higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

TOERISMEBEDRYWIGHEDE
NKR VLAK 3

(11011073)

9 Maart 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye en 1 bylae.

NCV

Kopiereg voorbehou

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. Skryf netjies en leesbaar.

NC CAO

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat pas by 'n term in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–K) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Plakkate	A	maatskappy wat 'n soortgelyke produk vervaardig
1.1.2	Bemarkingsoriëntasie	B	ontwikkel 'n houding wat verseker dat die besigheid bevorder word deur verskillende tipes bemarking
1.1.3	Mededinger		
1.1.4	Bemarkingskultuur	C	doel van bemarking is om verbruikersbehoeftes te bevredig
1.1.5	Aandenking	D	'n groot uitdruk wat vir bemarkingsdoeleindes gebruik word
1.1.6	Bemarking		
1.1.7	Skoolhoof	E	opbreek van bemarking in kleiner dele
1.1.8	Opname	F	karakter of reputasie van 'n besigheid wat aan verbruikers voorgehou word
1.1.9	Beeld	G	vraelyste wat ingevul word om die uitvoerbaarheid van 'n produk of besigheid vas te stel
1.1.10	Teikenmark	H	'n bepaalde groep verbruikers waarop 'n produk gemik is
		I	direkte verskaffer van 'n toerismeproduk, byvoorbeeld Suid-Afrikaanse Lugdiens (South African Airlines)
		J	alle aktiwiteite en tegnieke wat gebruik word om potensiële verbruikers oor 'n produk of diens in te lig
		K	iets wat 'n toeris huis toe neem as herinnering aan sy/haar vakansie, byvoorbeeld 'n T-hemp

(10 × 1) (10)

NCSA

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'waar' of 'onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.2.1 Openbare betrekkinge behels die bestuur van die maatskappy se goeie beeld.

1.2.2 Menslike hulpbronne word geassosieer met die bestuur van mense wat in 'n besigheid werk.

1.2.3 Strategie verwys na maniere om verbruikers in te loop.

1.2.4 Die bedryfsdepartement het te make met die dag-tot-dag aktiwiteite van 'n maatskappy.

1.2.5 'n Maatskappy se bemarkingsdepartement moet sy bemarking volgens die begroting van die maatskappy struktureer.

1.2.6 Die doel van bemarking is om die publiek te mislei.

1.2.7 In die toerismebedryf kan marksegmentasie gebaseer wees op ouderdom, geslag, leefstyl, asook die rede vir reis.

1.2.8 Die produk se lewensiklus verwys na die fases of stadia waardeur 'n produk gaan.

1.2.9 Die vier P's van bemarking is produk, prys, plek, produksie.

1.2.10 'n Handelsmerk word gebruik om die beeld van produkte te identifiseer en te bevorder.

(10 × 1) (10)

1.3 Gee EEN term vir elk van die volgende beskrywings. Skryf slegs die woord of 'n term langs die vraagnommer (1.3.1–1.3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.3.1 Die verskillende elemente van bemarking

1.3.2 Die opbreek van die mark in klein groepies wat soortgelyke kenmerke deel

1.3.3 Die Tourism Indaba in Durban is 'n goeie voorbeeld van hierdie tipe bemarkingswerktuig

1.3.4 Wanneer 'n beter en goedkoper produk as 'n mededinger se produk gelewer word

1.3.5 Om vervuld te wees in 'n werk

1.3.6 Alle lede werk saam

1.3.7 Geen regsregistrasie word benodig vir hierdie tipe besigheid nie

Kopiereg voorbehou

1.3.8 Werwing en aanstelling van personeellede in hierdie departement

1.3.9 'n Kort, pittige frase in reklame

1.3.10 Die bemarkingsmodel wat bewustheid, proeflopie en versterking behels

(10 × 1) (10)
[30]

VRAAG 2

2.1 Bespreek die volgende bemarkingsdoelwitte van reklame:

2.1.1 Bewustheid

2.1.2 Proeflopie

2.1.3 Versterking

(3 × 2) (6)

2.2 Wanneer bemarking gedoen is, sal dit afhang van die lewensiklusstadium van die besigheid. Verduidelik die volgende VIER fases van die produklewensiklus:

2.2.1 Bekendstellingsfase

2.2.2 Groeifase

2.2.3 Volwassefase

2.2.4 Afnamefase (4 × 2) (8)

2.3 Wanneer 'n toerisme-agent 'n vakansiepakket by Sun City adverteer, moet dit al die inligting oor die vakansie by die oord bevat.
Gee die doel van elk van die volgende komponente van die AIDA-beginsel wanneer 'n advertensie ontwerp word:

2.3.1 Aandag

2.3.2 Belangstelling

2.3.3 Begeerte

2.3.4 Optrede

(4 × 2) (8)

2.4 'n Gids wat kommentaar aan betalende verbruikers gee, moet geregistreer wees by DEAT. Waarvoor staan die afkorting *DEAT*? (2)

Kopiereg voorbehou

2.5 Verduidelik kortliks die volgende geïntegreerde bemarkingskommunikasietegnieke:

2.5.1 Openbare betrekkinge

2.5.2 Verkoopspromosie

2.5.3 Geleentheidsbemarking

2.5.4 Reklame

(4 × 2) (8)

2.6 Verskeie geïntegreerde bemarkingskommunikasiewerktuie kan gebruik word om doeltreffend te kommunikeer oor 'n produk of 'n diens.

2.6.1 Gee VIER voorbeelde van die gedrukte media. (4)

2.6.2 Jy is die ontvangsdame wat vir die Elangeni Sun Hotel Group werk.

Watter VIER vaardighede of tegnieke behoort jy te hê om uitstekende diens te voorsien? (4)

[40]

VRAAG 3

3.1 Verduidelik *marksegmentasie*. (2)

3.2 'n Persoon kan meer van 'n intra- as 'n entrepreneur wees.
Ten einde tussen die terme te onderskei, definieer die volgende:

3.2.1 'n Intrapreneur

3.2.2 'n Entrepreneur

(2 × 4) (8)

3.3 Verduidelik VYF persoonlikheidseienskappe van 'n *entrepreneur*. (5 × 2) (10)

3.4 Waarvoor staan die akroniem *SWOT*? (4)

3.5 Let op die aangehegte BYLAE A en beantwoord die volgende vrae:

3.5.1 Hoe het Andrew 'n inkomste verdien toe hy 10 jaar oud was? (2)

3.5.2 Wat het Andrew aan die Vaal Universiteit studeer? (2)

3.5.3 Toe hy kos by die skool verkoop het, watter passie het hy uitgeleef? (2)

3.5.4 Watter advies gee Andrew oor sterkpunte en swakpunte? (4)

3.5.5 Waar kan entrepreneurs soek vir befondsing? (2)

Kopiereg voorbehou

3.6 'n Strategie vir doeltreffende spanwerk bestaan uit verskillende elemente.

Verduidelik die volgende TWEE elemente:

3.6.1 'n Duidelike gemeenskaplike doel

3.6.2 Toewyding aan 'n gemeenskaplike doel

(2 × 2) (4)
[40]

VRAAG 4

4.1 Maak 'n lys van VYF vaardighede wat nodig is om elk van die volgende toerismebesighede oop te maak:

4.1.1 Bed en ontbyt (akkommodasie)

4.1.2 Reisagentskap (tuisgebaseer)

4.1.3 Restaurant (gasvryheid – kos en drank)

(3 × 5) (15)

4.2 Noem DRIE interne risiko's wat 'n entrepreneur moet kan hanteer. (3)

4.3 Noem DRIE eksterne risiko's wat 'n entrepreneur moet kan hanteer. (3)

4.4 Kapitaal is nodig om enige besigheid te begin en aan die gang te hou.

Verduidelik die volgende:

4.4.1 Beginkapitaal

4.4.2 Werkskapitaal

(2 × 5) (10)

4.5 Precious Khumalo het Toerisme NKR Vlak 4 voltooi en besluit om haar eie tuisgebaseerde reisagentskap te begin. Haar dosent het haar aangeraai om eers 'n opname te maak om vas te stel of daar 'n aanvraag vir 'n reisagentskap in haar area is.

Precious het vraelyste ontwerp en uitgedruk. Sy het na die plaaslike inkopiesentrum gegaan en die vraelyste uitgedeel. Met die bystand van haar vriende het sy daarin geslaag om 100 vraelyste deur kopers by die sentrum te laat voltooi. Hulle het ook ongeveer 400 mense van aangesig tot aangesig ondervra oor die behoefte aan 'n reisagentskap.

Nadat die opnamevraelyste ondersoek is, het Precious tot die gevolgtrekking gekom dat daar inderdaad 'n behoefte aan 'n reisagentskap is.

Kopiereg voorbehou

4.5.1 Noem die TWEE metodes wat Precious gebruik het om die opname te maak. (2)

4.5.2 Verduidelik kortliks die volgende TWEE alternatiewe opnamemetodes:

(a) Telefoonopname

(b) Posopname

(2 × 3) (6)

4.5.3 Hoekom dink jy het die dosent Precious aangeraai om 'n opname te maak? (1)

[40]

NC(V)

VRAAG 5

5.1 As jy 'n besigheid wil begin, moet jy besluit oor die tipe besigheid. Die wet skryf die vereistes vir elke soort besigheid voor.

Definieer elke van die volgende tipes besigheid kortliks:

5.1.1 Alleenhandelaar/Eienaar

5.1.2 Vennootskap

5.1.3 Beslote korporasie

5.1.4 Maatskappy

(4 × 4) (16)

5.2 Skryf die volgende akronieme volledig uit:

5.2.1 SAID (‘SARS’)

5.2.2 SOOG (‘SETA’)

5.2.3 BTV (‘VAT’)

(3 × 1) (3)

5.3 Geld is nodig om 'n besigheid te begin.

Noem DRIE bronne van persoonlike fondse wat 'n entrepreneur kan gebruik om 'n besigheid mee te begin. (3)

5.4 Verduidelik VIER voordele van 'n sakeplan. (4 × 2) (8)

[30]

TOTAAL: 180

Kopiereg voorbehou

BYLAE A

Ontmoet Andrew Aphane, direkteur en aandeelhouer by Data Electrical Instrumentation (DEI) Projekte – 'n elektriese en instrumentasiemaatskappy wat laestroom- en medium elektriese stelsels voorsien.

Van skoolseunsukses tot meester van sy eie toekoms

Andrew het grootgeword in 'n klein dorpie in Noordwes met die naam, Jericho en het die verantwoordelikheid gehad om op die ouderdom van tien die man in die huis te wees nadat sy vader oorlede is.

Hy en sy ma was sonder 'n inkomstebron en dit het Andrew gedwing om iets te soek om die pot aan die kook te hou. 'Ek was tien jaar oud en ons het geld nodig gehad . Ek begin toe 'n klein snoepiewinkel by my laerskool. Ek het aan my ma gesê: 'Maak jy die kos en ek verkoop dit by die skool.' Min het ek geweet dat dit hier is wat my passie vir besigheid sou begin,' sê Andrew.

Dit was nie lank nie of Andrew se snoepiebesigheid het begin floreer. Dit het nie net sy skoolfonds help betaal nie, maar ook om om te sien na sy eie huishouding. Andrew het tot in die hoërskool aangehou om sy klein besigheidjie uit te brei en sy matriek behaal met 'n gees van entrepreneurskap en die wil om sukses te behaal. Toe die tyd vir tersiêre opleiding aanbreek, het Andrew se ma hom gestuur om meganiese ingenieurswese by die Vaal University of Technology te studeer.

Vind sukses met Zimele

'n Man by name Neville Milller het in 1990 DEI gestig. Dit was 'n tipiese familiebesigheid en alhoewel dit vir meer as twee dekades suksesvol bedryf is, was die groei beperk. Andrew het egter die potensiaal gesien.

'Ek het Neville ontmoet toe ek by Platinum gewerk het, en ons het begin gesels. Ek glo Zimele was 'n goeie weg om te volg om die besigheid te finansier en te laat groei, dus het ons saam 'n sakeplan opgestel,' sê Andrew.

Deur die sakeplan en DD-lêers van DEI Projects op te stel het Neville en Andrew die pad vorentoe beter verstaan. Die Sebenza Fonds help met hierdie nuwe rigting.

'Ek wil hulle bedank vir hulle hulp met die suksesstories in ons gemeenskappe deurdat hulle entrepreneurs die geleenthede gegee het om hulle eie besighede te begin. Danksy hulle is ons goed op pad om ons drome te verwesentlik.'

'n Les in entrepreneurskap

Andrew glo in die krag wat entrepreneurs het om die nasie te versterk. Sy raad aan almal wat hulle drome wil bou, is om eers hulle sterkpunte en swakhede te identifiseer.

'Daar is so baie goeie besighede daar buite waar jy sal kry dat die eienaar dalk 'n voortreflike ingenieur is, maar 'n swak sakeman of andersom. Jy moet bou op jou sterkpunte en die hulpbronne kry om jou swakpunte aan te vul. Dit is die enigste manier waarop 'n besigheid werklik sy volle potensiaal kan bereik – wanneer die regte mense die regte werk doen.'

Wanneer entrepreneurs deur middel van Zimele op soek is na befondsing, is sy raad om 'n Zimele Hub te probeer opspoor. Hulle is regoor die land beskikbaar en om 'n volhoubare en werkbare sakeplan op te stel. 'Neem jou sakeplan na hulle toe en laat hulle jou help. Hulle is daar om jou te help en as jy glo dat hulle nie kan nie, onthou net my drome en my sukses,' sluit Andrew af.

[Bron: *Anglo American South Africa Enterprise Development Zimele]*

Kopiereg voorbehou