hulle hul werk nie gedoen gaan kry nie en hulle dus oortyd sal moet werk. Ander is weer gekwel daaroor dat hul inspanning nie erken gaan word nie en hulle in die span 'verlore' gaan raak.

Nadat die span gevorm is, kom die lede 'n paar maande lank byeen sonder om enige van hierdie kwessies te hanteer. Nog gerugte word versprei. Die spanprestasie is geensins effektief nie.

[Bron: Aangepas uit <https://www.ginaabudi.com/mini-case-study-whats-wrong-team-part/>]

- 5.1 Klassiiseer die span wat in die scenario genoem word as informele groep of as werkspan. Gee redes vir jou antwoord deur uit die scenario aan te haal.  (1 + 2) (3)
- 5.2 Identifiseer DRIE voorbeelde uit die scenario van wat verkeerd is met die span by Global Travel. (3 × 2) (6)
- 5.3 Stel 'n lys riglyne saam vir Global Travel se bestuurder om hom te wys hoe hy intern die groepsdinamiek kan hanteer. (5 × 2) (10)
- 5.4 Bespreek die VIER stadiums van spanontwikkeling. (4 × 2) (8)
- 5.5 In watter stadium van spanontwikkeling sou jy die span by Global Travel klassifiseer? Gee redes vir jou antwoord.  (1 + 2) (3)
- [30]**

VRAAG 6

- 6.1 Kies die korrekte soort werk deur die woorde uit die lys wat voorsien is, te gebruik om by die persoonlike profiele te pas. Skryf net die soort werk langs die vraagnommer (6.1.1–6.1.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

toergids; MICE ('vergaderings, aansporings, konferensies, uitstallings'); vlieënier; tuisgebaseerde reisagent; vlugpersoneel; restaurant; gastehuis

- 6.1.1 Nadia beskik oor goeie organisasie- en beplanningsvaardighede. Sy geniet dit om funksies te beplan.
- 6.1.2 Juffrou Pakamile is 'n mens wat vir mense omgee, sy stel in die gasvryheidsbedryf belang en gee nie om om lang ure te werk nie.
- 6.1.3 Zizipho het 'n breë kennis van Limpopo en sy hou baie daarvan om met mense om te gaan. Sy is bekend daarvoor dat sy 'n mens is wat van mense hou. 
- 6.1.4 Sipho hou daarvan om te kook. Sy is uiters kreatief daarin om kos aantreklik te laat lyk.
- 6.1.5 Pam kan 'n droom aan 'n kliënt verkoop. Sy beskik oor uitstekende kommunikasie- en rekenaarvaardighede. (5 × 2) (10)

6.2 Bestudeer die insetsel hier onder en beantwoord die vrae.

Ek, die ondergetekende, Peter Pollock, identiteitsnommer 691230 0020 083, van (fisiese adres) Adderleystraat 48, Kaapstad (hierna 'die huurder' genoem), bied hiermee aan om by Mercia Delpont, identiteitsnommer 531001 0080 084, van (fisiese adres) Parkweg 23, Oudtshoorn (hierna 'die verhuurder' genoem), die volgende perseel te huur: Winkel nommer 10, Canal Walk, Kaapstad (hierna 'die perseel' genoem).

1. AANVAARDING



Hierdie aanbod word 'n finale en bindende huurooreenkoms met die verhuurder se aanvaarding daarvan binne dertig (30) dae van die ondertekening hiervan deur die huurder, sonder dat die huurder daarvan verwittig te word, en dit is onherroeplik tot daardie tyd.

2. AANVANG EN DUUR

2.1 Hierdie huurooreenkoms neem op 1 April 2018 ('die aanvangsdatum') 'n aanvang en duur tot en met 1 April 2019 ('die aanvangstydperk').

2.2 Nieteenstaande 2.1 sal hierdie huurkontrak nie ná die aanvangstydperk eindig nie, maar dit sal daarna op 'n maand-tot-maand-grondslag voortduur, onderhewig aan elkeen van die partye se reg om die huurkontrak met kennisgewing van een maand op skrif aan die ander party te beëindig.



2.3 Nieteenstaande 2.1 het die huurder die opsie om hierdie huurkontrak vir 'n verdere tydperk van 12 maande te hernieu, op voorwaarde dat die verhuurder die huurder minstens twee kalendermaande voor die verval van die aanvangstydperk skriftelik kennis gee van sy voorneme om sy opsie sodanig uit te oefen. Indien die huurder sy opsie uitoefen soos hierin daarvoor voorsiening gemaak word, word hierdie huurkontrak volgens dieselfde bepalings en voorwaardes hernuwe, mits die maandelikse huurgeld wat die huurder aan die verhuurder moet betaal, 'n bedrag is wat gelykwaardig is met dit wat in die finale maand van die aanvangstydperk betaalbaar was, verhoog met 10%, en mits sodanige maandelikse huurgeld dus op die verjaringsdatum met 10% per jaar verhoog word en mits die huurder geen verdere opsie het om te hernuwe nie. Indien die verhoging nie in hierdie klousule gespesifiseer is nie, moet dit teen 10% verreken word.

6.2.1 Identifiseer die soort kontrak wat hier bo gebruik is. (2)

6.2.2 Noem en identifiseer uit die kontrak die verskillende komponente van 'n kontrak. (4 × 2) (8)

6.3 Verduidelik kortliks die ontwikkeling van geïntegreerde bemarkings-kommunikasie. (3 × 2) (6)



6.4 Verduidelik TWEE oogmerke van geïntegreerde bemarkingskommunikasie. (2 × 2) (4)

[30]

TOTAAL: 180