



TOERISME

GRAAD 11

HERSIENINGSVRAE

KWARTAAL 2

**ONDERWERP: PLAASLIKE-, STREEKS- EN
INTERNASIONALE TOERISME**

**INHOUD: DIE PLAASLIKE TOERISME
GROEISTRATEGIE (2012-2020)**

Al die vrae in hierdie dokument is uit vorige ECDoE provinsiale eksamen vraestelle verkry.

Hierdie dokument bestaan uit 7 bladsye.

ONDERWERP: PLAASLIKE-, STREEKS- EN INTERNASIONALE TOERISME

INHOUD: DIE PLAASLIKE TOERISME GROEISTRATEGIE (2012-2020)

NOV 2014
VRAAG 7

7.1 Bestudeer die onderstaande uittreksel en foto en beantwoord die vrae.

Minister van Toerisme, Marthinus van Schalkwyk loods die nuwe Plaaslike Toerisme Groeistrategie te Kaapstad op 2 Mei 2012.

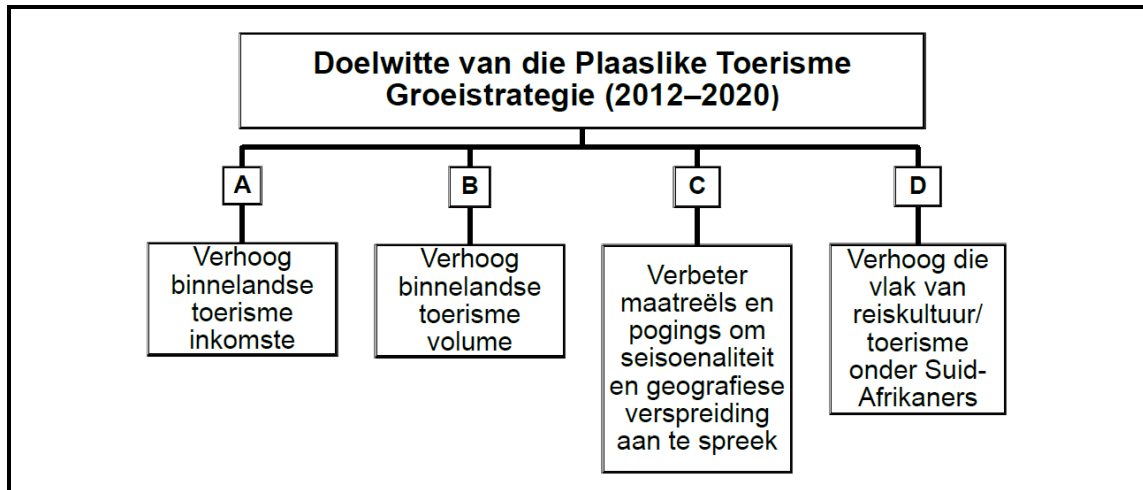
"Ons is vasbeslote om plaaslike toerisme te bevorder en te verbeter en strategieë te implementeer sodat hierdie sektor wat die lewensaar van ons toerismebedryf is, sal groei en een van ons belangrikste fokusareas sal wees."

- 7.1.1 Navorsing deur Suid-Afrikaanse Toerisme (SAT) in 2011 het aangedui dat die meeste Suid-Afrikaners nog nie 'n geleentheid gehad het om in hul eie land te reis nie. Gee TWEE terughoudende faktore wat tot hierdie situasie lei, wat hulle verhinder om in hul eie land te reis. (2)
- 7.1.2 As deel van die Binnelandse Toerisme Groeistrategie, het SA Toerisme 'n nuwe binnelandse bemarkingsveldtog, om Suid-Afrikaners te inspireer om te reis, van stapel gestuur. Hierdie veldtog is die groeistrategie in aksie en is spesifiek gemik op die verhoging van plaaslike toerisme in die vyf verbruikersegmente.
- (a) Voltooi die slagspreuk van die nuwe binnelandse bemarkingsveldtog: "... , dit is hier in Suid-Afrika" (1)
- (b) Noem enige DRIE van die verbruikersegmente wat deur die nuwe bemarkingsveldtog geteiken sal word. (3 x 1) (3)
- 7.1.3 Die Nasionale Departement van Toerisme se doelwitte is om binnelandse reise na 54 miljoen teen 2020 te laat groei en te verseker dat plaaslike toerisme 60% tot toerisme se algehele BBP bydra. Ten einde hierdie doelwitte te bereik, sal die nuwe Binnelandse Toerisme Groeistrategie op vier strategiese doelwitte fokus.
- Lys die VIER strategiese doelwitte van die nuwe Plaaslike Toerisme Groeistrategie. (4 x 2) (8)

NOV 2015
VRAAG 8

8.1 Die onderstaande diagram handel oor die hoofdoelwitte genummer A tot D van die Plaaslike Toerisme Groeistrategie (2012–2020).

Onder aan die diagram is aksiestappe wat deur die Nasionale Departement van Toerisme geïdentifiseer is om hierdie doelwitte te verwesenlik. By watter doelwit pas elke aksiestap? Skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (8.1.1–8.1.4), byvoorbeeld 8.1.5 E.



- 8.1.1 Stel bekostigbare toerisme produkte bekend om die getal plaaslike toerisme reise te verhoog. (2)
- 8.1.2 Ontwikkel en stel toerisme bewustheid-opvoedkundige programme bekend om sodoende begrip aangaande toerisme en waardering daarvan te kweek. (2)
- 8.1.3 'n Verbeterde vlak van binnelandse toerisme bemerking deur provinsiale bemerkingskantore in ander provinsies op te rig, om sodoende interprovinsiale vennootskappe en kruisverkope aan te moedig. (2)
- 8.1.4 Moedig die verbetering van besienswaardighede, werksverrigting en aanbiedinge aan, om die gebruik van toerismefasiliteite te verhoog. Verseker dat daar voldoende voorraad van produkte, sowel as dienste vir elke marksegment is. (2)

8.2 Op 2 Mei 2012 het SA Toerisme 'n nuwe binnelandse bemerkingsveldtog met die slagspreuk "Whatever you are looking for, it's right here" / "Waarna jy soek, is net hier." van stapel gestuur. Die doel van hierdie bemerkingsveldtog is om Suid-Afrikaners aan te moedig om in hul eie land te reis. Dit sal die vyf binnelandse toerisme verbruikersegmente spesifiek teiken.

- 8.2.1 Noem die nuwe binnelandse bemerkingsveldtog wat deur SA Toerisme geloods is. (1)
- 8.2.2 Lys enige TWEE binnelandse toerisme marksegmente en verduidelik kortliks elkeen se voorkeur tipe vakansie of spesiale aanbieding wat hul sal motiveer om in Suid-Afrika te reis. (2 x 2) (4)

NOV 2016
VRAAG 8

- 8.1 Verwys na die onderstaande plaaslike reispakkette en uittreksel en beantwoord die vrae.

Reispaakket A: 5 dag Kruger Nasionalepark Safaripakket

- Retoer vlugte vanaf Johannesburg na lughawe binne die Kruger
- Nasionale Park.
- Verblyf in 'n familie safari lodge
- Alle etes ingesluit (spesiale spyskaart vir kinders)
- Vroegoggend en laatmiddag wildbesigting-veldritte
- Spesiale program vir kinders insluitend kuns- en handwerkklasse,
- gesigverf, leer oor plaaslike Shangaankultuur

Reispaakket B: Kaapstad Internasionale Jazz Fees Naweekpakket

- 5 stêr luukse stadshotel, binne stapafstand van die V&A Waterfront en
- Kaapstad strande
- Ontbyt daaglik
- 2 dae motorhuur
- VIP kaartjies na die Kaapstad Internasionale Jazz Fees en toegang tot
- die Chill Lounge om 'n lewendige mengsel van mense, stylvolle cuisine
- en wêreldklas vermaak te ervaar

Die NDT se Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme (2012–2020) het vyf segmente geïdentifiseer om Suid-Afrikaners aan te moedig om te reis.




Koppel elk van die spesiale reispakkette **A** en **B** met een van die vyf binnelandse toerisme marksegmente soos geïdentifiseer in NDT se Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme. Gee EEN rede waarom die reispakket die aandag van die geïdentifiseerde reissegment sal trek.

Teken die tabel hieronder in die ANTWOORDEBOEK oor en voltooi dit.

	Reispaakket	Plaaslike Mark-segment	EEN rede waarom die reispakket die aandag van die plaaslike marksegment sal trek		
8.1.1	Reispaakket A			(2 x 2)	(4)
8.1.2	Reispaakket B			(2 x 2)	(4)
8.1.3	Lys die VIER strategiese doelwitte van die Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme (2012–2020).			(4 x 2)	(8)

NOV 2017
VRAAG 8

8.1 Bestudeer die onderstaande elemente van reisgedrag en voorkeure van die binnelandse toerisme marksegmente en beantwoord die vrae.

A	B	C
 <ul style="list-style-type: none"> • Spesiale naweek aanbiedinge met baie aktiwiteite. • Maak nuwe vriende. • Ontdek nuwe plekke. • Pret! Pret! Pret! 	 <ul style="list-style-type: none"> • Reis is 'n leefstyl. • Spandeer kwaliteit tyd saam met geliefdes. • Reiservarings en herinneringe is belangrik. 	 <ul style="list-style-type: none"> • Reis om die stadslewe te ontsnap. • Spandeer tyd saam met die gesin in nuwe en verskillende plekke. • Stel die kinders aan verskillende aktiwiteite bloot.

Benoem die binnelandse marksegmente genummer **A**, **B** en **C** wat geïdentifiseer is om deel uit te maak van die Plaaslike Toerisme Groeistrategie (2012–2020) bemarkingsveldtog.

(3 x 2) (6)

8.2 Bestudeer die uittreksel en beantwoord die daaropvolgende vrae.

'n Opname van binnelandse toerisme het getoon dat Mei-maand die minste gewild vir ontspanningsreise in Suid-Afrika is, terwyl die gewildste maand vir ontspanningsreise Desember is.

[Verwerk uit <http://www.fin24.com>]

8.2.1 Gee EEN rede waarom binnelandse toeriste verkies om in Desember te reis.

(2)

8.2.2 Identifiseer EEN strategiese doelwit van die Plaaslike Toerisme Groeistrategie (2012–2020) wat spesifiek daarop gemik is om die maande wat minder gewild is vir ontspanningsreise onder binnelandse toeriste aan te spreek.

(2)

8.3.3 Verduidelik TWEE maniere waarop die Plaaslike Toerisme Groeistrategie (2012–2020) beplan om die doelwit gemeld in VRAAG 8.2.2 aan te spreek.

(2 x 2) (4)

NOV 2018
VRAAG 8

8.1 Bestudeer die onderstaande uittreksel en beantwoord die vrae.



SOWETO CAMP FESTIVAL



NOTHING'S MORE FUN THAN A
SHO'T LEFT
www.shotleft.co.za

30 MAART TOT 1 APRIL 2018
SOWETO KAMP FEES AVONTUUR

Soweto se eie kamp en musiekfees. Die woonbuurt speel jaarliks gasheer vir besoekende kampeerders in die historiese Molefe Park. Stel jou voor dat jy veilig en gerus die fees onder die Soweto hemelruim, ryk aan erfenis, geskiedenis en kultuur, saam met wonderlike mense, ervarings en pragtige herinneringe geniet.

Geniet 'n wonderlike verskeidenheid aktiwiteite, insluitend vierwiel-motorfietse ry (quadbiking), reksprong (bungee jumping), inheemse speletjies, 'n fietstoer, rit in 'n perdekar, optredes deur sangers en musikante en verskeie stalletjies. Kom geniet die Paasnaweek in Soweto!




[Verwerk uit www.shotleft.co.za]

- 8.1.1 Identifiseer die binnelandse toerisme marksegment wat deur die aanbod op die Shot Left webtuiste geteiken word. (2)
- 8.1.2 Motiveer jou antwoord op VRAAG 8.1.1 deur die volgende inligting oor die profiel van die geïdentifiseerde binnelandse toerisme marksegment te verskaf:
- (a) Ouderdomsgroep (2)
 - (b) Gekose tipe vakansie (2)
 - (c) Rede vir reis (2)
- 8.1.3 Gee TWEE strategiese doelwitte van die Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme (2012–2020) wat bostaande reisaanbod bereik. (2 x 2) (4)

NOV 2019
VRAAG 8

8.1 Bestudeer die inligting oor plaaslike toerisme en beantwoord die vrae.

8.1.1 'n Opname oor binnelandse toerisme het aangedui dat die meeste Suid-Afrikaners nie in hul eie land toer nie.

Lys TWEE redes ter bevestiging van hierdie bevinding. (2 x 1) (2)

8.1.2 Analiseer die onderstaande Suid-Afrikaanse plaaslike toerisme marksegmente en beantwoord die vrae.



A

“Vakansietyd met my kinders is nie-onderhandelbaar. Ek blok daardie naweek en neem geen besigheidsoproepe nie. 'n 5-Ster B&O sal doen vir my.”



B

“My gunsteling toer is waar ek in die middag op 'n bootvaart kan gaan, die aand in 'n fantastiese restaurant spandeer en daarna na die nagklubs gaan.”



C

“Reis is 'n noodsaaklikheid as jy kinders het. Jy moet hulle na plekke neem sodat hulle dit nie net op die televisie sien nie, maar hulle dit eerstehands ervaar.”



D

“Die beste toer sal wees om net op die pad te kom, 'n kaart te neem en te ry en sien wat gebeur. Om net padlangs te ry (road trips) is fantasties, want ons doen lawwe goed langs die pad.”

Bepaal die plaaslike marksegmente gemerk **A**, **B**, **C** en **D** wat deur Suid-Afrikaanse Toerisme ('South African Tourism') geïdentifiseer is om deel van die Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme (2012–2020) bemarkingsveldtog uit te maak. (4 x 2) (8)

8.1.3 In 'n paragraaf, verduidelik DRIE strategiese doelwitte van die Groeistrategie vir Plaaslike Toerisme (2012–2020) om plaaslike toerisme vir 'n volhoubare toerisme-ekonomie te laat groei. (3 x 2) (6)