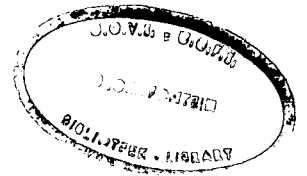


1990 184 294 01



DEZDIE EKSEMPLAAR MAG ONDER
GEEN OMSTANDEDE LIT DIE
BIBLIOTHEK VERWIJDER WORD DIE

UOVS - BIBLIOTHEEK



199018429401220000019



T 338.47916823 DOW

**'n Onderzoek na die potensiaal van
die Rustenburgomgewing as
toeriste-aantreklikheid**

deur

VERNON DOWD

Voorgelê om te voldoen aan die
vereistes vir die graad

Magister Economiae

(in Bedryfsekonomie)

Fakulteit Ekonomiese en Administratiewe
Wetenskappe
(Departement Bedryfsekonomie)

aan die

Universiteit van die Oranje-Vrystaat
Bloemfontein

Studieleier: Prof. C.J. Jooste

Bloemfontein
Junie 1990



VOORWOORD

Toerisme word allerweë as een van die grootste bedrywe in Suid-Afrika beskou en groei wêreldwyd teen 'n sneller tempo as die totale wêreld ekonomie. Projekties dui daarop dat die toerismebedryf in 1990 die grootste bedryf in die wêreld sal wees. Toerisme is naas goud en steenkool, alreeds Suid-Afrika se belangrikste bron van buitelandse valuta. Indien Suid-Afrika wil deel in die voordele wat toerisme vir 'n land en sy mense inhou, sal 'n gesamentlike poging deur die staat, die privaatsektor en plaaslike owerhede aangewend moet word om 'n aantreklike "toerismepakket" vir buitelanders daar te stel.

In hierdie studie word die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid ondersoek. Hierdie Wes-Transvaalse dorp beskik oor groot potensiaal op die gebied van toerisme, maar word tans nie ten volle benut nie, vandaar die rede vir hierdie studie.

DANKBETUIGINGS

Die skrywer wil 'n opregte woord van dank uitspreek teenoor:

- * Alle eer aan Hom, deur wie ons tot alles in staat is.
- * My ouers, wie se opregte belangstelling, aanmoediging, opofferings en bystand deurentyd vir my 'n bron van inspirasie was gedurende my studies.
- * My broer Eben, sonder wie se hulp die empiriese gedeelte van hierdie studie 'n nagmerrie sou wees. Aan Louise, Marius en Derek vir hul volgehoue ondersteuning.
- * Professor C.J. Jooste, my studieleier, vir sy aktiewe deelname, raad en leiding.
- * Marthinus Jordaan van die Bloemfonteinse tak van Satoer, vir sy hulp en raad.
- * Kate Smit en die personeel van die rekenaarafdeling van die U.O.V.S. vir die verwerking van die vraelyste.
- * Petro Lategan vir haar netjiese tikwerk.
- * F10 Rekenaars vir die uitdruk van die verhandeling.
- * Die eienaars/bestuurders van hotelle en vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing, sowel as die stadsraad, vir hul geduld en samewerking.

V. Dowd

Bloemfontein
Junie 1990

INHOUDSOPGAWE

Lys van tabelle
Lys van figure
Lys van kaarte

HOOFSTUK 1: Algemene Inleiding Bladsy

1.1	Inleiding en Probleemstelling	1
1.2	Doel met studie	5
1.3	Metode van studie	6
1.4	Programaankondiging	7

HOOFSTUK 2: Oorsig van die impak van die toerismebedryf

2.1	Inleiding	8
2.2	Omskrywing van toerisme en toeriste	9
	2.2.1 Die toeris	10
	2.2.2 Toerisme	11
2.3	Die wese van toerisme en toeriste	12
	2.3.1 Soorte toeristeverkeer	13
	2.3.1 Privaatreisomgang	13
	2.3.2 Beroepsreisomgang	14
	2.3.2 Tipes toerisme	15
2.4	Kenmerke van toerisme	17
2.5	Voordele van toerisme	19
2.6	Nadele en moontlike koste van toerisme	21
2.7	Die verhouding tussen toerisme, rekreasie en vrye tyd	23
2.8	Die impak van toerisme	26
	2.8.1 Die ekonomiese impak van toerisme	26
	2.8.2 Die werkverskaffingsimpak van toerisme	29
	2.8.3 Die sosiale en kulturele impak van toerisme	30
	2.8.4 Die omgewingsimpak van toerisme	32
2.9	Samevatting	36

HOOFSTUK 3: Huidige stand van die toerismebedryf in Suid-Afrika

3.1	Inleiding	39
3.2	Ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika	40
3.3	Omvang en belangrikheid van die toerismebedryf in Suid-Afrika	41
	3.3.1 Buitelandse toeriste	42
	3.3.1.1 Enkele kenmerke van buitelandse toeriste	47
	3.3.2 Binnelandse toeriste	53

3.4	Elemente van die toerisme-voorraad	55
3.4.1	Aantreklikhede	57
3.4.2	Verblyf/Akkommodasie	59
3.4.3	Toeganklikheid/Vervoernetwerk	61
3.5	Die rol van die staat, plaaslike owerhede, die private sektor en die breë publiek in die ontwikkeling van 'n gesonde toerismebedryf	63
3.5.1	Die breë publiek	63
3.5.2	Die private sektor	64
3.5.3	Plaaslike owerhede	66
3.5.4	Die owerheid	67
3.5.5	Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad	69
3.6	Die bemaking van toerisme	71
3.6.1	Produk	71
3.6.2	Bemarkingskommunikasie ("Promosie")	72
3.6.3	Prys	74
3.6.4	Plek/Distribusie	74
3.7	Probleemareas in die Suid-Afrikaanse Toerismebedryf	75
3.7.1	'n Tekort aan beskikbare data oor die toerismebedryf	75
3.7.2	Relatiewe geografiese isolasie	75
3.7.3	Beplanning	76
3.7.4	Gebrekkige samewerking tussen belanghebbendes in die toerismebedryf	77
3.7.5	Die rol van die staat ten opsigte van die toerismebedryf in Suid-Afrika	78
3.7.6	Die belangrikheid van plaaslike toerisme	78
3.8	Die pad vorentoe	81
3.9	Samevatting	81

HOOFSTUK 4: Onderzoek na die toerismeproduk van die Rustenburgomgewing

4.1	Inleiding	84
4.2	Ontstaan en geskiedenis	84
4.3	Rustenburg - soos die dorp vandag daar uitsien	86
4.4	Toerisme in die Rustenburgomgewing	88
4.4.1	Besienswaardighede in en om Rustenburg	88
4.4.2	Ontspanning en uitstappies	90
4.4.3	Vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing	92
4.4.4	Hotelle in die Rustenburgomgewing	96

4.5	Empiriese navorsing onder opinieleiers	99
4.5.1	Respons	99
4.5.2	Raamwerk vir bespreking	100
4.5.3	Opinieleiers se gevoel rakende vermaak en ontspanningsfasiliteite in die Rustenburgomgewing	101
4.5.4	Doeltreffendheid van bemarking in Rustenburg	104
4.5.5	Ondersoek onder stadsraadlede	106
4.5.6	Ondersoek onder eienaars/bestuurders van hotelle	112
4.5.7	Ondersoek onder eienaars/bestuurders van vakansie-oorde	112
4.6	Samevatting	118

HOOFSTUK 5: Empiriese ondersoek onder toeriste in die Rustenburgomgewing rakende die potensiaal van die gebied as toeriste-aantreklikheid

5.1	Inleiding	122
5.2	Doel met die empiriese ondersoek	123
5.3	Respons	124
5.4	Raamwerk vir bespreking	124
5.5	Profiel van die respondente	125
5.6	Ontleding van respondente volgens afstand afgelê en eindbestemming	128
5.7	Ontleding van respondente se besoek aan die Rustenburgomgewing	133
5.7.1	Ontleding van besoek en aantal besoeke	133
5.7.2	Duur van besoek aan die Rustenburgomgewing en aantal besoeke	135
5.8	Ondersoek na die beeld wat respondente het van vakansie-oorde en hotelle in die Rustenburgomgewing	136
5.8.1	Redes vir respondente se keuse van een vakansie-oord of hotel bo ander in die Rustenburgomgewing	137
5.8.2	Ontleding van respondente se gevoel teenoor oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing, aan die hand van 'n aantal belangrike aspekte	142
5.8.3	Indrukke van respondente rakende die oorde/hotelle wat hulle besoek het.	144

5.9	Ondersoek na die beeld wat respondente het van die Rustenburgomgewing	146
5.10	Ontleding van bepaalde prys- en promosie-oorewegings rakende toerisme in die Rustenburgomgewing	151
5.11	Ontleding van vermaaklikheid in die Rustenburgomgewing	159
5.11.1	Is toeriste bewus van die besienswaardighede in die Rustenburgomgewing?	164
5.11.2	Die rol van die plaaslike inligtingsburo	166
5.11.3	Dagbesoekers se menings rakende ontspanningsfasiliteite	167
5.12	Ontleding van akkommodasie by oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing	169

HOOFSTUK 6 Samevatting, gevolgtrekkings en aanbevelings

6.1	Samevatting	173
6.2	Gevolgtrekkings	180
6.3	Aanbevelings	185

Bibliografie

BYLAE A: Brief
 BYLAE B: Vraelys aan opinieleiers
 BYLAE C: Vraelys aan toeriste

Lys van tabelleBladsy

TABEL 3.1	Aankomstestatistieke: Januarie - Desember 1988	44
TABEL 3.2	Aankomstestatistieke: Januarie - Mei 1989	45
TABEL 4.1	Inligting rakende vakansie-orde in die Rustenburgomgewing	94
TABEL 4.2	Inligting rakende hotelle in die Rustenburgomgewing	97
TABEL 4.3	Bruikbare vraelyste terugontvang vanaf opinieelers	100
TABEL 4.4	Ontleding van opinieleers se mening betreffende genoegsaamheid van vermaak en onspanningsfasiliteite	101
TABEL 4.5	Ontleding van opinieleers se mening betreffende die rol van die owerheid in die voorsiening van ontspannings- fasiliteite	103
TABEL 4.6	Ontleding van opinieleers se mening rakende die toestand waarin bestaande ontspanningsfasiliteite verkeer	104
TABEL 4.7	Ontleding van respondente se mening rakende die doeltreffendheid waarmee Rustenburg en omgewing bemark word	105
TABEL 4.8	Ontleding van stadsraadslede se siening van die neiging van besoekersgetalle aan die Rustenburgomgewing	107
TABEL 4.9	Ontleding van respondente se mening rakende pogings om die gebied vir toeriste en inwoners aantreklik te maak	109
TABEL 4.10	Uiteensetting van inwoners se bydrae tot die voorsiening van bepaalde geriewe/fasiliteite	110
TABEL 4.11	Betrokkenheid van ander opinieleers by beplanning en besluitneming rakende toerisme	111
TABEL 4.12	Inwoners se betrokkenheid by beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe	111
TABEL 4.13	Ontleding van besoekersgetalle aan vakansie-orde in die Rustenburgomgewing	113
TABEL 4.14	Ontleding van fasiliteite/geriewe by vakansie-orde	115
TABEL 4.15	Ontleding van die rol van die owerhede in die bemarking van die gebied	116
TABEL 4.16	Ontleding van seisoensgebondenheid van vakansie-orde	117

TABEL 5.1	Persentasie bruikbare vraelyste terugontvang	124
TABEL 5.2	Profiel van respondente, Rustenburg, 1989	125
TABEL 5.3	Afstand afgelê om gebied te besoek, Rustenburg, 1989	129
TABEL 5.4	Eindbestemming van toeriste, Rustenburg, 1989	131
TABEL 5.5	Aantal besoeke deur toeriste, Rustenburg, 1989	131
TABEL 5.6	Ontleding volgens afstand afgelê en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	132
TABEL 5.7	Ontleding van eindbestemming en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	133
TABEL 5.8	Ontleding volgens doel van besoek en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	134
TABEL 5.9	Ontleding volgens tydsduur van besoek en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	135
TABEL 5.10	Ontleding van redes waarom een oord/hotel bō ander gekies is, Rustenburg, 1989	137
TABEL 5.11	Ontleding van redes waarom oord/hotel bō ander gekies is, volgens geslag van respondente, Rustenburg, 1989	138
TABEL 5.12	Ontleding van redes waarom een oord/hotel bō 'n ander gekies word volgens inkomstegroep, Rustenburg, 1989	139
TABEL 5.13	Ontleding van redes waarom een oord/hotel bō ander gekies word volgens gesinsgrootte, Rustenburg, 1989	140
TABEL 5.14	Ontleding van redes waarom een oord/hotel bō ander gekies word volgens ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989	141
TABEL 5.15	Ontleding van sekere aspekte ten einde respondente se gevoel jeens vakansieoorde/hotelle in die Rustenburgomgewing te toets	143
TABEL 5.16	Ontleding van respondente se indrukke van oorde/hotelle wat hulle besoek het, Rustenburg, 1989	144
TABEL 5.17	Ontleding volgens waarskynlikheid van toekomstige besoeke, Rustenburg, 1989	145
TABEL 5.18	Ontleding van respondente se gevoel rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing	146
TABEL 5.19	Ontleding van die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding	147
TABEL 5.20	Ontleding volgens toekomstige herhaling van besoeke, Rustenburg, 1989	149
TABEL 5.21	Ontleding volgens toekomstige herhaling van besoeke en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	150

TABEL 5.22	Ontleding volgens reaksie op moontlike tariefverlagings en jaarlikse inkomste van die huishouding, Rustenburg, 1989	152
TABEL 5.23	Ontleding van beplande besteding volgens geslag, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989	153
TABEL 5.24	Ontleding van waarop geld spandeer word, volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989	156
TABEL 5.25	Respondente se gevoel rakende akkommodasietariere en toegangsgelde, Rustenburg, 1989	158
TABEL 5.26	Ontleding van die Rustenburgomgewing se vernaamste aantrekkingskrag volgens geslag, gesinsgrootte, inkomstegroepe en die ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989	160
TABEL 5.27	Ontleding van of die bestaan van bepaalde fasiliteite/geriewe toeriste sou kon oorreed om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef	163
TABEL 5.28	Ontleding van respondente se bewustheid van besienswaardighede en aantal besoeke, Rustenburg, 1989	164
TABEL 5.29	Uiteensetting van die rol wat die inligtingsburo speel, en aantal besoeke gebring deur respondente, Rustenburg, 1989	167
TABEL 5.30	Uiteensetting van respondente se mening rakende ontspanningsfasiliteite by oorde, Rustenburg, 1989	168
TABEL 5.31	Ontleding van respondente se tevredenheid met die gehalte van akkommodasie in die Rustenburgomgewing	170
TABEL 5.32	Redes vir respondente se ontevredenheid met akkommodasie by oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing	171

Lys van figureBladsy

FIGUUR 2.1	Internasionale toerisme	16
FIGUUR 2.2	Inwaartse toerisme	16
FIGUUR 2.3	Inheemse toerisme	16
FIGUUR 2.4	Uitwaartste toerisme	16
FIGUUR 2.5	Verhouding tussen toerisme, vrye tyd en rekreasie	25
FIGUUR 2.6	Die impak van toerisme op wildlewe	34
FIGUUR 3.1	Aankoms van buitelandse besoekers in Suid-Afrika 1968 - 1988	46
FIGUUR 3.2	Aankoms van oorsese besoekers: 1988	48
FIGUUR 3.3	Seisoensvloei: toeriste-aankomste in 1986, '87 en '88	48
FIGUUR 3.4	Aankomste van toeriste vanaf Duitsland, die Verenigde Koninkryk en die V.S.A.: 1987 en '88	49
FIGUUR 3.5	Aankomste van toeriste vanaf Afrika, oorsese lande en die groottotaal toeriste: 1987 en '88	50
FIGUUR 3.6	Aankomste van toeriste vanaf Afrika, oorsese lande en die groottotaal toeriste: 1988 en '89	51
FIGUUR 3.7	Elemente van die toerisme-voorraad	56
FIGUUR 4.1	Vraelys-respons: opinieleiers	100
FIGUUR 4.2	Bemarking van Rustenburg	105
FIGUUR 4.3	Besoekersgetalle aan vakansie-oorde	113
FIGUUR 5.1	Vraelys-respons: toeriste-oorde/hotelle	125
FIGUUR 5.2	Doel van besoek: toeriste na Rustenburg	134
FIGUUR 5.3	Toeriste se indrukke van oorde/hotelle	144
FIGUUR 5.4	Toerismepotensiaal van Rustenburg	146
FIGUUR 5.5	Vernaamste aantrekkingskragte van Rustenburg	161
FIGUUR 5.6	Genoegsaamheid van onspanningsfasiliteite	168
FIGUUR 5.7	Tevredenheid met gehalte van akkommodasie	170

Lys van kaarteBladsy

KAART 1	Rustenburg in verhouding tot vername stede/dorpe in die omgewing - sowel as die vernaamste verbindingsroetes tussen dorpe/stede	87
KAART 2	Die ligging van hotelle en vakansie-oorde in Rustenburg	93
KAART 3	Die 100 kilometer en 200 radius "opvanggebiede" by benadering	130

HOOFSTUK 1

ALGEMENE INLIGTING

1.1 Inleiding en probleemstelling

Sedert die vroegste tye is die mens betower deur die drang om te reis: om die onbekende te ondersoek, nuwe en vreemde plekke te verken, verandering in omgewing te bewerkstellig en nuwe ondervindinge te ervaar. Reis vir hierdie doeleindes is nie nuut nie, maar toerisme, soos die term vandag gebruik word, is van relatief moderne oorsprong. Toerisme word onderskei van eertydse reise deur die massa-karakter daarvan. Die massa beweging van mense jaarliks vanaf hul tuiste na 'n ander tydelike ligging vir 'n paar dae of weke het hoofsaaklike gegroei in die periode volgende op die Tweede Wêreldoorlog. Die jaarlikse "migrasie" van groot getalle mense het wel meer as 'n honderd jaar gelede begin, maar die hedendaagse uittoeg van mense, veral ten opsigte van internasionale toerisme, is hoofsaaklik 'n na-oorlogse verskynsel (Robinson, 1976: xxi).

Internasionaal word 'n toeris beskou as iemand wat 'n ander land besoek en vir ten minste 24 uur daar bly. Vier tipes toeriste is onderskei:

- i) Mense wat 'n ander land besoek bloot vir plesier/studies/sport;
- ii) Mense wat 'n ander land besoek vir besigheidsdoeleindes;
- iii) Mense wat vriende en familie in ander lande besoek, en
- iv) Mense wat vakansie hou in hul eie land (Fouche, 1988: 13).

Toerisme is oor die wêreld heen een van die snel ontwikkelendste bedrywe (Jooste, 1985: 4). Ook in Suid-Afrika het toerisme die potensiaal om een van die land se grootste verdieners van buitelandse

valuta te word, indien geoordeel word aan neigings elders ter wêreld. Huidig is toerisme op een na die grootste bedryf ter wêreld naas die oliebedryf en volgens aanduidings sal dit teen die einde van die dekade die grootste wees.

Geen in-diepte studie oor die omvang van die plaaslike toerismebedryf is al gedoen nie, maar beramings deur verskeie bedryfsleiers dui daarop dat die Suid-Afrikaanse toerismebedryf 'n jaarlikse omset van sowat R5 miljoen genereer en werksgeleenthede aan meer as 300 000 mense verskaf (Ingrid Alberts Promosies).

Internasionale toerisme na Suid-Afrika het gedurende 1987 skerp toegeneem ná die dalende syfers van 1985 en 1986. Dit is inderdaad moontlik dat, indien die afname in binnelandse onluste voortduur, Suid-Afrika die verliese wat gedurende 1985 en 1986 gely is, spoedig kan herwin (Jaarverslag - Suid-Afrikaanse Toerismeraad, 1987). As na die nuuste syfers gekyk word blyk dit dat hierdie oplewing in toerisme steeds voortduur. Oorsese besoekersgetalle na Suid-Afrika het vanaf 1987 tot 1988 met 14,4 % gestyg tot 'n groottotaal van 804 985 besoekers in 1988 (Satour Weekly, February 1989).

Faktore wat grotendeels bygedra het tot die groei in buitelandse toeriste na Suid-Afrika is die volgende:

- i) die "gunstige" wisselkoers van die rand teenoor ander geldeenhede wat 'n besoek aan Suid-Afrika relatief "goedkoop" maak;
- ii) afname in negatiewe berriggewing oor Suid-Afrika in buitelandse media; en
- iii) intensiewe bemarkingsaksies deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad en die Suid-Afrikaanse Lugdiens in die toerismebedryf se buitelandse markte (Jaarverslag - Suid-Afrikaanse Toerismeraad, 1987: 4).

Die toename in binnelandse toerisme gedurende 1986 (veral teen die einde van die jaar) het in 1987 voortgeduur. Alle bedryfsektore het

verslag gedoen dat beter besetting en benutting van die infrastruktuur ervaar is. Die totale besteding gedurende die jaar het 'n geraamde R2 000 miljoen beloop. Die bemarkingsaksies van die Toerismeraad, asook dié van die toerismebedryf het baie daartoe bygedra om 1987 'n goeie toerismejaar te maak. Die mees resente statistiek dui ook daarop dat 1988 selfs nog 'n beter jaar vir toerisme was. Hierdie oplewing het ook in 1989 voortgeduur. Ander faktore wat positiewe resultate tot gevolg gehad het, was die afname in binnelandse onrus, asook 'n verbetering in die ekonomiese klimaat (Jaarverslag Suid-Afrikaanse Toerismeraad, 1987: 4).

Suid-Afrika se wildlewe en natuurskoon word allerweë beskou as die grootste aantrekkingskrag vir veral buitelandse toeriste. Volgens Fouche (1988: 14) is die toekoms van Suid-Afrika se toerismebedryf rooskleurig indien bestaande geleenthede korrek benader word. Die basis waarop plaaslike toerisme rus, naamlik die natuur, moet dus sorgvuldig bewaar word. Sonder sy besonderse natuurskoon en relatief min besoedeling, sou Suid-Afrika waarskynlik nie oor 'n toerismebedryf beskik het nie (Fouche, 1988: 14).

'n Probleem wat tans in die Suid-Afrikaanse toerismebedryf bestaan is dat geriewe van wildtuine en parke reeds na aan hul kapasiteit is. Aangesien buitelandse publisiteit baie ingestel is op die advertering van natuurskoon en wildlewe in Suid-Afrika, kan verbruikersweerstand ontstaan as besoekers se behoeftes in hierdie verband nie bevredig word nie. 'n Poging moet dus aangewend word om betreklik onontwikkelde natuurreservate en parke so vinnig as moontlik te ontwikkel sodat meer toeriste geakkommodeer kan word (Bennett, 1987: 1,2). Streeks- en plaaslike owerhede moet dus aangespoor word om natuurreservate en ander ontspanningsoorde in hul betrokke gebiede uit te brei en te ontwikkel om voorsiening te maak vir die verwagte toeloop van toeriste na Suid-Afrika.

Op nasionale- en streeksvlak in Suid-Afrika word daar veral probleme ondervind in verband met toerisembemarking en -beplanning. Tekortkominge is dus nie uniek aan die internasionale toerisme-arena nie, maar is ook algemeen in Suid-Afrika, veral op streeksvlak.

Róbert (1986: 36) meen die kruks van al Suid-Afrika se probleme betreffende toerisme lê by die streeksrade se onvermoë om toerisme te bemark (Heath, 1987: 2-4). Tydens die simposium "2 000 Quo Vadis" is verskeie probleme en struikelblokke rondom toerisme geïdentifiseer en bespreek. Samevattend kom die geïdentifiseerde probleme en struikelblokke neer op onkunde by inwoners en plaaslike owerhede ten opsigte van toerismepotensiaal, gebrek aan fondse en gebrek aan koördinasie van inisiatiewe.

Volgens Róbert is dit veral die taak van plaaslike owerhede en publisiteitsverenigings om inligting en kennis oor hulle toeriste-aantreklikhede te versprei en om 'n groter gemeenskapstrots by inwoners te ontwikkel (De Klerk, 1984: 32). Volgens Wiley, voormalige Minister van Omgewingsake en Toerisme is die enigste werklike beperking in toerisme die "verkoopbaarmaking" van die produk. Hy is van mening dat dit slegs deur die mense in die toeristiese omgewing self gedoen kan word (Volkshandel, Junie 1985: 32).

Dit sal dus vir plaaslike owerhede en organisasies gemoeid met toerismebevordering in 'n bepaalde dorp of streek wat begerig is om in die voorspoed van die toerismebedryf te deel nodig wees om:

- a) die stand en potensiaal van plaaslike toerisme te ondersoek;
- b) deur gesindheid en optrede plaaslike toerisme aktief te bevorder;
en
- c) die toerismeproduk van hul streek aggresief te bemark
(Jooste, 1985: 15).

Plaaslike owerhede in die ondersoekgebied, naamlik Rustenburg, wat gemoeid is met toerisme en aanverwante aspekte sal dus indringend aan bogenoemde probleemareas moet aandag skenk indien gehoop word om te deel in die voorspoed wat verhoogde toeristegetalle kan genereer. Die ondersoekgebied, naamlik Rustenburg, is geleë 105 kilometer vanaf Pretoria en 112 kilometer van Johannesburg aan die westekant van die Magaliesberge. Hierdie gunstige ligging maak dus van Rustenburg 'n

maklik bereikbare en gewilde toevlugsoord vanaf die stadsgewoel van veral die PWV-gebied. Die dorp se sentrale sakegebied maak met rasse skrede vordering. 'n Groot herontwikkeling en modernisering van hierdie gebied is in volle gang en groot afdelingswinkels het reeds hier kom vestig. Die snelle groei van die dorp kan gemeet word aan die feit dat die groeikoers daarvan oor die afgelope 15 jaar tussen 3,55 en 15,5 % gewissel het - deurentyd hoër as die nasionale groeikoers.

Rustenburg is deurdrenk van geskiedenis en toerisme speel 'n al hoe belangriker rol in hierdie dorp. Afgesien van die geskiedkundige waarde daarvan, beskik Rustenburg ook oor 'n groot aantal besienswaardighede en toeriste-aantreklikhede, sowel as vakansie-orde en hotelle, wat op hulle beurt verskeie sportfasiliteite en ontspanningsgeriewe bied.

1.2 Doel met studie

Die doel met hierdie studie is om ondersoek in te stel na die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid.

Spesifieke doelwitte wat met hierdie studie nagestreef word, is die volgende:

- 1.2.1 Die verskaffing van 'n oorsig van die toerismebedryf met spesifieke klem op die voor- en nadele van toerisme, sowel as die kostes en impak daarvan.
- 1.2.2 Ondersoek na die huidige stand van die toerismebedryf in Suid-Afrika, insluitende die nuuste statistieke rakende besoekersgetalle na Suid-Afrika.
- 1.2.3 'n Ondersoek na die toerismeproduk van die Rustenburgomgewing, met verwysing na die ontstaan van die dorp, besienswaardighede, vakansie-orde en hotelle in die omgewing.

- 1.2.4 'n Empiriese ondersoek waarin opinieleiers in die Rustenburgomgewing se menings rakende belangrike toerisme-aangeleenthede ingewin word.
- 1.2.5 'n Verdere empiriese ondersoek onder besoekers aan die Rustenburgomgewing rakende die potensiaal van die gebied as toeriste-aantreklikheid.
- 1.2.6 Die identifisering van bestaande, sowel as moontlike toekomstige probleemareas in die toerismeproduk van Rustenburg, en die generering van voorstelle ter verhoging van die aantreklikheid van die gebied vir toeriste.

1.3 Metode van studie

In hierdie studie is inligting in twee fases ingesamel.

Die eerste fase behels 'n literatuurstudie waartydens relevante literatuur insake toerisme ondersoek is. Die huidige stand van toerisme in Suid-Afrika en agtergrondinligting oor die Rustenburgomgewing sal ook in oënskou geneem word.

Voortspruitend uit die teoretiese studie is 'n empiriese ondersoek met behulp van gestruktureerde vraelyste geloods. Ook hier is die ondersoek in twee fases verdeel. Die eerste gedeelte behels 'n ondersoek onder opinieleiers in die Rustenburgomgewing. Stadsraadslede, eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en eienaars/bestuurders van hotelle is in hierdie gedeelte oor relevante toerisme-aangeleenthede uitgevra. In die tweede gedeelte van die ondersoek is toeriste by vakansie-oorde en hotelle betrek. Vrae rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing is aan toeriste gestel.

1.4 Programaankondiging

Hoofstuk twee van hierdie studie behels 'n oorsig van die impak van die toerismebedryf, met spesifieke verwysing na die kenmerke van toerisme, die voordele, nadele en kostes van toerisme, die impak van toerisme en die verband tussen toerisme, rekreasie en vrye tyd.

In hoofstuk drie word die huidige stand van die toerismebedryf in Suid-Afrika bespreek. In hierdie hoofstuk word aandag gegee aan aspekte soos die ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika, die omvang en belangrikheid van die toerismebedryf in Suid-Afrika en bemarking van toerisme.

In hoofstuk vier word die toerismeproduk van die Rustenburgomgewing ondersoek. Aandag word gegee aan die ontstaan en geskiedenis van die dorp, aan Rustenburg soos die dorp vandag daar uitsien en na bepaalde toerisme-aangeleenthede soos besienswaardighede, vakansie-orde en hotelle in die Rustenburgomgewing. Hierdie hoofstuk bevat ook die gedeelte van die empiriese ondersoek waarby opinieleiers in die Rustenburgomgewing betrek is.

In hoofstuk vyf word die resultate van die empiriese ondersoek onder toeriste by vakansie-orde en hotelle in die Rustenburgomgewing weergegee.

Hoofstuk ses bevat 'n samevatting van die studie, sowel as gevolgtrekkings en aanbevelings rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing.

HOOFSTUK 2

OORSIG VAN DIE IMPAK VAN DIE TOERISMEBEDRYF

2.1 Inleiding

Die idee van periodieke onderbrekings in die lewe van die mens is nie 'n nuwe verskynsel nie. Die mens het nog altyd 'n behoefte gehad aan 'n georganiseerde onderbreking in die normale patroon van sy roetine-aktiwiteite. Nie alleen is slaap noodsaaklik vir die reëlmatige regenerasie van lewende wesens nie, maar langer onderbrekings vir langer tydperke is ook nodig.

Belangrik in hierdie opsig is ook dat die Skepper al Sy werk in ses dae voltooi en op die sewende dag gerus het - in moderne terme 'n "vakansie" of "rusdag" geneem het. Die woord "holiday" is afgelei van die oorspronklike "holy day" en so het al die gelowe van die wêreld, insluitend Christene, Jode, Moslems en Boeddhiste 'n gereelde kalender van feeste en ander heilige dae (Mills, 1983: 1).

Die jaarlikse vakansie is 'n belangrike eienskap van moderne sosiale lewe in die Weste. Die migrasie van miljoene mense na die kus en ander vakansie-oorde tydens vakansietye is grootliks 'n moderne verskynsel, terwyl die idee van 'n vakansie "oorsee" inderdaad 'n baie onlangse verskynsel is. Die instelling van die jaarlikse vakansie, wat hoofsaaklik van Britse oorsprong is, het belangrike sosiale gevolge gehad: dit het gelei tot 'n groter mobiliteit van die populasie, die skepping van 'n nuwe bedryf, die groei van baie streke wat andersins sou stagneer en 'n verbreding van die horisonne van miljoene mense (Robinson, 1976: 3).

Een woord om hierdie jaarlikse migrasie van massas mense na bestemmings nasionaal sowel as internasionaal vir vakansiedoeleindes, saam te vat, is toerisme. Volgens Ferrario (1981: 9) is toerisme vir die besoeker 'n plesier, maar vir die gebied wat besoek word is

toerisme 'n besigheid - vandaar die groot klem wat huidiglik wêreldwyd op toerisme geplaas word.

2.2 Omskrywing van toerisme en toeriste

Hoewel toerisme as sodanig in tyd ver teruggevoer kan word, het dit eers in hierdie eeu tot 'n belangrike en algemeen erkende nywerheid ontwikkel. Die pogings om dit wetenskaplik saam te vat en te definieer is dan ook redelik resent, maar tog talryk (Schadlbauer, 1972: 4). Uit die literatuur blyk dit dat daar 'n groot verskeidenheid interpretasies van die woorde "toeris", en "toerisme" bestaan. In hierdie gedeelte is dit dus nodig om duidelikheid oor die betekenis van die twee begrippe te verkry asook oor die gebruik daarvan in hierdie studie.

Ten einde enige wanopvattinge te voorkom moet enige poging om 'n toeris of toerisme te definieer, rekening hou met die volgende groepe wat deelneem in of beïnvloed word deur die toerismebedryf, naamlik:

a) Die toeris

As 'n verbruiker soek die toeris 'n verskeidenheid sielkundige en fisiese ondervindings en genietinge, Die aard van hierdie ondervindings en genietinge bepaal grotendeels die bestemmings wat die toeris sal kies en aktiwiteite waaraan deelgeneem sal word.

b) Die besigheid wat toeriste-goedere en -dienste verskaf

Sakemanne sien toerisme as 'n geleentheid om wins te maak uit die verskaffing van goedere en dienste wat deur die toerisme-mark vereis word.

c) Die regering van die "gasheer" gemeenskap of -area

Regeringsverteenwoordigers beskou toerisme as 'n welvaartsfaktor in die ekonomie. Hul perspektiewe hou verband met die inkomste

wat inwoners kan verdien uit hierdie bedryf. Regeringsverteenwoordigers oorweeg ook die inkomste uit belastinge op toeriste-uitgawes, direk of indirek.

d) Die "gasheer" gemeenskap

Die plaaslike gemeenskap beskou toerisme gewoonlik as 'n kulturele- en werkverskaffingsfaktor. Wat byvoorbeeld vir hierdie groep van belang is, is die interaksie tussen groot getalle besoekers en inwoners. Hierdie effek kan òf voordelig òf nadelig wees vir "gas" gemeenskappe sowel as toeriste (Heath, 1987: 27-28).

2.2.1 Die toeris

Die I.U.O.T.O. (International Union of Official Travel Organizations) beskryf 'n toeris as 'n besoeker wat vir 24 uur of meer oorbly op grond van enige van die volgende oorwegings:

Vryetydsbesteding (ontspanning/vakansie), gesondheid, studie, godsdiens, sport, besigheid, familiebesoeke, sendings en vergaderings.

Persone wat korter as 24 uur vertoef word deur die voornoemde instelling beskou as iemand wat aan 'n ekskursie deelneem.

Die I.U.O.T.O. se definisie word ook deur die V.V.O. gebruik (Vrey, 1974: 8).

Die primêre gebrek in hierdie definisie is dat dit die beweging van binnelandse toeriste ignoreer (Heath, 1987:29).

Robinson (1976: 53) definieer 'n toeris soos volg: "...any person travelling for a period of 24 hours or more in a country other than that in which he usually resides." Hierdie definisie sluit weer eens beroepsreise en binnelandse toeriste uit. Schadlbauer (1972: 4) meen dat 'n mens kwalik met hierdie

definisies kan saamstem in die lig van die feit dat nòg vanuit ekonomiese, geografiese of statistiese oogpunt, nòg in die praktyk, die handelsverkeer geskei kan word van die algemene toeristeverkeer.

Sing et al. (1982: 1) definieer toeriste as 'n tydelik reisende bevolking wat gewoonlik na voorafbepaalde bestemmings reis, vir watter doel ookal. Gedurende die reis word toeristeprodukte verbruik. Na 'n kort verloop van tyd keer die toeriste terug na hul tuiste, ongeag of die hoofdoel van die besoek bereik is al dan nie. Hierdie definisie sluit dus ook binnelandse toeriste in (Bennett, 1987: 8).

Uit voorafgaande gedeelte is dit dus duidelik dat 'n groot verskeidenheid uiteenlopende menings bestaan oor wie as toeris getipeer kan word. Ten einde dus die beperkinge en tekortkominge van bestaande definisies te oorkom, word 'n toeris vir die doeleindes van hierdie studie omskryf as 'n persoon wat vanaf sy eie woonplek reis na 'n ander dorp, stad, streek of land vir besigheid, plesier, persoonlike sake of vir enige ander rede, behalwe om na en vanaf sy werk te pendel.

2.2.2 Toerisme

Uit die literatuur is dit duidelik dat daar verskeie definisies van toerisme bestaan. 'n Moontlike rede hiervoor is dat byna elke land geneig is om sy eie definisie van toerisme te volg, wat 'n presiese, akkurate definisie uiters moeilik maak (Heath, 1987: 30).

Die A.I.E.S.I. (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme) sien in toerisme die samevoeging van verbintenisse en verskynsels wat ontstaan as gevolg van reise en verblyf van vreemdelinge in 'n plek sonder dat hulle deel vorm van 'n permanente of tydelike vestigingspatroon as gevolg van arbeidsmoontlikhede wat daar bestaan (Schadlbauer, 1972: 4).

Mathieson en Wall (1982: 1) beskou toerisme as die tydelike beweging van mense na bestemmings buite hul normale woon- en werkomgewing, die aktiwiteite onderneem tydens hul verblyf by genoemde bestemmings, sowel as die fasiliteite wat geskep word om in hul behoeftes te voorsien.

Volgens Jooste (1985: 3-4) kan toerisme omskryf word as die aktiwiteit voortspruitend uit die geneigdheid van persone om na 'n plek of streek vanaf 'n ander plek te reis met die doel om nie permanent in die plek of streek wat besoek word, te bly nie.

Die definisie van McIntosh en Goeldner (in Heath, 1987: 32) verklaar dat "...toerisme is die som van die verskynsels en verhoudinge wat ontstaan vanuit die interaksie van toeriste, besighede, "gasheer" regerings en "gasheer" gemeenskappe in die proses waardeur toeriste en ander besoekers daarheen gelok word.

Samevattend kan toerisme dus omskryf word as die tydelike beweging van persone, vir watter doel ookal, na voorafbepaalde bestemmings met die doel om nie permanent in die plek of streek wat besoek word, te bly nie. Gedurende die proses word toeristeprodukte verbruik en word die streek verryk met die teenwoordigheid van die toeriste (Bennett, 1987: 9).

2.3 Die wese van toerisme

Poser (1939) onderskei tussen gesondheidsverkeer, somervakansieverkeer en deurgangsverkeer. Hy definieer hulle algemeen as soorte toeristeverkeer. Christaller (1955) stel voor dat toeristeverkeer volgens lokaliteit en duur gerangskik moet word. Schadlbauer (1972: 5) meen egter dat in die algemeen tussen soorte en vorme van toerisme onderskei moet word. Vervolgens word die soorte toeristeverkeer bespreek.

2.3.1 Soorte toeristeverkeer

Literatuur oor hierdie onderwerp onderskei prinsipieel tussen vryetyds- en sakereise, maar gebruik egter ook die begrippe vryetydsomgang en beroepsreisomgang (Schadlbauer, 1972: 5). Om verwarring te voorkom word dus voortaan verwys na privaatreisomgang en beroepsreisomgang.

2.3.1.1 Privaatreisomgang

Privaatreisomgang kan weer in die volgende onderafdelings verdeel word:

- a) Die belangrikste in hierdie afdeling is die ontspanningsverkeer. Die meeste toeriste kom voor onder die mense wat hul hoofverblyfplek in digbevolkte dele het en dus 'n uitvlug van hul "ongesonde" omgewing seek (Schadlbauer, 1972: 6). Vrey (1974: 9) praat hier van vakansieverkeer wat eerstens betrekking het op verblyf op relatief lange duur en wat gewoonlik in die hoofvakansietye val. Tweedens is daar die vakansieverkeer deur 'n gebied na 'n ander gebied. Toeristegeriewe in die deurgangsgebied word in hierdie geval slegs gebruik as die gehalte daarvan aanvaarbaar is en die gebruik daarvan ter ondersteuning van die hoofdoel dien.
- b) Die verkeer vir gesondheidsdoeleindes, wat verband hou met die ontspanningsverkeer, word gekenmerk deur 'n langer verblyftydperk en 'n gelykmatige besoekerskurwe deur die jaar (Schadlbauer, 1972: 6). Hier geld veral vakansie- of hersteloorde wat bekend is vir die effek wat hulle op die herstel van siektetoestande het (Vrey, 1974: 9).
- c) Uitstappie- en besigtigingsverkeer waarvan die verblyf- en reistyd oor die algemeen van relatief korte duur is. In die meeste gevalle word besoeke binne hierdie kategorie gekenmerk deur 'n reis wat die besoeker nie te ver van 'n

bepaalde roete of van sy permanente woon- of vakansieverblyf wegvoer nie (Vrey, 1974: 9). Omdat in hierdie verband meestal verskeie plekke besoek word, oorheers kort- en gemiddelde verblyfsduur hier (Schadlbauer, 1972: 6).

- d) Pelgrimsreise vind gedurende die hele jaar plaas, maar bereik egter 'n hoogtepunt met die groot feesdae van verskillende godsdienstige gemeenskappe. 'n Kortstondige verblyf is hier aan die orde van die dag en toeriste is geneig om tydens pelgrimsreise in groepe te beweeg.
- e) Deurgangsverkeer op die huidige snelweë en deurpaaie beweeg vinnig by bepaalde gebiede verby sonder dat hul toerismepotensiaal in ag geneem word. Die hoofdoel hier is om die eindbestemming so gou moontlik te bereik wat 'n baie kortstondige verblyf in "tussen-bestemmings" meebring (Schadlbauer, 1972: 7).

2.3.1.2 Beroepsreisomgang

Beroepsreisomgang wat toegespits is op administratiewe, nywerheids- of kultuursentra, het 'n meer egalige verspreiding deur die jaar. Seisoenswisselings wat wel hier voorkom, verskil van die privaatreis. Kortstondige verblyf is hier oorheersend, hoewel gemiddelde en langerdurende verblyf ook voorkom.

Gepaard met beroepsverkeer gaan deurgangsverkeer wat alreeds hierbo genoem is (Schadlbauer, 1972: 7).

2.3.2 Tipes toerisme

Toerisme kan verdeel word in vier tipes, naamlik:

a) **Internasionale Toerisme** (Figuur 2.1)

Toerisme waar mense van alle nasionaliteite reis na ander lande waar hulle nie 'n permanente verblyfplek het nie, staan bekend as internasionale toerisme.

b) **Inwaartse Toerisme** (Figuur 2.2)

Inwaartse toerisme is wanneer buitelanders 'n bepaalde land, byvoorbeeld Suid-Afrika besoek (Beiles, 1972: 3).

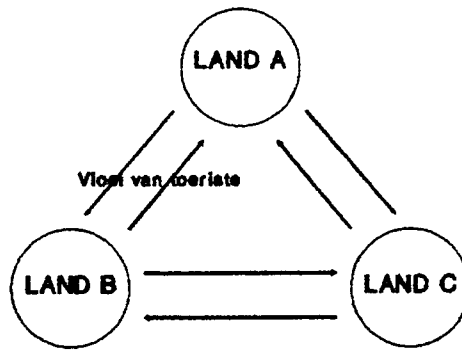
c) **Inheemse Toerisme** (Figuur 2.3)

Waar inwoners van 'n land binne die land self reis, byvoorbeeld Suid-Afrikaners in Suid-Afrika self, word gepraat van inheemse toerisme.

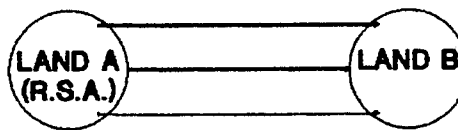
d) **Uitwaartse Toerisme** (Figuur 2.4)

Uitwaartse toerisme ontstaan wanneer inwoners van 'n bepaalde land 'n ander land besoek, byvoorbeeld Suid-Afrikaners wat die V.S.A. besoek (Rushburne et al, 1972: 1).

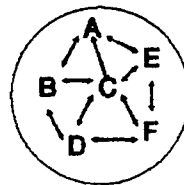
Figuur 2.1 Internasionale Toerisme



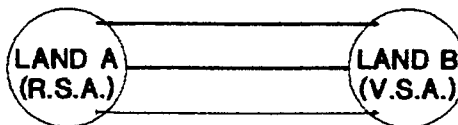
Figuur 2.2 Inwaartse Toerisme



Figuur 2.3 Inheemse Toerisme



Figuur 2.4 Uitwaartse Toerisme



Wanneer toerisme-ontwikkeling op streeksvlak bestudeer word moet rekening gehou word met sekere kenmerke wat van toerisme 'n eiesoortige bedryf net bepaalde probleme vir produktiewe aktiwiteit maak. Hierdie kenmerke is:

Toerisme is 'n diens wat gelewer word. 'n Ontasbare ondervinding word verkoop, nie iets fisies wat vooraf ondersoek of geïnspekteer kan word nie. Omdat toerisme 'n diens is, vind produksie en verbruik gelyktydig plaas. Anders as vervaardigde fisiese produkte, kan toerisme nie opgeberg word nie, byvoorbeeld 'n sitplek op 'n vliegtuig of in 'n restaurant of 'n hotelkamer wat nie vandag "verkoop" word nie, verloor die kans om verkoop te word, vir ewig. Hoewel geen voorraad opgeberg en by verandering in vraag aangepas kan word nie, moet die vermoë om hierdie toerismediens te produseer, vooraf ontwikkel word. Hierdeur word groot druk op produsente geplaas om te beplan vir die verwagte beskikbaarheid van geskikte fasiliteite en nadat hierdie fasiliteite ontwikkel is, om dit so ver moontlik ten volle te benut. Opsigself skep dit 'n ander probleem aangesien die aanbod van toerisme redelik vasgestel is. Die bronne en infrastruktuur van 'n bepaalde bestemming kan nie so vinnig verander soos die vraag na toerisme nie.

'n Tweede belangrike faktor wat toerisme onderskei van ander bedrywe is dat die diens wat verskaf word, naamlik 'n vakansie, 'n samestelling is van verskeie produkte en dienste. So het 'n vakansie byvoorbeeld verskeie komponente insluitend vervoer, akkommodasie, aantreklikhede, aktiwiteite en gebeure. Aangesien hierdie komponente gewoonlik deur verskeie verskaffers aangebied word, word elkeen se bemarkingspoging dus aangevul deur dié van ander verskaffers. Die bevrediging wat verkry word is ook 'n funksie van die menslike element wat die diens verskaf en is dikwels baie moeilik beheerbaar in terme van konstante gehalte.

* Hierdie gedeelte is in geheel geneem uit Heath (1987: 34-36)

'n Derde faktor wat toerisme van ander industreeë onderskei, is die rol van tussengangers betrokke by vervoer. Omdat die meeste toeristedienste groot afstande vanaf potensiële klante geleë is, is gespesialiseerde tussengangers - in hierdie geval organisasies wat optree tussen die produsent en toeris - dikwels nodig om die gaping te oorbrug. Aangesien die meeste produsente van toerisme-goedere relatief klein is, is hulle gewoonlik nie in 'n posisie om hul eie afsetpunte te vestig nie. In teenstelling met ander bedrywe waar die produsent aansienlike beheer uitoefen oor elke fase in die ontwikkeling en lewering van die produk, speel vervoertussengangers by toerisme 'n groot rol. Tussengangers beïnvloed en bepaal selfs watter dienste aangebied sal word, en ook aan wie, wanneer en teen watter prys.

Die vierde faktor wat toerisme onderskei van ander bedrywe hou verband met die vraagsituasie. Die vraag na toerisme is hoogs elasties, seisoenaal van aard en onderhewig aan subjektiewe faktore soos smaak en modes, sowel as die meer objektiewe faktore van vraag, soos prys. In baie gevalle kan die "produk" wat verlang word, bevredig word deur 'n hele aantal bestemmings, met geen spesifieke klem op enigeen in die besonder nie (Mill en Morrison, in Bennett, 1987: 35-36).

Ander kenmerke van toerisme wat in gedagte gehou moet word, is: Die aard van 'n streek se bronne en besigheid bestaan uit verskeidenheid - aangename klimaat, strande, berge, wildlewe, historiese dorpe, museums, kulturele aantreklikhede en verskillende gewoontes. Verder, terwyl sekere gebiede oor baie sulke bronne beskik, het byna elke gebied of streek 'n bepaalde vlak van toerismebronne, en gevolglik ontwikkelingsgeleenthede. Van verdere belang is dat toerismebronne selde slegs vir die toerismebedryf aantreklik is - gebiede wat ryk is aan toeriste-aantreklikhede is gewilde gebiede om in te woon. Mooi landskappe sluit dikwels ook ekonomiese aktiwiteite soos boerderye en bosbou in en kus- sowel as binnelandse water het ander gebruikers wat meeding om die beste vestigingsplekke. Murphy (in Heath, 1987: 36) waarsku dat sodanige mededinging om bronne kan lei tot

konflik wat owerheidsinmenging vereis om prioriteite, beleide en moontlike vergoeding daar te stel. 'n Belangrike aspek van toerisme wat nooit uit die oog verloor moet word nie, is dat hoewel toerisme nie uitgeput kan word soos goud of platinum nie, dit wel misbruik kan word. Hierdie misbruik moet ten alle koste vermy word deur gebruik te maak van 'n goed beplande- en gekoördineerde strategiese bemarkingsplan (Heath, 1987: 36).

2.5 Voordele van toerisme

Volgens Jooste (1985: 5) is ekonomiese stimulering gewoonlik die oorwegende faktor wat 'n streek of dorp motiveer om betrokke te raak by toerisme en om die toerismepotensiaal wat bestaan, te ontwikkel. Toerisme genereer ook die volgende voordele:

- Verhoogde indiensname van inwoners
- Inkomste- en belastingvoordele
- Kulturele voordele (Jooste, 1985: 5)
- Bevorder goeie menseverhoudinge
(Rushburne et al, 1972: 2)
- Toerisme bevorder streekontwikkeling (Bennett, 1987:25)

Die ekonomiese voordele van toerisme is tweeledig van aard: eerstens lei dit tot die diversifisering van ekonomiese aktiwiteite in 'n streek of stad en tweedens verteenwoordig dit 'n bron van inkomste (Jooste, 1985: 5).

Die diversiferende voordeel van toerisme moet teen die agtergrond van die volgende beskou word:

- Streke wat hoofsaaklik afhanklik van mynbou en die uitvoer van grondstowwe is, vind dat in teenstelling met

grondstofbates, toerisme 'n onuitputlike bedryf is solank as wat die toerismebates goed versorg en nie misbruik word nie.

- Toerismeverkeer groei voortdurend en dit sal heel waarskynlik bly groei weens die feit dat inkome en vrye tyd in die algemeen meer word en omdat daar nog baie onontginde toerismepotensiaal bestaan (Bennett, 1987: 25).
- Toerismegroei verg gewoonlik min of geen groei in openbare geriewe en fasiliteite nie.
- Dit is 'n skoon en besoedelingsvrye bedryf en is dus aantreklik vir beide die private sektor en die breëre publiek (Jooste, 1985: 6).

Toerisme is 'n inkomstebron vir 'n streek, dorp of stad omdat dit geld uit 'n ander streek of stad inbring (Jooste, 1985: 6). Verskeie voordele spruit voort uit besoekers aan 'n gebied se besteding binne daardie gebied. So stel dit byvoorbeeld plaaslike ondernemings in die bepaalde gebied in staat om op groter skaal te opereer. Inkomste uit toerisme maak ook die oprigting en instandhouding van ondernemings moontlik wat andersins waarskynlik nooit in die lewe geroep sou word nie. Verder is hierdie besteding deur toeriste ook 'n belangrike bron van inkomste vir die plaaslike owerhede in die gebied waar die geld bestee word - byvoorbeeld as betaling vir dienste verskaf aan toeriste (Archer, 1977: 5.7).

Toerisme openbaar voorts ook 'n vermenigvuldiger effek wat meebring dat elke rand wat 'n toeris bestee, sirkuleer of herbestee word. Daar word beraam dat agt rand van elke tien rand wat 'n hotelier ontvang weer in die plaaslike gemeenskap gespandeer of geïnvesteer word. Hierdie vermenigvuldiger effek kan tussen twee en tien maal van die oorspronklike bedrag wissel (Jooste, 1985: 6).

Toerisme is 'n belangrike bron van werkverskaffing. Die nuutste beraamde syfers is dat ongeveer 300 000 mense in die toerismebedryf werksaam is. Hierdie syfer sluit nie die werkseleenthede wat 'n uitvloei van toerisme is, in nie (Ingrid Alberts Promosies).

Toerisme hou egter nie net ekonomiese voordele in nie, maar verbeter ook menseverhoudinge. Deur direkte kontak en persoonlike ondervinding kry veral buitelandse toeriste groter begrip vir Suid-Afrika se probleme asook 'n groter waardering vir die mense van die land, hul waardes, norme en leefwyse. Elke buitelandse toeris na Suid-Afrika word na sy vertrek 'n onbetaalde ambassadeur (Bennett, 1987: 27).

Dit is egter nie net fasiliteite en kommoditeite wat spesifiek op toerisme ingestel is wat baatvind by toerisme nie (Van Der Merwe, 1985: 30). Volgens Roux (1985: 4) soos aangehaal deur Bennett (1987: 27), word die toeris se besteding nie beperk tot huisvesting, toegangsgelde en aandenkings nie, maar kos, brandstof, drank, motoronderdele, medisyne en speelgoed word dikwels aangekoop. Haas elke onderneming in 'n land of streek trek dus direk of indirek voordeel uit die toerismebedryf.

2.6 Nadele en moontlike koste van toerisme

Die inkomste wat toerisme kan genereer, die werkseleenthede wat dit kan skep en die ander voordele wat dit inhou, gaan gewoonlik nie sonder koste en probleme gepaard nie.

Indien toerisme toegelaat word om onbeplan, ongekoördineer en onbeheer te ontwikkel, kan probleme soos besoedeling en oorbesetting van bestaande fasiliteite en aftakeling van kulturele en morele waardes voorkom (Jooste, 1985: 7). Hierdie faktore kan 'n gemeenskapsweerstand teen toerisme laat ontstaan en tesame met die oorbenutting van toerismebates kan toeriste-aantrekkingskragte vernietig word (Van Der Merwe, 1985: 30).

Jooste (1985: 7) waarsku dat hierteen gewaak moet word en dat gemeenskapsbelang voortdurend as uitgangspunt vir toerisme-ontwikkeling in 'n streek moet dien.

Plaaslike owerhede moet byvoorbeeld groot uitgawes aangaan om die nodige fasiliteite vir toeriste te skep. Die seisoenaliteit van toerisme bring mee dat fasiliteite wat plaaslike behoeftes oortref, vir ten minste ses maande van die jaar verskaf moet word. So moet byvoorbeeld voorsiening gemaak word vir addisionele vullisverwydering, gesondheidsdienste, intandhouding van paaie en parke, die verskaffing van straatbeligting, die wegdoen van rioolvullis en die addisionele algemene uitgawes verbonde aan administrasie. Hoewel sommige van hierdie uitgawes aangewend word vir die verskaffing van dienste wat 'n positiewe netto inkomste genereer, bring die meeste van hierdie uitgawes 'n netto finansiële verlies mee (Archer, 1977: 57-58).

Afgesien van bogenoemde uitgawes, word "kostas" in verskillende vorme ook deur privaat ondernemings en die plaaslike bevolking van die bepaalde gebied ervaar. Hoewel baie van hierdie costas as nie-kwantifiseerbaar in geldterme beskou word, is dit tog belangrik vir diegene wat daardeur geraak word. Die belangrikste hiervan word waarskynlik veroorsaak deur die seisoenaliteit van toerisme. Gedurende piek vakansietye kom druk verkeer op paaie voor wat aansienlike ongerief vir inwoners van die streek meebring. Plaaslike sakelui word hier getref deur 'n verlies aan tyd en 'n gevolglike verlies aan geld, terwyl inwoners blootgestel word aan bykomende geraas, vibrasie en besoedeling vanweë 'n verhoging van die hoeveelheid voertuie en verhoogde voetgangerverkeer in strate en winkels (Archer, 1977: 5.8).

Kostas van toerisme wat meer kwantifiseerbaar of meetbaar is, word deur bepaalde sektore van die ekonomie ondervind. Boere in die toerisme-gebied word getref deur beskadiging van oeste, lewendehawe en geboue, terwyl rommel deur toeriste op plase gestrooi word (Archer, 1977: 5.8).

Die aanvaarding van kostes soos bogenoemde as deel van die prys wat betaal moet word vir groei en ontwikkeling, is verenigbaar met die algemene doel, naamlik 'n verhoging van die welvaart van die plaaslike gemeenskap, mits die verhoging in welvaart die "verliese" wat gely word, oortref.

2.7 Die verhouding tussen toerisme, rekreasie en vrye tyd

Die noue verband tussen toerisme, rekreasie en vrye tyd maak 'n bespreking daarvan noodsaaklik vir hierdie studie.

Vrye tyd kan beskou word in terme van tyd: dit is die tyd wat "oorbly" nadat werk, slaap en noodsaaklike persoonlike en huishoudelike take afgehandel is. 'n Persoon kan hierdie "oorblywende" tyd aanwend soos hy/sy wil. Vrye tyd kan dus gedefinieer word as diskresionêre tyd - ofte wel tyd waarmee na willekeur gehandel kan word (Mathieson et al, 1987: 36) is die begrip "vrye tyd" die sleutel tot die ontspanningsbehoeftes van die mens.

Cruywagen (in Bennett, 1987: 36) definieer rekreasie as enige vrywillige gekose aktiwiteit hetsy inspannend of ontspannend, individueel of kollektief-sosiaal wat hoofsaaklik binne die persoon se vrye tyd, ter wille van die bekoring van die aktiwiteit self beoefen word. Rekreasie is vry en ongedwonge en word nie ter wille van enige dwang of latere beloning bedryf nie. Dit bring liggaamlike verfrissing en geestelike herskepping van die individu mee.

Soos vooraf in paragraaf 2.2.1 genoem is, is toerisme die tydelike beweging van persone, vir watter doel ookal, na voorafbepaalde bestemmings met die bedoeling om nie permanent in die streek of plek wat besoek word, te bly nie.

Die verhouding tussen toerisme, vrye tyd en rekreasie word soos volg deur Burkart en Medlik opgesom: "Tourism represents a particular use of leisure time and a particular form of

recreation but does not include all uses of leisure time nor all forms of recreation. It includes much travel but not all travel. Conceptually tourism is, therefore, distinguished in particular from related concepts of leisure and recreation on the one hand, and from travel and migration on the other" (Mathieson, 1982: 9).

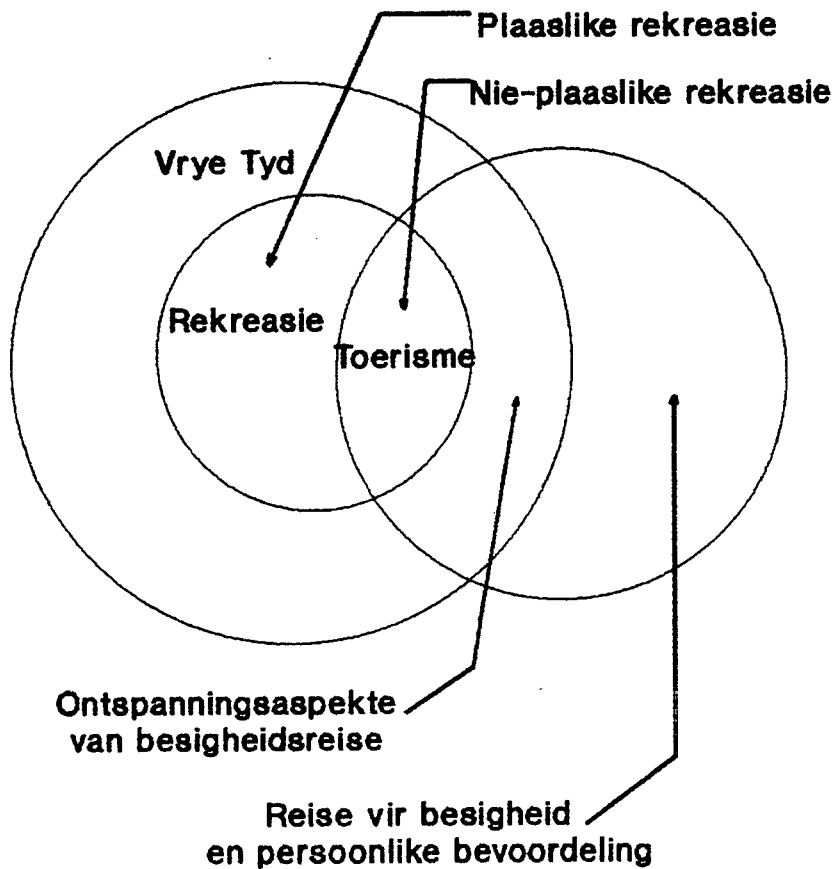
Murphy (1983: 8) is van mening dat die beweging van mense 'n onderskeid tref tussen toerisme-rekreasie en algemene rekreasie. Uit Figuur 2.5 kan gesien word dat die meeste rekreasie plaasvind binne die individu se eie gemeenskap (die plek waar die persoon permanent woon en werk). Wanneer reis die persoon uit hierdie omgewing neem na 'n ander area, selfs net vir 'n paar uur, word die persoon 'n besoeker (toeris) wat geld en tyd in 'n ander gemeenskap spandeer.

Murphy (Heath, 1987: 37) reken dat besoekers 'n bykomende druk plaas op die infrastruktuur (byvoorbeeld paaie) en fasiliteite (byvoorbeeld parke) van die gebied wat besoek word, maar ook nuwe inkomste verskaf deur geld daar te spandeer.

In Figuur 2.5 kan gesien word dat hoewel die meeste toerisme ontspannend van aard is, sommige, soos besigheids-, professionele- en persoonlike reis nie verband hou met ontspanning nie. Belangrik is om daarop te let dat rekreasie geheel en al binne vrye tyd val, aangesien dit 'n ondervinding binne vrye tyd is wat lei tot 'n "vernuwing" van liggaam en gees. 'n Gedeelte van hierdie rekreatiewe aktiwiteit vind plaas buite die plaaslike gemeenskap, gevolglik word reis 'n belangrike komponent, wat meebring dat hierdie vorm van rekreasie toerisme genoem word. Die omvang van toerisme strek verder as blote

rekreasie en hou ook verband met besigheidsreise en familiebyeenkomste; en verder as ontspanning/vrye tyd na persoonlike- en besigheidsmotiewe vir reise, soos gesondheid en professionele ontwikkeling (Heath, 1987: 38).

Figuur 2.5 Verhouding tussen toerisme, vrye tyd en rekreasië



Bron: Heath, E.T. - The need for and the development of a strategic marketing planning framework for regional tourism in South Africa - Ongepubliseerde D.Com proefskrif, Universiteit van Port Elizabeth, Port Elizabeth, 1987

2.8 Die impak van toerisme

Vir baie jare is die positiewe impak van toerisme soos werkverskaffing, belastings en inkome goed gepromoveer, terwyl die negatiewe impak daarvan, naamlik die sosiale, ekonomiese, omgewings- en ander gevolge as minimaal beskou is. Sedert die sewentigerjare is egter meer en meer vrae geopper rakende die erosie van natuurlike bates, oorlading, sosiale konflik en verlore geleenthede (Gunn, 1979: 8). Gevolglik is dit dus belangrik, in die lig van hierdie ondersoek, om bewus te wees van sowel die positiewe as die negatiewe impak van toerisme, aangesien hierdie realiteite in die toekoms aangespreek sal moet word in die beplanning van toerisme op streeksvlak (Heath, 1987: 39). Vervolgens sal die potensiele negatiewe impak van toerisme-ontwikkeling in streeksverband aangespreek word.

2.8.1 Die ekonomiese impak van toerisme

Vanuit 'n ekonomiese oogpunt gesien beteken toerisme die spandeer van geld, wat buite 'n gebied of dorp verdien is, op goedere en dienste binne daardie gebied of dorp (Vrey, 1974: 12). Die ekonomiese belangrikheid van toerisme word deur Peters (1969: 125) beklemtoon wanneer hy verklaar dat internasionale toerisme die grootste enkele item in die wêreld se buitelandse handel is en dat dit vir baie lande die belangrikste uitvoerbedryf en verdiener van buitelandse valuta is. Hoewel Peters se verklaring in die laat sestigerjare gemaak is, is dit tot vandag grootliks die geval (Heath, 1987: 39-40). Hierdie stelling word gestaaf deur die huidige oplewing in die toerismebedryf wat daartoe gelei het dat slegs die oliebedryf tans nog die toerismebedryf in grootte oortref. Alles dui egter ook daarop dat die toerismebedryf in die nabye toekoms by die oliebedryf sal oorneem as die grootste bedryf ter wêreld.

'n Aantal faktore wat bygedra het tot die klem wat op die ekonomiese impak van toerisme geplaas word, is die volgende:

- Vergeleke met fisiese en sosiale impakte, is die ekonomiese impak maklik meetbaar. Metodes om die ekonomiese impak van toerisme te meet, bestaan reeds, terwyl soortgelyke metodes vir die meting van fisiese en sosiale impakte nog in 'n vroeë stadium van ontwikkeling is.
- Groot hoeveelhede, relatief betroubare en vergelykbare data rakende die ekonomiese impak van toerisme is reeds versamel. Data wat benodig word om die ekonomiese kostes en voordele van toerisme te meet, is meer geredelik beskikbaar as vir ander toerisme impakte.
- Die klem wat geplaas word op die ekonomie van toerisme, veral die voordele daarvan, weerspieël die algemene gevoel dat toerisme vinnige en aansienlike opbregste op beleggings kan genereer en dat dit 'n positiewe krag is vir die oplossing van ekonomiese probleme (Mathieson et al, 1982: 36).

Die omvang van die ekonomiese impak word beheer deur 'n aantal faktore. Die belangrikste hiervan is die volgende:

- i) Die aard van die fasiliteit en die aantreklikheid daarvan vir toeriste.
- ii) Die volume en intensiteit van toeriste-uitgawes by die bestemming.
- iii) Die vlak van ekonomiese ontwikkeling van die bestemmingsarea.
- iv) Die grootte van die ekonomiese basis van die bestemmingsarea.
- v) Die mate waarin toeriste-uitgawes hersirkuleer binne die bestemming.

- vi) Die mate waarin die bestemming aangepas het by die seisoenaliteit van vraag na toerisme (Mathieson et al, 1982: 52).

Bogenoemde faktore bepaal ook of die ekonomiese impak positief of negatief is. Die ekonomiese voordele van toerisme wat in die literatuur voorkom, is soos volg:

- i) Die bydrae van toerisme tot inkomste in buitelandse valuta en die betalingsbalans.
- ii) Die skepping van werksgeleenthede (Pearce, 1981:55,58).
- iii) Die skepping van inkomste.
- iv) Die verbetering van ekonomiese strukture.
- v) Die aanmoediging van entrepreneursaktiwiteit (Mathieson et al, 1982: 52).

Baie minder is bekend omtrent die ekonomiese kostes van toerisme en 'n aantal daarvan is:

- i) Die gevaar van oorafhanklikheid van toerisme.
- ii) 'n Verhoogde geneigdheid om in te voer (Mathieson et al, 1982: 52).
- iii) Verhoogde inflasie en hoër eiendomswaardes (Pearce, 1981: 62).
- iv) Die seisoenaliteit van produksie en die lae opbrengs op investering (Gunn, 1979: 14).
- v) Die skepping van ander eksterne kostes (Robinson, 1976: 136).

Die ekonomiese impak van toerisme is dus die balans tussen hierdie voordele en kostes (Pearce, 1981: 55).

Op streeksvlak word die invloed van toerisme-ontwikkeling duidelik gesien in die verhoogde vraag na bepaalde goedere en dienste, die skepping en aanwending van werksgeleenthede, die skepping van inkomste in beide die private en publieke sektore en die skepping van investeringsgeleenthede wat dikwels gefinansier word deur kapitalisering van stygende grond- en eiendomswaardes (Heath, 1987: 42).

2.8.2 Die werkverskaffingsimpak van toerisme

Werkskepping is 'n belangrike voordeel wat voortspruit uit toerisme-ontwikkeling op streeksvlak. Die tipes werk wat hierdeur geskep word, is eerstens, direkte werkverskaffing, wat beroepe binne die toerismebedryf insluit, soos in akkommodasieplekke, reisagentskappe en vervoermaatskappye, en tweedens indirekte of addisionele betrekkings wat gegenereer word deur die behoefte om die diens en fisiese infrastruktuur van 'n gebied te verbeter/verhoog om die nodige ondersteuning vir toerisme en die toerismebedryf te bied, byvoorbeeld kleinhandelsverkope en padkonstruksie (Heath, 1987: 42-43). 'n Derde tipe werk wat geskep word, is afgeleide werk wat addisionele werkskepping is en wat ontstaan vanweë die uitwerking van die toerisme-vermenigvuldiger. Dit ontstaan wanneer plaaslike inwoners addisionele geld wat hulle verdien het, herspandeer (Mathieson et al, 1982: 77). Voorbeelde hiervan is byvoorbeeld betrekkings in die landboubedryf, voedselverwerking en hotelkonstruksie (Beiles, 1972: 33).

As 'n diensbedryf word toerisme algemeen beskou as arbeidsintensief en as 'n bedryf wat hoofsaaklik halfgeskoolde en ongeskoolde werk verskaf. Aangesien hierdie tipes werk volop is in ontwikkelende lande, is toerisme veral hier van groot waarde in die bestryding van werkloosheid (Pearce, 1982: 58). Werk word egter ook verskaf op middel- en topbestuursvlak. 'n Wye spektrum van werksgeleenthede word dus gedek en omdat dit nie fisies verbruik word nie, besit die bedryf die vermoë om voortdurend

werksgeleenthede te verskaf en in stand te hou. Die toerismebedryf is ook in staat om werksgeleenthede uit te brei en te versprei (Heath, 1987: 43-44).

Die negatiewe sy van die werkverskaffingsimpak van toerisme is egter dat 'n groot gedeelte van die betrekkings wat geskep word, seisoenaal of tydelik van aard is. Afhangende van omstandighede, byvoorbeeld die seisoenaliteit van ander aktiwiteite, kan hierdie seisoenale aard van betrekkings 'n voor- of nadeel wees. Die invloed van 100 permanente betrekkings sal waarskynlik ook baie anders wees as dié van 400 seisoenale betrekkings wat net vir drie maande in 'n jaar beskikbaar is (Pearce, 1981: 58).

Toerisme het dus, hetsy positief of negatief, 'n definitiewe invloed op werkverskaffing en is gevolglik 'n goeie wapen om werkloosheid te bestry.

2.8.3 Die sosiale en kulturele impak van toerisme

Die sosiale en kulturele impak van toerisme is die wyses waardeur toerisme bydra tot veranderinge in waardesisteme, individuele gedrag, familieverhoudinge, lewenstyle, morele gedrag, tradisionele seremonies en gemeenskapsorganisasies (Mathieson et al, 1982: 133). Wolf (1977: 3) noem sosiale-kulturele impakte van toerisme, "menslike impakte", omdat dit handel oor die invloed op mense van gasgemeenskappe vanweë hul direkte of indirekte kontak met toeriste.

Omdat alle toerisme ontstaan uit massa-ontspanning, behels dit al die aktiwiteite, belangstellings en belonings wat aan ontspanning toegeskryf word. Sosiale wetenskaplikes beskou ontspanning nou as meer as net blote tyd wanneer nie gewerk word nie. Ontspanning word al hoe meer beskou as selfverwesenliking (Gunn, 1979: 9-10). 'n Begrip van verafgeleë fisiese bestemmings en kulture, verhoogde fiksheid, wegbreking vanaf pligte en roetine, nastrewing van nuwe vriendskappe en kennis is sommige van die

persoonlike en sosiale belonings wat toegeskryf word aan toerisme (Heath, 1987: 45-46).

Sosiale en kulturele impakte wat die ontwikkeling van toerisme op gasgemeenskappe kan hê, is die volgende:

Toerisme kan 'n invloed hê op die demografiese strukture van gasgemeenskappe. Die grootte van die plaaslike bevolking kan byvoorbeeld vergroot vanweë die skepping van nuwe werkseleenthede wat mense na die gebied lok, wat dan ook verstedeliking in die hand werk. Hierdie proses is geneig om ouderdom- en geslagselektief te wees, wat meebring dat nie alleen die grootte van die plaaslike bevolking nie, maar ook die samestelling daarvan verander (Pearce, 1981: 52).

Inwoners van die gasgemeenskap kry 'n nuwe begrip van gebruike, gewoontes en gelowe van toeriste. Sommige toeriste raak so geheg aan 'n bepaalde area wat hulle besoek dat hulle hulle uiteindelik daar vestig. Dikwels word hierdie areas dan verryk deur hierdie "nuwelinge" se nuwe idees en sosiale belangstellings (Gunn, 1979: 10).

Die impak van toerisme op tradisionele lewenstyle is veral belangrik waar hierdie tradisies die basis vorm vir die ontwikkeling van toerisme. Sommige waarnemers voel dat toerisme 'n negatiewe invloed op tradisionele lewenswyses het deurdat plaaslike tradisies en gebruike "goedkoop" gemaak word. Geestelike of historiese seremonies word byvoorbeeld op aanvraag uitgevoer, buite konteks en in ruil vir geldelike vergoeding. Ander skrywers suggereer dat toeriste 'n versterkende en stimulerende invloed het, deur byvoorbeeld die opwekking van hernude belangstelling in die gemeenskap se eie kultuur, of deur blote ondersteuning van ballet, teaters of museums (Pearce, 1981: 52).

Die grootskaalse "inval" van toeriste in 'n gebied kan baie probleme meebring soos opeenhopings en mededinging vir plaaslike dienste, wat beide nadelig vir die plaaslike bevolking en die

toeriste is. Mededinging om parkeergeriewe en vir aankope van goedere en dienste wek plaaslike weerstand op. Laastens kan die sosiale patrone van leierskap en politieke mag verskuif vanaf plaaslike persone na nuwelinge (Gunn, 1969: 15-16).

In die Suid-Afrikaanse konteks is die sosiale betekenis in terme van ontspanning en intergroep interaksie van toerisme ook belangrik. Toerisme strek nie net oor natuurlike grense nie, maar ook oor mensgemaakte grense en verbeter sodoende kommunikasie op die breë internasionale front (Heath, 1987: 46).

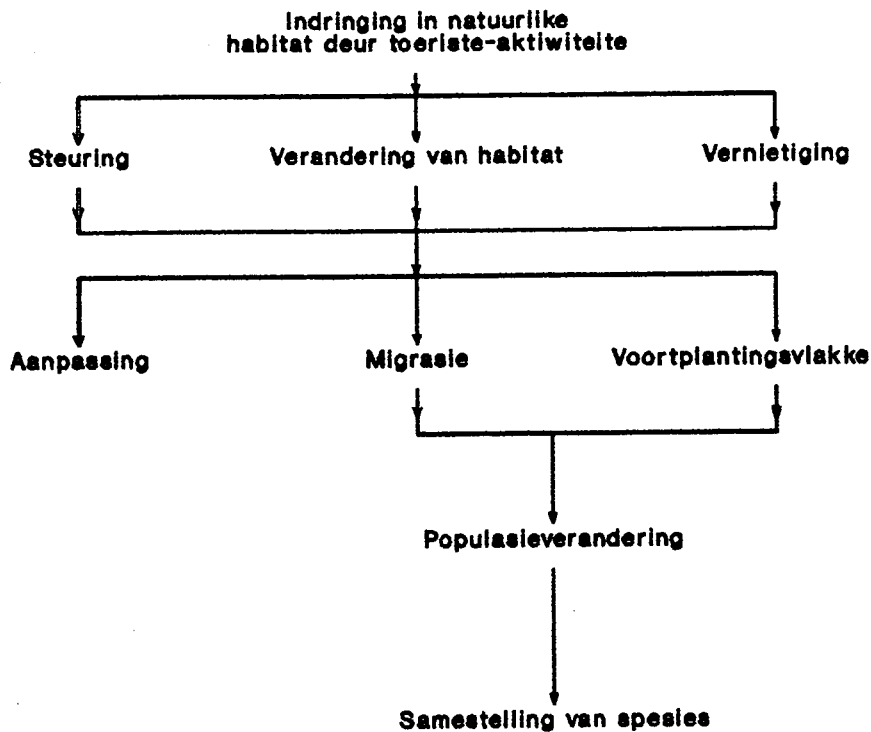
2.8.4 Die omgewingsimpak van toerisme

Die geskiedenis van toerisme wys duidelik dat die omgewing 'n belangrike rol gespeel het in die ontstaan en groei van toerisme. Skilderagtige natuurskoon en 'n gematigde klimaat het 'n groot bydrae gelewer tot die bewaring van bepaalde streke en lande. Die omgewing van 'n gasstreek is 'n aantrekkingskrag wat toeriste daarheen lok (Mathieson et al, 1982: 94-95).

Toerisme het egter ook 'n positiewe sowel as 'n negatiewe impak op die omgewing, soos blyk uit die volgende bespreking.

In die breë gesien, kan baie verbeteringe wat aan die omgewing aangebring is, aan toerisme toegeskryf word. Vanweë 'n stygende vraag vanaf toerisme het sekere plant- en dierespesies eerder vermeerder as verminder (Gunn, 1979: 11-12). Toerisme het ook in baie gevalle die nodige stukrag verleen vir die bewaring van natuurlike hulpbronne. Die stigting van nasionale parke in Afrika is 'n goeie voorbeeld van die vermoë van toerisme om bewaring van die omgewing te stimuleer (Mathieson et al, 1982: 99). Die negatiewe sy hier, is dat toerisme egter in sommige gevalle 'n bedreiging vir natuurlike hulpbronne kan inhou. Een van die belangrikste nadele hier is die vertrapping van grond en plantegroei deur toeriste, hetsy per voet, motorfiets of vierwiel-aangedrewe voertuie. Hierdie vertrapping bring kompaktering van die grond, erosie en veranderinge in plantegroei mee. Hierdie veranderinge beïnvloed ook die wildlewe en tesame met ander rekreatiewe invloede soos steuring en vernietiging, bring dit 'n verdere reeks impakte mee - Sien Figuur 2.6 op volgende bladsy (Pearce, 1981: 49).

Figuur 2.6 Die impak van toerisme op wildlewe



Bron: Pearce, D.G. 1981, Tourist Development.
London: Longman Group Limited

Toerisme het ook die restourasie van bestaande historiese terreine, geboue en monumente gestimuleer. Toerisme het verder ook daartoe gelei dat ou geboue en persele in nuwe toeriste-fasiliteite omskep is. Hierdeur is die beeld van dorpe/stede verbeter deur die omskepping van onooglike ou geboue in aantreklike fasiliteite (Mathieson et al, 1982: 98). Ook hier het toerisme egter 'n negatiewe invloed. Om verwerking van historiese monumente en geboue deur massas toeriste te verhoed, is voetpaadjies, trappe, uitkykpunte en inligtingsareas noodgedwonge opgerig. Hierdeur is die beeld van ou geboue en monumente egter grotendeels vernietig (Gunn, 1979: 18).

Seker een van die grootste nadele van toerisme is besoedeling in die vorm van rommelstrooiing, lug- en waterbesoedeling. Uitlaatgasse van voertuie en vliegtuie, sowel as rook van braaivleisvure, wek veral gedurende vakansietye groot kommer (Gunn, 1979: 17-18). Sommige skrywers, soos Soo Ann (1973: 207) gaan egter van die standpunt uit dat toerisme minder tot lugbesoedeling bydra as ander bedrywe omdat mense vervoer word in plaas van massas roumateriale en vervaardigde goedere (Mathieson, 1982: 104). Die mees algemene probleem in areas waar konsentrasies van toeriste voorkom is waterbesoedeling. Die grootste enkele oorsaak in hierdie gebiede is die storting van onbehandelde rioolvuil in riviere, strome, mere en in die see.

Nie alleen word plant- en dierelewe hierdeur bedreig nie, maar dit hou ook gevare vir die mens self in. Hierdie probleem ontstaan gewoonlik in gebiede waar 'n onvoldoende infrastruktuur is vanweë die vinnige styging in toeristegetalle. Ekonomies, sowel as betreffende die omgewing, is dit op die langtermyn goedkoper om van die begin af 'n voldoende infrastruktuur daar te stel, eerder as die herstel van skade aan die omgewing en latere oprigting van die nodige verwerkingsfasiliteite (Pearce, 1981: 48).

Clay (1977: 309) hoop dat die nodige beplanning 'n antwoord kan verskaf op die volgende vraag: "For as long as most of us shall live, the race between despoilers and improvers of the landscape will be a hard one; and who is to say which is the winner?"

Teen die agtergrond van bogenoemde is dit dus belangrik om die potensiële negatiewe impak wat toerisme-ontwikkeling op streeksvlak kan hê indien dit toegelaat word om op 'n onbeplande en ongekoördineerde wyse te ontwikkel, in gedagte te hou. Hoewel skade aan die omgewing gewoonlik nie bewustelik deur die toeris en besigheid aangerig word nie, kan ongekontroleerde ontwikkeling ernstige skade aan die omgewing aanrig (Heath, 1987: 47).

Wanneer die ontwikkeling van 'n streek se toerismebedryf in oënskou geneem word, is dit belangrik om die potensiele positiewe impak daarvan in gedagte te hou, maar dit is net so noodsaaklik om sensitief te wees vir die potensiele negatiewe impak van onbeplande, ongekoördineerde toerisme-ontwikkeling. Verder kan redeneer word dat in suksesvolle toerisme-ontwikkeling, die toeriste-aantreklikheid 'n fasiliteit vir beide toeriste en inwoners moet wees. Die grille en aspirasies van 'n skare vreemdelinge moet nie op die streek en sy inwoners afgedwing word nie. Die inheemse kwaliteite van die streek, hetsy sosiaal of natuurlik, moet eerder aangewend word om in bepaalde behoeftes van toeriste te voorsien (Heath, 1987: 50).

2.9 Samevatting

Vir die doeleindes van hierdie studie is 'n toeris 'n persoon wat vanaf sy eie woonplek reis na 'n ander dorp, stad, streek of land vir besigheid, plesier, persoonlike sake of vir enige ander rede, behalwe om na- en vanaf sy werk te pendel.

Toerisme kan beskou word as die tydelike beweging van persone, vir watter doel ookal, na voorafbepaalde bestemmings met die doel om nie permanent in die plek of streek wat besoek word, te bly nie.

Daar word onderskei tussen twee soorte toeristeverkeer, naamlik privaatreisomgang en beroepsreisomgang. Privaatreisomgang word verder onderverdeel in:

- Ontspanningsverkeer.
- Gesondheidsdoeleindes.
- Uitstappie- en besigtigingsverkeer.
- Pelgrimsreise.

- Deurgangsverkeer.

Van die voordele wat toerisme bied, is:

- Verhoogde indiensname van inwoners.
- Inkomste- en belastingvoordele.
- Kulturele voordele.
- Bevordering van goeie menseverhoudinge.
- Bevordering van streeksontwikkeling.

Nadele van toerisme is onder andere:

- Besoedeling en oorbesetting van bestaande fasiliteite en aftakeling van kulturele en morele waardes.
- Hoë uitgawes om die nodige fasiliteite daar te stel.
- Verskeie onkoste vir die privaatsektor sowel as vir die gasgemeenskap.

Die omvang van toerisme strek verder as blote rekreasie en hou ook verband met besigheidsreise en familie-byeenkomste; en verder as ontspanning/vrye tyd na persoonlike en besigheidsmotiewe vir reise, soos gesondheid en professionele ontwikkeling.

Op streeksvlak word die invloed van toerisme-ontwikkeling duidelik gesien in die verhoogde vraag na bepaalde goedere en dienste, die skepping en aanwending van werksgeleenthede, die skepping van inkomste in beide die private en publieke sektore en

die skepping van investeringsgeleenthede wat dikwels gefinansier word deur kapitalisering van stygende grond- en eiendomswaardes.

Toerisme het, hetsy positief of negatief, 'n definitiewe invloed op werkverskaffing en is gevolglik 'n goeie wapen om werkloosheid te bestry.

Toerisme strek nie net oor natuurlike grense nie, maar ook oor mensgemaakte grense en verbeter sodoende kommunikasie op die breë internasionale front.

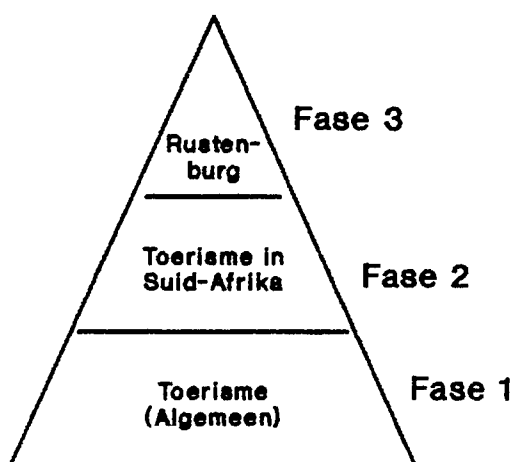
Wanneer die ontwikkeling van 'n streek se toerismebedryf in oënskou geneem word, is dit belangrik om die potensiele positiewe impak daarvan in gedagte te hou, maar dit is net so noodsaaklik om sensitief te wees vir die potensiele negatiewe impak van onbeplande, ongekoördineerde toerisme-ontwikkeling.

HOOFSTUK 3

HUIDIGE STAND VAN DIE TOERISMEBEDRYF IN SUID-AFRIKA

3.1 Inleiding

Soos blyk uit die titels van hoofstukke twee, drie en vier, is die teoretiese gedeelte van die ondersoek in drie fases verdeel. In fase een (hoofstuk 2) is toerisme in die algemeen bespreek wat terme soos "toeris" en "toerisme" ingesluit het. In hierdie hoofstuk word die ondersoekarea nouer getrek sodat meer in die besonder na toerisme in Suid-Afrika gekyk word. Hoofstuk vier beslaan die laaste fase waar die klem val op die ondersoekgebied self, naamlik Rustenburg en omgewing. Dit kan dus soos volg voorgestel word:



Onder die huidige stand van die toerismebedryf in Suid-Afrika word die aspekte bespreek soos: die ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika, die omvang en belangrikheid van die toerismebedryf in Suid-Afrika, elemente van die toerismevoorraad, die bemarking van toerisme, probleemareas in die Suid-Afrikaanse toerismebedryf ensovoorts.

3.2 Ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika

Toerisme in Suid-Afrika het 'n lang geskiedenis wat waarskynlik terugdateer na die entoesiasme van Sir Francis Drake vir "the fairest Cape in the world". Dit wat egter eers gedurende die negentiende eeu dat die gebied 'n toerismereputasie ontwikkel het, veral as 'n gesondheidsoord. In 1906 het die Suid-Afrikaanse Spoorweë 'n publisiteitsafdeling in die lewe geroep. Spoedig is 'n kantoor ook in London geopen om oorsese besoekers na Suid-Afrika te lok deur die Kaapkolonie as die "health resort of Europe" te adverteer. In 1926 is die Kruger Nasionale Park gestig deur die samevoeging van 'n aantal bestaande wildreservate en spoedig het dit 'n wêreldwye reputasie verwerf. In die dertigerjare is verdere natuureservate geopen, wat spoedig belangrike toerisme-bates geword het (Ferrario, 1978: 48-50).

Die Suid-Afrikaanse Spoorweë het tot in 1938 die hoof toerismeliggaam gebly, deurdat dit primêr verantwoordelik was vir die promosie van toerisme deur 'n publisiteits- en reisafdeling. Die Suid-Afrikaanse Spoorweë het nie alleen opgetree as promotor nie, maar ook as verskaffer van fasiliteite. Nog 'n liggaam wat 'n belangrike rol gespeel het in die vroeë stadium van die toerismebedryf was die Suid-Afrikaanse Publisiteitsvereniging en gepaardgaande Publisiteits-Advies Komitee. Die hoof funksie van hierdie komitee was die koördinering van publisiteitsverenigings, munisipaliteite, die Suid-Afrikaanse Spoorweë en ander publieke liggame wat belang gestel het in publisiteit met die bevordering van die toerismebedryf as doelwit (Heath, 1987: 61).

Die volgende belangrike ontwikkeling met betrekking tot die Suid-Afrikaanse toerismebedryf was die stigting van die Toerisme-ontwikkelingskorporasie in 1938 wat die bevordering van toerisme na Suid-Afrika ten doel gehad het. As gevolg van die Tweede Wêreldoorlog kon die korporasie egter nie sy taak vervul nie. In 1947, na afloop van die oorlog, is die Suid-Afrikaanse Toerismekorporasie (SATOER) in die lewe geroep in terme van Wet

nommer 54 van 1947, met die hoofdoel om toerisme na Suid-Afrika te bevorder.

Op 15 Mei 1963 stig die Suid-Afrikaanse regering die Departement van Toerisme met die spesifieke doelwit om toerisme na- sowel as binne Suid-Afrika te bevorder. Gedurende 1964 is die Wet van 1947 gewysig om die Minister van Toerisme die mag te gee om sekere aspekte wat betrekking het op toerismebevordering te delegeer na die Administrateurs van die provinsies. Volledige provinsiale en streekstrukture is ontwikkel, maar vanweë 'n gebrek aan fondse het hierdie doelwitte nooit werklik gematerialiseer nie. In 1966 is hierdie gedelegeerde magte van Administrateurs herroep en die Departement van Toerisme moes volle verantwoordelikheid vir die bevordering van toerisme in Suid-Afrika aanvaar. Hierdie verantwoordelikheid het egter nie die verskaffing van toerismefasiliteite ingesluit nie en het die verantwoordelikheid van publieke of privaatorganisasies gebly. Deur Wet nommer 70 van 1965 is die Hotelraad gestig met die doelwitte om die standaard van akkommodasie te verbeter en om fondse beskikbaar te stel vir die oprigting van nuwe- en die verbetering van bestaande hotelle. Weer eens as gevolg van 'n gebrek aan fondse is laasgenoemde doelwit nie bereik nie, maar stappe is gedoen vir die verbetering van hotelle by wyse van die ster graderingstelsel.

Op 1 Oktober 1983 het die toerismetak van die Departement van Handel en Nywerheid saamgesmelt met SATOER en die Hotelraad om die nuwe **Suid-Afrikaanse Toerismeraad te vorm (Heath, 1987: 61-62).

3.3 Omvang en belangrikheid van die toerismebedryf in Suid-Afrika

** Die doel en funksionering van die Raad word later in die hoofstuk volledig bespreek.

Toerisme word allerweë as een van die grootste bedrywe in Suid-Afrika beskou (Steyn, 1988: 1). Volgens Eloff (1987:1) groei toerisme wêreldwyd teen 'n sneller tempo as die totale wêreld ekonomie en huidiglik is die jaarlikse omset reeds 1 000 biljoen dollar. Projeksies dui daarop dat die toerismebedryf in 1990 die grootste bedryf in die wêreld sal wees. Sowat 600 miljoen mense sal die wêreld deurreis waarvan 1 miljoen waarskynlik na Suid-Afrika sal kom. Deskundiges voorspel voorts dat 11 miljoen Suid-Afrikaners, of twee keer meer as vandag, teen 1990 op vakansies van sewe dae en langer sal gaan (Bennett, 1987: 10).

In Suid-Afrika beskik die toerismebedryf oor die potensiaal om die land se grootste verdieners van buitelandse valuta te word (Bennett, 1987: 10).

Volgens Jooste (1985: 5) is toerisme, naas goud en steenkool, alreeds Suid-Afrika se belangrikste bron van buitelandse valuta. Die Suid-Afrikaanse toerismemark kan verdeel word in twee breë kategorieë, naamlik die oorsese mark of buitelandse toeriste en die binnelandse mark of -toeriste (Heath, 1987: 78). Vervolgens sal binne- en buitelandse toeriste bespreek word.

3.3.1 Buitelandse toeriste

'n Totaal van 804 985 buitelanders (sien Tabel 3.1), wat 413 368 van Afrika insluit, het Suid-Afrika gedurende 1988 besoek (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1988: 4). Hierdie groottotaal verteenwoordig 'n 14,4 % styging in vergelyking met die ooreenstemmende syfer in 1987 (703 351), of 'n vermeerdering van 101 634 besoekers (Satour Weekly, 1989: 1). In Figuur 3.1 word die aantal besoekers wat Suid-Afrika gedurende 1968-1988 vanuit die buiteland besoek het, skematies voorgestel. Die nuutste beskikbare gegewens rakende buitelandse besoekersgetalle strek vanaf Januarie tot Mei 1989 (sien Tabel 3.2). In hierdie tydperk het 363 837 buitelanders Suid-Afrika besoek, teenoor die

324 656 in dieselfde periode in 1988. Dit is 39 181 meer besoekers, of 'n toename van 12,1 % .

Uit Figuur 3.1 blyk dit dat die besoekersgetalle uit die buiteland slegs in 1977, 1982, 1985 en 1986 'n negatiewe groei getoon het en dat 'n rekordbesoekersgetal (454 880) in 1984 behaal is. Uit Figuur 3.1 kan ook afgelei word dat die oorsese toerismemark tussen 1981 en 1985 baie gefluktueer het. Aldus die Suid-Afrikaanse Toerismeraad is die redes vir hierdie fluktuasies in die tagtigerjare soos volg:

- die ekonomiese resessie het toegeneem en die inflasiekoers het gestyg;
- binnelandse onrus wat tot die afkondiging van 'n noodtoestand gelei het;
- die drastiese daling van die waarde van die rand teenoor bykans alle buitelandse geldeenhede het die koste van buitelandse bemarkingsaktiwiteite onrealisties laat toeneem;
- die verswakking van Suid-Afrika se buitelandse beeld as gevolg van ongeëwenaarde negatiewe publisiteit in buitelandse media (Bennett, 1987: 11-12).

Volgens die Suid-Afrikaanse Toerismeraad (Jaarverslag, 1987: 4) kan die huidige oplewing in buitelandse toerisme na Suid-Afrika toegeskryf word aan:

- die "gunstige" (in dié sin dat dit vir die buitelanders relatief goedkoop is om in Suid-Afrika vakansie te hou, wat die land dus aanloklik maak) wisselkoers in rand teenoor ander geldeenhede;
- afname in negatiewe berigging in buitelandse media; en
- intensiewe bemarkingsaksies deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad en Suid-Afrikaanse Lugdiens in die toerismebedryf in buitelandse markte.

Tabel 3.1 Aankomstestatistieke: Jan. tot Des. 1988

- 44 -

VAL STATISTICS

JANUARY TO DECEMBER 1988

TRY OF RESIDENCE	DEC 1988	DEC 1987	DIFFERENCE		JAN 1988	TO DEC 1987	DIFFERENCE	
EE								
ria	1032	929	103	11.1%	7595	6200	1395	22.5%
ium	915	795	120	15.1%	7978	5998	1980	33.0%
ark	172	156	16	10.3%	1360	1330	30	2.3%
and	89	66	23	34.8%	590	495	95	19.2%
ce	1905	1257	648	51.6%	13927	12067	1860	15.4%
any	6846	6381	465	7.3%	65346	56260	9086	16.2%
ce	919	756	163	21.6%	4868	4358	510	11.7%
and	420	431	-11	-2.6%	3507	3158	349	11.1%
y	2206	1901	305	16.0%	12925	9346	3579	38.3%
mbourg	50	37	13	35.1%	345	285	60	21.1%
erlands	1733	1689	44	2.6%	12220	10954	1266	11.6%
ay	102	88	14	15.9%	843	864	-21	-2.4%
ugal	807	577	230	39.9%	7809	6106	1703	27.9%
n	635	523	112	21.4%	6016	5060	956	18.9%
en	262	220	42	19.1%	1906	1629	277	17.0%
erland	2190	1901	289	15.2%	14228	12044	2184	18.1%
	19622	16720	2902	17.4%	110601	97286	13315	13.7%
	419	318	101	31.8%	2617	4269	-1652	-38.7%
A L	40324	34745	5579	16.1%	274681	237709	36972	15.6%
AMERICA								
a	1793	1415	378	26.7%	9240	8308	932	11.2%
.	5260	4179	1081	25.9%	41006	37750	3256	8.6%
A L	7053	5594	1459	26.1%	50246	46058	4188	9.1%
AL & SOUTH AMERICA								
tina	118	134	-16	-11.9%	717	815	-98	-12.0%
l	206	286	-80	-28.0%	1952	1845	107	5.8%
	56	58	-2	-3.4%	794	717	77	10.7%
bia	15	8	7	87.5%	167	222	-55	-24.8%
o	11	7	4	57.1%	133	145	-12	-8.3%
uay	11	17	-6	-35.3%	98	180	-82	-45.6%
	10	17	-7	-41.2%	94	90	4	4.4%
ay	20	10	10	100.0%	243	103	140	135.9%
uela	28	20	8	40.0%	204	142	62	43.7%
	51	28	23	82.1%	362	293	69	23.5%
A L	526	585	-59	-10.1%	4764	4552	212	4.7%
ALASIA								
alia	3036	2321	715	30.8%	13437	12606	831	6.6%
aland	402	323	79	24.5%	2795	2184	611	28.0%
	5	0	5	0.0%	31	79	-48	-60.8%
A L	3443	2644	799	30.2%	16263	14869	1394	9.4%
ong	172	131	41	31.3%	1555	1506	49	3.3%
	172	132	40	30.3%	1360	1130	230	20.4%
	275	311	-36	-11.6%	4737	4897	-160	-3.3%
	42	25	17	68.0%	787	423	364	86.1%
	463	464	-1	-0.2%	9875	7853	2022	25.7%
	320	205	115	56.1%	3351	2527	824	32.6%
A L	1444	1268	176	13.9%	21665	18336	3329	18.2%
EAST								
	1355	935	420	44.9%	13476	11580	1896	16.4%
	331	272	59	21.7%	1891	1692	199	11.8%
A L	1686	1207	479	39.7%	15367	13272	2095	15.8%
OCEAN ISLANDS								
us	338	293	45	15.4%	4260	3774	486	12.9%
n	105	83	22	26.5%	734	583	151	25.9%
lles	11	21	-10	-47.6%	122	154	-32	-20.8%
A L	454	397	57	14.4%	5116	4511	605	13.4%
AS GRAND TOTAL	54930	46440	8490	18.3%	388102	339307	48795	14.4%
a	6804	5907	897	15.2%	60973	56564	4409	7.8%
	151	163	-12	-7.4%	1258	1153	105	9.1%
	3616	3068	548	17.9%	37025	38933	-1908	-4.9%
	1267	1088	179	16.5%	13149	11909	1240	10.4%
que	1646	1319	327	24.8%	14381	12847	1534	11.9%
nd	7463	5406	2057	38.1%	66234	61558	4676	7.6%
	1621	1172	449	38.3%	11863	10092	1771	17.5%
e	29804	23202	6602	28.5%	189355	153910	35445	23.0%
	2440	2238	202	9.0%	19130	17078	2052	12.0%
L	54812	43563	11249	25.8%	413368	364044	49324	13.5%
IFIED	875	0	875	0.0%	3515	0	3515	0.0%
D T O T A L	110617	90003	20614	22.9%	804985	703351	101634	14.4%

Tabel 3.2: Aankomstestatistieke: Jan. tot Mei 1989

L STATISTICS

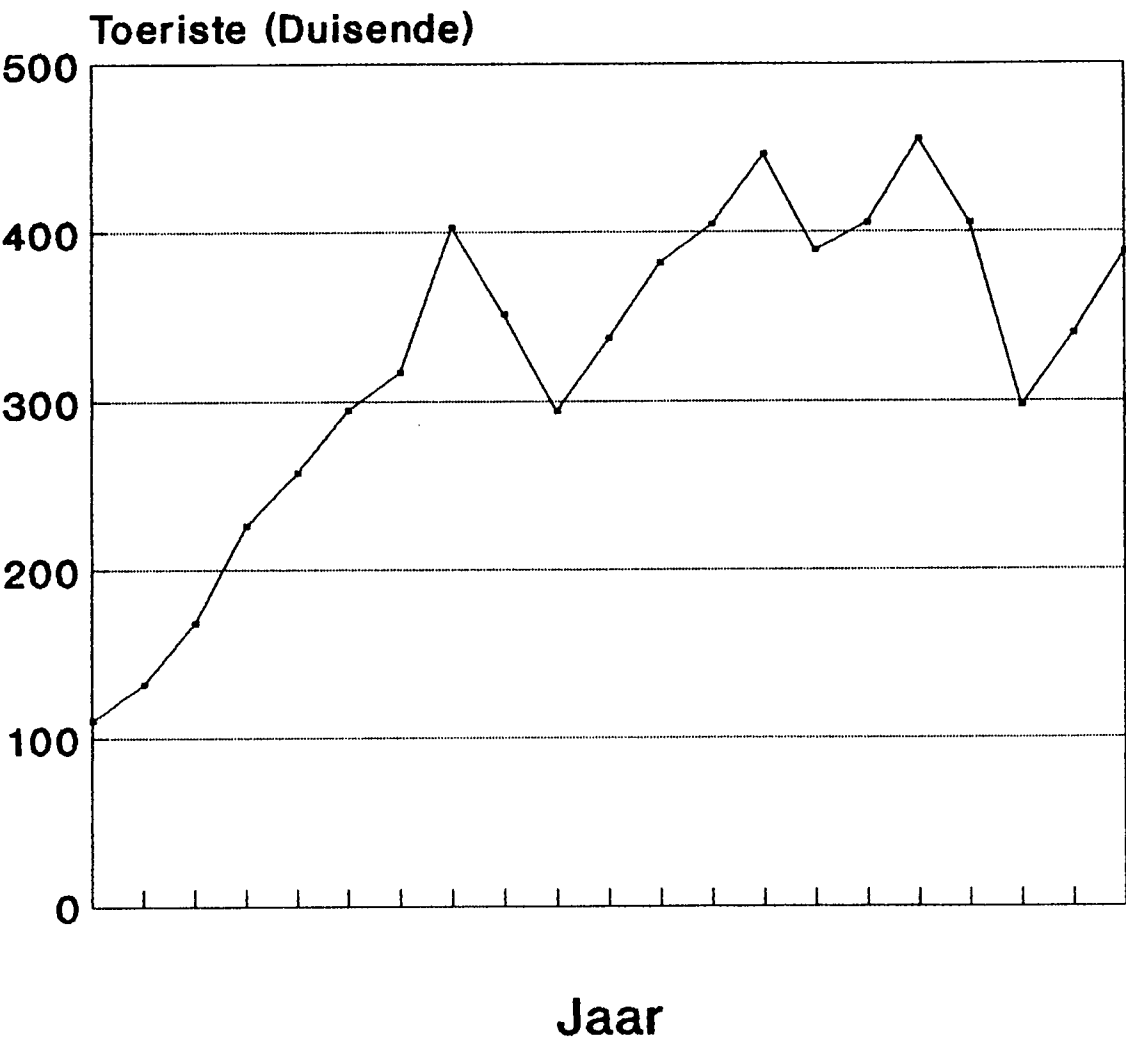
JANUARY TO MAY 1989

Y OF RESIDENCE	MAY 1989	MAY 1988	DIFFERENCE	%	JAN 1989	TO MAY 1988	DIFFERENCE	%
a	282	365	-83	-22.7%	3344	3026	318	10.5%
m	479	418	61	14.6%	3559	2905	654	22.5%
k	79	68	11	16.2%	735	629	106	16.9%
d	44	46	-2	-4.3%	414	211	203	96.2%
y	809	727	82	11.3%	6776	5197	1579	30.4%
y	4090	3011	1079	35.8%	30736	28103	2633	9.4%
d	275	234	41	17.5%	1757	1734	23	1.3%
d	196	167	29	17.4%	1512	1478	34	2.3%
ourg	570	652	-82	-12.6%	5906	4675	1231	26.3%
lands	19	15	4	26.7%	150	148	2	1.4%
lands	694	645	49	7.6%	5691	4791	900	18.8%
al	69	41	28	68.3%	515	323	192	59.4%
al	412	422	-10	-2.4%	3491	2917	574	19.7%
land	361	557	-196	-35.2%	2165	2242	-77	-3.4%
land	133	122	11	9.0%	1035	794	241	30.4%
land	818	657	161	24.5%	7176	5674	1502	26.5%
	6020	5810	210	3.6%	55169	47779	7390	15.5%
	174	134	40	29.9%	1404	1126	278	24.7%
L	15524	14091	1433	10.2%	131535	113752	17783	15.6%
AMERICA	647	498	149	29.9%	4304	3590	714	19.9%
	3123	2913	210	7.2%	16445	14849	1596	10.7%
L	3770	3411	359	10.5%	20749	18439	2310	12.5%
& SOUTH AMERICA	31	39	-8	-20.5%	416	256	160	62.5%
na	285	143	142	99.3%	1081	735	346	47.1%
	68	73	-5	-6.8%	521	353	168	47.6%
a	19	9	10	111.1%	94	58	36	62.1%
y	18	2	16	800.0%	52	35	17	48.6%
y	4	7	-3	-42.9%	47	40	7	17.5%
	19	3	16	533.3%	50	53	-3	-5.7%
la	6	7	-1	-14.3%	54	112	-58	-51.8%
	30	16	14	87.5%	108	63	45	71.4%
	37	20	17	85.0%	129	134	-5	-3.7%
L	517	319	198	62.1%	2552	1839	713	38.8%
ASIA	990	857	133	15.5%	5908	4623	1285	27.8%
la	246	244	2	0.8%	1339	1148	191	16.6%
land	0	0	0	0.0%	5	7	-2	-28.6%
L	1236	1101	135	12.3%	7252	5778	1474	25.5%
ng	102	121	-19	-15.7%	667	587	80	13.6%
	150	84	66	78.6%	666	457	209	45.7%
	302	341	-39	-11.4%	1752	1871	-119	-6.4%
	47	96	-49	-51.0%	276	328	-52	-15.9%
	847	684	163	23.8%	5982	4199	1783	42.5%
	289	273	16	5.9%	1446	1460	-14	-1.0%
L	1737	1599	138	8.6%	10789	8902	1887	21.2%
EAST	972	600	372	62.0%	6651	4777	1874	39.2%
	117	80	37	46.3%	824	704	120	17.0%
L	1089	680	409	60.1%	7475	5481	1994	36.4%
CEAN ISLANDS	353	316	37	11.7%	1942	2035	-93	-4.6%
s	65	42	23	54.8%	500	273	227	83.2%
es	16	8	8	100.0%	79	56	23	41.1%
L	434	366	68	18.6%	2521	2364	157	6.6%
GRAND TOTAL	24307	21567	2740	12.7%	182873	156555	26318	16.8%
	5295	5824	-529	-9.1%	24673	25095	-422	-1.7%
	85	114	-29	-25.4%	530	553	-23	-4.2%
	2828	3222	-394	-12.2%	14524	14295	229	1.6%
	1039	1000	39	3.9%	5240	4961	279	5.6%
ue	1152	1037	115	11.1%	7086	5757	1329	23.1%
d	6031	6451	-420	-6.5%	28824	27436	1388	5.1%
	1102	889	213	24.0%	5843	4543	1300	28.6%
	16189	15374	815	5.3%	83284	77374	5910	7.6%
	1491	1335	156	11.7%	8392	7403	989	13.4%
L	35212	35246	-34	-0.1%	178396	167417	10979	6.6%
IED	273	265	8	3.0%	2568	684	1884	275.4%
D T O T A L	59792	57078	2714	4.8%	363837	324656	39181	12.1%

**Figuur 3.1 Aankoms van buitelandse besoekers in Suid-Afrika
1968-1988**

Figuur 3.1

Twintig jaar van groei



(1968 tot 1988)
Oorsese besoekers

Bron: Buitelandse Aankomste-statistiek, 1988,
 Suid-Afrikaanse Toerismeraad

Veral in die lig van die huidige toename in die aantal besoekers uit die buiteland moet die waarde van hierdie besoekers as skeppers van begrip, welwillendheid en goedgesindheid, om as teenvoeter vir die negatiewe publisiteit teen Suid-Afrika te dien, weer beklemtoon word. Voorts moet die rol van buitelandse toerisme as verdieners van noodsaaklike buitelandse valuta, nie onderskat word nie (Bennett, 1987: 12).

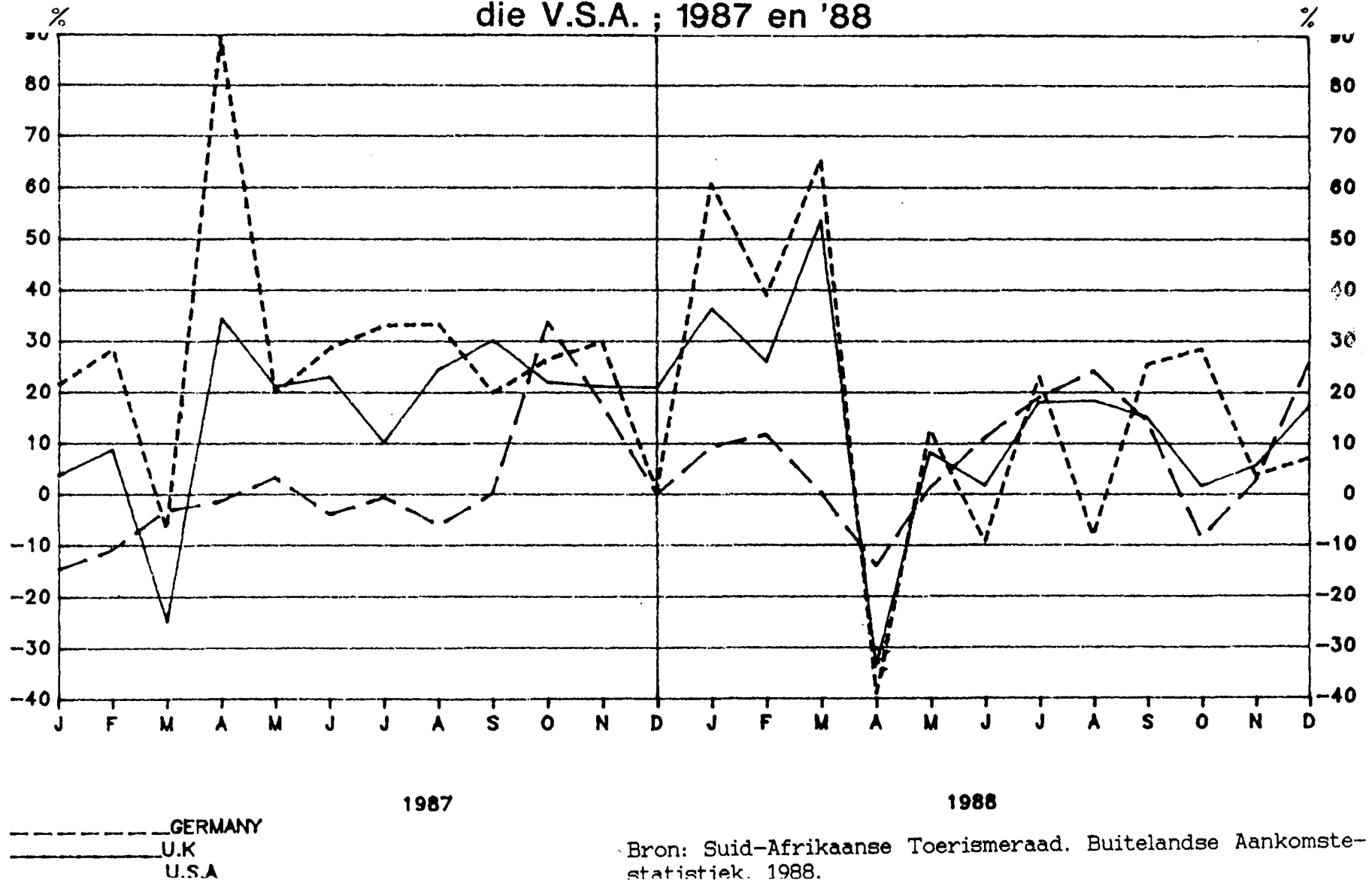
Berekeninge dui daarop dat inkomste uit buitelandse valuta (uitgesonder reiskoste na- en van Suid-Afrika) gedurende 1987 nagenoeg R1 000 miljoen beloop het (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1987: 4).

3.3.1.1 Enkele kenmerke van buitelandse toeriste

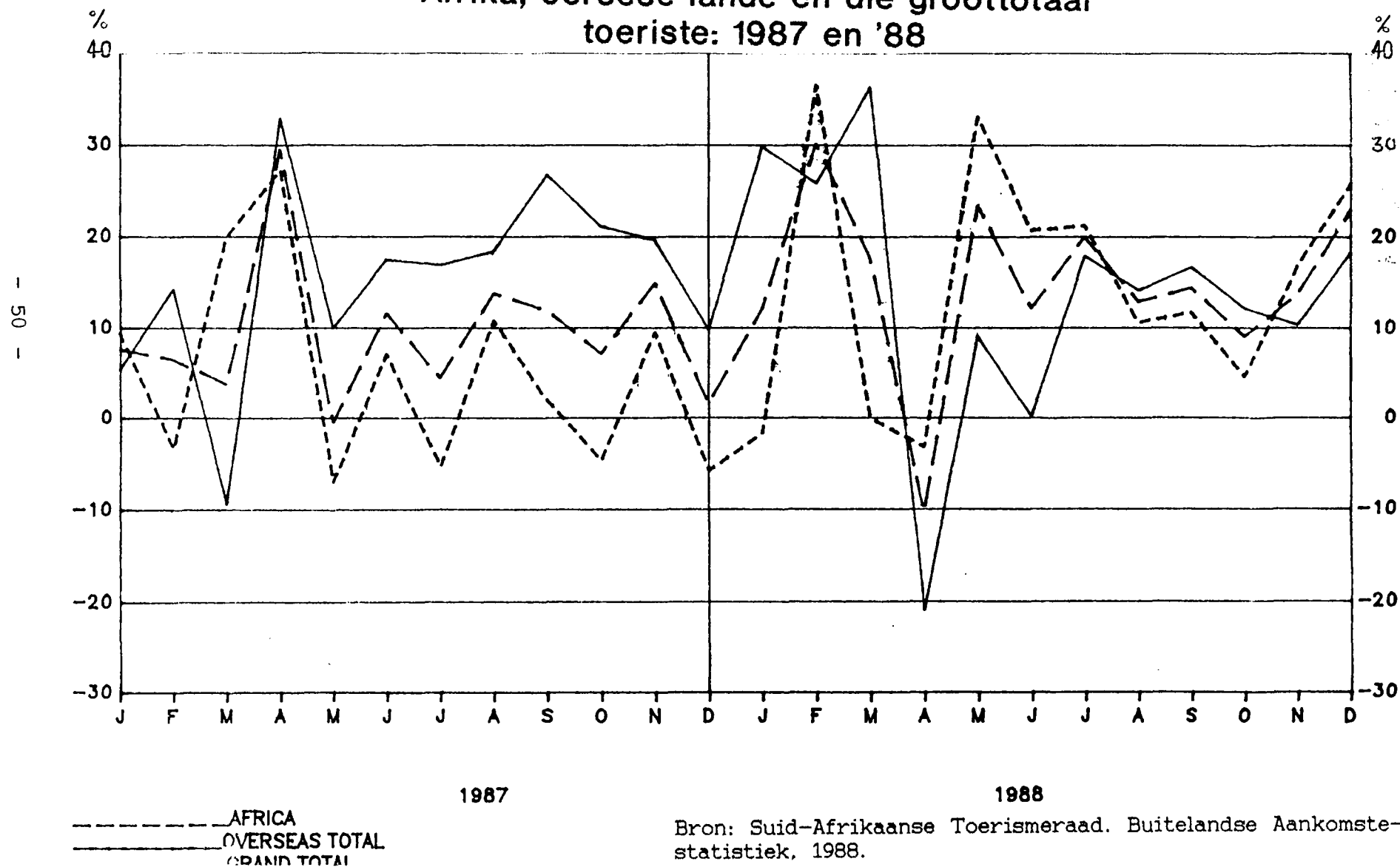
Enkele kenmerke van buitelandse besoekers aan Suid-Afrika is soos volg:

- Gedurende 1988 was die grootste aantal buitelandse besoekers van die Verenigde Koninkryk, die Verenigde State van Amerika en Duitsland afkomstig (Figuur 3.2). In Figuur 3.4 word besoekersgetalle vir 1988 vanuit hierdie lande vergelyk met die getalle in 1987;
- Die meeste besoekers besoek Suid-Afrika gedurende Oktober tot Maart (Figuur 3.3);
- In 1988 het 81,51 % van die buitelandse toeriste die Republiek besoek met die doel om vakansie te hou, 17,83 % het die land om besigheidsredes besoek en 0,66 % het Suid-Afrika om studiedoeleindes besoek (Figuur 3.2).

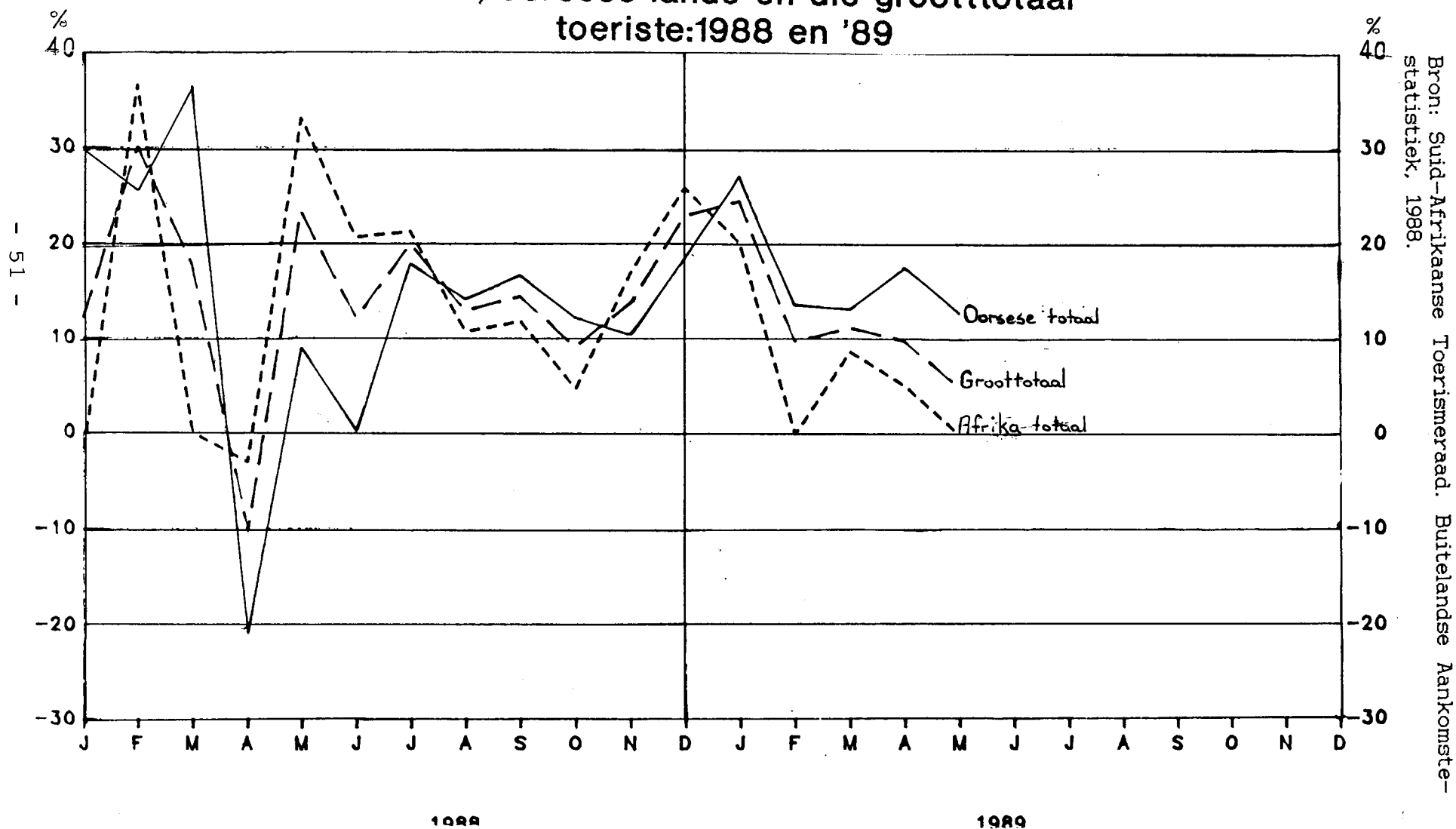
Figuur 3.4 Aankomste van toeriste vanaf
Duitsland, die Verenige Koninkryk en
die V.S.A. ; 1987 en '88



Figuur 3.5 Aankomste van toeriste vanaf
Afrika, oorsese lande en die groot totaal
toeriste: 1987 en '88



Figuur 3.6 Aankomste van toeriste vanaf
Afrika, oorsese lande en die grootttotaal
toeriste:1988 en '89



- Figuur 3.5 gee 'n voorstelling van besoekersgetalle aan Suid-Afrika in die vorm van: besoekers vanuit Afrika, besoekers vanuit oorsese lande en die groot-totaal toeriste. Hieruit kan die fluktuasies gedurende die jaar waargeneem word, asook hoe 1988 met 1987 vergelyk. Uit figuur 3.5 kan gesien word dat die oorsese totaal in Maart 1988 'n hoogtepunt bereik het en in April 'n laagtepunt.
- In Figuur 3.6 verskyn die nuutste beskikbare gegewens rakende die oorsese, Afrika- en groot-totale van besoekers aan Suid-Afrika (tot Mei 1989) en word dit vergelyk met die ooreenstemmende totale in 1988 (Buitelandse aankomste statistiek, 1988 en 1989, Suid-Afrikaanse Toerismeraad).
- Die grootste gros buitelandse toeriste volg die volgende basiese roetes tydens hul verblyf in Suid-Afrika:
 - * Johannesburg - Durban - Krugerwildtuin en terug na Johannesburg.
 - * Johannesburg - Kaapstad - Tuinroete - Durban - Johannesburg.
 - * 'n Kombinasie van bogenoemde twee pakkette (Jooste, 1985: 10).
- Meer as een derde van buitelandse toeriste keer na Suid-Afrika terug om meer van die land te sien en met sy mense kennis te maak;
- Een kwart van Suid-Afrika se immigrante was voorheen hier as besoekers (Schultz, 1982: 82);
- Suid-Afrika word hoofsaaklik besoek met die doel om wildtuine, strande en die natuurskoon te besigtig (Knobel, 1981: 122)

3.3.2 Binnelandse toeriste

Met binnelandse toeriste word bedoel Suid-Afrikaners wat binne die grense van Suid-Afrika reis (Rushburne et al, 1972: 62). Daar bestaan 'n geneigdheid om toerisme altyd aan die buitelandse toeris te koppel omdat dit blyk dat die buitelandse toeris meer vir 'n stad of streek beteken as die binnelandse toeris. Hierdie is egter 'n foutiewe opvatting en daar behoort meer klem op die binnelandse toeris geplaas te word (Jooste, 1985: 10). Die redes hiervoor is:

- Die binnelandse toerismemark is veel groter as die buitelandse mark. Navorsing het bewys dat die binnelandse mark tot soveel as ses en 'n half keer groter is as die buitelandse mark (Hatting, 1984: 22);
- Die binnelandse toerismemark is minder gevoelig vir ekonomiese resessies, wisselkoersveranderinge en politieke onrus (Jooste, 1985: 11);
- Soveel as 92 % van die Blanke huishoudings gaan gereeld met vakansie. Ongeveer 54 % hiervan gaan jaarliks met vakansie terwyl 18 % twee maal per jaar vakansie hou (Behrens, 1980: 82);
- Binnelandse toerisme dien as 'n groeistimulant vir ekonomiese bedrywigheide oor 'n breë terrein, maar veral omdat dit die betalingsbalans bevoordeel. Elke Suid-Afrikaner wat sy vakansie in die land deurbring en sy geld hier spandeer, bring 'n besparing van valuta mee (Bennett, 1987: 14);
- Vanweë die binnelandse mark se gunstige ligging is dit makliker en goedkoper om toeristeprodukte op die plaaslike mark te bemark (Hatting, 1984: 22);
- Die volwaardige ontwikkeling van die binnelandse toerismekomponent is beslis in die ekonomiese belang van

veral streke wat mank gaan aan alternatiewe hulpbronne (Schultz, 1982: 82).

- 'n Vrywillige verbod op die bevordering van toerisme na Suid-Afrika deur die regerings van Brittanje en Japan, maak die bevordering van binnelandse toerisme noodsaaklik (Bennett, 1987: 15);
- Die binnelandse mark moet vertroetel word, want baie min besienswaardighede en toeriste fasiliteite is in staat om 'n ekonomiese bestaan net uit oorsese besoekers te voer (Ferrario, 1982: 13). Wiley (1985: 13) sê dat plekke soos die Krugerwildtuin nie sonder die ondersteuning van Suid-Afrikaners sal kan bestaan nie, omdat hulle die grondslag vir die aansienlike bedrae wat daar aan buitelandse valuta verdien is, gelê het. Hy het ook opgemerk dat die binnelandse toeriste-infrastruktuur genoegsaam ontwikkel moet wees om 'n "tydelike" daling in buitelandse besoekers teen te werk.

Die binnelandse toeristemark was heel onlangs 'n redelik verwaarloosde mark. Baie min bemarkingspogings is tot die mark gerig, baie min vakansie-pakket voordele is aan die mark gebied en baie min inligting is beskikbaar gestel (Jooste, 1985: 11). Ferrario stel dit soos volg: "More effort should be put into attempting to improve conditions for the domestic tourist market, to better utilize its potential. Domestic tourism, when properly utilized and promoted, can represent an excellent medium for the overall development of the tourist industry. It can be used, for instance, for opening new areas of tourism, a possibility especially important in a country like South Africa, where tourist development tends to concentrate and grow in only a few key areas. We need therefore more research on the volume, characteristics, behaviour and requirements of the domestic market. We know too little about it. The challenge for our next

few years is a real, in-depth study of our domestic potential" (Ferrario, 1982: 13-14).

Aangesien toeriste-aankomste van oorsee steeds aansienlik laer is as die 1984 rekordtal, is die stimulering van die binnelandse mark steeds 'n prioriteitsdoelwit (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1987: 6). Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad het gevolglik 'n veldtog geloods waardeur Suid-Afrikaners aangemoedig word om hul eie land eers te deurreis voordat oorsese vakansies onderneem word.

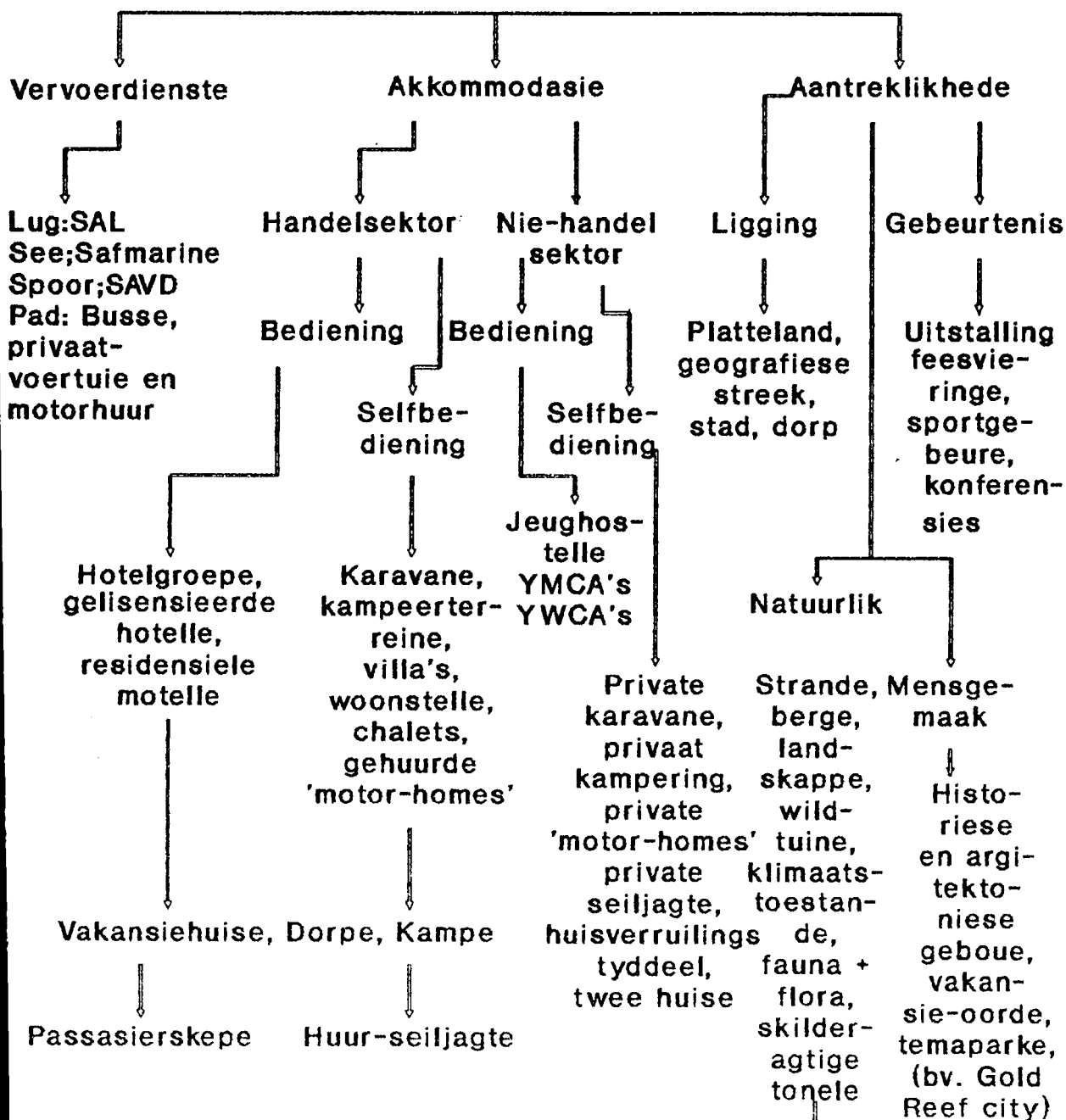
Die "slagspreuk" van die veldtog is "Sien Suid-Afrika eerste," en was tot dusver baie suksesvol, veral as in ag geneem word dat die totale besteding van binnelandse toeriste in 1987 R2 000 miljoen beloop het (Thomas, 1985: 7 en Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1987: 4).

3.4 Elemente van die toerisme-voorraad

Die elemente van die toerisme-voorraad in Suid-Afrika kan in drie breë kategorieë of komponente verdeel word, naamlik aantreklikhede/aantrekkingskragte, akkommodasie en vervoer (toeganklikheid), soos voorgestel in Figuur 3.7. Tesame met hierdie elemente van die toerisme-voorraad is daar egter ook verskeie noodsaaklike ondersteuningsdienste soos dié deur die publieke owerhede (Suid-Afrikaanse Toerismeraad, Streeksontwikkelings-Raadgewende Komitees, Streeksontwikkelings- en Publisiteitsverenigings) en die privaatsektor (opleidingsinstellings en finansiële dienste). Die toeroperateurs, toermakelaars en reisagentskappe verskaf ook 'n belangrike komponent van die toerisme-aanbieding (Heath, 1987: 82-83).

Figuur 3.7 Elemente van die toerisme-voorraad

Produsente



Bron: Aangepas uit - Heath, E.T., 1987: 84. Opvoedkundige instellings

3.4.1 Aantreklikhede

Die hoofkomponent van die streekstoerisme-voorraad in Suid-Afrika is die aantreklikheid of totaal van aantreklikhede wat die gebied/streek bied (Heath, 1987: 83). 'n Toeriste-aantreklikheid moet oor magnetisme beskik wat toeriste "trek" na die gebied waarin hierdie aantreklikheid bestaan (Gunn, 1988: 46). In die ondersoek en analise van hierdie aantreklikhede moet egter versigtig te werk gegaan word, veral as in ag geneem word dat iets wat een toeris "trek", 'n ander kan afstoot (Heath, 1987: 83). Uit voorafgaande blyk dit dat die aanwesigheid van 'n toeriste-aantreklikheid 'n voorvereiste vir 'n gesonde toerismebedryf is.

'n Algemene onderskeid kan getref word tussen ligging- en gebeurtenis-aantreklikhede. 'n Ligging-aantreklikheid bestaan waar 'n streek/gebied self toeriste daarheen lok, terwyl 'n gebeurtenis-aantreklikheid ontstaan wanneer toeriste na 'n gebied gelok word deur dit wat in die gebied/streek plaasvind. 'n Ligging-aantreklikheid kan 'n geografiese streek soos die Tuinroete wees, 'n stad soos Johannesburg, 'n oord soos Aliwal-Noord se warmbaddens of selfs 'n spesifieke gebou soos die Kasteel in Kaapstad.

Voorbeelde van gebeurtenis-aantreklikhede sluit in uitstallings en feesvierings soos die Randse Paasskou in Johannesburg, die July Handicap perdewedren in Durban of 'n internasionale konferensie. 'n Onderskeid moet ook getref word tussen natuurlike- en mensgemaakte aantreklikhede (Heath, 1987: 83). Natuurlike toeriste-aantreklikhede is al die toeriste-attraksies wat hul oorsprong in die fisiese natuur het (Bennett, 1987: 18). Die toeriste-waarde van aantreklikhede wat met die fisiese natuur verband hou word deur een of meer van die volgende faktore bepaal:

- Topografiese gesteldheid;

- Geografiese ligging;
- Klimaat;
- Water;
- Plantegroei;
- Dierelewe (Vrey, 1974: 45).

Suid-Afrika se natuurlike toeriste-aantreklikhede is van besondere belang vir die land se toerismebedryf. Dit blyk uit die feit dat soveel as 19 % van die buitelandse toeriste Suid-Afrika ter wille van die land se natuurlewe besoek terwyl 10 % die land ter wille van natuurskoon besoek (Bennett, 1987: 18). Natuurlike aantreklikhede sluit in strande, berge, wildreservate, klimaatstoestande soos sonskyn en onbesoedelde lug, ongewone fauna en flora en skouspelagtige tonele soos die Kangogrotte by Oudtshoorn of Kaapstad se Tafelberg (Heath, 1987: 84-85).

Mensgemaakte toeriste-aantreklikhede spruit uit menslike ontwerp voort, dit wil sê toeriste-aantreklikhede wat deur die tussenkoms van die mens geskep is. Aantrekkingskragte soos historiese geboue, monumente en tradisionele- of selfs moderne argitektuurstrukture is enkele voorbeelde van mensgemaakte aantreklikhede (Singh et al, 1982: 4). Ferrario (1981: 14-18) identifiseer die volgende toeriste-aantreklikhede wat tot die lys van mensgemaakte toeriste-aantrekkingskragte gevoeg kan word: voorbeelde van tegnologiese ontwikkeling en vooruitgang, casino's, vertonings, vermaak en toeskouersport.

In die praktyk hang die sukses van baie toeristestreke af van die kombinasie van natuurlike- en mensgemaakte aantreklikhede wat die streek bied. Hierdie aantreklikhede kan in 'n relatief klein geografiese area saamgegroepeer wees of dit kan verspreid oor 'n groot area voorkom. Waar aantreklikhede in 'n klein area saamgegroepeer is, sentreer toeriste dikwels hul vakansies op die bepaalde gebied wat al die aantreklikhede en fasiliteite/geriewe

wat hulle verlang, verskaf. Strandoorde soos Plettenberg Baai en stede soos Johannesburg, sowel as Sun City in Bophutatswana is goeie voorbeelde hiervan. Voorbeelde van aantreklikhede wat verspreid oor 'n groot area voorkom, is die Tuinroete, Namakwaland en die Wildekus (Heath, 1987: 85).

Halloway, soos aangehaal deur Heath (1987: 85-86), beklemtoon dat 'n groot gedeelte van die aantrekkingskrag van 'n bepaalde bestemming ontasbaar is en afhang van die beeld wat die potensiële toeris daarvan het. Suid-Afrika sal byvoorbeeld deur een groep toeriste beskou word as 'n uitstaande aantreklikheid vanweë sy natuurskoon, kultuur en tradisies, terwyl ander die land as bestemming sal verwerp as gevolg van sy politieke beleid en interne onrus. Die beeld van 'n bestemming, hetsy gunstig of ongunstig word gewoonlik opgebou oor 'n verloop van baie jare.

3.4.2 Verblyf/Akkommodasie

Akkommodasie is 'n term wat gewoonlik gebruik word as samevatting vir voedsel en verblyf en val dus inderdaad in die kategorie van geriewe/fasiliteite. Akkommodasie is egter so 'n fundamentele element van toerisme dat dit aparte bespreking regverdig (Robinson, 1976: 47).

Geskikte hotelle is 'n noodsaaklike vereiste vir enige toerismebedryf. Tot 'n groot mate, hang die sukses en welsyn van 'n land se toerismebedryf af van die mate waartoe sy hotelle voldoende akkommodasie van die vereiste tipes en gehalte kan verskaf, die mate waarin hotelle onderhou word, afhangende van die bepaalde klas hotel en van hotelle se tariefstrukture, wat ekonomies en aanvaarbaar vir beide die toeris en hotel moet wees (Beiles, 1972: 88-89).

Akkommodasie in Suid-Afrika strek vanaf luukse hotelle in die hoofstede tot beskeie maar voldoende herberge op die platteland (This is South Africa, 1988: 106). Op 1 Desember 1987 was daar

1 330 geregistreerde hotelle met 'n totaal van 91 830 beddens in Suid-Afrika (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1987: 9).

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad (Satoer) gradeer alle hotelle en motelle wat in terme van die Hotelwet geregistreer is volgens 'n skaal van een tot vyf sterre en oefen streng beheer uit oor standaarde van fasiliteite en dienste. Vakansiewoonstelle, hutte en rondawels is by verskeie oorde beskikbaar en talle goed toegeruste karavaanparke kom landwyd voor (This is South Africa, 1988: 106).

Die vereistes wat toerisme aan Suid-Afrikaanse hotelle stel verskil aansienlik. Die hoofvereistes is:

- hotelle moet skoon wees;
- moet voldoende gemeubileerd wees;
- moet 'n aangename atmosfeer hê;
- beddens moet gemaklik wees;
- linne, breekware en eetgerei moet in 'n goeie toestand wees;
- diens moet beleefd wees;
- kos moet goed voorberei en bedien word (Statsinform, 1972: 83).

'n Verdere rede waarom die hotelbedryf so belangrik is, word dikwels oor die hoof gesien. Goeie hotelle is nie alleen vir toeriste en besigheidslui nie, maar voorsien die plaaslike bevolking van rekreasie, vermaak en goeie kos. Hotelle verryk die sosiale infrastruktuur van 'n streek en is 'n belangrike aanvulling tot ander fasiliteite wat daar gestel is om die gemeenskap se lewenstandaard te verbeter (Mangope, 1986: 2).

Alhoewel dit uit die voorafgaande blyk dat die Suid-Afrikaanse hotelbedryf op 'n gesonde grondslag is, is Hough, soos aangehaal in Finansies & Tegniek (1985: 13), van mening dat daar nie genoeg

geriewe vir Suid-Afrikaners is wat op gesinsvakansies wil gaan nie. Grobbelaar (Finansies & Tegniek, 1985: 13) steun hierdie mening soos volg: "Die spoghotelle vergelyk goed met die res van die wêreld, maar op verafgeleë plekke is die aanbod van verblyf bitter skraal en nie besonder goedkoop of gerieflik nie".

Uit die voorafgaande bespreking blyk dit dat Suid-Afrika se akkommodasiefasiliteite, wat verskeidenheid en kwaliteit betref, voldoende is. Die behoefte aan hotelakkommodasie vir gesinsvakansies verteenwoordig egter 'n vername knelpunt in die akkommodasiebedryf (Bennett, 1987: 101).

3.4.3 Toeganklikheid/Vervoernetwerk

Toeriste-aantreklikhede sal van min of geen waarde wees indien dit onbereikbaar/ontoeganklik vir toeriste is. Fisiese isolasie en onvoldoende vervoerfasiliteite het dus 'n nadelige invloed op die toerismebedryf (Robinson, 1976: 47). 'n Bepaalde streek of land sal nie groot getalle toeriste lok indien dit ontoeganklik is nie, ongeag die geriewe wat dit aan toeriste bied. "Toeganklikheid beteken in hierdie sin die bestaan van 'n gereelde en geskikte vervoernetwerk" (Heath, 1987: 86).

Suid-Afrika beskik oor 'n moderne vervoernetwerk. Nuwe paaie en spoorlyne is aangebou en bestaande vervoerverbindings is verbeter sodat selfs die mees afgeleë gebiede in die land toeganklik is. Daarbenewens is buitelandse- sowel as binnelandse lugdienste uitgebrei (Bennett, 1987: 101).

Indien in ag geneem word dat soveel as 87 % Suid-Afrikaners hul vakansies per motor onderneem en ongeveer 20 % van alle buitelandse besoekers gedurende hul verblyf 'n motor huur, word besef hoe belangrik 'n gesonde padvervoernetwerk in Suid-Afrika is (Thomas, 1982: 29).

In Suid-Afrika bestaan daar tans 230 000 kilometer paaie waarvan ongeveer 78 000 kilometer geteerde en ongeveer 163 000 kilometer

grondpaaie is. Hierdie pad- en straatnetwerk verteenwoordig na raming 'n kapitale belegging van R15 000 miljoen in vandag se geldterme. In Suid-Afrika is net meer as 4,8 miljoen motorvoertuie, insluitend 137 635 minibusse, 25 419 busse, 19 380 motorfietse en meer as 'n miljoen handelsvoertuie (This is South Africa, 1988: 73).

Die passasiersafdeling van die Suid-Afrikaanse Vervoerdienste maak voorsiening vir 'n omvattende spoorwegnetwerk dwardeur die Republiek van Suid-Afrika. Hierdie netwerk stel die toeris in staat om feitlik elke uithoek van Suid-Afrika te bereik (Bennett, 1987: 103). Die bestaande spoorwegnetwerk beslaan tans 23 607 kilometer (36 735 kilometer spoorlyne) (This is South Africa, 1988: 75).

Sedert Knobel (1981: 123) die gehalte van toerbusse in Suid-Afrika gekritiseer het, het 'n merkbare verandering in die gehalte en omvang daarvan ingetree. Tans beskik die toerbusse wat deur die Suid-Afrikaanse Vervoerdienste bedryf word oor die volgende fasiliteite:

- lugreëling;
- toilette;
- kombuise;
- materiaalbeklede, vliegtuigtype terugleunsitplekke;
- kassetspeler en luidsprekertoestel;
- videoskerms (op sommige busse);
- ervare gidse/bestuurders;
- onbelemmerde uitsig (Bennett, 1987: 103).

Die Suid-Afrikaanse Lugdiens (SAL) het daaglikse vlugte na die Verenigde Koninkryk en gereelde dienste na 11 Europese stede, Hong Kong en Taipei, sowel as Tel Aviv en Rio de Janeiro. Die Suid-Afrikaanse Lugdiens het ooreenkomste met die meeste van die wêreld se grootste lugrederye om direkte vlugte tussen Johannesburg en 25 groot stede dwarsoor die wêreld te verskaf.

Binnelands verskaf die Suid-Afrikaanse Lugdiens meer as 600 dienste per week wat alle hoofsentra verbind. Ongeveer 20 privaatrederye gebruik 'n verskeidenheid vliegtuie oor 80 roetes om sodoende meer as 50 van Suid-Afrika se groter plattelandse dorpe met die groot stede te verbind (This is South Africa, 1988: 78).

3.5 Die rol van die staat, plaaslike owerhede, die private sektor en die breë publiek in die ontwikkeling van 'n gesonde toerismebedryf

Die toerismebedryf is uniek in die sin dat die breë publiek, die private sektor, plaaslike owerhede en selfs die owerheid deel van die toerismebedryf van 'n streek uitmaak. Ten einde 'n suksesvolle toerismestrategie vir 'n streek te ontwikkel, is die samewerking, betrokkenheid en koördinasie van die aktiwiteite van al die betrokke partye noodsaaklik. Die rol van elk van hierdie partye sal vervolgens bespreek word (Bennett, 1987: 20).

3.5.1 Die breë publiek

Toerisme in Suid-Afrika sal eers sy volle potensiaal bereik wanneer daar by die breë publiek 'n bewustheid gekweek word van die voordele wat toerisme vir die mense van die land kan inhou. Die daarstelling van 'n suksesvolle nasionale plan verg dat individuele inwoners soos goeie gashere moet optree wanneer toeriste Suid-Afrika of 'n spesifieke streek besoek (Jooste, 1985: 12).

Hough (1983: 69) skets die rol van die publiek soos volg: "Ons sal ons mense sensitief moet maak vir die bydrae wat hulle kan maak, ook in die negatiewe sin van die woord, vir die ontsettende skade wat hulle hul land kan berokken in hul kontak met buitelandse besoekers; ons sal hulle moet motiveer en toerus; ons sal hulle, soos die formele privaatsektor, elkeen individueel betrokke moet maak in ons toerismebeleid en -strategie. Indien ons daarin kan slaag, sal ons 'n groot diens aan die toerismebedryf enersyds, maar andersyds aan ons land self maak." Wiley (1985: 32) sluit hierby aan deur te beklemtoon dat alle persone in Suid-Afrika goed ingelig moet wees met betrekking tot die toeriste-aantrekkingskragte in die land en in besonder hul streek. Individue moet waardering hê vir die behoeftes en belange van besoekers aan hul streek (Bennett, 1987: 21).

Teen hierdie agtergrond is dit dus belangrik dat die inwoners van die streek inspraak sal hê en betrokke moet raak by aspekte rakende toerisme-ontwikkeling in die streek. Dit kan voordelig wees om programme te ontwikkel om die breë publiek in te lig oor wat toerisme behels, hoe dit die gemeenskap kan bevoordeel en hoe hul betrokkenheid by toerisme verder kan ontwikkel (Jooste, 1985: 12-13).

3.5.2 Die private sektor

Die private sektor soos verteenwoordig deur die verskaffers van akkommodasiefasiliteite, die restaurantbedryf, verskaffers van vervoer- en ontspanningsfasiliteite, motorhawe-eienaars, reisagente en eienaars van besienswaardighede, is die lewensbloed van die toerismebedryf (Jooste, 1985: 13).

As gevolg van die geïntegreerde aard van die toerismebedryf moet die verskillende komponente soos hoteleienaars, motorhawe-eienaars en verskaffers van ontspanningsfasiliteite mekaar as vennote beskou in die wete dat hulle mekaar wedersyds beïnvloed.

Wanneer 'n toeris 'n dorp of 'n stad besoek, koop hy 'n totale pakket van toerismevoordele. Hierdie pakket bestaan uit onder andere akkommodasie, maaltye, ontspanning, vervoer of 'n aangename atmosfeer. Dit is dus moontlik dat by 'n gebrek aan enige van hierdie komponente, toeriste 'n negatiewe beeld van die hele streek kry. 'n Gekoördineerde poging is dus van die grootste belang.

Tweedens is dit noodsaaklik dat alle voorsieners van toerismefasiliteite totaal verbruikersgeoriënteerd in hul benadering tot die mark moet wees. Akkommodasie, vervoer, ontspanning en ander fasiliteite moet so aangebied word dat die behoeftes van die toeris wat die land of streek besoek, bevredig word (Bennett, 1987: 22). Voorts moet daarmee rekening gehou word dat die toerismemark uit verskillende segmente bestaan met verskillende behoeftes en verwagtinge wat ten opsigte van die verskeie dienste gekoester word.

Derdens behoort die private sektor meer betrokke te raak, finansieel en andersins, by instansies wat toerisme op 'n streeksgrondslag bevorder (Jooste, 1985: 14). Ongelukkig is daar nog verskeie ondernemings in Suid-Afrika wat hulle bestaan grootliks aan die toerismebedryf te danke het, maar wat nalaat om vrywillige organisasies wat toerisme bevorder, finansieel te ondersteun (Bennett, 1987: 22).

Laastens is 'n gekoördineerde poging tussen die staat en die private sektor nodig vir die bevordering van toerisme. Beiles (1972: 98) sê dat die private sektor van byna elke moontlike geleentheid gebruik maak het om die Regering te blameer vir 'n gebrek aan inisiatief rakende toerisme. Hough (1984: 42) sê egter die Regering kan nie projekte finansier terwyl die private sektor met die winste wegloop nie. Hy sê verder dat die strategie vir die bevordering van toerisme tussen die owerheid en die private sektor te gefragmenteerd was en dat talle teenstrydighede eers uit die weg geruim moet word. Dit was, volgens Hough, die hoofrede vir die insluiting van die

private sektor tot op die hoogste vlak van die Toerismeraad (sien paragraaf 3.5.5). Pretorius (1983: 8) is van mening dat toerisme as 'n sake-onderneming beskou moet word - hoe groter die gesamentlike poging deur die staat en die private sektor, hoe groter gaan die winste uiteindelik wees.

3.5.3 Plaaslike owerhede

Plaaslike owerhede vervul 'n heel besondere rol in die ordelike bestuur en ontwikkeling van Suid-Afrika. Hulle beskik oor 'n mandaat van hul eie plaaslike gemeenskap om fondse te verkry uit belastinge en tariewe en om daarmee te verseker dat die dorp of stad aangenaam en leefbaar is (Bennett, 1987: 23).

Plaaslike owerhede speel dus 'n belangrike rol in die skepping van die nodige omgewing waarin toerisme kan floreer deur die verskaffing van publieke fasiliteite en dienste; deur 'n positiewe benadering tot toerisme-ontwikkeling; en deur die verskaffing van besoekersdienste. Plaaslike owerhede verskaf dienste direk vir toeriste soos konferensiegeriewe, asook dienste/geriewe wat deur besoekers sowel as die plaaslike gemeenskap benut kan word (Heath, 1987: 76). Laasgenoemde sluit 'n goeie padnetwerk, wegwysers, kampeer- en woonwageriewe, netjiese publieke geriewe, ensovoorts, in (Jooste, 1985: 14).

Verder is dit ook belangrik dat die plaaslike owerheid oor fondse moet beskik om die dorp/stad te "verkoop" by wyse van brosjures, kaarte, inligtingstukke, naamborde, persverklarings en advertensies, sowel as die daarstellings, huisvesting en instandhouding van 'n effektiewe toeriste-inligtingburo of -kantoor (Volkshandel, Junie 1986: 47 & Jooste, 1985: 14).

Vanweë die besondere verantwoordelikhede van plaaslike besture en vanweë die onderling-verrykende bydrae wat plaaslike toerisme kan maak, moet elke plaaslike bestuur aangemoedig word om dit sy uitgesproke voorneme te maak:

- Om die stand en potensiaal van plaaslike toerisme te ondersoek.
- Om in hierdie verband positiewe doelwitte te stel en die nodige aksies te inisieer.
- Om deur gesindheid en optrede plaaslike toerisme aktief te bevorder.
- Om aan private ondernemers alle moontlike hulp te verleen om hul eie bydrae tot toerisme-ontwikkeling te maak.
- Om ooreenkomstig die belangrikheid van breër samewerking en ontwikkeling alle steun te verleen aan streekstoerisme-aksies en -organisasies.
- Om volle gebruik te maak van die hulp wat op die gebied van toerismebevordering van die kant van die Staat beskikbaar is (Jordaan, 1981: 129).

Alleen wanneer plaaslike owerhede hierdie verantwoordelikhede aanvaar, kan hulle hoop op sukses om hul dorp of streek as 'n toeriste-aantreklikheid gevestig te kry (Tegniek, Mei 1984: 44).

3.5.4 Die owerheid

Die Suid-Afrikaanse owerheid lewer tans 'n betekenisvolle bydrae om die pogings van die private sektor te ondersteun, deur die daarstelling van 'n beleid wat die verbetering van die toerismebedryf stimuleer en die ontwikkeling van nuwe toeriste-aantrekkingskragte aanmoedig. Pogings van die onlangs gestigte Suid-Afrikaanse Toerismeraad in hierdie verband, verdien vermelding (Bennett, 1987: 24).

Die owerheid se rol in toerisme kan op vier vlakke waargeneem word, naamlik:

- a) in die beplanning en bevordering van toerisme, insluitend die verskaffing van finansiële steun;
- b) in toesighouding en kontrole van bepaalde komponente en sektore van die toerismebedryf;
- c) in direkte eienaarskap van komponente van die bedryf; en
- d) in die promosie van Suid-Afrika en sy toeristeprodukte aan plaaslike- en oorsese markte (Heath, 1987: 63).

Alhoewel toerisme 'n bedryf is wat grootliks uit 'n streek self moet kom, het die geskiedenis in ander lande bewys dat daar net 'n betekenisvolle deurbraak in die ontwikkeling van die toerismebedryf gemaak kan word indien die staat tot nog 'n groter mate betrokke raak by die bevordering en befondsing van toerisme. Voorts moet 'n hegte vennootskap tussen die private- en openbare sektore bewerkstellig word sodat daar groter samewerking en koördinasie verkry kan word (Van Der Merwe, 1985: 30). Hierdie stelling word gesteun deur Kerzner wat sê dat Suid-Afrika slegs 'n groot deurbraak in die ontwikkeling van die buitelandse toeristemark kan maak met regeringsbystand (Tegniek, Augustus 1983: 10).

Die owerheid kan 'n daadwerklike bydrae tot die uitbouing van die toerismebedryf in Suid-Afrika lewer deur:

- die toerismebedryf in ag te neem wanneer die infrastrukturele behoeftes van 'n streek beplan word en wanneer maatreëls daargestel word om die fisieke- en historiese erfenis te beskerm;
- desentralisasievoordele en finansiële aanspooring te verskaf aan ondernemings wat aktief in die toerismebedryf betrokke is (Jooste, 1985: 16).

Ferrario (1982: 12) is egter van mening dat dit nie die taak van die owerheid is om die huis van die toerismebedryf in orde te bring, of om dié bedryf se ontwikkeling te bevorder nie. Die

bedryf moet hierdie take self uitvoer. Eers dan kan die nodige bystand deur die owerheid, in die vorm van wetgewing of finansiële steun, beskikbaar gestel word.

3.5.5 Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad is kragtens die wet op die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, 1983 (Wet nr. 100 van 1983) op 1 Oktober 1983 ingestel. Die hoofdoelstelling van die Raad is:

"Die ontwikkeling van die Toerismebedryf in die Republiek van Suid-Afrika deur persone aan te moedig om die Republiek te besoek en daarin rond te reis, inwoners aan te moedig om binne die Republiek rond te reis en om ontwikkeling en verbetering van huisvestingsinrigtings te bevorder ten einde die hoogste moontlike standarde in die kwaliteit van huisvesting, etes en dienste wat deur daardie inrigtings aangebied word, te bereik en te handhaaf" (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Jaarverslag, 1987: 2).

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad is gevorm deur 'n samesmelting van die eertydse Toerismesektor van die Departement van Handel, Nywerheid en Toerisme, die Hotelraad en die Suid-Afrikaanse Toeristekorporasie (Thomas, 1985: 1). Die Toerismeraad word gelei deur 'n Beheerraad bestaande uit 13 lede wat deur die Minister van Omgewingsake en Toerisme aangewys word. Een van die belangrikste fasette rakende die samestelling van die Beheerraad is die feit dat agt van die 13 lede vanuit die private sektor afkomstig is (Heath, 1987: 65-66). Personeel is werksaam in 12 streekskantore binne die Republiek en 'n verdere 16 takke word in 14 oorsese lande gehandhaaf (Thomas, 1985: 1). Die Raad se fondse word verkry uit die Staatsinkomstefonds by wyse van 'n heffing op gegradeerde hotelle en 'n addisionele vasgestelde bydrae van die Suid-Afrikaanse Vervoerdienste.

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad hanteer die funksies wat voorheen uitgevoer is deur die Hotelraad, die Toerismetak van die Departement van Handel, Nywerheid en Toerisme en die Suid-Afrikaanse Toeristekorporasie (Heath, 1987: 66). Die Hotelraad was hoofsaaklik gemoeid met die klassifisering en sterregradering van hotelle sowel as die daarstelling van fasiliteite vir die opleiding van hotelpersoneel en hotelinspekteurs (Hatting, 1984: 1).

Die Toerismetak was grotendeels gemoeid met die promosie van toerisme binne die Republiek, terwyl die Toeristekorporasie die promosie van toerisme van die buiteland na Suid-Afrika hanteer het (Heath, 1987: 66).

Die stigting van die Suid-Afrikaanse Toerismeraad in 1983 is bewys van die Regering se erns om 'n sterk toerismebedryf in Suid-Afrika tot stand te bring (Groenewald, November 1984: 2). Die instelling van die Toerismeraad sal nie noodwendig oormatige opbloei van toeristebestemmings in Suid-Afrika tot gevolg hê nie, maar die gevolge daarvan sal tot die algemene publiek deurwerk in terme van beter koördinasie tussen alle betrokkenes in die toerismeveld en meer doeltreffendheid van die liggaam wat die funksie van bemarker en gehaltebeheerder moet vervul (Volkshandel, Augustus 1983: 82). Die privaatsektor en toerisme-organisasies vorm nou saam 'n verenigde front vir samewerking in die buiteland. Die privaatsektor word deur amptelike leiding aangemoedig. Daar word gestreef na sigbare koördinasie tussen munisipale, provinsiale, die sentrale regeringsowerheid en die privaatsektor om oorvleueling en verwarring uit te skakel (Groenewald, November 1984: 2).

Samewerking en koördinasie is die sleutel tot sukses in toerisme; daarsonder kan die industrie nie sy potensiaal as bydraer tot nasionale, sosiale en ekonomiese lewe verwesenlik nie (Fouche, Junie 1988: 14).

3.6 Die bemarking van toerisme

Uit voorafgaande gedeeltes is dit duidelik dat die toerismeproduk uit veel meer bestaan as die akkommodasie, spyseniering, vervoerfasiliteite en vermaak wat verskaf word. 'n Sakeman in die toerismebedryf moet dus voorsiening maak vir die bemarking van die "totale toerismeproduk". 'n Bemarker het vier beheerbare veranderlikes tot sy beskikking, ook bekend as die vier P's van die bemarkingsresept, wat aangewend kan word om in die behoeftes van die verbruiker, in hierdie geval die toeris, te voorsien. Die vier P's is:

- Produk;
- Promosie;
- Prys; en
- Plek of distribusie (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11)

3.6.1 Produk

"Produk" verteenwoordig in hierdie geval die vorm van dit wat aan voornemende klante gebied word, met ander woorde die eienskappe van die produk (Middleton, 1988: 58). Soos aangedui, bestaan die toerismeproduk uit meer as dit wat deur enige mededinger in die toerismebedryf aangebied word. Wanneer die toerismeproduk bemark word, is dit dus hierdie "totale toerismeproduk" wat aan voornemende vakansiegangers "verkoop" moet word. Tweedens moet die kernproduk wat verkoop word, geïdentifiseer word. Laasgenoemde kan gedoen word deur te vra: Wat koop die toeris werklik?

- Koop die toeris akkommodasie in 'n vyfster hotel of koop hy status?

- Koop die toeris in 'n nasionale park die geleentheid om die plant- en dierelewe te besigtig, of om te ontsnap van die gejaagde stadslewe?

Deur bogenoemde en soortgelyke vrae te beantwoord en te ondersoek, kan die werklike vereistes van toeriste vasgestel word. Met hierdie inligting kan strategieë ontwikkel word om toeriste se vereistes effektief te bevredig (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11).

3.6.2 Bemarkingskommunikasie ("Promosie")

Bemarkingskommunikasie verwys na die pogings wat aangewend word om die produk onder die aandag van potensiële klante te bring. Omdat toeriste oor lang afstande reis wanneer hulle met vakansie gaan, is dit belangrik dat die toerismeproduk nie slegs in sy onmiddellike omgewing bemark moet word nie (South African Tourism Review, June 1988: 11).

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad neem tans die leiding wat die bevordering en bemarking van toerisme in- en na Suid-Afrika betref. Verskeie geslaagde veldtogte is al van stapel gestuur, waaronder die "Sien Suid-Afrika eerste" veldtog. Hierdeur word Suid-Afrikaners aangemoedig om eers hul eie land te deurreis voordat oorsese reise onderneem word (Hatting, 1984: 20). Tydens 'n ander veldtog moes Suid-Afrikaners die adresse van hul vriende en familie in die buiteland aan die Toerismeraad verskaf, waarna die raad die adresse vir regstreekse bemarking gebruik het (Finansies & Tegniek, Julie 1987: 13). Hierdie veldtog is veral belangrik as in ag geneem word dat 30 % van oorsese toeriste in 1986 die land besoek het met die doel om vriende en familie te besoek (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11).

In nog 'n veldtog is buitelanders uitgedaag om self te kom kyk wat in Suid-Afrika aangaan, na aanleiding van die oorvloed negatiewe publisiteit wat die afgelope paar jaar oor Suid-Afrika in die buiteland versprei is (Finansies & Tegniek, Julie 1987: 13). Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad se bemarkingsleuse is, 'n wêreld in een land waar jy in Suid-Afrika kan:

hengel in 'n Skotse stroom
Alpynse berglug kan inasem
deur die swartwoud van Duitsland kan wandel
die Chelsea blommeskou kan sien
die wilde naglewe kan sien
(met pragfoto's van leeus in die nag), en
die Kaliforniese kus kan geniet
(Eloff, 1988: 5).

Hattingh (1984: 22) sê dat toerisme as 'n huishoudelike produk beskou moet word - iets wat soos seep verpak en verkoop word. Egter nie heeltemal soos seep nie, aangesien toerisme een van die moeilikste produkte is om te verkoop vanweë die groot kapitale belegging wat gemaak moet word voordat jy kan sien wat jy "gekoop" het. Hattingh meen dat 'n romantiese droom verkoop moet word, want 'n persoon moet reisreëlings tref, kaartjies koop, hotelbesprekings doen en 'n deposito vir daardie hotel betaal voordat hy nog gesien het hoe sy bestemming lyk.

Dit is dus 'n groot uitgawe nog voor hy die produk kan toets. Gevolglik is 'n gekoördineerde bemarkingspoging tussen die mense van 'n bepaalde streek, naamlik die inwoners, sakelui en plaaslike owerhede en die Toerismeraad wenslik (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11).

3.6.3 Prys

Die toerismebedryf is onderhewig aan 'n hoogs-seisoenale vraag, hoofsaaklik vanweë skoolvakansies. Gedurende piekseisoene word 'n tekort aan toerismeprodukte ervaar terwyl hotelle en ander fasiliteite gedurende die buite-seisoene onderbenut word. Hierdie probleem kan oorkom word deur 'n bemarkingspoging en deur addisionele produkte en dienste te bied wat nie gedurende piektye beskikbaar is nie. Tweedens kan diskriminerende/onderskeidende pryse aangewend word, met ander woorde, dieselfde produk word verkoop teen twee of meer pryse wat nie 'n eweredige verskil in koste reflekteer nie. Hotelle kan byvoorbeeld afslag toestaan aan toergroepe indien meer as 15 kamers gelyktydig bespreek word (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11).

3.6.4 Plek/Distribusie

Distribusie van die toerismeproduk verwys na al die tussenpersone wat betrokke is by die oordrag van die toerismeproduk na die toekomstige toeris. In die toerismebedryf kan reisagente en reisagentskappe met groot sukses aangewend word om die toerismeproduk by die toeris te bring.

Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad publiseer 'n "Waar om te bly" akkommodasiegid wat ook ingespan kan word om die toerismeproduk te versprei. Ongelukkig maak te min toeriste van die dienste van die Toerismeraad en reisagente gebruik in die beplanning van hul vakansies. 'n Gesamentlike poging deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad en die privaatsektor is nodig om hierdie probleem die hoof te bied (Bennett & Jooste, Junie 1988: 11-12).

Suksesvolle bemaking van die toerismeproduk begin nie met die oprigting van 'n kleurvolle neon-teken of deur die publikasie van 'n kleurbrosjyre nie, maar met die identifikasie van die behoeftes van toeriste. In die proses van die bevrediging van toeriste se behoeftes moet die totale toerismeproduk verkoop

word, terwyl sinvolle manipulasie van die bemarkingsresep 'n instansie se sukses in die toerismebedryf kan verseker (Bennett & Jooste, Junie 1988: 12).

3.7 Probleemareas in die Suid-Afrikaanse toerismebedryf

Ten spyte van Suid-Afrika se besondere toeristeprodukte en die inisiatiewe wat tans deur verskeie instansies aan die dag gelê word, bestaan daar verskeie leemtes wat die ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika aan bande lê (Bennett, 1987: 28). Vervolgens word 'n aantal van hierdie probleemareas kortliks bespreek.

3.7.1 'n Tekort aan beskikbare data oor die toerismebedryf

In Suid-Afrika bestaan daar 'n tekort aan voldoende data rakende die toerismebedryf. Beschikbare data en statistiek is onvoldoende en dikwels ook onbetroubaar. Daar bestaan min of geen statistiek oor die volume, eienskappe, bestemming en gedrag van binnelandse toeriste nie. Voorts bestaan min statistiek oor die omvang van akkommodasiefasiliteite en bedbesetting in hierdie akkommodasiefasiliteite. Verskeie vrae oor byvoorbeeld die aantal beddens wat onderskeidelik deur sakemanne, binnelandse en buitelandse toeriste beset word, is nog onbeantwoord (Ferrario, 1982: 4).

3.7.2 Relatiewe geografiese isolasie

Suid-Afrika is en sal altyd ver vanaf die toeriste-genererende lande verwyder wees. Verlaagde vlugtariewe alleen sal mense nie oorreed om verafgeleë plekke te besoek nie; mense moet dus georiënteer word om langafstand reise te aanvaar in teenstelling met kortafstand reise.

In internasionale kringe word Suid-Afrika allerweë beskou as 'n cul-de-sac, of enkele bestemming, anders as die meeste groot toeristelande. As gevolg hiervan word Suid-Afrika dus vermy deur mense wat tydens een vakansie meer as een land wil besoek. Indien 'n toeris byvoorbeeld in Europa reis kan tien verskillende lande met gemak in 'n bestek van drie of vier weke besoek word. 'n Sielkundige heroriëntasie is dus hier nodig om mense se gewoontes te verander en hulle te oorreed om slegs een land te besoek, veral tydens 'n langafstand reis (Beiles, 1972: 106-107).

Pogings deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad en die Suid-Afrikaanse Lugdiens om hierdie geografiese isolasie te oorbrug is onder andere die aanbieding van 'n vakansiepakket wat Suid-Afrika insluit as een van die bestemmings in byvoorbeeld 'n Afrika-vakansie, waar verskeie Afrika-lande, insluitende Suid-Afrika besoek word. 'n Verdere veldtog is die "wêreld in een land" waar Suid-Afrika as 'n enkele bestemming bemark word (sien paragraaf 3.6.2).

3.7.3 Beplanning

In Suid-Afrika bestaan daar sekere tekortkominge wat probleme kan skep as daar 'n vinnige toename in toerisme sou wees en dit verg tydige en deeglike beplanning, byvoorbeeld:

- gebrek aan huisvesting in sekere gebiede en tydens sekere tye van die jaar;
- wat treindienste betref, sal meer treine met hoë gehalte geriewe oor sekere roetes beskikbaar gemaak moet word; en
- eetplekke langs toeristeroetes moet vermeerder en verbeter (Cruywagen, 1982: 80).

Op streeksvlak is die volgende probleme van beplannings-aard geïdentifiseer:

- 'n onvoldoende lysing en evaluering van streeksfasiliteite en -bronne;
- 'n gebrek aan kort-, medium- en langtermymbepanning vir die promosie van toerisme en rekreasie; en
- ekologies-gegronde infrastrukturele ontwikkeling met die doel om die lewensvatbaarheid van toeriste-aantreklikhede te onderhou, is nog in die beginstadium van ontwikkeling (Heath, 1987: 89).

Volgens 'n Assocom memorandum in 1982 beskik Suid-Afrika oor onbeperkte aantreklikhede, waarvan baie nog onontwikkel is: dit sluit in natuurlike-, skilderagtige- en etniese gebiede (Heath, 1987: 89).

3.7.4 Gebrekkige samewerking tussen belanghebbendes in die toerismebedryf

Die toerismebedryf bestaan uit 'n verskeidenheid instansies wat 'n wye spektrum van aktiwiteite insluit. Hierdie instansies sluit in vyfsterhotelle sowel as kampeerterreine, lugdienste en reisagentskappe, groothandelaars en kleinhandelaars van toerisme-pakkette, inligtingsbeampies en verskillende sport- en ontspanningsfasiliteite. Alhoewel die instansies van uiteenlopende aard is, is hulle in 'n groot mate afhanklik van mekaar. Ten spyte van die interafhanklikheid wat onderling tussen die verskillende bedryfstakke bestaan, funksioneer die takke onafhanklik van mekaar. Elke bedryfstak beplan, begroot en bemark sy produk onafhanklik van die ander takke van die toerismebedryf (Ferrario, 1982: 7-8).

Volgens Ferrario (1982: 9) moet 'n gekoördineerde poging deur almal in die toerismebedryf nagestreef word. Die stigting van die Suid-Afrikaanse Toerismaad gedurende 1983 moet as die

eerste stap om 'n gekoördineerde poging deur alle belanghebbendes in die toerismebedryf tot stand te bring, beskou word.

3.7.5 Die rol van die staat ten opsigte van die toerismebedryf in Suid-Afrika

Ferrario (1982: 12) is van mening dat dit nie die taak van die staat is om toerisme te bevorder of te ontwikkel nie. Volgens Hough (1983: 69) is daar in die verlede te veel klem gelê op die rol wat die owerheid in toerisme moet speel. Volgens Ferrario (1982: 12) is dit die verantwoordelikheid van die toerismebedryf om programme en aksieplanne te inisieer om toerisme in Suid-Afrika te bevorder. Die moontlikheid bestaan dat die staat hierdie inisiatiewe sal ondersteun en moontlik ook hulp daartoe sal verleen.

3.7.6 Die belangrikheid van plaaslike toerisme

Die afname in die getal buitelandse besoekers wat Suid-Afrika gedurende 1985 besoek het, het die belangrikheid van die binnelandse toerismebedryf weer eens beklemtoon. Binnelandse toerisme is die skepper en instandhouer van 'n gesonde toeriste-infrastruktuur (Bennett, 1987: 30). Volgens Ferrario (1982: 13) is daar baie min toeriste-instellings in Suid-Afrika wat sonder die binnelandse toerismemark kan voortbestaan.

Ten spyte hiervan word baie min promosie, afslagpakkette en inligting aan plaaslike toeriste gebied. Dit is dus noodsaaklik dat meer navorsing oor die volume, eienskappe en gedrag van plaaslike toeriste gedoen word, sodat die ontwikkeling van die toerismebedryf optimaal benut kan word (Ferrario, 1982: 13-14). In 'n poging om binnelandse toerisme te ontwikkel het die Suid-Afrikaanse Toerismeraad in 1986 en 1987 'n "Rondritsgids" met spesiale aanbiedinge vir binnelandse toeriste gepubliseer (Bennett, 1987: 30).

Jooste (1985: 7-8) vat die faktore wat toerisme-ontwikkeling in Suid-Afrika bemoeilik, soos volg saam:

- Suid-Afrika lê ver van oorsese markte met die gevolg dat reiskoste hoog is.
- Suid-Afrika is lankal nie meer 'n goedkoop toeriste-oord nie.
- Binnelandse probleme, veral onluste, skrik toeriste af. In 1977, die jaar na die Soweto-onluste het die besoekersgetalle uit die buiteland met byna 20 % gedaal.
- Die seisoensgeneigtheid van toerisme in Suid-Afrika - buitelandste toeriste besoek Suid-Afrika veral gedurende Oktober tot Maart, terwyl meer as 50 % van die binnelandse toeriste grootliks aan die skoolvakansies gebonde is.
- Die mislukking van, of onderprestasie van streekstoerismeverenigings en plaaslike publisiteitsverenigings.
- Gebrekkige bemarking van toerisme op nasionale- en plaaslike vlak.
- Negatiewe houdings van plaaslike inwoners jeens toerisme.
- Onsensiwiteit by die aanbieders van toerismeprodukte vir die behoeftes van toeriste wat die streek besoek.
- 'n Gebrek aan koördinasie tussen die verskillende toerismekomponente in 'n streek.

Tydens verskeie gesprekforums tussen die Suid-Afrikaanse Toerismeraad en 'n aantal plaaslike owerhede, is 'n aantal knelpunte geïdentifiseer, onder andere:

- Padtekens

Pleidooie is by al tien forums gelewer vir 'n uniforme nasionale beleid ten opsigte van die toelaatbaarheid en grootte van padtekens om toeriste-fasiliteite (waaronder akkommodasiefasiliteite en besienswaardighede tel) langs paaie aan te dui;

- Finansiering van toerisme-ontwikkeling

Sterk pleidooie is gelewer vir aansporingsmaatreëls vir die ontwikkelaar vir die daarstelling van toerismeprodukte;

- Swak toegangspaaie na toerismeprodukte moet aandag geniet;

- Besoedeling langs hoofroetes neem sorgwekkende afmetings aan;

- Die behoefte aan beter deurreisgeriewe

Piekniektafels langs hoofpaaie, uitspanplekke, toilet- en wasgeriewe is geïdentifiseer as fasiliteite wat baie daartoe sal bydra dat lang reise aangenaam gemaak word;

- Verfraaiing van dorpe behoort as prioriteit deur plaaslike owerhede aanvaar te word;

- Streekbenadering ten opsigte van toerismebemarking in plaas van dorpbevorderingsaksie (Suid-Afrikaanse Toerismeraad Memorandum, September 1989: 2-3).

Dat die Suid-Afrikaanse toerismebedryf die afgelope aantal jare deur 'n moeilike tyd beweeg, kan nie ontken word nie. Die einde daarvan is ook nog nie werklik in sig nie.

In bogenoemde en ander probleme lê egter uitdagings. Uitdagings bied ons die geleentheid om ons prioriteite en strategieë in herooring te neem en daardeur in die langtermyn meer effektief te wees (Thomas, 1985: 12).

3.8 Die pad vorentoe

Meer as enige ander bedryf, wentel toerisme om mense. Toerisme sal na verwagting teen die einde van die eeu die grootste bedryf ter wêreld wees, maar hang vir sy voortgesette groei af van stabiele internasionale ekonomiese omstandighede. Hierdie afhanklikheid maak die toerismebedryf uiters kwesbaar in tye van ekonomiese- en politieke onsekerheid. Langtermyn vooruitsigte is egter bemoedigend.

Suid-Afrika is in 'n gunstige posisie om te kapitaliseer op verwagte groei in toerisme. Ons land beskik oor 'n verskeidenheid aantreklikhede wat vir groot getalle mense uiters aanloklik is, sowel as 'n goeie internasionale reputasie vir gehalte en bevrediging. Suid-Afrika het 'n goed ontwikkelde infrastruktuur en 'n entoesiastiese toerismebedryf.

Beplanning op owerheids-, bedryfs- en gemeenskapsvlak moet rekening hou met die toerismebedryf se potensiaal en 'n klimaat skep waarin toerisme in staat gestel word om sterk, mededingend en innoverend te wees. Gegewe daardie stukrag sal toerisme voortgaan om van groot waarde te wees in werkskepping en in die sosiale- en ekonomiese ontwikkeling van Suid-Afrika (Fouche, Junie 1988: 14).

3.9 Samevatting

In hierdie hoofstuk word die ondersoekarea nouer getrek sodat meer in die besonder na toerisme in Suid-Afrika gekyk word. Toerisme in Suid-Afrika het 'n lang geskiedenis wat waarskynlik

terugdateer na die entoesiasme van Sir Francis Drake vir "the fairest Cape in the world." Dit was egter eers gedurende die negentiende eeu dat die gebied 'n toerismereputasie ontwikkel het.

Toerisme word allerweë as een van die grootste bedrywe in Suid-Afrika beskou en die bedryf beskik oor die potensiaal om die land se grootste verdieners van buitelandse valuta te word.

'n Totaal van 804 985 buitelanders, wat 413 368 van Afrika insluit, het Suid-Afrika gedurende 1988 besoek. Hierdie groottotaal verteenwoordig 'n 14,4 % styging in vergelyking met die ooreenstemmende syfer in 1987 (703 351), of 'n vermeerdering van 101 634 besoekers.

Daar bestaan 'n geneigdheid om toerisme altyd aan die buitelandse toeris te koppel omdat dit blyk dat die buitelandse toeris meer vir 'n stad of streek beteken as die binnelandse toeris. Hierdie is egter 'n wanopvatting en daar behoort meer klem op die binnelandse toeris geplaas te word, onder andere omdat die binnelandse toerismemark veel groter is as die buitelandse mark.

Die elemente van die toerisme-voorraad in Suid-Afrika kan in drie breë kategorieë of komponente verdeel word, naamlik aantreklikhede, aantrekkingskragte, akkommodasie en vervoer. Suid-Afrika se natuurlike toeriste-aantreklikhede is van besondere belang vir die land se toerismebedryf. Dit blyk uit die feit dat soveel as 19 % van die buitelandse toeriste Suid-Afrika ter wille van die land se natuurlewe besoek terwyl 10 % die land ter wille van natuurskoon besoek. Akkommodasie in Suid-Afrika strek vanaf luukse hotelle in die hoofstede, tot beskeie maar voldoende herberge op die platteland. Suid-Afrika beskik ook oor 'n moderne vervoernetwerk.

Toerisme in Suid-Afrika sal eers sy volle potensiaal bereik wanneer daar by die breë publiek 'n bewustheid gekweek word van die voordele wat toerisme vir die mense van die land kan inhou.

Die stigting van die Suid-Afrikaanse Toerismeraad in 1983 is bewys van die Regering se erns om 'n sterk toerismebedryf in Suid-Afrika tot stand te bring. Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad neem tans die leiding wat die bevordering en bemarking van toerisme in- en na Suid-Afrika betref.

Ten spyte van Suid-Afrika se besondere toeristeprodukte en die inisiatiewe wat tans deur verskeie instansies aan die dag gelê word, bestaan daar verskeie leemtes wat die ontwikkeling van die toerismebedryf in Suid-Afrika aan bande lê.

Suid-Afrika is in 'n gunstige posisie om te kapitaliseer op verwagte groei in toerisme. Ons land beskik oor 'n verskeidenheid aantreklikhede wat vir groot getalle mense uiters aanloklik is, sowel as 'n goeie internasionale reputasie vir gehalte en bevrediging.

HOOFSTUK 4

ONDERSOEK NA DIE TOERISMEPRODUK VAN DIE RUSTENBURGOMGEWING

4.1 Inleiding

Waar in die vorige twee hoofstukke gekyk is na die toerisme-verskynsel in die algemeen (hoofstuk 2) en na toerisme in Suid-Afrika (hoofstuk 3), val die klem in hierdie hoofstuk op die Rustenburgomgewing. Die doel met die hoofstuk is om algemene inligting sowel as toerismegerigte inligting oor die ondersoekgebied te verskaf.

Aspekte wat in die hoofstuk aandag sal geniet, is die ontstaan en geskiedenis van die dorp Rustenburg, agtergrondinligting oor die dorp en inligting rakende besienswaardighede, ontspanningsgeriewe, vakansie-orde en hotelle in die omgewing. Die hoofstuk word afgesluit met die resultate van die empiriese ondersoek waarin opinieleiers se menings oor bepaalde toerismegerigte aspekte ingewin is.

4.2 Ontstaan en geskiedenis van die dorp Rustenburg

In hierdie gedeelte word ondersoek ingestel na die ontstaan van Rustenburg, sowel as na sekere hoogtepunte in die geskiedenis van die dorp.

Rustenburg is die derde oudste dorp in Transvaal en hoewel die oorsprong van die naam Rustenburg nie bekend is nie, is die mees aanvaarbare verklaring dat nadat die Voortrekkers hulle in die gebied gevestig het, hulle rus gehad het van die aanvalle van die Swartes en so die plek Rustenburg genoem het. Hoewel die eerste Blankes enkele jare voor 1839 die gebied betree het tydens 'n strafekspedisie teen Silkaats, is die dorp eers in September 1851

deur die regering van die Zuid-Afrikaansche Republiek geproklameer. Rustenburg het egter eers in April 1918 munisipale status ontvang.

Twee jaar na die vestiging van die Trekkers in Potchefstroom in 1839 het die eerste boere hulle in die Rustenburggebied kom vestig. Die eerste groep het hulle by Modderfontein, sowat veertien kilometer vanaf die plek waar Rustenburg nou geleë is, gevestig. In 1841 het 'n groter groep Trekkers, waaronder A.H. Potgieter en S.J.P. Kruger, toe sestien jaar oud, ook na Rustenburg getrek.

Op die gebied van die onderwys het Rustenburg 'n belangrike rol gespeel toe 'n privaatskool in 1859 met die hulp van kommandant S.J.P. Kruger op sy plaas gestig is. In 1864 is die skool na Rustenburg verplaas. 'n Unieke prestasie op onderwysgebied was dat Rustenburg die eerste dorp in die Zuid-Afrikaansche Republiek was waar twee tale, Hollands en Engels, as taalmediums in skole gebruik is. Meer nog, Hollands is deur die medium van Afrikaans gedoseer.

Ook op politieke gebied het Rustenburg in daardie jare 'n belangrike rol gespeel. Rustenburg was 'n tyd lank hoofstad van die Zuid-Afrikaansche Republiek voordat die setel na Pretoria oorgeplaas is. Die versoening wat daar in 1852 tussen A.H. Potgieter en A.W.J. Pretorius op Rustenburg plaasgevind het, het die weg gebaan vir die bekragtiging deur die destydse Volksraad van die Sandrivier ooreenkoms. In 1859 is die Lydenburgse Republiek oorreed om met die res van Transvaal saam te werk op 'n vergadering wat op Rustenburg plaasgevind het en as gevolg daarvan het Transvaal as staatkundige entiteit tot stand gekom (Inligtingstuk - Rustenburg).

4.3 Rustenburg - soos die dorp vandag daar uitsien

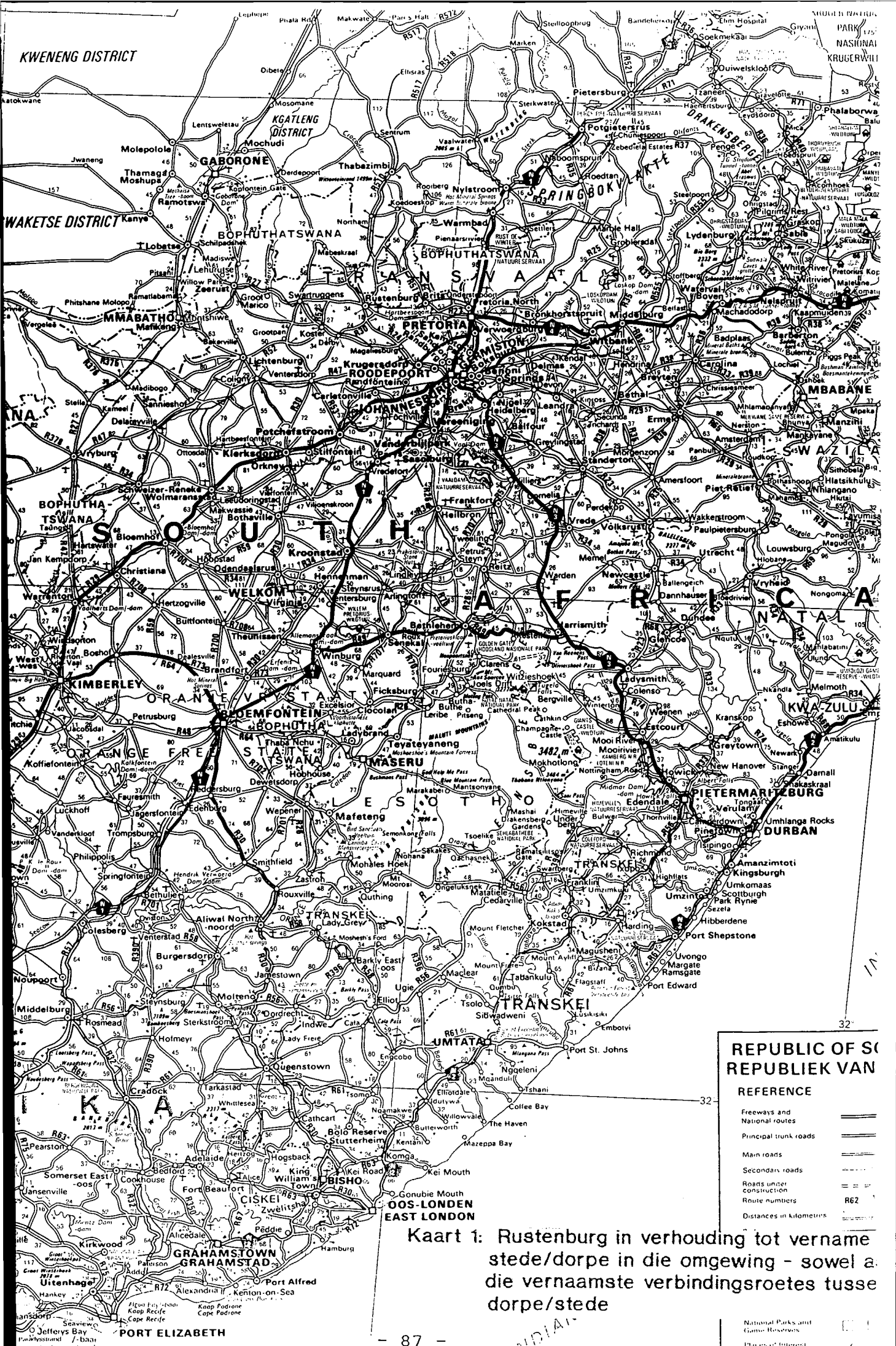
Rustenburg is geleë 105 kilometer vanaf Pretoria en 112 kilometer vanaf Johannesburg, in 'n noordwestelike rigting (Brosjyre - Noord- en Wes Transvaal, Satoer : 30). Hierdie gunstige ligging maak dus van Rustenburg 'n maklik bereikbare en gewilde toevlugsoord vanaf die stadsgewoel vanaf veral die PWV-gebied (Sien kaart 1).

Rustenburg is 'n verklaarde grensnywerheidsgebied. Die twee grootste platinamyne ter wêreld is binne 14 kilometer vanaf die dorp geleë, terwyl meer platinamyne op groot skaal uitbrei. Die ontginning van die dorp se ryk mineraalbronne het ook tot 'n stewige bevolkingsaanwas gelei soos mense na Rustenburg kom om in die myne te werk.

Ook op landbougebied beskik hierdie streek oor ontsaglike potensiaal, deurdat dit byvoorbeeld een van die land se vernaamste sitrusstreke is. Tabakverbouing speel ook 'n belangrike rol en gemiddeld 187 miljoen kilogram tabak word jaarliks op ongeveer 19 500 hektaar verbou. Die enigste tabaknavorsingsinstituut in die Republiek is agt kilometer suid van Rustenburg geleë.

Rustenburg se sentrale sakegebied maak vinnig vordering. 'n Groot herontwikkeling en modernisering van hierdie gebied is in volle gang en groot afdelingswinkels het reeds hier kom vestig. Die snelle groei van die dorp kan gemeet word aan die feit dat die groeikoers daarvan oor die afgelope 15 jaar tussen 3,55 persent en 15,50 persent gewissel het - deurentyd hoër as die nasionale groeikoers.

As 'n grensnywerheidsgebied digby onafhanklike Bophuthatswana, ontwikkel Rustenburg snel. Water is volop en gerieflike pad- en spoor-verbindings bring Rustenburg tot op die drumpel van die PWV-gebied (Inligtingstuk - Rustenburg).



Kaart 1: Rustenburg in verhouding tot vername stede/dorpe in die omgewing - sowel as die vername verbindingsroetes tussende dorpe/stede

4.4 Toerisme in die Rustenburgomgewing

Rustenburg beskik oor 'n ryk geskiedenis en toerisme speel 'n al hoe belangriker rol in hierdie dorp. Met die heerlike klimaat van tipiese Bosveldtopografie en plantegroei, bied dit ideale ontspannings- en vakansiegeleenthede. In 'n omtrek van 30 kilometer is daar nie minder nie as 11 vakansie-oorde, met ruim plek vir woonwaens en tente, sowel as 9 hotelle tot die beskikking van toeriste (Inligtingstuk - Rustenburg).

Vervolgens sal die besienswaardighede wat in- en om Rustenburg aangetref word, kortliks bespreek word.

4.4.1 Besienswaardighede in- en om Rustenburg

Van die besienswaardighede/toeriste-aantreklikhede wat in die Rustenburgomgewing voorkom, is:

a) Standbeeld van Paul Kruger

Hierdie standbeeld staan voor die stadsaal en is gebeeldhou deur die Franse beeldhouer, Jean Jacques Archard.

b) Nederduits Gereformeerde Kerk

Die kerk is gedurende 1979 tot nasionale gedenkwaardigheid verklaar. Die kerkgebou is in 1903 voltooi na afloop van die Anglo-boereoorlog, waartydens dit as militêre hospitaal gebruik is. Vyf Britse soldate wat die Victoria-kruis ontvang het, het hier gesterf.

c) Die Hervormde Kerkplein

Die kerkplein met die beeldegroep van die boereleiers Pretorius en Potgieter op die terrein waar 'n burgeroorlog in 1852 net betyds verhoed is as gevolg van die versoening van die twee Boereleiers. Die hoeksteen van die kerk is die oorspronklike van die vorige Hervormde kerkgebou wat dateer

uit die genoemde tydperk (Brosjure - Besienswaardighede in en om Rustenburg).

d) Beeld van die Voortrekkermeisie

In Pleinstraat, feitlik regoor die Versoeningsbeeldegroep (sien "c" hierbo), is 'n beeld van 'n Voortrekkermeisie met 'n blaker waarin 'n kers brand - simbool van die lig van die Christelike beskawing wat deur die Voortrekkers na hierdie gebied gebring is (Inligtingstuk -Rustenburg).

e) Boekenhoutfontein - plaas van Paul Kruger

Vier historiese wonings wat dateer uit verskillende tydperke en boustyle kan hier besigtig word. Unieke inligting oor die Kruger gesin se leefwyse word ook hier deur die kurator uitgewys aan die hand van die wonings, meubels en inplemente.

f) Die Anglikaanse Kerk

Hierdie kerk is in 1871 deur John P. Richardson gebou en is gedurende 1977 tot nasionale gedenkwaardigheid verklaar. Die kerk was die tweede Anglikaanse kerk in Suid-Afrika. Dit het oorspronklik in Kerkstraat gestaan, maar as gevolg van dorpsontwikkeling is dit baksteen vir baksteen in Van Stadenstraat herbou.

g) Kwaggapan

'n Uitkyktoring in die middel van die park bied 'n uitsig oor die dorp en platinamyne.

h) Lemoenboom voor die stadsaal

Die boom is geplant op 31 Januarie 1938 as herdenking aan die geboorte van prinses Beatrix, tans koningin van Nederland (Brosjure - besienswaardighede in en om Rustenburg).

i) Granietreplika - Seringboomstomp

Replika van die boomstomp waaronder die Gereformeerde kerk in 1859 onder leiding van Paul Kruger gestig is (Inligtingstuk - Rustenburg).

j) Museum

Die museum bevat kultuur-historiese en argeologiese uitstallings. Aspekte van die volgende temas word uitgelig:

- geskiedenis van die dorp en distrik sowel as van die Zuid-Afrikaansche Republiek
- argeologiese periodes
- tuisnywerhede
- victoriaanse periodiese vertrekke
- voorwerpe wat gekies is vanweë hul estetiese waarde (Brosjure - Rustenburg museum)

k) Paul Bodensteinpark

Die park bevat 'n verskeidenheid watervoëls en 'n versameling dierebeelde deur bekende Suid-Afrikaanse kunstenaars (Brosjure - Noord- en Wes-Transvaal, Satoer: 30)

In die volgende gedeelte word ontspanningsfasiliteite en uitstappie-moontlikhede wat tot beskikking van toeriste is, kortliks bespreek.

4.4.2 Ontspanning en uitstappies

Ontspanningsmoontlikhede en fasiliteite waarvan toeriste gebruik kan maak, is onder andere:

- a) Die plaaslike gholfbaan en die munisipale swembad is vir besoekers oop.
- b) Bospoortdam is pragtig geleë tussen granietskoppies en is 'n gewilde hengeloord.
- c) Olifantsnekdam - Die pad na die dam lei verby inheemse bome, tabaklande en sitrusboorde. Die Hexrivier word opgedam waar

dit deur 'n smal poort in die Magaliesberge breek. Pragtige uitsigte is moontlik vanaf die Olifantsnekpas en die dam bied uitstekende hengelhoontlikhede.

d) Hotelle en vakansie-oorde in die omgewing beskik oor verskeie sportgeriewe, insluitende tennisbane, verhitte swembaddens ensovoorts, terwyl die Magaliesberge geleenthede vir stap- en voetslaantogte bied.

e) Rustenburg natuurreservaat

Die reservaat is geleë op die kruin en langs die noordelike hange van die Magaliesberge in die buitewyke van Rustenburg. 'n Groot verskeidenheid ekosisteme in die reservaat dra by tot die oorfloedige voëllewe. 'n Groot broeikolonie van die bedreigde kransaaivoël hou 'n paar kilometer oos van die reservaat en die voëls word dikwels gesien. Die breekoparend en witkruisarend word ook hier aangetref. Wild soos byvoorbeeld swartwitpens, waterbok, koedoe, rooihartbees, blesbok, springbok en eland floreer ook in die reservaat. Geriewe sluit in 'n besoekersentrum asook 'n piekniek- en kampeerterrein. 'n Sirkeltoer deur die reservaat, gelei deur 'n bewaringsbeampte, bied uitmuntende geleentheid vir wildbesigtiging (:Brosjyre : Noord- en Wes-Transvaal, Satoer : 30-31).

Die Rustenburg voetslaanpad loop oor 'n afstand van 22 kilometer deur die natuurreservaat en neem twee dae om te voltooi. Op die eerste dag word nege kilometer afgelê en op die tweede dag twaalf kilometer. Twee oornaghutte is langs die roete geleë. Die Koedoe-hut aan die begin van die voetslaanpad is vir besoekers wat die aand voordat hulle begin stap, by die reservaat opdaag. Die tweede hut (die Rooihartbees-hut) is bo-op die berg, nege kilometer vanaf die Koedoe-hut geleë. Water is by die Koede-hut aangelê, terwyl die Rooihartbees-hut naby 'n bergstroom geleë is waar water met 'n emmer geskep kan word (Inligtingstuk - Voetslaanpadinligting - Rustenburg natuurreservaat).

Die Peglerae-vertolkingspaadjie van vier kilometer deur die reservaat neem ongeveer twee ure om te stap en is ideaal vir diegene wat nie kans sien vir die 22 kilometer van bogenoemde voetslaanpad nie (Brosjyre : Noord- en Wes-Transvaal, Satoer : 31).

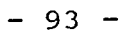
In die volgende gedeelte word inliging rakende vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing verskaf.

4.4.3 Vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing

Vakansie-oorde wat in die Rustenburgomgewing bestaan is:

- a) Rustenburg-kloof
- b) Bergheim Plesieroord
- c) Montana
- d) Mountain Sanctuary Park
- e) Utopia vakansie-oord
- f) Omaramba vakansie-oord
- g) Buffelspoort
- h) Sundown Ranch chalets
- i) Lentelus vakansie-oord
- j) Belvedere vakansie-oord
- k) Aasvoëlkransoord

Kaart 2: Die ligging van hotelle en vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing



Tabel 4.1 Inligting rakende vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing

Naam van oord	Afstande	Akkommodasie	Geriewe/Fasiliteite
Rustenburgkloof	7km suid van Rustenburg	Ten volle toegeruste chalets en gesinshutte ontoegeruste rondawels. Woonwa- en kampeer-terrein	4 Swembaddens vir volwassenes, 3 kinderswembaddens rolskaatsbaan, pluimbal, tafeltennis, verhitte waterglybaan, bergwandelpaaie, bergklim, perdry, ensovoorts.
Bergheim Plesieroord	13km oos van Rustenburg	Toegeruste rondawels woonstelle en woonwapark	2 Swembaddens, tennis, speelpark, bergwandelpaaie, pluimbal, ringtennis vlugbal, tafeltennis veerpyltjies en snoeker.
Montana	35km oos van Rustenburg	Volledig toegeruste chalets	Swem, wandelpaadjies binneshuisontspanning.
Mountain Sanctuary Park	34km oos van Rustenburg	Toegeruste chalets, woonwapark en kampeer-terrein	Swem, bergwandelpaadjies
Utopia	30km oos van Rustenburg	Volledig toegeruste grasdak chalets	Restourant, winkel, kafee, konferensie-geriewe, swem, tennis wandelpad, speelpark rolbal, gholfbaan, tafeltennis, veerpyltjies, vingerbord

Tabel 4.1 Inligting rakende vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing (vervolg)

Naam van oord	Afstande	Akkommodasie	Geriewe/Fasiliteite
Omaramba	30km oos van Rustenburg	Toegeruste chalets en woonwapark	Konferensiegeriewe, kafee, restaurant, dameskroeg, tennis, set-set, warm/koue swembaddens, wandelpad, binneshuisontspanning.
Buffelspoort	29km oos van Rustenburg	Volledig toegeruste rondawels, chalets en woonwapark	5 Swembaddens, verhitte swembad, borrelbaddens, muurbal, tennis, wandelroetes, verskeidenheidskonserte, sport toernooie, danse, disko's, konferensie geriewe.
Sundown Ranch chalets	32km noord van Rustenburg 10km van Sun City	Toegeruste chalets en woonwapark	Restourant, kafee, konferensiegeriewe, swem, tennis, muurbal perdry, vlugbal, spa, binneshuisontspanning.
Lentelus	22km noord van Rustenburg	Semi-toegeruste chalets rondawels en woonwapark	Restourant, swembad
Belvedere	20km oos van Rustenburg	Luukse, volledig toegeruste woonstelle	Wandelpaaie, perdry, verhitte swembad, hengel, tennis, snoeker, ensovoorts.
Aasvoëlkrans	28km oos van Rustenburg	Rondawels en woonwapark	Swembad, waterglybaan, ontspanning-saal, braai- en piekniekgeriewe, bergwandelpaaie.

4.4.4 Hotelle in die Rustenburgomgewing

Hotelle tot beskikking van toeriste in die Rustenburomgewing is:

- a) Safari Hotel
- b) Ananda Hotel en woonwapark
- c) Cynthiana Hotel
- d) Hunter's Rest Hotel
- e) Wigwam Hotel
- f) Belvedere Hotel
- g) Sparkling Waters Hotel
- h) Sundown Ranch Hotel
- i) Olifantsnek Hotel

Sien kaart 2 vir die ligging van bogenoemde hotelle, en tabel 4.2 vir 'n bespreking van die hotelle.

'n Verdere drie hotelle in Rustenburg wat nie oor vakansiegeriewe beskik nie en dus nie vir hierdie studie oorweeg is nie, is:

- Cashan Hotel
- Toeriste Hotel
- Transvaal Hotel
- Port of Call (rondawels)

Tabel 4.2 Inligting rakende hotelle in die
Rustenburgomgewing

Naam van hotel	Afstande	Geriewe/Fasiliteite
Safari **TYYY	7km suid-wes van Rusten- burg	Kleurtelevisie, tweede kanaal video, radio en telefoon in kamers, konferensiegeriewe, swembad, sauna's, jacuzzi's, tennis, rolbal, kaartspeelkamer besigtigingsuitstappies en wandelpaaie.
Ananda *TYY	8km suid-wes van Rusten- burg	Dameskroeg, konferensiegeriewe swembad, tennis, muurbal, rolbal vlugbal, set-set, wandelpad, binneshuisontspanning.
Cynthiana *TYYY	5km oos van Rustenburg	Dameskroeg, a la carte restou- rant, konferensiegeriewe, swem, tennis, muurbal, rolbal, binnes- huisontspanning.
Wigwam **TYYY	19km oos van Rustenburg	Radio, telefoon, televisie en Bob-televisie en lugreëling (in sommige) kamers, tennis, muurbal, konferensiegeriewe, nege-putjie gholfbaan, perdry swembad, sauna, rolbal, biljart, tafeltennis, bergklim, 2 kroeë, speelpark.

Tabel 4.2 Inligting rakende hotelle in die Rustenburgomgewing (vervolg)

Naam van hotel	Afstande	Geriewe/Fasiliteite
Hunter's Rest **	14km oos van Rustenburg	Konferensiegeriewe, dameskroeg, geskenkwinkel, swem, tennis, muurbal, rolbal, set-set, sauna, perdry, wandelpaaie, binneshuisontspanning, plaaswerf, vlugbal
Belvedere **TYYY	20km oos van Rustenburg	Restourant, dameskroeg, radio, televisie, lugreëling (in sommige) kamers, konferensiegeriewe, tennis, rolbal, hengel, perdry, gholf, muurbal, snoeker, verhitte swembad.
Sparkling Waters **TYYY	30km oos van Rustenburg	Konferensiegeriewe, swem, tennis, muurbal, rolbal, perdry, wandelpaaie, binneshuisontspanning.
Sundown Ranch ***TYYY	32km noord van Rustenburg	2 Restourante, konferensiegeriewe, tennis, swembad, perdry, muurbal, vlugbal, spa's, binneshuisontspanning.
Olifantsnek *TYYY	16km oos van Rustenburg	Dameskroeg, konferensiegeriewe, swembad, tennis, sauna's, rolbal, hengel, seil, wandelpaaie.

Voorgaande gedeelte bevat relevante agtergrondinligting oor die Rustenburgomgewing, uit 'n toeriste-oogpunt.

In 'n poging om die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid te bepaal, is 'n aantal opinieleiers uit die Rustenburgomgewing by 'n empiriese ondersoek betrek. Vervolgens, 'n uiteensetting van die resultate van hierdie ondersoek.

4.5 Empiriese navorsing onder opinieleiers

In hierdie gedeelte van die ondersoek word opinieleiers, naamlik stadsraadslede, hoteleienaars/-bestuurders en eienaars/bestuurders van vakansie-oorde betrek ten einde alle belanghebbende partye by die ondersoek in te sluit. Vir die doeleindes van hierdie studie is inligting deur middel van gestruktureerde vraelyste versamel (Bylae B). Die spesifieke doelwitte met hierdie gedeelte van die ondersoek is:

- om opinieleiers se gevoel te toets rakende vermaak en ontspanningsfasiliteite in die Rustenburgomgewing, naamlik of dit voldoende is en indien nie, wat kan nog gebied word?
- om die huidige neiging ten opsigte van besoekersgetalle aan die Rustenburgomgewing te bepaal.
- om vas te stel wanneer piektye ervaar word.
- om vas te stel hoe die gebied tans bemark word en wat vir die toekoms beplan word betreffende bemarking.
- om te bepaal of alle belanghebbendes betrek word in besluitneming rakende toerisme in die Rustenburgomgewing.

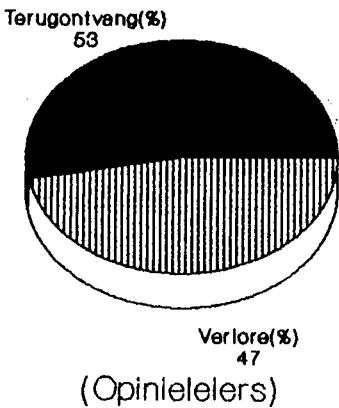
4.5.1 Respons

Tydens die duur van die empiriese ondersoek, is 30 vraelyste (Bylae B) aan opinieleiers in die Rustenburgomgewing gestuur. Sommige vraelyste is persoonlik afgelewer, terwyl ander tesame met 'n koevert geadresseer aan navorser, aan respondente gestuur is. Vraelyste wat deur stadsraadslede voltooi moes word, is aan 'n bepaalde raadslid oorhandig wat dit na goeë dunde onder raadslede versprei het.

Tabel 4.3 **Bruikbare vraelyste terugontvang vanaf opinieleiers**

Vraelyste versprei	Totale respons	Bruikbare respons	% Bruikbare respons
30	18	16	53

Figuur 4.1
Vraelys - respons



'n Respons van 53 persent is dus vanaf opinieleiers ontvang.

4.5.2 **Raamwerk vir bespreking**

Ten einde die gegewens te orden, sal die volgende raamwerk vir bespreking gevolg word:

- opinieleiers se gevoel rakende vermaak en ontspanningsfasiliteite in die Rustenburgomgewing.
- huidige neiging rakende besoekersgetalle en piektye in die Rustenburgse toerismemark.

- huidige sowel as toekomstige bemarking van die gebied.
- betrokkenheid van belanghebbende partye by besluitneming rakende toerisme.

4.5.3 Opinieleiers se gevoel rakende vermaak en ontspanningsfasiliteite in die Rustenburgomgewing

Hierdie gedeelte van die ondersoek is gedoen ten einde opinieleiers se mening in te win rakende vermaak en ontspanningsfasiliteite in die Rustenburgomgewing. Aangesien dit hierdie persone is wat besluite neem rakende vermaak en ontspanning in die ondersoekgebied is dit belangrik, in die lig van hierdie ondersoek, om kennis te neem van opinieleiers se gevoel jeens vermaak en ontspanning in die Rustenburgomgewing.

Opinieleiers se menings rakende die genoegsaamheid aldan nie, van bestaande vermaak en ontspanningsfasiliteite word vervolgens bespreek.

Tabel 4.4 Ontleding van opinieleiers se mening betreffende genoegsaamheid van vermaak en ontspanningsfasiliteite

Respondente	Vermaak/Ontspanningsfasiliteite genoegsaam?	
Ja	8 (n)	50%
Nee	6 (n)	37,5%
Onseker	2 (n)	12,5%
Totaal n/%	16	100%

Uit tabel 4.4 blyk dat:

- die helfte van die respondente (50%) van mening was dat die Rustenburgomgewing wel oor genoegsame vermaak en

ontspanningsfasiliteite beskik, tenoor 37,5% wat voel dat daar nie voldoende vermaak en ontspanningsfasiliteite bestaan nie.

Voorstelle deur respondente vir aanvullende vermaak en ontspanningsfasiliteite, behels die volgende :

- 'n biokinetiese kliniek vir senior amptenare/bestuurders
- meer ontspanningsgeriewe vir jongmense byvoorbeeld 'n ysskaatsbaan
- groter klem op natuurbewaring en wildbesigtiging
- country-musiek feeste
- meer vakansie-oorde, woonwastaanplekke en hotelle om te voldoen aan die vraag na akkommodasie tydens piektye
- verbeterings/opknapping van bestaande oorde/hotelle
- 'n "behoorlike" teater
- besigtigingstoere en
- meer moderne sportfasiliteite

Opinieelers se mening oor die rol van die owerheid rakende voorsiening van ontspanningsfasiliteite, is 'n volgende aspek wat in ag geneem word. Tabel 4.5 gee 'n uiteensetting hiervan.

**Tabel 4.5 Ontleding van opinieleiers se mening betreffende
die rol van die owerhede in die voorsiening van
ontspanningsfasiliteite**

	Voel u dat die owerhede genoeg doen om in inwoners se ontspanningsbehoefes te voldoen?	
Respondente	n	%
Ja	10	62,5
Nee	6	37,5
Totaal	16	100

Uit tabel 4.5 blyk dit dat :

- die meerderheid respondente van mening was dat die owerhede wel genoeg doen om in inwoners se ontspanningsbehoefes te voldoen.
- 37,5 persent van die respondente egter voel dat die owerhede nie genoeg doen in hierdie verband nie.

Respondente is vervolgens gevra om hul antwoord op bogenoemde vraag (sien tabel 4.5) te motiveer. Slegs ses respondente het wel hul antwoorde gemotiveer, en wel soos volg :

- baie sport word beoefen in Rustenburg.
- daar is altyd nuwe ontwikkelings op sportgebied in Rustenburg.
- die Kloof is 'n uitstekende "alles-in-een" projek met genoegsame vermaak vir inwoners.
- daar word tans aandag geskenk aan die moontlike oprigting van 'n sportstadion en 'n burgersentrum.

Die twee respondente wat op bogenoemde vraag (sien tabel 4.5) "nee" geantwoord het, se motivering was :

- Nie-blanke gebiede word ontwikkel terwyl Blanke gebiede al hoe verder "agterraak".
- private inisiatief behoort in hierdie verband 'n veel groter rol te speel.
- van staatsweë behoort meer vir Indiërs en Kleurlinge gedoen te word.

Die toestand waarin bestaande ontspanningsfasiliteite verkeer, is ook belangrik en opinieleiers se menings was soos volg :

**Tabel 4.6 Ontleding van opinieleiers se menings rakende
die toestand waarin bestaande
ontspanningsfasiliteite verkeer**

Respondente	Toestand van fasiliteite	
	n	%
Goed	7	43,75
Redelik	8	50
Swak	1	6,25
Totaal	16	100

Uit tabel 4.6 blyk dat :

- slegs een respondent (6.25%) van mening was dat bestaande fasiliteite in 'n swak toestand verkeer
- 93,75 persent van die respondente (43,75% + 50%) was egter van mening dat ontspanningsfasiliteite in 'n goeie of redelike toestand verkeer.

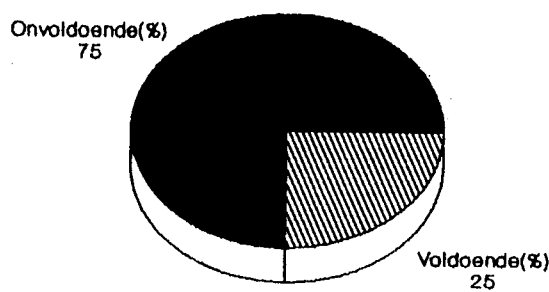
4.5.4 Doeltreffendheid van bemarking in Rustenburg

Betreffende die bemarking van Rustenburg en omgewing, is respondente vervolgens gevra of die gebied na hul mening voldoende bemark word, sowel as wat nog gedoen kan word om die gebied beter te bemark. Respondente het soos volg gereageer :

Tabel 4.7 Ontleding van respondente se menings rakende die doeltreffendheid waarmee Rustenburg en omgewing bemark word

Respondente	Word die gebied voldoende bemark?	
	n	%
Ja	4	25
Nee	12	75
Totaal	16	100

Figuur 4.2
Bemarking van Rustenburg



(Menings van respondente)

Uit tabel 4.7 blyk dat :

- 'n driekwart (75%) van die respondente van mening was dat Rustenburg en omgewing nie voldoende bemark word nie, terwyl slegs 25 persent van mening was dat bestaande bemarking wel voldoende is.

Voorstelle deur respondente vir meer doeltreffende bemarking, is :

- adverteer wyer, ook deur middel van distriksontwikkelingskomitee (2 voorstelle).
- adverteer meer, deur middel van brosjures, televisie- en radiopromosie - byvoorbeeld in aktualiteitsprogramme (3 voorstelle).
- uitnoui van vooraanstaande persone in die toerismebedryf na Rustenburg (1 voorstel).
- laat brosjures met inligting oor Rustenburg by reisagente en Automobiel Assosiasie (AA) (1 voorstel).
- verkry meer samewerking tussen vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing om bemarking van die gebied gesamentlik op groot skaal aan te pak (1 voorstel).
- bemark die gebied in samewerking met die Suid-Afrikaanse toerismeraad (3 voorstelle).
- adverteer in dagblaaie, weekblaaie en Sondagkoerante (5 voorstelle).
- ontwikkel 'n nuwe toerismoeroete eie aan Rustenburg, soortgelyk aan die Diamant- en Wynroete (1 voorstel).

4.5.5 Onderzoek onder stadsraadslede

Die volgende gedeelte van hierdie ondersoek is slegs op stadsraadslede gerig. Die doel met hierdie gedeelte is om inligting rakende bepaalde toerisme-aangeleenthede te versamel wat slegs deur die stadsraad verskaf kan word. 'n Verdere doelwit is om die stand van toerismesake in die Rustenburgomgewing vanuit 'n stadsraadsoogpunt te beskou. Aspekte wat onder die soeklig geplaas is, sluit in bemarking van die Rustenburgomgewing, beplanning en besluitneming rakende toerisme, ensovoorts.

Die eerste vraag wat aan stadsraadslede gevra is, was wat die huidige neiging rakende besoekersgetalle aan Rustenburg en omgewing is. Die reaksie was soos volg:

Tabel 4.8 Ontleding van stadsraadslede se siening van die neiging van besoekers aan Rustenburg en omgewing

Respondente	Neiging van besoekersgetalle	
	n	%
Neem toe	4	57
Neem af	1	14
Bly konstant	2	29
Totaal	7	100

Uit tabel 4.8 blyk dat :

- stadsraadslede nie eensgesind is oor die huidige neiging van besoekersgetalle aan Rustenburg en omgewing nie
- besoekersgetalle skynbaar volgens die meerderheid respondente aan die toeneem is

Die volgende groep vrae wat aan stadsraadslede gestel is, handel oor die bemaking van Rustenburg en omgewing en die resultate is soos volg :

Op die vraag : "Wat word huidiglik gedoen om toeriste na die gebied te lok?", het stadsraadslede soos volg gereageer:

- niks word deur stadsraad gedoen (1 persoon).
- landswye advertering (2 persone).

- baie min - baie toeriste doen Rustenburg aan op pad na Sun City of oornag in Rustenburg en besoek Sun City bedags (2 persone).
- advertensie deur middel van persone wat Rustenburg besoek het (1 persoon).
- die uitgee van brosjures aan lede van vergaderings en seminare wat in Rustenburg en omgewing gehou word (2 persone).

Hieruit blyk dus dat baie min huidiglik gedoen word om toeriste na die gebied te lok. Slegs brosjures word tans aangewend om toeriste te lok. Geen gesamentlik- gekoördineerde aksie word deur die betrokke belangegroep onderneem nie.

Op die vraagstuk van toekomsbeplanning rakende die bemarking van die gebied, het stadsraadslede die volgende moontlikhede genoem:

- toerismebevordering deur middel van Streeksontwikkelingsadvieskomitee (2 persone).
- weet nie (2 persone).
- radio- en televisie promosies (2 persone).
- in samewerking met die Nasionale Parkeraad en die Suid-Afrikaanse Toerismeraad word beoog om nie net Rustenburg nie, maar ook die omgewing te bemark (1 persoon).

Hoewel sommige respondente hierdie vraag nie beantwoord het nie, blyk dit dat daar tog 'n mate van toekomsbeplanning rakende die bemarking van die gebied gedoen word.

Volgens respondente is die media wat tans ingespan word om die gebied te benark, die volgende:

- hoofsaaklik koerante en brosjures.
- radio en televisie.

- pamflette beskikbaar by die inligtingsburo.

Respondente is vervolgens gevra of, na hul mening, genoeg gedoen word om die gebied vir toeriste en inwoners aantreklik te maak. Die respons was soos volg:

Tabel 4.9 Ontleding van respondente se mening rakende pogings om die gebied vir toeriste en inwoners aantreklik te maak

Respondente	Word genoeg gedoen?	
	n	%
Ja	1	16,7
Waarskynlik	2	33,3
Nee	3	50
Totaal	*6	100

* Slegs 6 respondente het op hierdie vraag gereageer.

Uit tabel 4.9 blyk dat:

- die helfte van die respondente (50%) van mening was dat nie genoeg gedoen word om die gebied aantreklik te maak vir toeriste en inwoners nie, terwyl slegs 16,7 persent gevoel het dat wel genoeg gedoen word.

Motiverings vir bogenoemde antwoorde, was:

- Ja : Nuwe uitbreidings by Kloof vakansie-oord.
 : Goeie diens by sommige hotelle.
- Nee : Sien niks wat gedoen word nie.
 : Baie meer kan gedoen word.

Uiteenlopende reaksies het gevolg op die vraag rakende die bedrag wat vir die bevordering van die plaaslike toerismebedryf begroot

is. Slegs een respondent het 'n bedrag genoem, naamlik R84 000. 'n Volgende respondent het gesê dat geen spesifieke bedrag hiervoor begroot is nie, aangesien "ander prioriteite oorheers." Die oorblywende opinieleiers het aangedui dat hulle nie kennis dra hieroor nie. Met die uitsondering van een respondent, was almal egter van mening dat die bedrag wat wel begroot is, waarskynlik nie genoeg is nie.

Vervolgens is respondente gevra of inwoners van Rustenburg na hul mening, finansieël meer moet bydra om bepaalde geriewe/fasiliteite te verskaf. Tabel 4.10 gee 'n uiteensetting van respondente se reaksies.

Tabel 4.10 Uiteensetting van inwoners se bydrae tot die voorsiening van bepaalde geriewe/fasiliteite

Respondente	Moet inwoners meer opdok?	
	n	%
Ja	2	29
Nee	5	71
Totaal	7	100

Uit tabel 4.10 blyk dat:

- die meerderheid respondente (71%) van mening was dat inwoners nie meer moet bydra om bepaalde geriewe/fasiliteite te verskaf nie, terwyl slegs 29 % van die opinieleiers aangedui het dat inwoners wel meer moet bydra.

Die betrokkenheid van alle belanghebbende partye by besluitneming rakende toerisme-aangeleenthede is noodsaaklik om ontevredenheid met besluite te verhoed. As gevolg hiervan is respondente dan ook gevra of ander opinieleiers (hotel- en oordeienaars/bestuurders) betrek word by beplanning en besluitneming rakende toerisme en of

inwoners se menings ingewin word by die beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe. Respondente (stadsraad) se reaksie hierop word weergegee in Tabelle 4.11 en 4.12 onderskeidelik.

Tabel 4.11 Betrokkenheid van ander opinieleiers by beplanning en besluitneming rakende toerisme

Respondente	Word ander opinieleiers wel betrek?	
	n	%
Ja	5	71
Nee	2	29
Totaal	7	100

Uit tabel 4.11 blyk dat:

- 71 persent van die respondente aangedui het dat ander opinieleiers wel betrek word by beplanning en besluitneming rakende toerisme terwyl 29 persent aangedui het dat ander opinieleiers nie betrek word nie.

Tabel 4.12 Inwoners se betrokkenheid by beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe

Respondente	Word inwoners se menings ingewin?	
	n	%
Ja	6	86
Nee	1	14
Totaal	7	100

Uit tabel 4.12 blyk dat:

- inwoners se menings volgens 86 persent van die respondente, wel ingewin word by die beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe.

4.5.6 Onderzoek onder eienaars/bestuurders van hotelle

In hierdie gedeelte van die ondersoek, was die doel om ondersoek in te stel na sekere aspekte in die hotelbedryf. Aangesien egter net vier voltooide/halfvoltooide vraelyste vanaf eienaars/bestuurders van hotelle in die Rustenburgomgewing terugontvang is, is dit nie wetenskaplik verantwoordbaar om hiermee veralgemenings rakende die hotelbedryf in die algemeen te maak nie. Hierdie gedeelte word dus gelaat, terwyl die klem verskuif na vakansie-oorde.

4.5.7 Onderzoek onder eienaars/bestuurders van vakansie-oorde

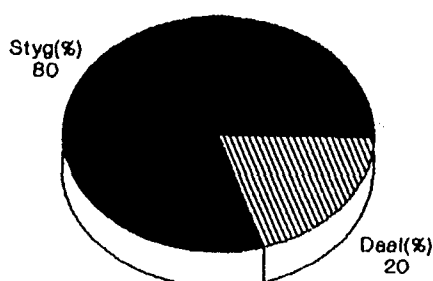
In die volgende, en laaste gedeelte van hierdie deel van die empiriese ondersoek, is eienaars/bestuurders van vakansie-oorde oor bepaalde aspekte uitgevra. Aangesien die meerderheid toeriste vakansie-oorde besoek tydens hul besoek aan enige vakansiebestemming, is dit belangrik om eienaars/bestuurders van vakansie-oorde by hierdie ondersoek te betrek. Die rede vir hul insluiting is omdat hulle daaglik aan toeriste-aangeleenthede blootgestel is en dus oor eerstehandse kennis hieroor beskik.

Respondente is eerstens uitgevra oor die huidige neiging rakende besoekersgetalle aan die betrokke oord waar hulle (respondente) werksaam is, asook die rede(s) vir hierdie daling/styging. Hulle antwoorde was:

Tabel 4.13 Ontleding van besoekersgetalle aan vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing

Respondente	Ontleding van besoekersgetalle	
	n	%
Styg	4	80
Daal	1	20
Totaal	5	100

Figuur 4.3 Besoekersgetalle aan oorde (styg/daal?)



Uit tabel 4.13 blyk dat:

- besoekersgetalle aan vakansie-oorde 'n toename toon (volgens 80% van die respondente)

Styging in besoekersgetalle word toegeskryf aan:

- vakansiegangers maak meer gebruik van binnelandse oorde.
- nuwe ontwikkelinge by die betrokke oord self.
- beter geriewe wat by die oord geskep is.
- die feit dat toeriste die oord leer ken en dus meer gereeld besoek.

Dalende getalle word toegeskryf aan:

- 'n baie nat November en Februarie wat veral kampeerders geraak het, sowel as konstruksiewerk by die oord wat meegebring het dat minder besprekings aanvaar is.

"Wat word gedoen om die oord te bemark aan toeriste en inwoners?"

Respondente reageer soos volg hierop:

- tydskrifte en dagblaaie.
- beter advertensie en beter diens aan besoekers.
- adverteer in die pers, sowel as spesiale en gratis tariewe.
- die uitgee van brosjures.
- die daarstelling van soveel as moontlik ontspanningsfasiliteite om toeriste te lok.
- deur persoonlike kontak met besoekers.
- besoekers self gee ook groot reklame vir die oord.

Hieruit blyk dus dat eienaars/bestuurders van vakansie-oorde van 'n wye verskeidenheid metodes gebruik maak om hul oorde te bemark.

In hierdie ondersoek is dit ook belangrik om vas te stel of die klem by vakansie-oorde val op inwoners van Rustenburg self, of op besoekers vanuit ander dele van die land. Vanuit die vraelyste blyk die klem soos volg geplaas te word:

- Oord 1 : Dagbesoekers
 - 70% Rustenburg
 - 30% Ander
- : Oornagbesoekers
 - 5% Rustenburg
 - 95% Ander
- Oord 2 : Klem val op besoekers uit ander gebiede
- Oord 3 : Albei
- Oord 4 : 25% Rustenburg
 75% Besoekers
- Oord 5 : Klem val op besoekers uit ander gebiede

Die klem word dus oorwegend geplaas op besoekers uit ander dele van die land.

**Tabel 4.14 Ontleding van fasiliteite/geriewe by
vakansie-oorde**

Uit tabel 4.14 blyk dat:

persent voel dat nie genoeg gebied word nie. Die meeste oorde het egter wel aangedui dat konstruksiewerk en verbeteringe aan die gang is.

In aanvulling by bogenoemde, is respondente ook gevra wat hulle graag nog aan besoekers sou wou bied. Die volgende is genoem:

- binneshuise swembad.
- verhitte swembad.
- staproetes/wandelpaaië.
- wildbesigtiging.
- muurbalbane.
- gholfbaan.

Bogenoemde kom ooreen met sommige van die voorstelle wat deur respondente(toeriste) in hoofstuk 5, tabel 5.31 gemaak is:

Respondente se menings rakende die owerhede se rol in die bemaking van die Rustenburgomgewing is ook gevra. Tabel 4.15 gee 'n uiteensetting hiervan:

Tabel 4.15 Ontleding van die rol van die owerhede in die bemaking van die gebied.

Respondente	Doen die owerhede genoeg?	
	n	%
Ja	3	60
Nee	2	40
Totaal	5	100

Uit tabel 4.15 blyk dat:

- die meerderheid respondente (60%) van mening is dat die owerhede wel genoeg doen om die gebied te bemark.

Motiverings vir antwoorde in tabel 4.15 is:

Ja: Hulle (stadsraad) is persoonlik betrokke by die Suid-Afrikaanse toerismeraad en die Distriksontwikkelingskomitee.

Nee: Noem 'n plek in Noord-Transvaal en almal weet daarvan. Wes-Transvaal daarenteen, is nog baie onbekend.

Respondente is vervolgens ook gevra wat, volgens hulle, nog gedoen kan word om die gebied te bemark. Die volgende idees is gegenerereer:

- Inligting oor die gebied moet meer en wyer versprei word.
- Meer advertensies.
- 'n Nuwe roete deur die hele Wes-Transvaal, soos in ander streke, ten einde die gebied aan toeriste bekend te stel.

Die vermoë van oorde om dwarsdeur die jaar toeriste te lok, is vervolgens onder die soeklig geplaas. In hierdie verband is respondente gevra of hul betrokke oord seisoensgebonde is en of dit deurentyd ongeveer dieselfde aantal besoekers ontvang.

Tabel 4.16 Ontleding van seisoensgebondenheid van vakansie-oorde

Respondente	Oord seisoensgebonde of nie?	
	n	%
Seisoensgebonde	4	80
Deurentyd dieselfde	1	20
Totaal	5	100

Uit tabel 4.16 blyk dat:

- die meerderheid oorde (80%) in die Rustenburgomgewing seisoensgebonde is.

Dit is belangrik om te weet wanneer die meeste besoekers die gebied besoek, daarom is respondente gevra wanneer piekperiodes by vakansie-oorde ervaar word. Piekperiodes is soos volg aangedui:

- Vakansies en naweke.
- April.
- Maart-April; September-Oktober en Desember-Januarie.
- April, Oktober, Desember.

Piekperiodes word dus hoofsaaklik gedurende skoolvakansies ervaar.

4.6 Samevatting

Rustenburg is die derde oudste dorp in Transvaal en hoewel die oorsprong van die naam Rustenburg nie bekend is nie, is die mees aanvaarbare verklaring dat nadat die Voortrekkers hulle in die omgewing gevestig het, hulle rus gehad het van die aanvalle van die Swartes en so die plek Rustenburg genoem het.

Rustenburg is geleë 105 kilometer vanaf Pretoria en 112 kilometer van Johannesburg aan die westekant van die Magaliesberge (Sien kaart 1).

Met die heerlike klimaat van tipiese Bosveldtopografie en plantegroei, bied Rustenburg ideale ontspannings- en vakansie-geleenthede.

Van die besienswaardighede in die Rustenburgomgewing is onder andere die:

- Standbeeld van Paul Kruger.
- Beeld van die Voortrekkermeisie.
- Boekenhoutfontein.
- Kwaggapan.
- Museum.
- Paul Bodenstein Park, ensovoorts.

Uitstappies kan na drie damme in die omgewing onderneem word, naamlik Bospoortdam, Olifantsnekdam en Buffelspoortdam, waar gehengel, geski of sommer ontspan kan word.

Die Rustenburg natuurreservaat en voetslaanpaaie bied ook uitstekende ontspanning aan die afgematte stedeling.

'n Volledige lys van akkommodasiefasiliteite in die Rustenburgomgewing is:

- Rustenburg Kloof vakansie-oord
- Safari Hotel
- Ananda Hotel en woonwapark
- Cynthiana Hotel
- Port of Call
- Hunter's Rest Hotel
- Olifantsnek Hotel
- Wigwam Hotel
- Bergheim Plesieroord
- Belvedere vakansie-oord en Hotel
- Sparkling Waters Hotel
- Montana
- Mountain Sanctuary Park
- Utopia vakansie-oord
- Buffelspoort
- Sundown Ranch Hotel en chalets
- Lentelus vakansie-oord
- Cashan Hotel
- Transvaal Hotel
- Toeriste Hotel

Uit die empiriese ondersoek blyk dat opinieleiers van mening is dat die owerhede in Rustenburg wel genoeg doen om in inwoners se ontspanningsbehoefte te voldoen.

Volgens opinieleiers word die Rustenburgomgewing nie voldoende bemark nie en word ook nie genoeg deur die stadsraad gedoen om toeriste na die gebied te lok nie.

Soos blyk uit die ondersoek, is besoekersgetalle aan vakansie-oorde beslis aan die toeneem. Respondente was van mening dat vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing wel oor genoegsame

ontspanningsgeriewe beskik om in toeriste se behoeftes te voorsien.

Die meerderheid oorde in die Rustenburgomgewing is seisoensgebonde en lok dus nie deurentyd dieselfde aantal toeriste nie. Piekperiodes word hoofsaaklik gedurende skoolvakansies ervaar.

HOOFSTUK 5

Empiriese ondersoek onder toeriste in die Rustenburgomgewing rakende die potensiaal van die gebied as toeriste-aantreklikheid

5.1 Inleiding

In die eerste gedeelte van hierdie ondersoek (hoofstukke twee tot vier) is by wyse van 'n literatuurstudie aandag gegee aan aspekte soos tipes toerisme, voordele, nadele en kostes verbonde aan toerisme, die omvang en belangrikheid van die Suid-Afrikaanse toerismebedryf, bemarking van Suid-Afrika as toeristebestemming, sowel as 'n profielstudie van Rustenburg en omgewing.

Die tweede algemene doelstelling met hierdie studie is om deur middel van empiriese navorsing ondersoek in te stel na die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid. Gegewens is in twee fases ingesamel. Die eerste fase het opinieleiers in die Rustenburgomgewing, naamlik stadsraadslede en eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en hotelle betrek (gekoppel aan hoofstuk vier). Die tweede fase, wat in hierdie hoofstuk hanteer sal word, het toeriste by vakansie-oorde en hotelle in die gebied betrek. Vir die doeleindes van hierdie opname is van twee verskillende gestruktureerde vraelyste gebruik gemaak, naamlik 'n vraelys aan opinieleiers (Bylae B) en 'n afsonderlike vraelys aan toeriste (Bylae C). In 'n poging om soveel vraelyste as moontlik te herwin, is vraelyste persoonlik by hotelle en vakansie-oorde afgelewer en voltooide vraelyste is later weer by oorde en hotelle afgehaal.

Hierdie empiriese ondersoeke is gedoen met genoemde literatuurstudie as uitgangspunt en die resultate van die ondersoek onder toeriste word vervolgens in hierdie hoofstuk weergegee.

5.2 Doel met die Empiriese Onderzoek onder toeriste in die Rustenburgomgewing

Die doelstelling met die empiriese ondersoek is om die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid te ondersoek.

Die spesifieke doelwitte met die empiriese studie onder toeriste is:

- om te bepaal waarom toeriste die gebied besoek.
- om die Rustenburgomgewing se vernaamste aantrekkingskragte te bepaal.
- om die bedrae geld wat toeriste in die gebied bestee, asook waarop hulle dit bestee, te bepaal.
- om vas te stel of toeriste bewus is van alle besienswaardighede in die gebied, sowel as watter besienswaardighede die gewildste is.
- om toeriste se gevoel rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing te toets.

Doelwitte gerig op vakansie-oorde en hotelle in die Rustenburgomgewing:

- om vas te stel waarom een oord of hotel bo ander gekies word.
- om vas te stel hoe toeriste van die betrokke oord/hotel te wete gekom het.
- om toeriste se indrukke van die oord/hotel wat hulle besoek het, te bepaal.
- om vas te stel watter tipes akkommodasie die gewildste onder toeriste was.

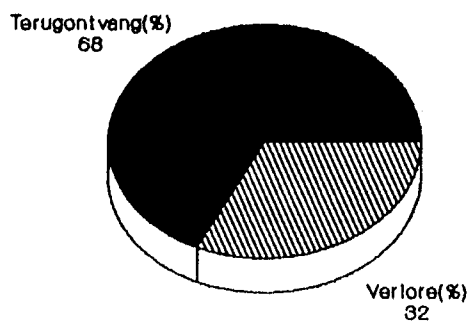
5.3 Respons

Gedurende die tydperk 1 Julie tot 31 Augustus 1989 is 600 vraelyste by vakansie-oorde en hotelle in die ondersoekgebied versprei. Die periode is gekies sodat toeriste wat die gebied tydens die skoolvakansies besoek, sowel as toeriste wat die gebied buite seisoen besoek, betrek kan word. Tabel 5.1 bevat 'n uiteensetting van die aantal bruikbare vraelyste wat terugontvang is:

Tabel 5.1 Persentasie bruikbare vraelyste terugontvang

Vraelyste versprei	Totale respons	Respons (bruikbaar)	% Respons (bruikbaar)
600	417	410	68

Figuur 5.1
Vraelys - respons



Toeriste by oorde/hotelle

Uit bogenoemde tabel is dit duidelik dat 'n bevredigende respons van 68 persent behaal is (410 bruikbare vraelyste).

5.4 Raamwerk vir bespreking

Ten einde die gegewens te orden, sal die volgende raamwerk vir bespreking gevolg word:

- profiel van respondente.

- ontleding van respondente volgens afstand afgelê en eindbestemming.
- besonderhede van respondente se besoek aan die gebied.
- huidige beeld van vakansie-oorde en hotelle.
- huidige beeld van die Rustenburgomgewing.
- prys- en promosie oorwegings.
- vermaaklikheid in die Rustenburgomgewing.
- respondente se menings oor akkommodasie in oorde/hotelle.

5.5 Profiel van die respondente

In tabel 5.2 word 'n profiel van respondente in terme van tipe besoeker, land van herkoms, woonplek, afstand afgelê om die oord/hotel te bereik, vervoermiddel gebruik, huistaal, geslag, jaarlikse inkomste, grootte van gesin en ouderdom weergegee:

Tabel 5.2 Profiel van respondente, Rustenburg, 1989

Tipe besoeker		n	%
		120	29,4
	Oornagbesoeker	288	70.6
	Totaal	408	100
Land van herkoms	Suid-Afrika	404	99.0
	Ander	4	1.0
	Totaal	408	100

Tabel 5.2 Profiel van respondente, Rustenburg, 1989 (vervolg)

		n	%
Vervoermiddel gebruik **	Motor	366	89,7
	Bus	28	6,9
	Motorfiets	9	2,2
	Trein	2	,5
	Vliegtuig	15	3,7
Huistaal	Afrikaans	363	89,4
	Engels	37	9,1
	Ander	6	1,5
	Totaal	406*	100
Geslag	Manlik	226	55,7
	Vroulik	180	44,3
	Totaal	406	100
Jaarlikse Inkomste	R0 - R19 999	42	10,5
	R20 000 - R39 999	132	32,9
	R40 000 - R59 999	121	30,2
	Meer as R60 000	106	26,4
	Totaal	401	100
Woonplek	Transvaal	328	80,4
	Natal	20	4,9
	Oranje-Vrystaat	33	8,1
	Kaapprovinsie	27	6,6
	Totaal	408	100
Afstand afgelê	Minder as 100 km	175	42,9
	100 - 199 km	102	25,0
	200 - 499 km	77	18,9
	500 - 999 km	30	7,4
	Meer as 1000 km	24	5,9
	Totaal	408	100

Tabel 5.2 Profiel van respondente, Rustenburg, 1989 (vervolg)

		n	%
Grootte van gesin	Twee	44	11,5
	Drie	53	13,9
	Vier	105	27,6
	Meer as vier	179	47,0
	Totaal	381	100
Ouderdom	Jonger as 25	12	3,0
	25 - 39	102	25,2
	40 - 59	282	69,9
	60 en ouer	9	2,2
	Totaal	405	100
* Aangesien nie alle respondente op alle vrae gereageer het nie, sal die totale getal respondente van tabel tot tabel verskil. ** Sommige respondente het van meer as een vervoermiddel gebruik gemaak, byvoorbeeld vliegtuig en motor.			

Uit tabel 5.2 blyk dat:

- die meerderheid respondente oornagbesoekers was.
- byna alle respondente in Suid-Afrika woonagtig is.
- Transvaal die provinsie is wat die meeste respondente opgelewer het.
- die meeste respondente binne 200 kilometer vanaf Rustenburg woonagtig is.
- motors by uitstek die vernaamste vervoermiddel van respondente was.
- byna 90 persent van respondente Afrikaanssprekend is.
- sowel manlike as vroulike respondente by die ondersoek betrek is.
- 'n wye verspreiding betreffende jaarlikse inkomste betrek is.

- groter gesinne in die meerderheid was.
- die grootste groep respondente die ouderdom van die hoof van die huishouding as tussen 40 en 59 jaar aangetoon het.

Alhoewel dit moeilik is om presies te bepaal hoe verteenwoordigend hierdie responsgroep van die tipiese besoeker aan die Rustenburgomgewing is, dui bogenoemde profielontleding tog daarop dat met die opname daarin geslaag is om 'n goeie verspreiding ten opsigte van die moontlike tipiese kenmerke van die besoekers aan Rustenburg te behaal. Die enigste moontlike afwyking is waarskynlik die groot persentasie Afrikaanssprekendes in verhouding tot Engelssprekendes wat by die opname betrek is.

5.6 Ontleding van respondente volgens afstand afgelê en eindbestemming.

Hierdie deel van die ondersoek is gedoen om vas te stel of toeriste die Rustenburgomgewing besoek met die doel om hul vakansie hier deur te bring en of hulle die gebied slegs as "halfwegstasie" gebruik terwyl hulle onderweg is na 'n ander bestemming. 'n Ander moontlikheid is persone wat Rustenburg besoek slegs omdat die dorp verblyfplek bied wat naby aan Sun City is. In beide gevalle word die Rustenburgomgewing dus nie besoek met die uitsluitlike doel om hier te vertoef nie. Hierdie persone moet geïdentifiseer word, sodat gepoog kan word om deur die verskaffing van 'n fasiliteit/gerief/aantreklikheid, hierdie persone te oorreed om langer in die gebied te vertoef en gevolglik hul geld hier te spandeer.

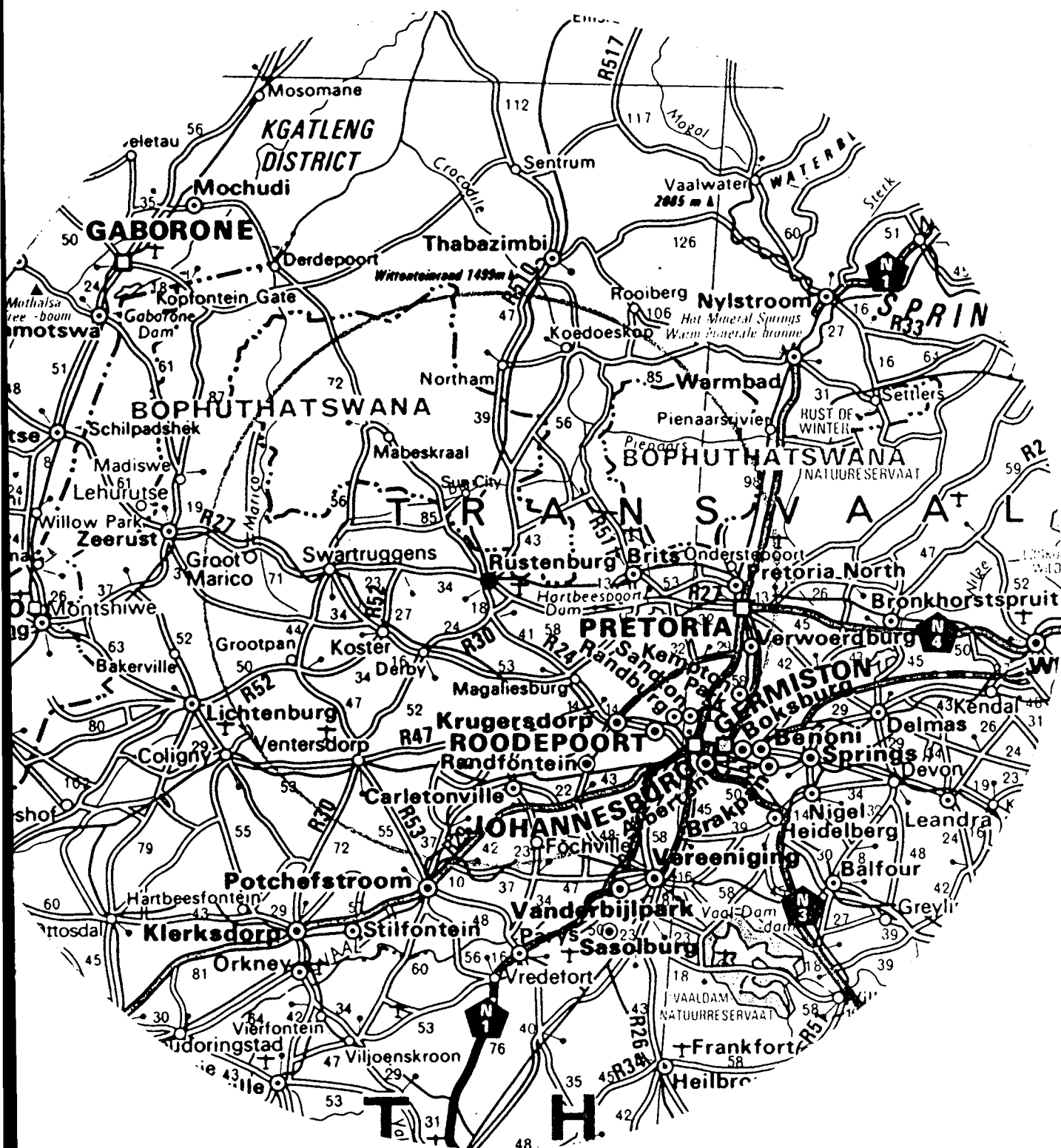
In tabel 5.3 word respondente onderskei volgens die afstand wat hulle afgelê het om die Rustenburgomgewing te bereik.

**Tabel 5.3 Afstand afgelê om gebied te besoek,
Rustenburg, 1989**

Afstand(km)	<100	100-199	200-499	500-999	>1000	Totaal
Respondente n	175	102	77	30	24	408
%	42,9	25,0	18,8	7,4	5,9	100

Uit bogenoemde tabel is dit duidelik dat 42,9 persent van die respondente nie verder as 100 kilometer gereis het om die Rustenburgomgewing te bereik nie. 'n Totaal van 67,9 persent van die respondente het minder as 200 kilometer afgelê om die gebied te bereik. Rustenburg se vernaamste "toeriste-opvanggebied" blyk dus 'n 200 kilometer radius rondom die dorp te wees (Sien kaart 3). Die klein aantal respondente (13,3%) wat verder as 500 kilometer gereis het om die gebied te bereik dui dus op 'n moontlike onwilligheid by toeriste om ver te reis ten einde in die gebied vakansie te hou.

Kaart 3: Die 100 kilometer en 200 kilometer
radius 'opvanggebiede' by benadering



Tabel 5.4 gee 'n aanduiding van die hoeveelheid respondente wat die Rustenburgomgewing as eindbestemming aangedui het, sowel as van die hoeveelheid respondente wat elders heen op pad was en net vir 'n kort tydperk in die omgewing vertoef het.

Tabel 5.4 Eindbestemming van toeriste, Rustenburg, 1989

Rustenburg as eindbestemming?		Ja	Nee	Totaal
Respondente	n	323	80	403
	%	80,1	19,9	100

Uit tabel 5.4 kan gesien word dat 80 persent van respondente wat in hierdie ondersoek genader is, wel die Rustenburgomgewing as hul eindbestemming aangedui het. Slegs ongeveer 20 persent was dus elders heen op pad.

Vir die doeleindes van hierdie ondersoek is dit belangrik om te weet watter afstande persone wat die gebied vir 'n eerste keer besoek, bereid is om af te lê om die gebied te bereik. Verder is dit ook belangrik om te weet of hierdie persone die reis onderneem, spesiaal om die Rustenburgomgewing te besoek, aldan nie. In die volgende tabelle (5.5 - 5.7) sal nader ondersoek ingestel word hierna.

Tabel 5.5 Aantal besoeke deur toeriste, Rustenburg, 1989

Eerste besoek?	Ja	Nee	Totaal
Respondente n	62	341	403
	15,4	84,6	100

Bogenoemde tabel wys duidelik dat slegs 'n klein persentasie van die respondente die gebied vir 'n eerste keer besoek het. Byna 85

persent van die respondente het die Rustenburgomgewing al meer as een keer besoek.

Tabel 5.6 Ontleding volgens afstand afgelê en aantal besoeke, Rustenburg, 1989

	Afstand afgelê(km)					Totaal
	<100	100-199	200-499	500-999	>1000	n en %
Eerste besoek						
Ja n	18	18	12	10	4	62
%	29	29	19,4	16,1	6,5	100
Nee n	157	82	64	20	18	341
%	46	24	18,8	5,9	5,3	100
Alle resp. n	175	100	76	30	22	403
%	43,4	24,8	18,9	7,4	5,5	100

Uit tabel 5.6 blyk dat:

- soos afstande vanaf die ondersoek-gebied toeneem, sò neem die aantal besoekers, (beide groepe), af.
- afgesien van die feit dat die belangrikheid van die 200 kilometer raduis "opvanggebied" weer beklemtoon word, is daar geen noemenswaardige afwykings uit hierdie tabel af te lei nie. Persone wat die gebied vir 'n eerste keer besoek, sowel as persone wat die gebied al voorheen besoek het, het grootliks dieselfde op afstande gereageer.

**Tabel 5.7 Ontleding van eindbestemming en aantal besoeke,
Rustenburg 1989**

Eerste besoek?	Rustenburg - eindbestemming?		Totaal n en %
	Ja	Nee	
Ja n	51	11	62
%	82,3	17,7	100
Nee n	272	69	341
%	79,8	20,2	100
Alle resp. n	323	80	403
%	80,1	19,9	100

Uit tabel 5.7 blyk dat:

- die Rustenburgomgewing die eindbestemming van 82,3 persent van die eerste keer besoekers was. Daarteenoor het 79,8 persent van die respondente wat die gebied al voorheen besoek het, die gebied as hul eindbestemming aangedui.

5.7 Ontleding van respondente se besoek aan die Rustenburgomgewing

In hierdie gedeelte van die ondersoek word aandag gegee aan aspekte soos die doel waarom respondente die Rustenburgomgewing besoek, sowel as hoe lank hulle beplan om hier te vertoef.

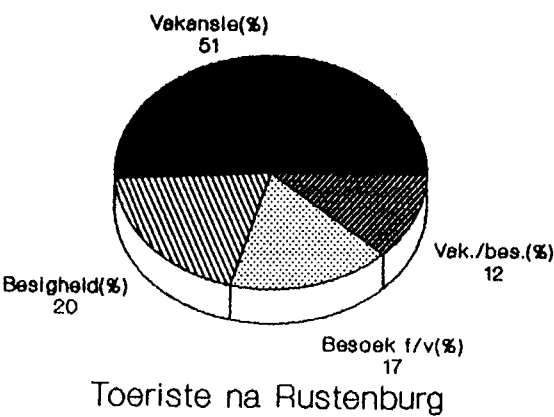
5.7.1 Ontleding van besoek en aantal besoeke

In tabel 5.8 word gepoog om vas te stel of die rede vir die besoek verskil tussen eerste-keer besoekers en persone wat die gebied al by meer as een geleentheid besoek het.

Tabel 5.8. Ontleding volgens doel van besoek en aantal besoeke, Rustenburg, 1989

	Doel van besoek				
Eerste besoek?	Vakansie	Besigheid	Vakansie besigheid	Besoek familie/vriende	Totaal
Ja %	68,2	15,2	4,5	12,1	100
Nee %	48,1	20,4	13,8	17,7	100
Alle Resp.	51,2	19,6	12,4	16,8	100

Figuur 5.2
Doel van besoek



Uit tabel 5.8 blyk dat:

- 'n Besoek met die doel om vakansie te hou, by beide groepe (eerste- of meerdere besoek) die gewildste was. Vir die drie oorblywende redes vir besoek, het beide groepe respondente ongeveer dieselfde gereageer. 'n Kombinasie van vakansie en besigheid het dan ook by albei groepe die minste steun geniet.

5.7.2 Duur van besoek aan die Rustenburgomgewing en aantal besoeke

In tabel 5.9 word die tydsduur wat respondente beplan om in die Rustenburgomgewing te vertoef, gekombineer met die aantal besoeke wat respondente aan die gebied gebring het.

Tabel 5.9 Ontleding volgens tydsduur van besoek en aantal besoeke, Rustenburg, 1989

	Tydsduur van besoek				
Eerste besoek?	Een dag	Naweek	<Week	>Week	Totaal
Ja %	24,3	27,4	17,7	30,6	100
Nee %	27,6	24,1	11,1	37,2	100
Alle resp.	27,0	24,6	12,2	36,2	100

Uit bogenoemde tabel blyk dat:

- besoeke van langer as 'n week by beide eerste-keer besoekers (30,6%), sowel as by meermalige besoekers (37,2%) die gewildste was. Ook in die geheel gesien, het respondente 'n verblyf van langer as 'n week verkies (36,2%).
- besoeke van slegs een dag en besoeke wat 'n naweek duur byna ewe veel ondersteuning geniet het.

- die kleinste aantal respondente die Rustenburgomgewing vir langer as 'n naweek, maar korter as 'n week besoek het.

Uit tabel 5.9 blyk dit ook duidelik dat die tydsduur wat persone die Rustenburgomgewing besoek, nie veel verskil toon tussen eerste-keer besoekers en meermalige besoekers nie.

5.8 Ondersoek na die beeld wat respondente het van vakansie-oorde en hotelle in die Rustenburgomgewing

Hierdie gedeelte van die ondersoek is onderneem ten einde respondente se gevoel jeens die vakansie-oorde en/of hotelle in die Rustenburgomgewing wat hulle besoek het, te toets. Hier word dus gepoog om die beeld wat vakansie-oorde en hotelle na toeriste uitdra, te bepaal. Vir hierdie doel sal aandag aan die volgende aspekte gegee word:

- redes waarom respondente bepaalde oorde/hotelle bō ander verkies het.
- respondente se indrukke van die betrokke oord/hotel wat hulle besoek het, en
- of respondente die betrokke vakansie-oord of hotel in die toekoms weer sal besoek.

5.8.1 Redes vir respondente se keuse van een vakansie-oord of hotel bō ander in die Rustenburgomgewing

Tabel 5.10 Ontleding van redes waarom een oord/hotel bō ander gekies is, Rustenburg, 1989

Redes	Respondente	
	n	%
Goedkoper tariewe	51	12,6
Beter geriewe	59	14,5
Beter geleë	116	28,6
Meer ontspanningsgeriewe/vermaak	138	34,0
Ander	78	19,2
Totaal	442	108,9

Uit tabel 5.10 blyk dat:

- die meeste respondente diē oord/hotel kies wat die meeste ontspanningsgeriewe/vermaak bied (34,0%).
- die ligging van die oord/hotel is die tweede belangrikste rede waarom respondente een oord/hotel bō ander gekies het (28,6%).
- nie soveel klem op goedkoper tariewe gelê word as wat die algemene verwagting sou wees nie.

In die volgende gedeelte en tabelle (5.11 - 5.14), word gekyk of die redes, soos in tabel 5.10 aangestip, verskil tussen manlike en vroulike respondente, tussen verskillende inkomstegroepe, tussen gesinne van verskillende groottes en tussen persone van verskillende ouderdomsgroepe.

verkies word volgens geslag van respondente,
Rustenburg, 1989

	Geslag %		Totaal
	Manlik	Vroulik	
Redes vir besoek			
Goedkoper tariewe	69,4	30,6	100
Beter geriewe	57,6	42,4	100
Beter geleë	49,6	50,4	100
Meer ontspanningsgeriewe/vermaak	54,3	45,7	100
Ander	55,1	44,9	100
Alle respondente	55,6	44,4	100

Uit tabel 5.11 blyk dit dat:

- goedkoper tariewe (69,4%) vir manlike respondente die vernaamste rede is, vir hul keuse tussen oorde/hotelle, met beter tariewe (57,6%) in die tweede plek. Vroulike respondente daarenteen, heg die meeste waarde aan 'n beter ligging (50,4%), en ontspanningsgeriewe/vermaak (45,7%). Opmerklik in hierdie geval is hoe baie waarde manlike respondente aan goedkoper tariewe heg, en hoe min waarde vroulike respondente daaraan heg (slegs 30,6%).

Vervolgens word verskillende inkomstegroepe se redes vir hul keuse tussen oorde/hotelle ontleed.

**Tabel 5.12 Ontleding van redes waarom een oord/hotel bo
ander gekies word volgens inkomstegroepe,
Rustenburg, 1989**

Redes vir besoek	Inkomstegroepe in R (%)				Tot
	0-19999	20000-39999	40000-59999	>60000	
Goedkoper tariewe	14,3	26,6	36,7	22,4	100
Beter geriewe	15,8	21,1	29,8	33,3	100
Beter geleë	3,5	34,3	36,8	25,4	100
Meer ontspannings geriewe/vermaak	8,8	42,6	25,1	23,5	100
Ander	16,7	25,6	28,2	29,5	100
Alle respondente	10,5	33,2	30,2	26,1	100

Uit tabel 5.12 blyk dat:

- goedkoper tariewe (14,3%) en beter geriewe (15,8%) is by die laagste inkomstegroep relatief meer belangrik. "Ander" redes wat ook as belangrik beskou is, sluit in:
 - Rustigheid
 - 'n Verhitte swembad
 - Beter behandeling deur personeel
 - Naby familie, ensovoorts.
- by die inkomstegroep R20 000 - R39 999 is ontspanningsgeriewe/vermaak (42,6%) as die vernaamste rede aangedui.
- die inkomstegroep R40 000 - R59 999 het 'n beter ligging (36,8%) en goedkoper tariewe (36,7%) as belangrike redes beskou.
- beter geriewe (33,3%) is deur die hoogste inkomstegroepe as die vernaamste rede vir hul keuse tussen oorde/hotelle beskou, met goedkoper tariewe (22,4%) as die minste belangrik.

Dit is dus duidelik dat mense 'n wye verskeidenheid redes het waarom hulle een oord/hotel bo ander oorde/hotelle in die omgewing kies.

Tabel 5.13: Ontleding van redes waarom een oord/hotel bo ander gekies word volgens gesinsgrootte, Rustenburg, 1989

Redes vir besoek	Gesinsgrootte				Totaal
	Twee	Drie	Vier	>Vier	
Goedkoper tariewe	17,8	20,0	20,0	42,2	100
Beter geriewe	17,2	17,2	24,2	41,4	100
Beter geleë	10,7	10,7	29,1	49,5	100
Meer ontspanningsgeriewe vermaak	12,3	13,1	31,5	43,1	100
Ander	8,2	15,1	23,3	53,4	100
Alle respondente	11,6	14,0	27,8	46,6	100

Uit tabel 5.13 blyk dat:

- gesinne van twee of enkelpersone die grootste klem lê op goedkoper tariewe (17,8%) en beter geriewe (18,2%).
- gesinne van drie ook goedkoper tariewe (20,0%) en beter geriewe (17,2%) as die belangrikste beskou het.
- gesinne van vier daarenteen, beklemtoon meer ontspanningsgeriewe/vermaak (31,5%) en 'n beter ligging (29,1%).
- vir gesinne van vier of meer is "Ander" redes (53,4%), (vir "ander" redes, sien bespreking van tabel 5.12) belangriker as gegewe redes.

Tabel 5.14 Ontleding volgens redes waarom een oord/hotel bō
ander gekies word en ouderdom van die hoof van
die huishouding, Rustenburg, 1989

Redes vir besoek	Ouderdom in jare %				Totaal
	<25	25-39	40-59	60 en ouer	
Goedkoper tariewe	6,2	40,8	51,0	2,0	100
Beter geriewe	1,7	20,3	76,3	1,7	100
Beter geleë	0,9	15,7	81,7	1,7	100
Meer ontspanningsgeriewe/ vermaak	4,3	35,5	58,0	2,2	100
Ander	1,3	18,2	77,9	2,6	100
Alle respondente	3,0	25,4	69,4	2,2	100

Uit tabel 5.14 blyk dat:

- goedkoper tariewe (6,2%) en meer ontspanningsgeriewe/vermaak (4,3%) vir respondente onder 25 jaar die belangrikste redes is waarom een oord/hotel bō ander gekies word.
- vir respondente tussen 25 en 39, goedkoper tariewe (40,8%) en meer ontspanningsgeriewe/vermaak (35,5%) die twee vernaamste redes is wat in ag geneem word by hul keuse tussen oorde/hotelle.
- respondente tussen 40 en 59, het 'n beter ligging (81,7%) en beter geriewe (76,3%) as belangrik beskou in hul keuse tussen oorde/hotelle.
- beide groepe, 40 tot 59 en 60 en ouer, "ander" redes ook as belangrik beskou het (onderskeidelik 77,9% en 2,6%) (Sien die bespreking van tabel 5.12 vir 'n aantal van hierdie redes).
- respondente in die hoogste ouderdomsgroep (60 jaar en ouer) het, afgesien van "ander" redes, ook meer

ontspanningsgeriewe/vermaak as belangrik beskou (2,2%). Ook goedkoper tariewe (2,0%) is vir hierdie persone 'n vername rede.

5.8.2 Ontleding van respondente se gevoel teenoor oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing, aan die hand van 'n aantal belangrike aspekte

Ten einde 'n beter begrip te kry van respondente se gevoel jeens betrokke vakansie-oorde/hotelle is 'n aantal stellings gemaak en respondente moes aandui in watter mate hulle saamstem/nie saamstem met die stellings. Aspekte wat in hierdie gedeelte aangeraak word, is personeel, toegangsroetes en toegangsgelde.

Tabel 5.15 **Ontleding van sekere aspekte ten einde
respondente se gevoel jeens vakansie-oorde/
hotelle in die Rustenburgomgewing te toets.**

Mate waarin respondente met stellings saamstem					
Stellings gemaak	Stem beslis saam	Stem grootliks saam	Stem nie grootliks saam	Stem glad nie saam nie	Tot %
Die perso- neel van die oord/ hotel is vriendelik en hulp- vaardig	54,9	29,2	8,6	7,4	100
Toegangs- roetes na die oord/hotel is uit- stekend	36,2	40,6	14,7	8,6	100
Toegangsgel- de is billik (dagbesoe- kers)	37,8	39,3	14,3	8,6	100

Uit tabel 5.15 blyk dat:

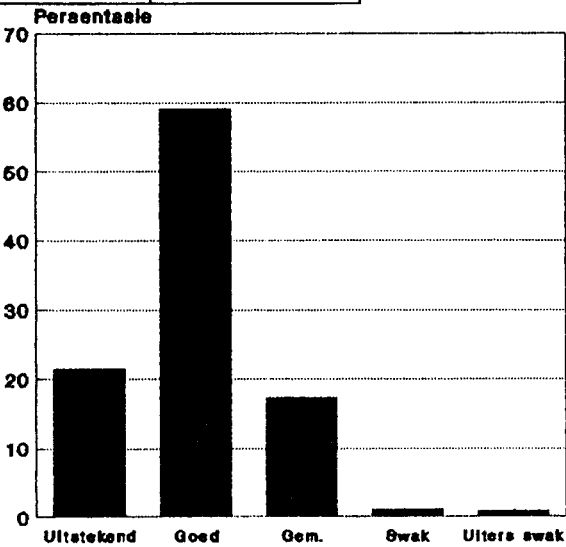
- personeel van vakansie-oorde/hotelle oorwegend vriendelik en hulpvaardig teenoor toeriste optree (positiewe reaksie - 84,1%)
- wat die toestand van toegangsroetes na oorde/hotelle betref, respondente ook hier grootliks positief gereageer het (positiewe reaksie - 76,8%).
- ook toegangsgelde na oorde/hotelle positief geëvalueer is (77,1%).

5.8.3 Indrukke van respondente rakende die oorde/hotelle wat hulle besoek het.

In tabelle 5.16 en 5.17 word respondente se algemene indrukke van die oord/hotel wat hulle besoek het, getoets en word ontleed of hulle die betrokke oord/hotel wat hulle besoek het, weer sal besoek. Hierdie twee tabelle vorm die finale gedeelte van die voortgesette poging om die beeld wat respondente het van oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing, te bepaal.

Tabel 5.16 Ontleding van respondente se indrukke van oorde/hotelle wat hulle besoek het, Rustenburg, 1989.

Algemene indrukke	Respondente	
	n	%
Uitstekend	88	21,5
Goed	242	59,0
Gemiddeld	71	17,3
Swak	5	1,2
Uiters swak	4	1,0
Totaal	410	100



Figuur 5.3 Toeriste se indrukke van oorde/hotelle

Uit tabel 5.16 blyk dat:

- 80,5 persent van respondente se algemene indrukke van die vakansie-oorde/hotelle wat hulle besoek het, positief (uitstekend - 21,5%, goed - 59,0%) was.
- slegs 2,2 persent van die respondente het aangedui dat hulle 'n negatiewe indruk het van die oord/hotel wat hulle besoek het.

In die volgende gedeelte is respondente gevra of hulle die oord/hotel wat hulle nou besoek of besoek het, in die toekoms weer sal besoek. Dit behoort dus ook 'n weerspieëling te wees van die gevoel wat respondente koester rakende die oorde/hotelle wat hulle besoek het.

Tabel 5.17 Ontleding volgens waarskynlikheid van toekomstige besoeke, Rustenburg, 1989

Sal u die oord/hotel in die toekoms weer besoek?	Respondente	
	n	%
Beslis	176	43,0
Waarskynlik	165	40,3
Onseker	49	12,0
Onwaarskynlik	7	1,7
Glad nie	12	2,9
Totaal	409	100

Uit tabel 5.17 blyk dat:

- 83,3 persent van die respondente positief is oor 'n toekomstige besoek aan die betrokke oord/hotel wat hulle tans besoek.
- slegs 2,9 persent van die respondente aangedui het dat hulle onwaarskynlik, of glad nie die oord/hotel in die toekoms sal besoek nie.

5.9 Onderzoek na die beeld wat respondente het van die Rustenburgomgewing

Waar in die vorige gedeelte (5,8%) gepoog is om die beeld wat vakansie-oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing na toeriste uitdra, te bepaal, val die klem in hierdie gedeelte op die beeld wat die Rustenburgomgewing as geheel, na toeriste uitdra. In hierdie verband is twee vrae aan respondente gestel, naamlik:

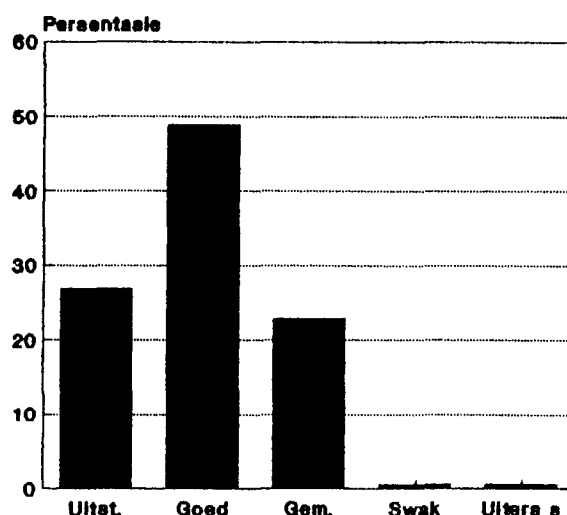
- "Wat is u gevoel rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing?"
- "Sal u die gebied in die toekoms weer besoek?"

Aan die hand van bogenoemde vrae sal dus gepoog word om respondente se gevoel jeens die Rustenburgomgewing as geheel, te bepaal.

Tabel 5.18 Ontleding van respondente se gevoel rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing

Toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing	Respondente	
	n	%
Uitstekend	110	26,8
Goed	200	48,9
Gemmiddeld	94	22,9
Swak	3	0,7
Uiters swak	3	0,7
Totaal	410	100

Figuur 5.4 Toerismepotensiaal van Rustenburg



Uit tabel 5.18 blyk dat:

- die meerderheid respondente (75,6%) aangedui het dat die Rustenburgomgewing 'n positiewe toerismepotensiaal het (uitstekende potensiaal - 26,8%; goeie potensiaal - 48,8%)

Opvallend hier is die geringe persentasie respondente (1,4%) wat die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing as swak of uifers swak beskou.

Om 'n duideliker beeld van respondente se gevoel jeens die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing te kry is dit nodig om vas te stel of manlike- en vroulike respondente, verskillende inkomstegroepe, gesinne van verskillende groottes en verskillende ouderdomsgroepe van mening verskil oor hierdie aspek aldan nie.

Tabel 5.19 Ontleding van die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding

Respondente %	Toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing					
Geslag	Uitstekend	Goed	Gemiddeld	Swak	Uifers swak	Tot
Manlik	27,9	51,3	20,4	0	0,4	100
Vroulik	25,0	46,1	26,1	1,7	1,1	100
Jaarlikse Inkomste (R)						
0 - 19 999	21,4	59,5	16,7	2,4	0	100
20 000 - 39 999	26,5	51,4	20,5	0,8	0,8	100
40 000 - 59 999	26,4	47,2	26,4	0	0	100
60 000 en hoër	28,3	46,3	22,6	0,9	1,9	100

Tabel 5.19 Ontleding van die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding (vervolg)

Respondente %	Toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing					
	Uitstekend	Goed	Gemiddeld	Swak	Uiters swak	Tot
Grootte van gesin						
Twee	29,5	61,4	9,1	0	0	100
Drie	22,7	52,8	22,6	1,9	0	100
Vier	29,5	45,7	24,8	0	0	100
Meer as vier	27,4	44,1	25,7	1,1	1,7	00
Ouderdom van die hoof van die huishouding (jare)						
Jonger as 25	8,4	58,3	33,3	0	0	100
25 - 39	31,4	51,	16,6	1,0	0	100
40 - 59	25,5	48,2	24,8	0,4	1,1	100
60 en ouer	33,3	33,3	22,2	11,	0	100
Alle respondente	26,8	48,9	22,9	0,	0,7	100

Uit tabel 5.19 blyk dat:

- die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing deur al vier groepe respondente in 'n baie positiewe lig gesien word.
- die enigste groep respondente wat 'n noemenswaardige negatiwiteit rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing geopenbaar het, diegene bō 60 jaar was (11,2% - swak potensiaal en 22,2% - gemiddelde potensiaal).
- mans relatief gunstiger as vrouens gereageer het (79,2% teenoor 71,1%).
- 90,9% van die gesinne wat uit twee persone bestaan (dus gesinne sonder kinders), het die potensiaal van die gebied gunstig geëvalueer.

In tabel 5.20 word respondente se reaksie op die vraag of hulle die Rustenburgomgewing in die toekoms weer sal besoek, aangetoon.

Tabel 5.20 Ontleding volgens toekomstige herhaling van besoek, Rustenburg, 1989

	Sal u die Rustenburgomgewing weer besoek?					
Respondente	Beslis	Waarskynlik	Onseker	Onwaar skynlik	Glad nie	Totaal
n	220	148	32	2	8	410
%	53,7	36,1	7,8	0,5	2,0	100

Uit tabel 5.20 blyk dat:

- meer as die helfte van die respondente (53,7%) aangedui het dat hulle die Rustenburgomgewing beslis in die toekoms weer sal besoek.
- 'n verdere 36,1 persent van die respondente aangedui het dat hulle die omgewing waarskynlik in die toekoms weer sal besoek.

- slegs 2,5 persent van die respondente (Onwaarskynlik - 0,5% en glad nie 2,0%) negatief op hierdie vraag gereageer het.

In hierdie gedeelte is dit ook belangrik om te bepaal of persone wat die Rustenburgomgewing vir die eerste keer besoek, opvolgbesoeke oorweeg aldan nie en of hul reaksie verskil van dié van persone wat die gebied al herhaaldelik besoek het. In tabel 5.21 word ondersoek ingestel hierna.

Tabel 5.21 Ontleding volgens toekomstige herhaling van besoek en aantal besoeke, Rustenburg, 1989

		Sal u die Rustenburgomgewing weer besoek?					
Eerste besoek?		Beslis	Waarskynlik	Onseker	Onwaarskynlik	Glad nie	Tot
Ja	%	56,5	32,3	8,1	1,6	1,6	100
Nee	%	53,2	36,8	7,6	0,3	2,0	100

Uit tabel 5.21 blyk dat:

- 88,8 persent (Beslis - 56,5% en Waarskynlik - 32,3%) van respondente wat die Rustenburgomgewing vir die eerste keer besoek het, aangedui het dat hulle die gebied in alle waarskynlikheid in die toekoms weer sal besoek.
- slegs 3,2 persent van hierdie persone aangedui het dat hulle die gebied nie weer sal besoek nie.
- ook respondente wat die omgewing al meermale besoek het, aangedui het dat hulle die gebied wel in die toekoms weer sal besoek (Beslis - 53,2% en Waarskynlik - 36,8% = 90%).
- 2,3 persent van hierdie persone die Rustenburgomgewing waarskynlik in die toekoms nie weer sal besoek nie.

5.10 Ontleding van bepaalde prys- en promosie-oorwegings rakende toerisme in die Rustenburgomgewing

Hierdie gedeelte van die ondersoek is gedoen ten einde duidelikheid te verkry ten opsigte van bepaalde prys- en promosie-oorwegings wat 'n invloed het op die toerismebedryf in die Rustenburgomgewing. In hierdie gedeelte word aandag gegee aan aspekte soos:

- hoe het respondente van die oord/hotel wat hulle besoek het, te wete gekom.
- sal respondente die bepaalde oord/hotel meer gereeld besoek indien 'n spesiale tarief vir gereelde besoekers gehef word.
- watter bedrae respondente beplan om in die Rustenburgomgewing te spandeer, sowel as waarop hulle beplan om dit te bestee.
- wat is respondente se mening rakende akkommodasietariewe en toegangsgelde.

Vervolgens is ondersoek ingestel na die wyse waarop respondente van die bepaalde oord/hotel wat hulle besoek het, te wete gekom het. Hierdeur kan dan ook vasgestel word watter promosiemetode die doeltreffendste is.

Uit die ondersoek het dan ook geblyk dat familie en vriende (65,1%) die grootste rol gespeel het in die bekendstelling/aanbeveling van bepaalde oorde/hotelle by respondente. Slegs tydskrifte (10,1%) en die plaaslike inligtingsburo (60%) het 'n noemenswaardige bydrae gelewer tot die bekendstelling/aanbeveling van oorde/hotelle aan respondente/toeriste. Aangesien geen ander promosiemetode naastenby so doeltreffend soos inligting deur familie/vriende was nie, is 'n getabuleerde uiteensetting van inligting oorbodig.

In die volgende gedeelte word ondersoek ingestel na respondente se reaksie op moontlike tariefverlagings aan gereelde besoekers

aan vakansie-oorde en/of hotelle in die Rustenburgomgewing. Hierdie gedeelte van die ondersoek is geloods ten einde vas te stel of genoemde tariefverlagings die potensiaal het om meer toeriste na die gebied te lok sowel as om persone te oorreed om die gebied meer dikwels te besoek.

In tabel 5.22 word respondente se reaksie hierop getoets in vergelyking met hul jaarlikse inkomste. Hierdeur kan dan ook vasgestel word watter inkomstegroepe vatbaar is vir genoemde tariefverlagings sodat promosievelddtogte op hierdie persone gerig kan word.

**Tabel 5.22 Ontleding volgens reaksie op moontlike
tariefverlagings en jaarlikse inkomste
van die huishouding, Rustenburg, 1989**

Jaarlikse inkomste	Reaksie op moontlike tariefverlagings			Totaal
	Beslis	Moontlik	Glad nie	
0 - 19 999	40,5	54,8	4,8	100
20 000 - 39 999	48,5	40,9	10,6	100
40 000 - 59 999	41,3	52,1	6,6	100
Meer as 60 000	45,3	44,3	10,4	100
Alle respondente	44,6	46,7	8,7	100

Uit tabel 5.22 blyk dat:

- al vier inkomstegroepe oorheersend positief gereageer het op 'n moontlike verlaging in tariewe deur oorde/hotelle.
- slegs 'n klein aantal respondente uit alle inkomstegroepe negatief gereageer het.

- die reaksie op genoemde maontlike prysverlagings nie noemenswaardige verskille toon tussen verskillende inkomstegroepe nie.

'n Verdere belangrike aspek in hierdie gedeelte van die ondersoek is om vas te stel watter bedrag respondente beplan om in die ondersoekgebied te spandeer sowel as waarop hulle beplan om hul geld te spandeer. Hierdie gedeelte van die ondersoek is belangrik aangesien hierdeur vasgestel kan word watter bedrae geld deur watter groepe respondente/toeriste spandeer word, sowel as waarop hulle geld spandeer.

Tabel 5.23 gee 'n uiteensetting van beplande uitgawes deur verskillende inkomstegroepe.

Tabel 5.23 Ontleding van waarop geld spandeer word, volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989

Respondente	Beplande besteding tydens verblyf in omgewing						Tot
	Minder as R50	R50 tot R99	R100 tot R149	R150 tot R299	R300 tot R499	R500 en meer	
Geslag							
Manlik	15,5	23,9	23,0	17,3	6,2	14,2	100
Vroulik	12,8	17,8	24,4	17,2	11,7	16,1	100
Jaarlikse inkomste(R)							
0 - 19 999	7,1	28,6	23,8	9,5	4,8	26,2	100
20 000 - 39 999	14,4	16,7	33,3	14,4	8,3	12,9	100
40 000 - 59 999	14,9	23,1	22,3	20,7	9,1	9,9	100
60 000 en meer	17,0	22,6	13,2	20,8	10,4	16,0	100

Tabel 5.23 Ontleding van beplande besteding volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989 (vervolg)

Respondente	Beplande besteding tydens verblyf in omgewing						Tot
	Minder as R50	R50 tot R99	R100 tot R149	R150 tot R299	R300 tot R499	R500 en meer	
Grootte van gesin							
Twee	13,8	13,6	31,8	13,6	13,6	13,6	100
Drie	15,1	28,3	17,0	22,6	11,3	5,7	100
Vier	11,4	18,1	32,4	11,4	5,7	21,0	100
Meer as vier	16,8	21,7	19,6	18,4	8,4	15,1	100
Ouderdom van hoof van die huishouding (in jare)							
Jonger - 25	16,7	16,7	25,0	16,7	0	25,0	100,1
25 - 39	13,7	23,5	28,4	22,5	4,9	6,9	99,9
40 - 59	14,9	19,5	22,3	15,6	9,9	17,7	99,9
60 en ouer	0	44,4	11,1	11,1	22,2	11,1	99,9
Alle respondente	14,3	21,0	23,7	17,3	8,6	15,1	100

Uit tabel 5.23 blyk dat:

- respondente in al vier indelings (sien tabel 5.23), die kategorieë R50 - R149 as hul mees waarskynlike bestedingspatroon aangedui het.
- vroulike respondente beplan om meer geld as manlike respondente te bestee tydens hul verblyf in die ondersoekgebied (11,7%-v teenoor 6,2%-m en 16,1-v teenoor 14,2%-m).
- die kategorieë R50 - R149 die gewildste was by alle inkomstegroepe. Die hoogste inkomstegroep (R60 000 en meer) se beraamde besteding hoër is as dië van die ander drie groepe (R150 en meer : 47,2% -(20,8 + 10,4 + 16,0)- teenoor 40,5%; 35,6% en 39,7%).
- gesinne van verskillende groottes se bestedingspatrone nie veel verskil nie, maar dat groter gesinne (meer as vier) beplan om relatief meer as kleiner gesinne te bestee (R150 en meer : 41,9% teenoor 40,8%; 39,6% en 38,1%).
- besteding nie veel afneem of toeneem soos persone ouer word nie, maar dat respondente van 60 jaar en ouer, beplan om relatief meer te spandeer as jonger respondente (R150 en meer : 44,4% teenoor 41,7%; 34,3% en 43,2%).

In tabel 5.24 word ondersoek ingestel na waarop respondente hul geld spandeer tydens hul verblyf in die Rustenburgomgewing.

Tabel 5.24 Ontleding waarop geld spandeer word, volgens
geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en
ouderdom van die hoof van die huishouding,
Rustenburg, 1989

Respondente	Waarop word geld spandeer?				
	Aanden- kings	Vermaak- likheid	Besigt toere	Sport	*Ander
Geslag					
Manlik	15,6	57,3	11,1	29,8	7,6
Vroulik	20,1	66,5	22,3	12,3	11,7
Jaarlikse inkomste (R)					
0 - 19 999	19,0	57,1	14,3	19,0	2,4
20 000 - 39 999	15,3	61,1	14,5	27,5	7,6
40 000 - 59 999	20,7	57,9	19,0	19,0	9,9
Meer as 60 000	17,1	65,7	16,2	19,0	14,3
Grootte van gesin					
Twee	20,9	60,5	20,9	20,9	9,3
Drie	13,2	66,0	22,6	17,0	1,9
Vier	20,0	53,3	7,6	25,7	8,6
Meer as vier	16,3	62,4	17,4	21,9	11,2

Tabel 5.24 Ontleding waarop geld spandeer word, volgens geslag, inkomstegroepe, gesinsgrootte en ouderdom van die hoof van die huishouding, Rustenburg, 1989 (vervolg)

Respondente	Waarop word geld spandeer?				
	Aanden- kings	Vermaak- likheid	Besigt. toere	Sport	*Ander
Ouderdom van die hoof van die huishou- ding (in jare)					
Jonger as 25	25,0	58,3	8,3	16,7	8,3
25 - 39	21,6	52,0	8,8	35,3	4,9
40 - 59	16,4	65,4	18,9	17,1	11,1
60 en ouer	0	44,4	22,2	33,3	11,1
Alle resp	17,6	61,3	16,1	22,1	9,4

* Onder die kategorie "Ander", is geld spandeer op:

- voedsel
- kruideniersware
- geskenke
- klerasie en
- vir besigheidsdoeleindes

Uit tabel 5.24 blyk dat:

- al vier groepe respondente (soos uiteengesit in tabel 5.24) aangedui het dat die meeste geld op vermaaklikheid bestee is, met sportbedrywighede in die tweede posisie.

- manlike respondente meer geld op sport spandeer as vroulike respondente (29,8% teenoor 12,3%), terwyl laasgenoemde relatief meer spandeer het op vermaaklikheid (66,5% teenoor 57,3%), besigheidstoere (22,3% teenoor 11,1%) en aandenkings (20,1% teenoor 15,6%).
- die jonger respondente relatief meer spandeer op aandenkings en ouer respondente relatief meer op sport en besigtigingstoere. Nie een van die respondente van 60 jaar en ouer het geld op aandenkings spandeer nie.

Die laaste gedeelte van die ondersoek na bepaalde prys- en promosie oorwegings, behels 'n ondersoek na respondente se gevoel rakende akkommodasietariewe en toegangsgelde na oorde. Hierdie gedeelte van die ondersoek is gedoen om vas te stel of toeriste tevrede is met bepaalde tariewe/toegangsgelde wat gehef word. Hierdeur kan vasgestel word of dit nie wenslik sal wees om verlagings in hierdie tariewe in te stel nie. In tabel 5.25 word respondente se reaksie op hierdie kwessie uiteengesit.

**Tabel 5.25 Respondente se gevoel rakende
akkommodasietariewe en
toegangsgelde, Rustenburg, 1989**

	% Respondente		Totaal
	Ja	Nee	
Is akkommodasietariewe billik na u mening? (oornag)	83,4	16,6	100
Is toegangsgelde billik na u mening (dag)	73,0	27,0	100

Uit tabel 5.25 blyk dat:

- respondente van mening was dat beide akkommodasietariewe (83,4%) en toegangsgelde (73%) billik is.

5.11 Ontleding van vermaaklikheid in die Rustenburgomgewing

Vanweë die feit dat toerisme so swaar op vermaak steun, is die volgende gedeelte van die ondersoek van besondere belang. Aspekte wat in hierdie gedeelte ondersoek word, sluit in:

- wat is die Rustenburgomgewing se vernaamste toeriste-aantrekkingskrag?
- sou die bestaan van een of ander gerief/fasiliteit toeriste kan oorreed om langer in die gebied te bly?
- is toeriste bewus van alle besienswaardighede in die Rustenburgomgewing en is besienswaardighede al besoek.
- watter besienswaardighede word die meeste besoek en indien nog nie besoek - waarom nie?
- gewildheid van die plaaslike inligtingsburo.
- is daar genoegsame ontspanningsfasiliteite by oorde vir dagbesoekers en wat sou persone nog verlang betreffende vermaaklikheid.

In die eerste afdeling van hierdie gedeelte van die ondersoek, word gepoog om vas te stel wat die vernaamste toeriste-aantreklikheid in die Rustenburgomgewing is.

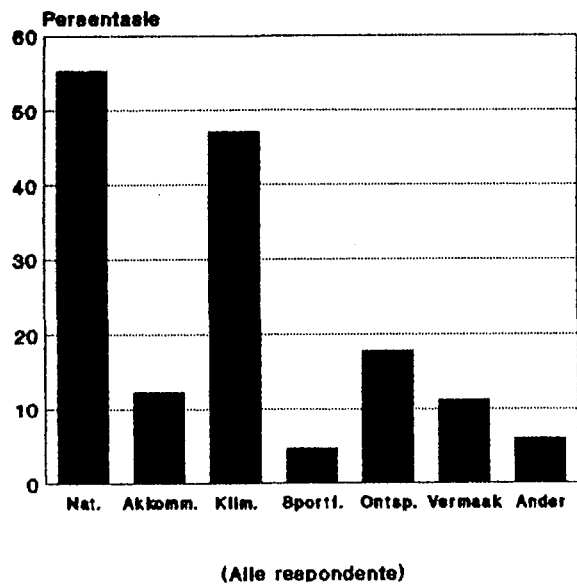
Tabel 5.26 Ontleding van die Rustenburgomgewing se vernaamste aantrekkingskrag volgens geslag, gesinsgrootte, inkomstegroepe en ouderdom van die hoof van die huishouding

Resp	Vernaamste aantrekkingskrag						
Geslag	Natuur-skoon	Gerieflike akkommodasie	Klimaat	Sportfasiliteite	Ontspanningsgeboue	Vermaak	Ander
Manlik	53,1	13,8	45,1	5,8	18,3	10,3	6,7
Vroulik	58,4	10,1	49,4	3,4	16,9	12,4	5,1
Jaarl Ink (R)							
<20 000	54,8	9,5	33,3	4,8	21,4	2,4	7,1
20 000 - 39 999	55,4	8,5	35,4	6,2	16,9	17,7	6,9
40 000 - 59 999	57,0	11,6	57,9	2,5	16,5	8,3	3,3
Meer as 60 000	53,8	18,3	52,9	4,8	18,3	8,7	7,7
Grootte van gesin							
Twee	61,4	11,4	70,5	2,3	13,6	4,5	4,5
Drie	56,6	7,5	50,9	3,8	17,0	3,8	3,8
Vier	51,0	12,5	43,3	6,7	18,3	14,4	5,8
> Vier	54,5	11,9	39,2	4,0	15,9	13,1	6,8

Tabel 5.26 Ontleding van die Rustenburgomgewing se vernaamste aantrekkingskrag volgens geslag, gesinsgrootte, inkomstegroepe en ouderdom van die hoof van die huishouding (vervolg)

Resp	Vernaamste aantrekkingskrag						
	Natuur-skoon	Gerieflike akkommoda-sie	Klimaat	Sportfa-siliteite	Ontspan-ningsge-riewe	Vermaak	Ander
Ouderdom van die hoof van die huis-houding (in jare)							
Jonger as 25	41,7	8,3	33,3	0	33,3	0	16,7
25 - 39	64,7	20,6	40,2	7,8	24,5	11,8	2,9
40 - 59	52,5	9,0	50,4	3,6	15,1	11,9	6,8
60 jaar en ouer	55,6	22,2	44,4	11,1	0	0	0
Alle resp	55,4	12,2	47,1	4,7	17,7	11,2	6,0

Figuur 5.5
Vernaamste aantrekkingskragte



* Van die "Ander" aantrekkingskragte wat deur respondente as belangrik aangedui is, is:

- Goeie kongresgeriewe.
- Vriende en familie.
- Nabyheid van Sun City.
- Stilte en rustigheid.
- Historiese waarde van Rustenburg.

Uit tabel 5.2.6 blyk dat:

- respondente in die geheel aangedui het dat natuurskoon en klimaat by uitstek die Rustenburgomgewing se twee belangrikste aantrekkingskragte vir toeriste is.
- sportfasiliteite en vermaak deur 'n klein gedeelte van die respondente as 'n aantrekkingskrag beskou word.
- manlike en vroulike respondente se evaluasies nie wesenlik verskil nie.
- hoër inkomstegroepe klimaat net so belangrik ag as natuurskoon.
- klimaat minder belangrik by die groter gesinne is, terwyl vermaak ietwat belangriker is.
- ontspanningsgeriewe by jonger mense 'n belangriker rol speel.

In die volgende gedeelte word nou gekyk na òf die bestaan van een of ander gerief/fasiliteit toeriste sou kon oorreed om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef en indien wel, watter geriewe/fasiliteite.

**Tabel 5.27 Ontleding van òf die bestaan van bepaalde
fasiliteite/geriewe toeriste sou kon oorreed
om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef**

	Sou die bestaan van 'n bepaalde fasiliteit/gerief u kon oorreed om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef?			
Resp	Ja	Nee	Weet nie	Tot
n	113	117	178	408
%	27,7	28,7	43,6	100

Uit tabel 5.27 blyk dat:

- die meerderheid respondente nie seker is of die bestaan van een of ander fasiliteit of gerief hulle sou kon oorreed om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef nie (43,6%).
- persone wat wel menings oor die onderwerp gelug het, baie gelyk verdeel is (Ja = 27,7%; Nee = 28,7%).

Fasiliteite/geriewe wat deur respondente aangedui is wat hulle sou oorreed om langer by die oord/hotel of in die Rustenburgomgewing te vertoef is:

- Onderdak, verhitte swembad.
- Skoon geriewe.
- Meer ontspanningsgeriewe soos: Perdry.
Water pretpark.
Muurbalbane.
Sauna.
Ysskaats & Rolskaats.
Rolbalbaan.
Tennisbane.
Kegelbane.

- 'n Daaglikse, georganiseerde vermaaklikheidsprogram vir die jeug.

5.11.1 Is toeriste bewus van die besienswaardighede in die Rustenburgomgewing?

Hierdie en ander verwante vraagstukke sal in hierdie gedeelte van die ondersoek hanteer word.

Tabel 5.28 Ontleding van respondente se bewustheid van besienswaardighede, besoek van besienswaardighede en aantal besoeke, Rustenburg, 1989.

Is dit u eerste besoek aan die Rustenburgomgewing?	Is u bewus van alle besienswaardighede wat die Rustenburgomgewing bied?		Het u al enige van die besienswaardighede besoek?	
	Ja	Nee	Ja	Nee
Ja	51,6	48,2	46,8	53,2
Nee	49,4	50,6	57,4	42,6
Alle resp	49,8	50,2	57,4	42,6

Uit tabel 5.28 blyk dat:

- byna die helfte van die respondente bewus was van die besienswaardighede in die Rustenburgomgewing terwyl net meer as die helfte al van die besienswaardighede besoek het.
- ongeveer die helfte van die respondente wat die gebied vir die eerste keer besoek, wel bewus is van die besienswaardighede wat die Rustenburgomgewing bied (51,6%), terwyl 46,8% van hierdie mense aangedui het dat hulle reeds van die besienswaardighede besoek het.

- ook respondente wat die Rustenburgomgewing al voorheen besoek het, is min of meer gelykop verdeel wat bewustheid van besienswaardighede betref (49,4% teenoor 50,6%), terwyl byna 60% van hierdie persone alreeds van die besienswaardighede besoek het.

Voorts is ondersoek ingestel na watter besienswaardighede die gewildste onder respondente was, sowel as waarom sommige respondente nie enige besienswaardighede besoek het nie. Die resultate van die ondersoek is soos volg:

Besienswaardighede wat die meeste deur respondente besoek word, is in volgorde van gewildheid:

1. Die Kloof (22,7%)
2. Die Wildtuin (18%)
3. Die Museum (12,9%)
4. Boekenhoutfontein (9%)
Sun City (9%)
5. Paul Bodenstein Park (5,9)
6. Berge en wandelpaaie (4,7%)
7. Kwaggapan (3,9%)
8. Damme (3,5%)
9. Monumente (3,1%)
10. Kultuursentrum (2%)
Vakansie-oorde (2%)
Historiese geboue (2%)
Dorp en omgewing (2%)
11. Sitrussortering (0,4%)
Tabaknavorsing (0,4%)

Uit bogenoemde is dit duidelik dat die Kloof en die wildduin/natuurreservaat die gewildste besienswaardighede in die Rustenburgomgewing is.

'n Groot getal van die respondente het egter aangedui dat hulle nog geen besienswaardighede in die Rustenburgomgewing besoek het nie. Die volgende is die vernaamste redes daarvoor:

1. Weet nie van besienswaardighede/geen inligtingsbrosjures beskikbaar nie (31,4% van "nie-besoekers").
2. Nie voldoende tyd om besienswaardighede te besoek nie (33,6%).
3. Stel nie belang in besienswaardighede nie (7,9%).
4. Is nog van plan om besienswaardighede te besoek - het net nog nie tyd gehad nie (11,4%).
5. Geen rede/weet nie (6,4%).
6. Wil rus en ontspan (2,1%).
7. Saam met 'n groep (1,4%).
8. Besoek familie/vriende (0,7%)

Die twee vernaamste redes waarom respondente nie besienswaardighede besoek het nie, is dus dat hulle nie bewus is van besienswaardighede nie, as gevolg van 'n gebrek aan inligtingsbrosjures en 'n gebrek aan tyd.

5.11.2 Die rol van die plaaslike inligtingsburo

Hier is gepoog om vas te stel of toeriste weet waar die inligtingsburo geleë is, asook of hulle die inligtingsburo al besoek het.

Tabel 5.29 gee 'n uiteensetting van respondente se reaksie, in vergelyking met die aantal besoeke wat toeriste aan die Rustenburgomgewing gebring het.

Tabel 5.29 Uiteensetting van die rol wat die inligtingsburo speel, en aantal besoeke gebring deur respondente.

Is dit u eerste besoek aan die Rustenburg-omgewing?	Weet u waar die plaaslike inligtingsburo is?		Het u die inligtingsburo al besoek?	
	Ja	Nee	Ja	Nee
Ja	25,8	74,2	17,7	82,3
Nee	49,1	50,9	26,6	73,4
Alle resp	45,4	54,5	25,2	74,8

Uit tabel 5.29 blyk dat:

- die meerderheid respondente (54,5%) nie weet waar die inligtingsburo is nie en die buro ook nog nie besoek het nie (74,8%).
- slegs 'n klein aantal (25,8%) van persone wat die Rustenburgomgewing vir die eerste keer besoek, weet waar die inligtingsburo geleë is.
- 82,3% van eerste-keer besoekers, en 73,4% van die persone wat die Rustenburgomgewing al voorheen besoek het, nog nie die plaaslike inligtingsburo besoek het nie.

5.11.3 Dagbesoekers se menings rakende ontspanningsfasiliteite

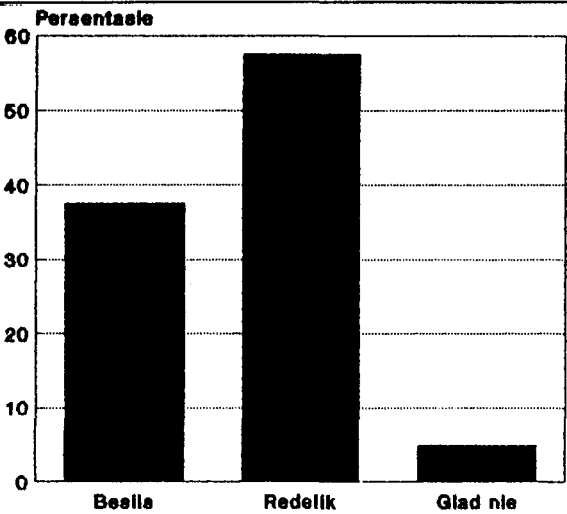
In die laaste gedeelte van hierdie afdeling (vermaak) van die ondersoek, word dagbesoekers aan oorde, se gevoel rakende ontspanningsfasiliteite by die bepaalde oorde getoets.

Respondente is gevra of die bepaalde oord wat hulle besoek, oor genoegsame ontspanningsfasiliteite bekik aldan nie. Indien negatief op hierdie vraag geantwoord word, moes respondente aandui watter fasiliteite hulle graag by die oord sou wou hê.

Tabel 5.30 Uiteensetting van respondente se mening rakende ontspanningsfasiliteite by oorde.

Is daar na u mening genoegsame ontspanningsfasiliteite by die oord?				
Resp	Beslis	Redelik	Glad nie	Tot
n	45	69	6	* 120
%	37,5	57,5	5,0	100
* Verwys slegs na dagbesoekers				

Figuur 5.6 Genoegsaamheid van ontspanningsfasiliteite



Uit tabel 5.30 blyk dat:

- respondente van mening was dat daar wel genoegsame ontspanningsfasiliteite by vakansie-oorde is.

Voorstelle wat aan die hand gedoen is rakende ontspanningsfasiliteite, sluit in:

- groepsvermaak
- waterpretpark
- staproetes
- hengel
- biblioteek
- set-set (putt-putt) baan
- kegelbaan
- rol- en ysskaatsbaan

5.12 Ontleding van akkommodasie by oorde/ hotelle in die Rustenburgomgewing

Aangesien die bestaan van voldoende akkommodasiefasiliteite 'n belangrike komponent van die toerismebedryf vorm, is dit noodsaaklik om die Rustenburgomgewing ook aan die hand hiervan te ontleed.

In hierdie gedeelte van die ondersoek is akkommodasiefasiliteite ontleed aan die hand van:

- tipe akkommodasie wat die meeste benut word.
- respondente se tevredenheid, aldan nie, met genoemde akkommodasie.
- redes vir ontevredenheid met akkommodasie.

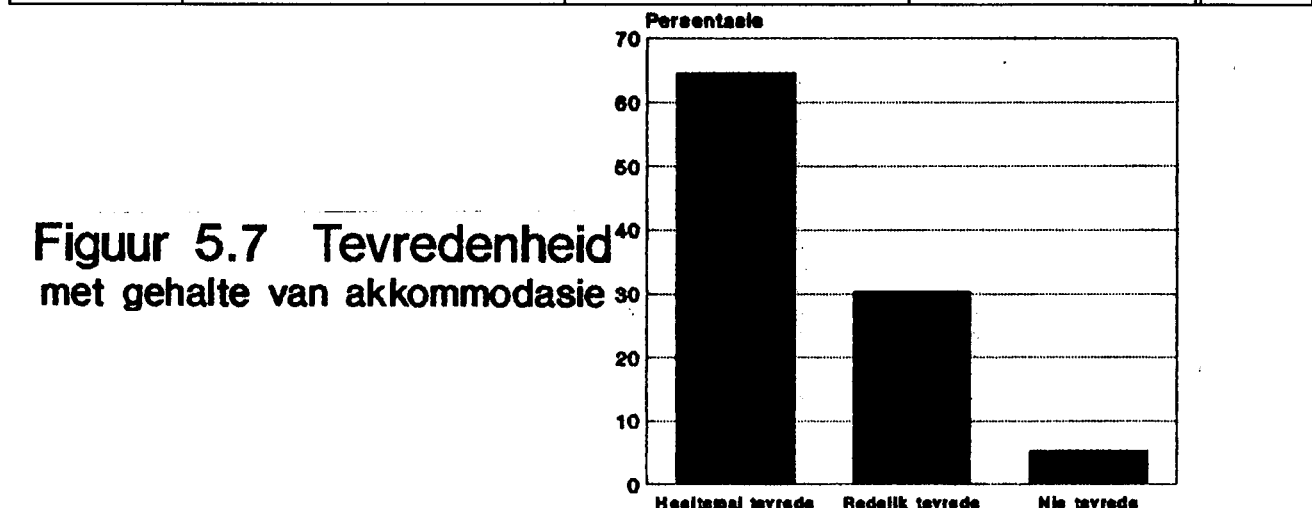
Uit die ondersoek blyk dat hutte/rondawels die gewildste vorm van akkommodasie onder respondente was. Verblyf in woonstelle of privaat huise het ook baie aanhang geniet.

In hierdie gedeelte van die ondersoek is dit verder ook belangrik om die gehalte van akkommodasie aan die hand van respondente se menings te evalueer. Hierdeur kan dan vasgestel word waar

moontlike veranderinge of verbetering van bestaande akkommodasiegeriewe nodig is. Voorts is ondersoek ingestel na respondente se tevredenheid aldan nie, met die gehalte van bestaande akkommodasiegeriewe by vakansie-oorde of hotelle in die Rustenburgomgewing.

Tabel 5.31 Ontleding van respondente se tevredenheid met die gehalte van akkommodasie in die Rustenburgomgewing

	Was u tevrede met die gehalte van die akkommodasie?			
Resp	Heeltemal tevrede	Redelik tevrede	Nie tevrede	Tot
n	196	92	16	304
%	64,5	30,3	5,3	100



Uit tabel 5.31 blyk dat:

- (Oornagbesoekers)
- byna twee derdes van die respondente (64,5%) aangedui het dat hulle heeltemal tevrede is met die gehalte van akkommodasie. 'n Verdere 30,3% het aangedui dat hulle redelik tevrede met die gehalte van akkommodasie is.
 - slegs 5,3% van die respondente aangedui het dat hulle nie tevrede is met die gehalte van akkommodasie nie. Hoewel dit 'n klein persentasie blyk te wees, is dit tog belangrik om vas te

stel wat hierdie mense ontevrede gemaak het. Die vernaamste redes vir hul ontevredenheid, is:

Tabel 5.32 Redes vir respondente se ontevredenheid met akkommodasie by oorde/hotelle in die Rustenburgomgewing

Redes	Respondente	
	n	%
Gebrekkige/swak elektrisiteit	5	3,8
Te min slaapplek/te klein	24	18,2
Gebrek aan voldoende water	5	3,8
Geen lugreëling	11	8,3
Geen televisie	21	16,0
Nie modern nie	1	0,8
Geen kombuis	6	4,5
Geen radio	6	4,5
Te luuks	1	0,8
Vuil	18	13,6
Swak toiletgeriewe	19	14,4
Ander	15	11,4
Totaal	132	100,1

Uit tabel 5.32 blyk dus dat die vernaamste redes vir respondente se ontevredenheid met akkommodasie, in volgende van belangrikheid, die volgende is:

- te min slaapplek/te klein (18,2%).
- geen televisie (16,0%).
- swak toiletgeriewe (14,4%).
- vuil (13,6%)..

HOOFSTUK 6

SAMEVATTING, GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS

6.1 Samevatting

- 6.1.1 Die idee van periodieke onderbrekings in die lewe van die mens is nie 'n nuwe verskynsel nie. Die mens het nog altyd 'n behoefte gehad aan 'n georganiseerde onderbreking in die normale patroon van sy roetine-aktiwiteite. Die gevolglike jaarlikse vakansie is 'n belangrike eienskap van moderne sosiale lewe in die Weste. Een woord om hierdie jaarlikse migrasie van massas mense na bestemmings, nasionaal sowel as internasionaal vir vakansiedoeleindes, saam te vat, is toerisme.
- 6.1.2 Toerisme kan omskryf word as die tydelike beweging van persone, vir watter doel ookal, na voorafbepaalde bestemmings, met die doel om nie permanent in die plek of streek wat besoek word, te bly nie. Gedurende die proses word toeristeprodukte verbruik en word die streek verryk met die teenwoordigheid van die toeriste.
- 6.1.3 Die verhouding tussen toerisme, vrye tyd en rekreasie word soos volg deur Burkhart en Medlik opgesom : "Tourism represents a particular use of leisure time and a particular form of recreation but does not include all uses of leisure time nor all forms of recreation. It includes much travel but not all travel. Conceptually tourism is, therefore, distinguished in particular from related concepts of leisure and recreation on the one hand, and from travel and migration on the other."
- 6.1.4 Op streeksvlak word die invloed van toerisme-ontwikkeling duidelik gesien in die verhoogde vraag na bepaalde goedere en dienste, die skepping van inkomste in beide

die private en publieke sektore en die skepping van investeringsgeleenthede wat dikwels gefinansier word deur kapitalisering van stygende grond- en eiendomswaardes. Toerisme het, hetsy positief of negatief, 'n invloed op werkverskaffing en is gevolglik 'n instrument om werkloosheid te bekamp. Toerisme strek nie net oor natuurlike grense nie maar ook oor mensgemaakte grense en verbeter sodoende kommunikasie op die breë internasionale front. Daar kan redeneer word dat in suksesvolle toerisme-ontwikkeling, die toeriste-aantreklikheid 'n fasiliteit vir beide toeriste en inwoners moet wees. Die grille en aspirasies van 'n skare vreemdelinge moet nie op die streek en sy inwoners afgedwing word nie. Die inheemse kwaliteite van die streek, hetsy sosiaal of natuurlik moet eerder aangewend word om in bepaalde behoeftes van toeriste te voorsien.

- 6.1.5 Toerisme in Suid-Afrika het 'n lang geskiedenis wat waarskynlik terugdateer na die entoesiasme van Sir Francis Drake vir "the fairest Cape in the world." Dit was egter eers gedurende die negentiende eeu dat die gebied 'n toerismereputasie ontwikkel het, veral as gesondheidsoord.
- 6.1.6 Op 1 Oktober 1983 het die toerismetak van die Departement van Handel en Nywerheid saamgesmelt met SATOER en die Hotelraad om die nuwe Suid-Afrikaanse Toerismeraad te vorm.
- 6.1.7 Toerisme word allerweë as een van die grootste bedrywe in Suid-Afrika beskou. Toerisme groei wêreldwyd teen 'n sneller tempo as die totale wêreld ekonomie en huidiglik is die jaarlikse omset reeds 1 000 biljoen dollar. Projeksies dui daarop dat die toerismebedryf in 1990 die grootste bedryf in die wêreld sal wees. In Suid-Afrika beskik die toerismebedryf oor die potensiaal om die land se grootste verdieners van buitelandse valuta te word.

Toerisme is, naas goud en steenkool, alreeds Suid-Afrika se belangrikste bron van buitelandse valuta.

- 6.1.8 'n Totaal van 804 985 buitelanders, wat 413 368 van Afrika insluit, het Suid-Afrika gedurende 1988 besoek. Hierdie groottotaal verteenwoordig 'n 14,4% styging in vergelyking met die ooreenstemmende syfer in 1987, of 'n vermeerdering van 101 634 besoekers. Daar bestaan 'n geneigdheid om toerisme altyd aan die buitelandse toeriste te koppel omdat dit blyk dat die buitelandse toeriste meer vir 'n stad of streek beteken as die binnelandse toeriste. Hierdie is egter 'n foutiewe opvatting en meer klem behoort op binnelandse toerisme geplaas te word, veral as in gedagte gehou word dat die binnelandse toerismemark soveel groter is as die buitelandse toerismemark, - tot soveel as ses en 'n half keer groter.
- 6.1.9 Suid-Afrika se natuurlike toeriste-aantreklikhede is van besondere belang vir die land se toerismebedryf. Dit blyk uit die feit dat soveel as 19 persent van die buitelandse toeriste Suid-Afrika ter wille van die land se natuurlike besoek terwyl 10 persent die land ter wille van natuurskoon besoek. Akkommodasie in Suid-Afrika strek vanaf luukse hotelle in die hoofstede tot beskeie maar voldoende herberge op die platteland. Suid-Afrika beskik ook oor 'n moderne vervoernetwerk. Nuwe paaie en spoorlyne is aangebou en bestaande vervoerverbindinge is verbeter sodat selfs die mees afgeleë gebiede in die land toeganklik is. Daarbenewens is buitelandse- sowel as binnelandse lugdienste uitgebrei.
- 6.1.10 Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad is kragtens die wet op die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, 1983 (nommer 100 van 1983) op 1 Oktober 1983 ingestel. Die hoofdoelstelling van die Raad is:

"Die ontwikkeling van die Toerismebedryf in die Republiek van Suid-Afrika deur persone aan te moedig om die Republiek te besoek en daarin rond te reis, inwoners aan te moedig om binne die Republiek rond te reis en om ontwikkeling en verbetering van huisvestingsinrigtings te bevorder ten einde die hoogste moontlike standarde in die kwaliteit van huisvesting, etes en dienste wat deur daardie inrigtings aangebied word, te bereik en te handhaaf."

- 6.1.11 Die Suid-Afrikaanse Toerismeraad neem tans die leiding wat die bevordering en bemaking van toerisme in- en na Suid-Afrika betref. Verskeie geslaagde veldtogte is al van stapel gestuur, waaronder die "Sien Suid-Afrika eerste", waardeur Suid-Afrikaners aangemoedig word om eers hul eie land te deurreis voordat oorsese reise onderneem word.
- 6.1.12 Suid-Afrika is in 'n gunstige posisie om te kapitaliseer op verwagte groei in toerisme. Die land beskik oor 'n verskeidenheid aantreklikhede wat vir groot getalle mense uiters aanloklik is, sowel as 'n goeie internasionale reputasie vir gehalte en bevrediging. Verder het Suid-Afrika ook 'n goed ontwikkelde infrastruktuur en 'n entosiasitiese toerismebedryf.
- 6.1.13 Rustenburg is geleë 105 kilometer vanaf Pretoria en 112 kilometer van Johannesburg aan die westekant van die Magaliesberegte. Hierdie gunstige ligging maak dus van Rustenburg 'n maklik bereikbare en gewilde toevlugsoord vanaf die stadsgewoel van veral die PWV-gebied. Toerisme speel 'n al hoe belangriker rol in hierdie dorp. Met die heerlike klimaat van tipiese Bosveldtopografie en plantegroei, bied dit ideale ontspannings- en vakansiegeleenthede. In 'n omtrek van 30 kilometer is daar nie minder nie as 11 vakansie-orde, met ruim plek

vir woonwaens en tente, sowel as 9 hotelle tot die beskikking van toeriste. Ook wat ontspanningsgeriewe en besienswaardighede betref, staan Rustenburg vir min toeriste-bestemmings terug.

6.1.14 Uit 'n empiriese opname waarby 16 opinieleiers, naamlik stadsraadslede, hoteleienaars/-bestuurders en eienaars/bestuurders van vakansie-oorde betrek is, blyk die volgende:

6.1.14.1 Die helfte van die respondente was van mening dat die Rustenburgomgewing wel oor genoegsame ontspanningsfasiliteite beskik. Meer as 60 persent van die respondente was van mening dat die owerhede wel genoeg doen om in inwoners se ontspanningsbehoefte te voldoen.

6.1.14.2 'n Driekwart (75 persent) van die respondente het aangedui dat die Rustenburgomgewing na hul mening, nie voldoende bemark word nie, terwyl slegs 25 persent van mening was dat bestaande bemarking wel voldoende is.

6.1.14.3 Stadsraadslede was nie eensgesind rakende die huidige neiging van besoekersgetalle aan Rustenburg en omgewing nie. Uit die ondersoek blyk dit egter dat besoekersgetalle aan die toeneem is.

6.1.14.4 Respondente het aangedui dat huidiglik baie min deur die stadsraad gedoen word om toeriste na Rustenburg te lok. Daar word egter wel 'n bemarkingsaksie vir die toekoms beplan.

6.1.14.5 Uiteenlopende reaksies het gevolg op die vraag rakende die bedrag wat vir die bevordering van die plaaslike toerismebedryf begroot is. Met die uitsondering van een respondent, was almal egter van mening dat die bedrag wat wel begroot is, waarskynlik nie genoeg is nie.

- 6.1.14.6 Soos blyk uit die ondersoek is besoekersgetalle aan vakansie-oorde beslis aan die toeneem.
- 6.1.14.7 Eienaars/bestuurders van vakansie-oorde maak van 'n wye verskeidenheid metodes gebruik om hul onderskeie oorde te bemark, waaronder: advertensies in tydskrifte en dagblaaie, spesiale tariewe, brosjures ensovoorts,
- 6.1.14.8 Meer as die helfte van die respondente was van mening dat hul betrokke oord wel oor genoegsame fasiliteite/geriewe beskik.
- 6.1.14.9 Die meerderheid oorde in die Rustenburgomgewing is seisoensgebonde en lok dus nie deurentyd dieselfde aantal toeriste nie. Piekperiodes word hoofsaaklik gedurende skoolvakansies ervaar.
- 6.1.15 Uit 'n empiriese opname waarby 410 besoekers aan Rustenburgomgewing betrek is, blyk die volgende:
 - 6.1.15.1 Meer as 90 % van die respondente is Afrikaanssprekend en die grootste groep respondente het die ouderdom van die hoof van die huishouding as tussen 40 en 59 jaar aangetoon. Die meeste respondente was oornagbesoekers en het nie verder as 200 kilometer gereis om die Rustenburgomgewing te bereik nie.
 - 6.1.15.2 Die meeste respondente het die Rustenburgomgewing besoek met die doel om daar vakansie te hou en wel vir langer as 'n week.
 - 6.1.15.3 Die bestaan van, of gebrek aan ontspanningsgeriewe/vermaak, blyk die oorwegende faktor te wees in respondente se keuse tussen bepaalde vakansie-oorde en/of hotelle. 'n Verdere faktor wat 'n belangrike rol speel in die keuseproses is die ligging van die betrokke oord/hotel.

- 6.1.15.4 Die oorgrote meerderheid respondente (83,3 %) is positief oor 'n toekomstige besoek aan die betrokke oord/hotel wat hulle besoek het. Soveel as 89,8 % van die respondente het aangedui dat hulle die Rustenburgomgewing wel in die toekoms weer sal besoek.
- 6.1.15.5 Die grootste aantal respondente het by vriende en/of familie gehoor van die betrokke oord of hotel wat hulle besoek het. Tydskrifte en die plaaslike inligtingsburo het ook in hierdie verband 'n belangrike rol gespeel.
- 6.1.15.6 Tariefverlagings sal skynbaar goed aangewend kan word om toeriste in groter getalle na oorde en hotelle te lok. Uit die ondersoek blyk dit dat vroulike respondente se beplande besteding hoër is as dié van manlike respondente en dat die hoogste inkomstegroep (R60 000 en meer) se beraamde besteding hoër is as dié van die ander inkomstegroepe. Besteding verander ook die veel soos persone ouer word nie, maar respondente van 60 jaar en ouer beplan om relatief meer te spandeer as jonger respondente. Die meeste geld is op vermaaklikheid spandeer.
- 6.1.15.7 Die natuurskoon van die Rustenburgomgewing is die gebied se vernaamste aantrekkingskrag, met klimaat in die tweede plek. Die meeste respondente is nie seker of die bestaan van een of ander gerief/fasiliteit hulle sou kon oorreed om langer in die Rustenburgomgewing te vertoef nie.
- 6.1.15.8 Die Kloof, die wildduin en die museum, is die besienswaardighede wat die meeste deur respondente/toeriste besoek word. Die vernaamste rede waarom toeriste nie die besienswaardighede besoek nie, is gebrekkige kennis daarvan vanweë 'n gebrek aan inligtingsbrosjures.

6.1.15.9 Oornagbesoekers aan die Rustenburgomgewing het die meeste van hutte/rondawels as akkommodasie gebruik gemaak. Die meeste respondente (64,5 %) het aangedui dat hulle heeltemal tevrede is met die gehalte van akkommodasie waarvan hulle gebruik gemaak het.

6.2 Gevolgtrekkings

6.2.1 Na aanleiding van die teoretiese bespreking en die bevindinge van die empiriese ondersoek onder opinieleiers, kan die volgende gevolgtrekkings gemaak word:

6.2.1.1 Die helfte van die opinieleiers wat as respondente opgetree het, was van mening dat die Rustenburgomgewing wel oor genoegsame vermaak en ontspanningsfasiliteite beskik. Selfs in die geledere van die opinieleiers bestaan daar dus twyfel hieroor. Voorstelle deur opinieleiers vir verdere vermaak en ontspanningsfasiliteite, sluit in: meer ontspanningsgeriewe vir jongmense, byvoorbeeld 'n ysskaatsbaan, groter klem op natuurbewaring en wildbesigtiging, 'n "behoorlike" teater, besigtigingstoere, ensovoorts.

6.2.1.2 Hierdie gedeelte van die ondersoek het aan die lig gebring dat die owerheid in die oë van die opinieleiers, wel genoeg doen om in inwoners se behoeftes aan ontspanning te voldoen.

6.2.1.3 'n Probleemarea wat geïdentifiseer is, skyn bemarking van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid te wees. 'n Aantal voorstelle vir verbeterde bemarking is aan die hand gedoen en sluit verhoogde advertering in die pers, dagblaaie, radio, ensovoorts, in. Toekomsbeplanning rakende bemarking, sluit in

toerismebevordering deur die
streeksontwikkelingsadvieskomitee, radio- en
televisiepromosies en bemarking in samewerking met die
Suid-Afrikaanse Toerismeraad.

- 6.2.1.4 Besoekersgetalle aan die Rustenburgomgewing is aan die toeneem, hoewel skynbaar nie veel gedoen word om toeriste na Rustenburg te lok nie.
- 6.2.1.5 Respondente is verdeeld (50/50) in hul mening of genoeg gedoen word om die gebied vir toeriste aantreklik te maak. Opknappingswerk het egter by verskeie vakansie-orde 'n aanvang geneem. Onsekerheid heers oor die bedrag wat vir toerismebevordering in Rustenburg begroot is, maar die meerderheid respondente is dit eens dat die bedrag nie voldoende is nie.
- 6.2.1.6 Volgens respondente (stadsraadslede) word alle belanghebbende partye (ander opinieleiers, sowel as inwoners), betrek by beplanning en besluitneming rakende toerisme en die beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe.
- 6.2.1.7 Besoekersgetalle aan vakansie-orde is beslis aan die toeneem. Hierdie neiging kan veral toegeskryf word aan die feit dat toeriste al hoe meer na binnelandse orde begin kyk as alternatief vir oorvol kusoorde.
- 6.2.1.8 Wat bemarking betref, word heelwat deur vakansie-orde self gedoen. Bemarkingsmetodes sluit in: advertensies in tydskrifte en dag blaaië, die uitgee van brosjures, ensovoorts. By vakansie-orde sowel as hotelle, speel tevrede besoekers/gaste waarskynlik die grootste bemarkingsrol deurdat bepaalde orde en/of hotelle by vriende en familie aanbeveel word.
- 6.2.1.9 Vakansie-orde in die Rustenburgomgewing plaas die meeste klem op besoekers vanuit ander gebiede, hoewel

inwoners ook in 'n groot mate van vakansie-oorde gebruik maak.

6.2.1.10 Hoewel vakansie-oorde in die ondersoekgebied 'n wye verskeidenheid ontspanningsgeriewe en -fasiliteite bied, is die volgende genoem as fasiliteite/geriewe wat vir die toekoms beoog word: binnenshuise/verhitte swembaddens, wandelpaaie, wildbesigtiging, muurbalbane en gholfbane.

6.2.1.11 'n Kenmerk van vakansie-oorde in die Rustenburgomgewing, is dat hulle seisoensgebonde is. Hoewel verskeie piekperiodes ervaar word, blyk skoolvakansies die vernaamste daarvan te wees.

6.2.2 Uit die bevindinge van die empiriese ondersoek onder besoekers aan die Rustenburgomgewing, kan die volgende gevolgtrekkings gemaak word:

6.2.2.1 Die meerderheid respondente het nie meer as 200 kilometer afgelê om die Rustenburgomgewing te bereik nie. Rustenburg se vernaamste "toeriste-opvanggebied" blyk dus 'n 200 kilometer radius rondom die dorp te wees. Vier vyfdes van die respondente wat in hierdie ondersoek genader is, het die Rustenburgomgewing as hul eindbestemming aangedui. Dit dui dus daarop dat die gebied wel aantreklik is vir toeriste en dat dit nie slegs as "halfwegstasie" of oornagplek gebruik word nie.

6.2.2.2 Toeriste besoek die Rustenburgomgewing hoofsaaklik met die doel om daar vakansie te hou.

6.2.2.3 Ontspanningsgeriewe/vermaak speel 'n baie groot rol in respondente se keuse tussen verskillende oorde/hotelle. Hierdie besluitnemingsproses van respondente kan dan ook gekoppel word aan die rede waarom respondente Rustenburg besoek (6.2.2.2 hierbo) en die tye wanneer

piekperiodes in vakansie-oorde en hotelle ervaar word, naamlik tydens skoolvakansies.

- 6.2.2.4 Indrukke wat besoekers het van die oorde/hotelle wat hulle besoek het, is grootliks òf uitstekend òf goed, terwyl die oorgrote meerderheid van plan is om Rustenburg in die toekoms weer te besoek. Tesame hiermee was die meerderheid respondente van mening dat die Rustenburgomgewing 'n positiewe toerismepotensiaal het.
- 6.2.2.5 Vriende en familie speel 'n baie belangrike rol in die promosie van bepaalde oorde en hotelle aangesien die meeste respondente aangedui het dat hulle by vriende of by familie van die bepaalde oord of hotel wat hulle besoek het, gehoor het.
- 6.2.2.6 Dit blyk uit die ondersoek dat 'n goeie reaksie onder toeriste verkry kan word deur prysverlagings gedurende sekere tye van die jaar aan gereelde besoekers aan te bied. Vakansie-oorde en hotelle kan dus baat vind deur sulke prysverlagings aangesien dit blyk dat respondente gunstig daarop sal reageer deur die oorde/hotelle meer dikwels te besoek.
- 6.2.2.7 Uit die resultate van die ondersoek blyk dit dat respondente nie groot bedrae geld bestee tydens hul verblyf in die ondersoekgebied nie. Daar sal dus na metodes gekyk moet word waardeur toeriste oorreed kan word om meer te spandeer. Respondente het deurgaans aangedui dat die meeste geld op vermaaklikheid bestee word.
- 6.2.2.8 Die twee vernaamste aantrekkingskragte van die Rustenburgomgewing is in die eerste plek die natuurskoon, wat die aanskoulike Magaliesberge insluit en in die tweede plek die heerlike, sonnige klimaat - selfs gedurende die wintermaande.

- 6.2.2.9 Respondente is onseker of die bestaan van een of ander fasiliteit of gerief hulle sou kon oorreed om langer in die gebied te vertoef. Moontlikhede wat wel genoem is, sluit in 'n waterpretpark, ysskaatsbaan, kegelbane, ensovoorts.
- 6.2.2.10 Uit die ondersoek dui alles daarop dat respondente nie voldoende bewus gemaak word van alle besienswaardighede en aantreklikhede wat die Rustenburgomgewing aan toeriste bied nie. Die Kloof, die wildtuin en die museum het as die gewildste besienswaardighede na vore gekom.
- 6.2.2.11 Die inligtingsburo speel skynbaar nie 'n groot genoeg rol in die bekendstelling van Rustenburg aan besoekers/toeriste nie, trouens die meerderheid respondente het aangedui dat hulle nie eens weet waar die inligtingsburo is nie.
- 6.2.2.12 Uit die reaksie van dagbesoekers aan vakansie-oorde blyk dat oorde wel genoegsame vermaak aan besoekers bied. Voorstelle vir verdere vermaak, het weer 'n waterpretpark, 'n ysskaatsbaan en kegelbane ingesluit. Georganiseerde groepsvermaak vir veral die jeug, het ook baie steun geniet.
- 6.2.2.13 Hutte/rondawels is deur oornagbesoekers as die gewildste vorm van akkommodasie uitgewys. Die meeste respondente was tevrede met die gehalte van die akkommodasie waarvan hulle gebruik gemaak het.

6.3 Aanbevelings

Vanuit die gevolgtrekkings kan die volgende aanbevelings gemaak word:

- 6.3.1 Opinieëlers en ander belanghebbendes moet byeenkom sodat daar besin kan word oor die genoegsaamheid van

ontspanningsgeriewe en vermaaklikheid, die toestand waarin hierdie geriewe verkeer, sowel as om voorstelle deur respondente en opinieleiers in hierdie ondersoek, in oorweging te neem.

- 6.3.2 Ten einde te deel in die vrug van toerisme moet owerhede in Rustenburg hul volle steun aan toerisme toesê.
- 6.3.3 Indringende aandag moet gegee word aan die huidige bemarkingstrategie, aangesien dit as probleemarea geïdentifiseer is (sien 6.2.1.3 van gevolgtrekkings). Aandag moet in hierdie verband geskenk word aan voorstelle vir verbeterde bemarking soos deur respondente in hierdie studie aan die hand gedoen.
- 6.3.4 In hul begrotingsbeplanning moet die stadsraad 'n definitiewe bedrag aan toerisme toesê. Daar moet egter seker gemaak word dat hierdie bedrag voldoende is om in sekere belangrike behoeftes van die toerismebedryf te voldoen.
- 6.3.5 Waar nodig, moet opknappingswerk gedoen en verbeteringe aangebring word aan toeriste-aantreklikhede, fasiliteite en geriewe, sodat verseker kan word dat in toeriste se behoeftes voorsien kan word. Die beeld wat die omgewing uitdra na toeriste, is ook nou gekoppel aan die toestand waarin sekere fasiliteite/geriewe verkeer. In hierdie verband moet alle belanghebbende partye 'n gesamentlike poging aanwend.
- 6.3.6 Eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en hotelle moet deeglik kennis neem van die huidige groot vraag na goeie konferensiegeriewe. Deur te voorsien in hierdie behoefte kan gedeel word in die voordele (byvoorbeeld verhoogde kamerbesetting) wat groot groepe konferensiegangers meebring.

- 6.3.7 Onderzoek moet ingestel word na die moontlike instelling van die "Wes-Transvaal roete" (aanbeveling deur een van die opinieleiers), wat ook vir die Rustenburgomgewing groot voordele kan inhou. Hierdeur kan die Wes-Transvaal streek meer onder die aandag van toeriste gebring word en sal nie alleen die dorpe wat daarby ingesluit word, baat vind daarby nie, maar ook die streek as geheel.
- 6.3.8 Die hoof "toeriste-opvanggebied" van Rustenburg strek in 'n radius van 200 kilometer rondom die dorp. Tesame met die feit dat Rustenburg deur toeriste as eindbestemming gebruik word, bring dit mee dat Rustenburg as onafhanklike vakansiebestemming bemark kan word en wel hoofsaaklik in die "opvanggebied" wat geïdentifiseer is. Dit impliseer egter nie dat bemarking in die res van die land afgeskeep kan word nie.
- 6.3.9 In 'n poging om meer toeriste te lok, moet vakansieoorde en hotelle veral aandag gee aan die ontspanningsgeriewe en vermaaklikheid wat aan toeriste/gaste gebied kan word. Dit blyk duidelik uit die klem wat respondente plaas op ontspanningsgeriewe/vermaak in hul keuse tussen bepaalde oorde en hotelle. Dit is veral ook belangrik in die lig van die vernaamste rede waarom mense Rustenburg besoek, naamlik vir vakansiedoeleindes.
- 6.3.10 Vakansieoorde en hotelle moet 'n poging aanwend om die goeie beeld wat toeriste huidiglik van oorde en hotelle in die Rustenburgomgewing het, te handhaaf en uit te bou. Daar moet daarna gestreef word om beter diens te lewer. Bogenoemde is veral belangrik as die toekomsvooruitsigte van toerisme in Suid-Afrika (groei) in gedagte gehou word.

- 6.3.11 Aangesien die meerderheid respondente aangedui het dat die Rustenburgomgewing 'n positiewe toerismepotensiaal het en dat hulle die omgewing in die toekoms beslis weer sal besoek, moet alle belanghebbende partye daarna streef om die gebied selfs nog aantrekliker vir toeriste te maak. Daardeur sal nie alleen verseker word dat toeriste die gebied weer besoek nie, maar persone wat die gebied nog nie besoek het nie, kan dan ook oorreed word om 'n besoek aan Rustenburg te bring.
- 6.3.12 Persone wat die Rustenburgomgewing reeds voorheen besoek het, asook diegene wat dit nog gaan besoek, moet aangemoedig word om vriende en familie daarvoor in te lig. Die feit dat soveel respondente by familie en vriende van bepaalde vakansie-oorde of hotelle te hore gekom het, beklemtoon enersyds die belangrikheid van bogenoemde (6.3.11), maar andersyds impliseer dit dat ander vorme van promosie waarskynlik afgeskeep word, wat dus weer 'n addisionele promosie-uitdaging verteenwoordig.
- 6.3.13 Eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en hotelle kan aandag skenk aan maandelike prysverlagings gedurende sekere tye van die jaar, veral aan gereelde besoekers. Dit kan meebring dat mense die oorde/hotelle meer dikwels besoek. 'n Verdere maandelikheid is die toestaan van seisoenale kortings gedurende skoolkwartale, wanneer 'n kleiner vraag na toerismegeoriënteerde produkte ondervind word. Hierdeur kan besoekersgetalle verhoog word en kan 'n meer eweredige verspreiding van toeriste dwarsdeur die jaar verseker word.
- 6.3.14 Aangesien die hoofdoel met toerisme is om geld na die gebied te lok, moet na metodes gekyk word waardeur toeriste oorreed kan word om meer geld tydens hul verblyf in die gebied te spandeer.

- 6.3.15 Rustenburg se twee vernaamste aantrekkingskragte, naamlik natuurskoon en klimaat, moet in die bemarking van die gebied beklemtoon word. Pogings moet ook aangewend word om die natuurbronne ten volle te benut deur middel van meer wandelroetes, wildbesigtigingsgeleenthede en ander vorme van "natuurgerigte" ontspanning. Bogenoemde is veral belangrik in die lig van oorsese besoekers se groot behoefte aan genoemde twee aantrekkingskragte.
- 6.3.16 Die inligtingsburo, die streeksontwikkelingsadvieskomitee, die stadsraad, sowel as die eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en hotelle en ander belanghebbende partye moet kragte saamsnoer in 'n poging om Rustenburg en dit wat die bestemming aan toeriste bied, beter aan toeriste bekend te stel. Huidiglik word bogenoemde baie afgeskeep!
- 6.3.17 Ag moet geslaan word op die klagtes wat geïdentifiseer is en die geriewe en fasiliteite ten opsigte waarvan 'n behoefte geïdentifiseer is. Sodoende kan 'n steeds groter mate van behoeftebevrediging aan die besoekers gebied word.

Deur aandag te gee aan voorgaande aanbevelings en dit te implementeer waar moontlik, kan die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing optimaal benut word. Indien daarin geslaag word, sal die Rustenburgomgewing en al sy inwoners, deel in die voordele wat toerisme vir 'n streek, en weliswaar vir die hele land, inhou.

- Afrikaanse Handelsinstituut. 1989. Sektorale toerismekongres. Referate en besprekingspunt.
- Behrens, G.W.T. 1980. "Toeriste bring valuta en vertrek as ambassadeurs." Volkshandel Vol 41, No. 4, Junie, p.82.
- Beiles, D.M. The South African tourist industry: it's problems and potential. Ongepubliseerde M.B.A. verhandeling. The Graduate school of business. Universiteit van Kaapstad.
- Bester, F. 1980. "Skoolvakansies verhoog inflasie." Volkshandel, Vol. 41, No. 4, Junie, p. 85.
- Bennett, J.A. en Jooste, C.J. 1988. "Marketing of the tourism product." Southern Africa Tourism Review, Vol. 2, No. 2, Junie, pp. 10-12.
- Bennett, J.A. 1987. Die toerismepotensiaal van die suidelike binnelandse parke onder beheer van die nasionale parkeraad. Ongepubliseerde M. Com. verhandeling. Departement Bedryfseconomie. Universiteit van die Oranje-Vrystaat. Bloemfontein.
- Botha, G.J. en Cubey, C.B. 1987. "Road signs for tourists." Southern Africa Tourism Review, Vol. 1, No. 3, Oktober, pp. 19-24.
- Boyd, H.W., Westfall, R. en Stanley, F.S. 1985. Marketing research : text and cases. Homewood, Illinois, Richard D. Irwin, Inc.
- Braun, P. Managing director of Springbok Atlas Safaris. February 1983. Presentation during the sixth congress and annual general meeting in Kimberley.
- Bulletin. 1989. Vol 1, No. 1.
- Crossley, J.C. en Jamieson, L.M. 1988. Introduction to commercial and entrepreneurial recreation. V.S.A. Sagamore Publishing.
- David, L. 1984. "Verdeling van die toeristekoek." Volkshandel, Vol. 45, No. 4, Junie, p. 77.
- De Kadt, E. 1979. Tourism-Passport to development: perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries. London. Oxford University Press.
- De Klerk, J. 1984. "S.A. toerisme - quo vadis?" Volkshandel, Vol. 45, No. 2, April, pp. 32,85.
- De Klerk, J. 1985. "Toerismevelddtog ontvang kritiek." Volkshandel, Vol. 46, No. 5, Julie, p. 42.
- Du Plessis, H.W. 1979. "Toerisme na S.A. kan baie meer valuta verdien." Volkshandel, Vol. 40, No. 7, September, pp. 68-69.
- Eloff, F. Mei 1987. Binnelandse toerismebevordering met behulp van natuurbates tot beskikking. Afrikaanse Handelsinstituut Sektorale Toerismekongres. Thaba Nchu.

- Epperson, A.F. 1986. Private and commercial recreation. England. Venture Publishing, Inc.
- Ferrario, F.F. 1978. An evaluation of the tourist resources of South Africa. Departement Bedryfseconomie van Kaapstad.
- Ferrario, F.F. 1981. An evaluation of the tourist potensial of Kwazulu and Natal. Durban. Verslag vir die Kwazulu Ontwikkelingskorporasie.
- Ferrario, F.F. 1982. A hard look at the tourist indutry: The case of South Africa. Johannesburg
- Finansies en Tegniek 1985. "Toerisme moet loop op S.A. krag." Vol. 36, No. 10. 7 Junie, p. 13.
- Fouche, C.J.S. 1988. "Tourism: An analysis." Southern Africa Tourism Review, Vol. 2, No. 2, Junie, pp. 13-14.
- Gesprekforums met plaaslike owerhede. September 1989 Suid-Afrikaanse Toerismeraad Memorandum. Direktoraat: Binnelandse toerismebevordering en toerisme skakelraad.
- Grobler, A.A.S. 1981. "Optimum markpenetrasie 'n noodsaaklikheid." Volkshandel, Vol. 42, No. 4, Junie, p. 131.
- Groenewald, C. 1984. "Toerisme in Suid-Afrika." Suid-Afrikaanse Panorama, Vol. 29, No. 11, November, pp. 1-6.
- Gunn, C.C. 1979. Tourism planning. New York. Crane Russak and Company, Inc.
- Gunn, C.A. 1988. Vacationscape: designing tourist regions. Second edition.
- Hatting, S. 1984. Openingsrede tydens die sewende kongres van die Noord-Kaaplandse Toerismevereniging, Kimberley.
- Heath, E.T. 1987. The need for and the development of a strategic marketing planning framework for regional tourism in South Africa. Ongepubliseerde D.Com. proefskrif. Departement Bedryfseconomie. Universiteit van Port Elizabeth.
- Holloway, J.C. en Plant, R.V. 1988. Marketing for tourism. England. Pitman Publishing.
- Hough, D. 1983. "Toerismeraad-aktiewe bemarking nodig." Volkshandel, Vol. 44, No. 9, pp. 69,72.
- Hough, D. 1986. "Ontdek ons land." Volkshandel, Vol. 47, No. 1, Maart, p. 25.
- Jooste, C.J. 1985. Onderzoek na die toerismepotensiaal van Kimberley. Deel II. Departement Bedryfseconomie, Universiteit van die Oranje-Vrystaat, Bloemfontein.

- Jordaan, D.J.M. 1980. "Toerisme as plaaslike aksie." Volkshandel, Vol. 41, No. 4, Junie, p.92.
- Jordaan, D.J.M. 1981. "Plaaslike owerheid moet toerisme bevorder." Volkshandel, Vol. 42, No. 4, Junie, p. 29.
- Knobel, R. 1981. "Toerisme: verbeter diens." Volkshandel, Vol. 42, No. 4, Junie, pp. 122-123.
- Kotze, J. 1986. "1985 'n donker jaar vir toerisme." Volkshandel, Vol. 47, No. 4, Junie, p. 42.
- Labaw, P.J. 1982. Advanced questionnaire design. V.S.A. Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Landman, J.A. 1980. "Binnelandse vakansie-oorde bevorder plaaslike ekonomie." Volkshandel, Vol. 41, No. 4, Junie, p. 91.
- Leisure studies association conference. 1977. Tourism: a tool for regional development. Tourism and Recreation Research Unit. Department of Geography, University of Edingburgh.
- Mangope, L.M. 1986. Toespraak gelewer tydens die amptelike opening van die Molopo Sun hotel te Mmabatho op 29 November 1986.
- Marais, J.S. 1984. "S.A. kos en drank bevorder toerisme." Volkshandel, Vol. 45, No. 7, September, p. 70.
- Maree, B. 1986. "Indaba '86" Suid-Afrikaanse Panorama, Vol. 31, No. 12, pp. 40-45.
- Mathieson, A. en Wall, G. 1982. Tourism: economic, physical and social impacts. V.S.A. Longman Group Ltd.
- Middleton, V.T.C. 1988. Marketing in travel and tourism. Oxford, London, Melbourne, Auckland. Heinemann Professional Publishing Ltd.
- Mills, E.D. 1983. Design for holidays and tourism. England. Butterworth and Co. Ltd.
- Pearce, D.G. 1981. Tourist development. England. Longman Group Ltd.
- Pearce, D.G. 1987. Tourism today: a geographical analysis. V.S.A. Longman Group Ltd.
- Pretorius, W. 1983. "Groot moontlikhede vir plaaslike toerisme." Volkshandel, Vol. 44, No. 4, Junie, p. 79.
- Rapport. 1986 "Kom kuier hier! roep Suid-Afrika." Junie, p. 15.
- Rapport-tydskrif 1989. "Veldtog vir toerismediens geloods" Augustus, p. 26.

- Schadlbauer, F.G. 1972. Die toerisme-moontlikhede van die Hoër-Oranjestreek. Instituut vir Sosiale en Ekonomiese Navorsing. Universiteit van die Oranje-Vrystaat, Bloemfontein.
- Schnetler, J. et al. 1989. Opnamemetodes en -praktyk. Meningspeilingsentrum. Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing.
- Schultz, M. 1982. "Bevordering van toerisme." Volkshandel, Vol. 43, No. 4, Junie, p. 82.
- Singh, T.V., Kaur, J. en Sing, D.P. 1982. Studies in tourism, wildlife parks, conservation. New Delhi, Metropolitan Books Company.
- Smith, P.F. 1981. "Toerisme-ontwikkelings korporasie bepleit." Volkshandel, Vol. 42, No. 4, Junie, pp. 124-125.
- Smith, P.F. 1984. "Navorsing in Toerismebedryf nodig." Volkshandel, Vol. 45, No. 4, Junie, p. 76.
- Smith, S.L.J. 1989. Tourism analysis: a handbook. Singapore, Longman Singapore Publishers Ltd.
- Smith, V.L. 1977. Hosts and Guests. The Anthroprovania Press, Inc.
- Statsinform Ltd. 1972. A survey of tourism and hotels in South Africa.
- Steyn, J.N. 1988. Navorsing en opleiding in die toerismebedryf. Kaapse Technikon.
- Steyn, J.N. 1988. Toerisme-ontwikkeling in die Overberg: enkele gedagtes. Algemene jaarvergadering van die Overberg ontwikkelingsvereniging, Oktober 1988.
- Suid-Afrikaanse Panorama. 1986. "Toerisme." Vol. 31, No. 10, Oktober, pp. 60-63.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad 1988. Buitelandse aankomste statistiek.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad Mei 1989. Buitelandse aankomste statistiek.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad 1988. Jaarverslag vir die jaar eindigende 31 Desember 1987.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad 1989. Jaarverslag vir die jaar eindigende 31 Desember 1988.

- Tegniek 1982. "Toerisme - groot toekoms wag vir S.A." Vol. 34, No. 8, Augustus, pp. 17-19.
- Tegniek 1983. "S.A. benader toerisme verkeerd." Vol. 35, No. 8, Augustus, pp. 8-10.
- Tegniek 1984. "Toerisme: keerpunt kom vir S.A." Vol. 36, No. 5, Mei, pp. 41-45.
- Thomas, S. 1982. Openingsrede tydens die vyfde kongres en algemene jaarvergadering van die Suid-Afrikaanse Toerismeraad op 19 Februarie 1982.
- Thomas, S. 1985. The role of the South African Tourism Board in promoting tourism to and within South Africa. Tourism Symposium.
- Van der Westhuizen, N.J.G. 1974. Ontspanning-en toerismebeplanning vir Noord-Transvaal. Ongepubliseerde M.Sc verhandeling. Universiteit van Pretoria.
- Van Wyk, D. 1985. "Onluste verduister sonnige Suid-Afrika." Finansies en Tegniek, Julie, pp. 12-13.
- Van Wyk, D. 1987. "Stilte lok toeriste na die sonskyn." Finansies en Tegniek, Julie, pp. 12-13.
- Van Zyl, A. 1984. "Swak Rand goeie en slegte nuus vir toerisme." Volkshandel, Vol. 46, No. 4, Oktober, p. 83.
- Venter, A.A. 1983. "S.A. het geen tekort aan toerismefasiliteite." Volkshandel, Vol. 44, No. 4, Junie, pp. 46,79.
- Vlok, N. 1986. "Die SAL se rol in toerismebevordering." Volkshandel, Vol. 47, No. 4, Junie, p. 46.
- Volksblad, Die 1989. "Dinamiese rol in nuwe S.A. vir bedryf beplan." 25 Oktober, p. 11.
- Volkshandel 1983. "Meer doeltreffendheid in toerismeveld." Vol. 44, No. 6, Augustus, p. 66-82.
- Volkshandel 1985. "Toerisme moet bemark word." Vol. 46, No. 4, Junie, p. 32.
- Volkshandel 1986. "Twee Suid-Afrika's." Vol. 47, No. 4, Junie, p. 47.
- Volkshandel 1986. "Toerismeraad veg terug." Vol. 47, No. 7, September, p. 26.
- Vrey, W.J.H. 1974. Aspekte van die ontginning van die toerismepotensiaal van 'n subnasionale gebied. Instituut vir Sosiale en Ekonomiese navorsing, Universiteit van die Oranje-Vrystaat, Bloemfontein.

* Brosjures

- Belvedere hotel en vakansie-oord
- Bergheim vakansie-oord
- Besienswaardighede in en om Rustenburg
- Breek weg na Buffelspoort. Rondalia
- Hunter's Rest Hotel Rustenburg
- Karos Safari Hotel: Dis so anders. 1989.
- Padatlas van Suidelike Afrika: Afdelingskaarte van Suid-Afrika, Namibië, Botswana, Swaziland en Lesotho.
- Rustenburg: Algemene inligting
- Rustenburg
- Rustenburg Kloof: Relaxation for the family man
- Rustenburg natuurreservaat: Voetslaanpadinligting
- Rustenburg Museum
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. 1989. South Africa: Tourist information. Ontwerp, vervaardig en uitgegee deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad vir gratis buitelandse verspreiding.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. Desember 1988. Satouring
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. 1988. Pretoria-omgewing en Wes-Transvaal. Ontwerp, uitgegee en gepubliseer deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, vir gratis verspreiding in die buiteland.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. 1988/89. Gids tot Woonwaparke en Vakansie-oorde. Ontwerp, uitgegee en gepubliseer deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, vir gratis verspreiding in die buiteland.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. April/Mei 1989. Satouring
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. 1987. Northern and Western Transvaal: See the world in our country, See South Africa. Ontwerp, uitgegee en gepubliseer deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, vir gratis verspreiding in die buiteland.
- Suid-Afrikaanse Toerismeraad. 1987. Discover our world in one country: South Africa. Ontwerp, uitgegee en gepubliseer deur die Suid-Afrikaanse Toerismeraad, vir gratis verspreiding in die buiteland.
- Stads- en gebiedskaarte van Rustenburg: Transvaal. 1989. Rustenburg Publisiteits- en Toerismeburo. Stadsraad van Rustenburg

- Status Travel. 1989. Gepubliseer in samewerking met die Suid-Afrikaanse Lugdiens.
- The Wigwam: Vakansiehotel 1988 Rustenburg
- This is South Africa. 1989. Buro vir Inligting, Pretoria
- Touring South Africa. 1989. Springbok Atlas Safari
- Transvaal-Minimap, gedruk en uitgegee in Suid-Afrika deur Map Studio.
- Utopia vakansie-oord: Rustenburg
- Verblyfgids: Rustenburg

Bylaag A

(Brief)



DIE UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT
DIE FAKULTEIT EKONOMIESE EN ADMINISTRATIEWE WETENSKAPPE

DEPARTEMENT: Bedryfseconomie

TELEFOON 70711, 70661, 83671, 89461

POSBUS 339

BLOEMFONTEIN
9300

BYLAAG A

Verwys:

Geagte mnr/mev. mej.

Navorsing rakende toerisme in Rustenburg en omgewing

'n Studie rakende die markpotensiaal van die Rustenburg-omgewing as toeriste-aantreklikheid, word tans deur 'n nagraadse student van die departement Bedryfseconomie aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat onderneem.

U samewerking in die voltooiing van hierdie vraelys sal as basis vir die empiriese ondersoek, wat deel van die navorsing uitmaak, dien en u vriendelike samewerking word opreg waardeer.

Voltooiing van hierdie vraelys sal hoogstens 15 minute van u tyd in beslag neem. Alle inligting wat deur u verstrekkend word sal te alle tye as STRENG VERTROULIK hanteer word.

Baie dankie vir u waardevolle vakansietyd!

Die uwe

V. Dowd

V. Dowd

Navorser

C.J. Jooste
Prof. C.J. Jooste
Studieleier

Bylae B

(Vraelys aan Opinieëlers)

Instruksies:

Voltooi vrae deur 'n kruisie (x) in die toepaslike blokkie te maak, bv. , of skryf u antwoord volledig neer, waar nodig.

1	Ja
2	Nee

Afdeling A moet deur almal ingevul word. Vul verder net afdeling(s) in wat op u van toepassing is.

Afdeling A (Word deur almal ingevul)

1. Voel u dat Rustenburg en omgewing oor genoegsame vermaak en ontspannings-fasiliteite beskik?

1	Ja
2	Nee
3	Onseker

2. Indien u op bg. vraag "Nee" geantwoord het, watter fasiliteite en tipes vermaak sou u graag in die gebied/dorp wou sien?

.....
.....

3. Voel u dat die owerhede genoeg doen om in inwoners se ontspanningsbehoefte te voldoen?

1	Ja
2	Nee

4. Motiveer bg. antwoord

.....
.....

5. In watter toestand verkeer bestaande fasiliteite?

1	Goed
2	Redelik
3	Swak

			1	1-4
				5
				6-7
				8
				9-10
				11

6. Word die gebied na u mening voldoende bemark? Wat kan na u mening nog gedoen word om hierdie gebied beter te bemark?

.....
.....
.....

		12 - 13
--	--	---------

Afdeling B (Moet deur stadsraadslede voltooi word)

7. Wat is die huidige neiging rakende besoekersgetalle aan Rustenburg en omgewing?

1	Neem toe
2	Neem af
3	Bly konstant

	14
--	----

8. Wat word huidiglik gedoen om toeriste na dië gebied te lok?

.....
.....
.....

		15 - 16
--	--	---------

9. Wat word vir die toekoms beplan rakende die bemarking van die gebied?

.....
.....
.....

		17 - 18
--	--	---------

10. Watter media word tans ingespan om die gebied te bemark?

.....
.....

		19 - 20
--	--	---------

11. Voel u dat genoeg gedoen word om die gebied vir toeriste en inwoners aantreklik te maak? Motiveer u antwoord.

.....

.....

.....

		21-22
--	--	-------

12. Watter bedrag is begroot ter bevordering van die plaaslike toerismebedryf? Is dit genoeg, na u mening?

.....

.....

		23-24
--	--	-------

13. Voel u dat inwoners meer moet opdok om bepaalde geriewe/fasiliteite te verskaf?

.....

	25
--	----

14. Word ander opinielers (bv. hotel- en oordeienaars) betrek by beplanning en besluitneming rakende toerisme?

1	Ja
2	Nee

	26
--	----

15. Is inwoners se menings ingewin by die beplanning van toekomstige ontspanningsfasiliteite en ander geriewe?

1	Ja
2	Nee

	27
--	----

Afdeling C (Moet deur hoteliers voltooi word)

16. Wat is die betrokke hotel se gemiddelde kamerbesetting vir hierdie jaar, vergeleke met verlede jaar? Waaraan skryf u hierdie opwaartse/afwaartse neiging toe?

.....

.....

.....

		28-29
--	--	-------

17. Wat doen u om u hotel onder die aandag van toeriste te bring?

.....
.....

		30 - 31
--	--	---------

18. Voel u dat die owerhede genoeg doen om toeriste na die gebied te lok? Motiveer u antwoord.

.....
.....
.....

		32 - 33
--	--	---------

19. Watter tye word ervaar as piektye t.o.v. kamerbesetting?

1	Vakansies
2	Naweke
3	Langnaweke
4	Deurentyd dieselfde

	34
	35
	36

20. Wat is die oorwegende neiging rakende kamerbesetting?

1	Slegs oornag
2	Minder as 3 dae
3	3 - 6 dae
4	'n Week en langer

	37
	38

Afdeling D (Moet deur eienaars/bestuursders van vakansie-oorde voltooi word)

21. Wat is die huidige neiging rakende besoekersgetalle? Waaraan skryf u hierdie styging/daling toe?

.....
.....

		39 - 40
--	--	---------

22. Wat word gedoen om die oord te bemak aan toeriste en inwoners?

.....
.....

		41 - 42
--	--	---------

23. Val die klem op inwoners van Rustenburg of op besoekers vanaf ander gebiede? 	43-44
24. Voel u dat die oord genoegsame fasiliteite/geriewe bied aan besoekers? 	45
25. Wat sou u graag nog aan besoekers wou bied? 	46-47
26. Doen die owerhede genoeg om die Rustenburg-omgewing te bemark? Motiveer u antwoord. 	48-49
27. Wat stel u voor kan nog gedoen word om die gebied te bemark? 	50-51
28. Is die oord seisoensgebonde, of ontvang dit deurentyd ongeveer dieselfde aantal besoekers? 	52-53
29. Wanneer word piek-periodes ervaar? 	54-55

Baie dankie vir u samewerking!
 V. Dowd
 Navorsers
 Tel.: (051)224863

Bylae C

(Vraelys aan Toeriste)

Vraelys insake toerisme in Rustenburg en omgewing

--	--	--	--

 1-4

Voltooi die vraelys deur toepaslike blokkies met kruisies (x) te merk, of antwoorde te verskaf waar nodig, bv.:

☒	Ja
☐	Nee

Afdeling A: Hierdie afdeling moet deur alle toeriste voltooi word

1. Is u 'n

1	dagbesoeker
2	oornagbesoeker

--

 5

2. Woon u in Suid-Afrika?

1	Ja
2	Nee

--

 6

3. Indien "Ja" in bogenoemde, watter provinsie?

1	Transvaal
2	Natal
3	Oranje-Vrystaat
4	Kaapprovinsie

--

 7

4. Watter afstand het u afgelê om die oord te bereik?

1	Minder as 100 km
2	100 - 199 km
3	200 - 499 km
4	500 - 999 km
5	Meer as 1 000 km

--

 8

5. Huistaal

1	Afrikaans
2	Engels
3	Ander

☐ 9

6. Geslag

1	manlik
2	vroulik

☐ 10

7. Jaarlikse inkomste van
huishouding (man en vrou)

1	R0 - R19 999
2	R20 000 - R39 999
3	R40 000 - R59 999
4	Meer as R60 000

☐ 11

8. Grootte van gesin
(indien van toepassing)

1	Twee
2	Drie
3	Vier
4	Meer as vier

☐ 12

9. Ouderdom van die hoof van
die huishouding?

1	Jonger as 25 jaar
2	25 - 39 jaar
3	40 - 59 jaar
4	60 jaar en ouer

☐ 13

10. Is die Rustenburg-omgewing
u eindbestemming?

1	Ja
2	Nee

☐ 14

11. Indien "Nee" in bogenoemde, waarheen
is u op pad? Spesifiseer

.....
.....

		15-16
--	--	-------

12. Wat is die doel van u
besoek aan die Rustenburg-
omgewing?

1	Vakansie		17
2	Besigheid		18
3	Vakansie en Besigheid		19
4	Besoek familie/vriende		20

13. Is dit u eerste besoek
aan die Rustenburg-
omgewing?

1	Ja		
2	Nee		21

14. Hoekom het u hierdie oord/
hotel gekies bō ander in
die omgewing?

1	Goedkoper tariewe		22
2	Beter geriewe		23
3	Beter geleë		24
4	Meer ontspannings- geriewe/Vermaak		25
5	Ander		26

15. Indien u Ander (no. 5) in bg. gemerk het, spesifiseer

.....
.....

		27-28
--	--	-------

16. Hoe het u van hierdie oord/hotel te wete gekom?

1	Plaaslike inligtingsburo	6	Familie/vriende					29-32
2	Tydskrifte	7	Advertensie					33-36
3	Brosjures	8	Radio					37-40
4	S.A. Toerismeraad	9	Uitstalling					41-44
5	Reisagente	10	Ander					45-48

17. Indien "ander", spesifiseer

.....
.....

--	--

 49-50

18. Hoe lank beplan u om te vertoef?

1	Slegs een dag
2	Slegs naweek
3	Minder as 'n week
4	Langer as 'n week

--

 51

19. Van watter tipe vervoer-middel het u gebruik gemaak om die gebied te bereik?

1	Motor
2	Bus
3	Motorfiets
4	Trein
5	Vliegtuig

 52
53
54
55
56

20. Dui aan in watter mate u met die volgende stellings saamstem:

1 = Stem baie beslis saam 2 = Stem grootliks saam
3 = Stem nie grootliks saam 4 = Stem glad nie saam

(a) Die personeel van die oord/hotel is vriendelik en hulpvaardig

1	2	3	4
---	---	---	---

--

 57

(b) Die toegangsroetes na die oord/hotel is uitstekend

1	2	3	4
---	---	---	---

--

 58

(c) Die toegangsgelde wat gehef word, is billik

1	2	3	4
---	---	---	---

--

 59

21. Wat is die Rustenburg-
omgewing se vernaamste
aantrekkingskrag?

1	Natuurskoon		60
2	Gerieflike akkommodasie		61
3	Klimaat		62
4	Sportfasiliteite		63
5	Ontspanningsgeriewe		64
7	Vermaak		65
8	Ander		66

22. Indien "Ander", spesifiseer

.....			67-68
.....			

23. Sou die bestaan van een of
ander fasiliteit of gerief
u kon oorreed om langer te
bly?

1	Ja		
2	Nee		
3	Weet nie		69

24. Indien "Ja" geantwoord in bg., spesifiseer fasiliteit/gerief

.....			70-71
.....			

25. Sal u die oord/hotel meer
gereeld besoek indien 'n
spesiale tarief vir ge-
reelde besoekers gehef
word?

1	Beslis		
2	Moontlik		
3	Glad nie		72

26. Watter bedrag, (akkommodasie uitgesluit) beplan u om te bestee tydens u verblyf in hierdie omgewing?

1	Minder as R50
2	R50 - R99
3	R100 - R149
4	R150 - R299
5	R300 - R499
6	R500 en meer

73

27. Waarop beplan u om geld te spandeer?

1	Aandenkings
2	Vermaaklikheid
3	Besigtigingstoere
4	Sport (Jag en Hengel ingesluit)
5	Ander

74

75

76

77

78

28. Indien "Ander", spesifiseer.

79-80

29. Is u bewus van alle besienswaardighede wat hierdie gebied bied?

1	Ja
2	Nee

81

30. Het u al enige besienswaardighede besoek?

1	Ja
2	Nee

82

31. Indien "Ja", noem:

.....
.....
.....

		83-84	
		2	1-4

32. Indien "Nee", waarom nie?

.....
.....

		5-6
--	--	-----

33. Weet u waar die plaaslike inligtingsburo is?

1	Ja
2	Nee

	7
--	---

34. Het u die inligtingsburo al besoek? ?

1	Ja
2	Nee

	8
--	---

35. Wat is u algemene indrukke van diē betrokke oord/hotel?

1	Uitstekend
2	Goed
3	Gemiddeld
4	Swak
5	Uiters swak

	9
--	---

36. Indien u negatief (no 4/5) geantwoord het op bg. vraag, verstrek redes:

.....
.....

		10-11
--	--	-------

37. Wat is u gevoel rakende die toerismepotensiaal van die Rustenburg-omgewing?

1	Uitstekend
2	Goed
3	Gemiddeld
4	Swak
5	Uiters swak

12

38. Indien u negatief (no's 4/5) geantwoord het op bg. vraag, verstrek redes:

.....

.....

13-14

39. Sal u die gebied in die toekoms weer besoek?

1	Beslis
2	Waarskynlik
3	Onseker
4	Onwaarskynlik
5	Glad nie

15

40. Sal u die betrokke oord/hotel in die toekoms weer besoek?

1	Beslis
2	Waarskynlik
3	Onseker
4	Onwaarskynlik
5	Glad nie

16

AFDELING B: Hierdie afdeling moet slegs deur oornagbesoekers ingevul word

41. Van watter tipe akkommodasie het u gebruik gemaak?

1	Hotel
2	Woonstel
3	Privaat huis
4	Hut/Rondawel
5	Kampeengeriewe
6	Ander

	17
--	----

42. Was u tevrede met die gehalte van die akkommodasie in die vorige vraag vermeld?

1	Heeltemal tevrede
2	Redelik tevrede
3	Nie tevrede

	18
--	----

43. Indien u nie tevrede was nie, verstrek die redes

1	Gebrekkige/swak elektrisiteit
2	Te min slaapplek/te klein
3	Gebrek aan water
4	Geen lugreëling
5	Geen Televisie
6	Nie modern nie
7	Geen kombuis
8	Geen radio
9	Te luuks
10	Vuil
11	Swak toiletgeriewe
12	Ander

	19
	20
	21
	22
	23
	24
	25
	26
	27
	28
	29
	30

44. Indien "Ander", spesifiseer

.....
.....

		31-32
--	--	-------

45. Is u van mening dat
akkommodasietariewe
billik is?

1	Ja
2	Nee

	33
--	----

AFDELING C Hierdie afdeling moet slegs deur dagbesoekers voltooi word

46. Is daar na u mening
genoegsame ontspannings-
fasiliteite by die oord?

1	Definitief
2	Redelik
3	Glad nie

	34
--	----

47. Indien u in bogenoemde vraag no 2/3 gemerk het, dui aan watter
geriewe en ontspanningsfasiliteite u graag by die oord sou wou
sien

.....
.....
.....
.....

		35-36
		37-38
		39-40

48. Is toegangsgelde tot die
oord billik na u mening?

1	Ja
2	Nee

	41
--	----

Baie dankie vir u samewerking

.....
V. Dowd

Navorsers

Tel.: (051)-224863

OPSOMMING

Die doel met hierdie studie is om ondersoek in te stel na die potensiaal van die Rustenburgomgewing as toeriste-aantreklikheid. Die studie is in twee fases aangepak, naamlik 'n literatuurstudie en 'n empiriese ondersoek. In die empiriese ondersoek is opinieleiers vanuit die Rustenburgomgewing sowel as toeriste by die vakansie-oorde en hotelle betrek.

Vervolgens 'n aantal belangrike uittreksels uit die literatuurstudie:

Die idee van periodieke onderbrekings in die lewe van die mens is nie 'n nuwe verskynsel nie. Die mens het nog altyd 'n behoefte gehad aan 'n georganiseerde onderbreking in die normale patroon van sy roetine-aktiwiteite. Die gevolglike jaarlikse vakansie is 'n belangrike eienskap van moderne sosiale lewe in die Weste. Een woord om hierdie jaarlikse migrasie van massas mense na bestemmings, nasionaal sowel as internasionaal vir vakansiedoeleindse, saam te vat, is toerisme. **Toerisme kan omskryf word as die tydelike beweging van persone, vir watter doel ookal, na voorafbepaalde bestemmings, met die doel om nie permanent in die plek of streek wat besoek word, te bly nie.**

Toerisme in Suid-Afrika het 'n lang geskiedenis wat waarskynlik terugdateer na die entoesiasme van Sir Frances Drake vir "The fairest Cape in the world". Dit was egter eers gedurende die negentiende eeu dat die gebied 'n toerismereputasie ontwikkel het, veral as gesondheidsoord. Toerisme word allerweë as een van die grootste bedrywe in Suid-Afrika beskou en groei wêreldwyd teen 'n sneller tempo as die totale wêreld ekonomie. 'n Totaal van 804 985 buitelanders, wat 413 368 van Afrika insluit, het Suid-Afrika gedurende 1988 besoek.

Suid-Afrika se natuurlike toeriste-aantreklikhede is van besondere belang vir die land se toerismebedryf. Dit blyk uit die feit dat soveel as 19 % van die toeriste Suid-Afrika ter wille van die land se natuurlêwe besoek, terwyl 10 % die land ter wille van natuurskoon besoek. Die land is in 'n gunstige posisie om te kapitaliseer op verwagte groei in toerisme. Suid-Afrika beskik oor 'n verskeidenheid aantreklikhede wat vir groot getalle mense uiters aanloklik is, sowel as 'n goeie internasionale reputasie vir gehalte en bevrediging.

Rustenburg is geleë 105 kilometer vanaf Pretoria en 113 kilometer van Johannesburg aan die westekant van die Magaliesberge. Hierdie gunstige ligging maak dus van Rustenburg 'n maklik bereikbare en gewilde toevlugsoord vanaf die stadsgewoel van veral die PWV-gebied. Toerisme speel 'n al hoe belangriker rol in hierdie dorp. Met die heerlike klimaat van die tipiese Bosveld-topografie en plantegroei, bied dit ideale ontspannings- en vakansiegeleenthede. In 'n omtrek van 30 kilometer is daar nie minder as 11 vakansie-oorde, met ruim plek vir woonwaens en tente, sowel as 9 hotelle tot die beskikking van toeriste. Ook wat ontspanning betref, staan Rustenburg vir min toeristebestemmings terug.

Vervolgens 'n uittreksel uit die empiriese ondersoek:

Ten einde te deel in die vrug van toerisme moet owerhede in Rustenburg hul volle steun aan toerisme toesê. Opinieëlers en ander belanghebbendes moet byeenkom sodat daar besin kan word oor die genoegsaamheid van ontspanningsgeriewe en vermaaklikheid, sowel as oor die toestand waarin hierdie geriewe verkeer. Indringende aandag moet ook gegee word aan die huidige bemarkingstrategie, aangesien dit as probleemarea geïdentifiseer is. 'n Definitiewe bedrag moet aan toerisme en aan die bemarking van die dorp as toeristebestemming, toegesê word. Eienaars/bestuurders van vakansie-oorde en hotelle moet deeglik kennis neem van die huidige groot vraag na goeie konferensiegeriewe en van die voordele wat verkry kan word indien in hierdie behoefte voorsien word.

Die hoof "toeriste-opvanggebied" van Rustenburg strek in 'n radius van 200 kilometer rondom die dorp. Tesame met die feit dat Rustenburg deur toeriste as eindbestemming beskou word, bring dit mee dat Rustenburg as onafhanklike vakansiebestemming bemark kan word en wel hoofsaaklik in die "opvanggebied" wat geïdentifiseer is. In 'n poging om meer toeriste te lok, moet vakansie-oorde en hotelle veral aandag gee aan die ontspanningsgeriewe en vermaaklikheid wat aan toeriste/gaste gebied kan word.

Aangesien die meerderheid respondente aangedui het dat die Rustenburgomgewing 'n positiewe toerismepotensiaal het en dat hulle die omgewing in die toekoms beslis weer sal besoek, moet alle belanghebbende partye daarna streef om die gebied selfs nog aantrekliker vir toeriste te maak. Daardeur sal nie alleen verseker word dat toeriste die gebied weer besoek nie, maar persone wat die gebied nog nie besoek het nie, kan dan ook oorreed word om 'n besoek aan Rustenburg te bring. Rustenburg se twee vernaamste aantrekkingskragte, naamlik natuurskoon en klimaat, moet in die bemarking van die gebied beklemtoon word - veral in die lig van oorsese besoekers se groot behoefte aan genoemde twee aantrekkingskragte.

Deur aandag te gee aan die aanbevelings in hierdie studie, en deur dit te implementeer waar moontlik, kan die toerismepotensiaal van die Rustenburgomgewing optimaal benut word. Indien daarin geslaag word, sal die Rustenburgomgewing en al sy inwoners deel in die voordele wat toerisme vir 'n streek en weliswaar vir die hele land inhou.