

# STREEKTOERISMEBEPLANNING IN DIE VRYSTAAT<sup>1</sup>

Dr A J Strydom<sup>2</sup>  
Technikon Vrystaat

Prof W J C van der Merwe<sup>3</sup>  
Universiteit van die Oranje-Vrystaat

*Manuskrip aanvaar Januarie 1996*

*Regional economic activities in the Free State are largely based on slow-growing industries. Available resources for broadening the economic base of the Free State indicate limited potential in each of the various sectors of the economy of the province.*

*In global terms tourism is experienced as an industry which can have an important impact on the economic growth and development of countries and regions. The question arises whether tourism can also be utilised as a factor for improving the economic growth and development potential of the Free State.*

*Up to date the tourist industry in the Free State cannot be regarded as a factor that has any real impact on the economy of the province. The most important reason for this is the lack of a strategic plan to serve as a guideline for marketers, developers and other roleplayers.*

*Growth scenarios which have been developed indicate that the tourist industry in the Free State has the potential to stimulate the regional economy to a significant extent. The*

*Free State possesses sufficient tourist attractions and supporting facilities to serve as a basis for the promotion of the local tourist industry.*

*Against this background, the primary purpose of this article is to indicate which steps must be taken by regional tourism organisations in order to ensure a full exploitation of the tourist industry of the Free State in such a manner that the province will derive maximum economic benefit from it.*

---

*Streekekonomiese aktiwiteite in die Vrystaat is in 'n groot mate op stadig groeiende bedrywe gebaseer. Beskikbare hulpbronne ter verbreding van die ekonomiese basis van die Vrystaat dui op beperkte moontlikhede in elk van die onderskeie sektore van die provinsie se ekonomie.*

*Toerisme word in wêreldterme as 'n bedryf ervaar wat 'n belangrike invloed op die ekonomiese groei en ontwikkeling van lande en streke kan uitoefen. Die vraag ontstaan of toerisme ook in die Vrystaat as faktor ter verbetering van ekonomiese groei en*

*ontwikkelingsmoontlikhede aangewend kan word.*

*Resultate het aangetoon dat die toeristebedryf in die Vrystaat tot op hede nie as 'n faktor van wesenlike omvang in die provinsie se ekonomie beskou kan word nie. Die vernaamste rede hiervoor is die afwesigheid van 'n strategiese plan wat die rigting vir bemarkers, ontwikkelaars en ander rolspelers aandui.*

*Groeiensenario's wat ontwikkel is, dui daarop dat die toeristebedryf in die Vrystaat potensieel in staat is om die streekeconomie betekenisvol te stimuleer. Die Vrystaat beskik oor voldoende toeriste-atraksies en ondersteunende aktiwiteite wat as basis vir die bevordering van die plaaslike toeristebedryf kan dien.*

*Teen hierdie agtergrond is die primêre doel van dié artikel om aan te dui watter stappe deur streeктоerisme-organisasies geneem behoort te word om toe te sien dat die toeristebedryf in die Vrystaat sodanig ontwikkel dat die provinsie maksimum ekonomiese voordeel daaruit verkry.*

## 1 INLEIDING

Toerisme word wêreldwyd as 'n omvangryke en vinnig groeiende bedryf ervaar, wat 'n belangrike invloed op die ekonomiese groei en ontwikkeling van 'n land of streek kan hê. Internasionale toerisme is dié bedryf wat in 1992 die vinnigste groei in die wêrelddekkende getoon het en 5,5 persent tot die wêreld se Bruto Nasionale Produk (BNP) bygedra het. Verder verskaf toerisme ook meer as 112 miljoen direkte werkgeleenthede. Dit impliseer dat een uit elke 15 ekonomies aktiewe persone in die wêreld

by die toeristebedryf betrokke is (Mpekweni Workshop 1992:6, Pine 1992:91). Volgens die Minister van Omgewingsake en Toerisme was een uit elke 25 ekonomies aktiewe persone in 1994 by die Suid-Afrikaanse Toeristebedryf betrokke.<sup>4</sup>

Die toeristebedryf kan ook in die Suid-Afrikaanse ekonomie 'n belangriker rol speel en dit is van kardinale belang om toekomstige beplanning sodanig te rig dat 'n steeds groter deel van die voordele van die toeristebedryf vir die plaaslike mark bekom word. Daar is byvoorbeeld bevind dat daar in 1992

meer as 300 000 mense in die Suid-Afrikaanse toeristebedryf werksaam was en dat elke agt tot elf toeriste tot die skep van 'n addisionele werkgeleentheid aanleiding gee (Mpekweni Workshop 1992:7). Die belangrikheid van toerisme as potensieële werkskepper in 'n land soos Suid-Afrika is veral daarin geleë dat dit groot getalle ongeskoolde, semi-geskoolde en geskoolde werkers kan employeer.

Dat daar wel geleenthede bestaan om Suid-Afrika se toerismemark te vergroot, blyk duidelik uit die feit dat die Suid-Afrikaanse Toerismeraad (Satoer)

dit as doelwit gestel het om teen die jaar 2000 sowat 1,75 miljoen buitelandse besoekers na Suid-Afrika te lok (Afrika uitgesluit). Indien dit realiseer, behoort Suid-Afrika op daardie stadium sowat R24 000 miljoen (vliegkoste uitgesluit) aan buitelandse valuta te verdien in vergelyking met R2 759 miljoen in 1991 (Smidt 1992:35). Dat daar vordering gemaak word in die strewe na hierdie gestelde doelwit, word geïllustreer deur die feit dat toeriste-aankomste vanaf die buiteland na Suid-Afrika vir die tydperk Januarie 1994 tot Januarie 1995 met 46 persent toegeneem het (Satoer 1995:i).

Die behoefte aan toerismebevordering binne streekverband in Suid-Afrika spruit uit die feit dat die meerderheid provinsies van een of enkele bedrywe vir ekonomiese groei en ontwikkeling afhanklik is en dus 'n ernstige behoefte aan 'n groter mate van ekonomiese diversifikasie ondervind. Hierdie situasie is van toepassing in die Vrystaat, waar ekonomiese aktiwiteite tot 'n groot mate op stadig groeiende bedrywe (landbou en mynbou) gebaseer is [berekenings uit Suid-Afrika (Republiek) Sentrale Statistiekdiens 1992]. Die streekeconomie toon kenmerke van ongediversifiseerdheid soos vergestalt in gebrekkige voorwaartse en terugwaartse skakelingseffekte tussen ekonomiese aktiwiteite en 'n hoë invoergeneigdheid. 'n Verbreding van die eng ekonomiese basis van die Vrystaat word as 'n aangeleentheid met prioriteitswaarde in dié provinsie beskou. Beskikbare hulpbronne wat ter bereiking van hierdie prioriteit aangewend kan word, dui op beperkte moontlikhede in elk van die onderskeie sektore van die streekeconomie.

Die relevantheid van 'n beter benutting van die toerismepotensiaal van die Vrystaat ter bevordering van ekonomiese groei en ontwikkeling in die provinsie, word op die volgende aspekte gebaseer (Vrey 1991:68):

- Toerisme is 'n vinnig groeiende arbeidsintensiewe bedryf
- Toerisme is 'n uitvoerbedryf
- Die toeristebedryf steun in 'n hoë mate op bestaande infrastruktuur
- Toerisme meng uitstekend met ander ekonomiese aktiwiteite
- Dit is veral die tersiêre sektor wat deur toerisme-ontwikkeling gestimuleer word. As gevolg van die vermenigvuldigereffek van dié bedryf kring die impak ook uit na die res van die provinsie se ekonomie.

Toerisme kan tot op hede nie as 'n faktor van betekenisvolle omvang in die streekeconomie van die Vrystaat beskou word nie. Totale toerisomeomset verteenwoordig net meer as 1 persent van die reële Bruto Geografiese Produk (BGP) in die Vrystaat. Die provinsie beskik oor 'n beperkte marktaandeel van ongeveer 1 persent in totale binnelandse en internasionale toerisme-aktiwiteite in Suid-Afrika (Strydom 1994:336). In die lig hiervan word daar met hierdie artikel gepoog om aan te dui watter stappe deur 'n streektoerisme-organisasie(s) geneem behoort te word om toe te sien dat die toeristebedryf in die Vrystaat sodanig ontwikkel dat die provinsie maksimum ekonomiese voordeel daaruit verkry.

## 2 METODES VAN ONDERSOEK

Die navorsing het op die Vrystaat as studiegebied gefokus en toepaslike inligting is hoofsaaklik as volg versamel:

- vanuit sekondêre bronne soos bevolkingsensustabelle en navorsingsverslae (hoofsaaklik dié wat deur Satoer geïnisiëer is)
- deur die stuur van 'n vraelys aan elk van die plaaslike owerhede in die ondersoekgebied. Hierdie vraelyste het 'n opgawe van alle betrokke toeriste-atraksies, akkommodasie-geriewe en ondersteunende aktiwiteite behels en 'n 100 persent respons is verkry.
- deur middel van werkwinkels, waartydens 'n wye spektrum van toerismekundiges uit die provinsie by die projek betrek is. Gelyke verteenwoordiging van rolspelers is by die werkwinkels betrek. Dit het ongeveer 20 persone per werkwinkel behels en het hoofsaaklik uit afgevaardigdes van plaaslike owerhede en private produkeienaars bestaan. Die reekse werkwinkels het onderskeidelik op die evaluering van toeriste-atraksies

en strategiese- en bemarkingsbeplanning (ekstern en intern) gefokus.

## 3 KERNBEVINDINGE VAN DIE NAVORSING

Die Vrystaat beskik oor voldoende toeriste-atraksies en ondersteunende aktiwiteite wat as basis vir die toekomstige bevordering van die toeristebedryf kan dien. Die plaaslike toeristebedryf openbaar die volgende kenmerke:

- Die gebied is relatief onbekend as 'n toeristebestemming.
- Bemarking van die gebied word tans nie op 'n optimale vlak benut of daartoe ontwikkel nie.
- 'n Databasis vir beplanningsdoelindes ontbreek.
- Toerisme-ontwikkeling vind tans ongekoördineerd plaas.
- Bemarkingsaksies geskied ongekoördineerd tussen dorpe in die provinsie.
- Die toeristebedryf in die Vrystaat beskik nie oor 'n gebalanseerde produkportefeulje nie.
- Gebrekkige samewerking deur die private sektor word ondervind aangesien hierdie sektor onkundig is betreffende potensiele voordele wat dit uit toerisme kan ontvang.
- Daar bestaan onduidelikheid oor doelmarkte wat bedien moet word.
- Dienslewering is nie altyd op standaard nie.
- 'n Toerismekultuur ontbreek in die Vrystaat. (Bestaande persepsies dui op die Vrystaat as 'n gebied sonder betekenisvolle toerismepotensiaal.)

Een van die vernaamste redes vir genoemde stand van sake is die afwesigheid van 'n strategiese plan wat die rigting vir bemarkers, ontwikkelaars en ander rolspelers aandui.

Die doelgerigte bevordering van toerisme in die Vrystaat aan die hand van 'n wetenskaplik gefundeerde strategie-

se plan, kan ekonomiese voordele soos die volgende vir dié provinsie inhou (Strydom 1994:337):

- Verhoogde buitelandse valutaverdienste
- 'n Gunstiger betalingsbalans
- Groter binnelandse inkomeverdienste
- Verhoogde werkskepping
- Generering van inkome vir die Provinsiale Wetgewer
- Daarstel van ontwikkelingsgeleenthede vir plaaslike entrepreneurs
- Groter investeringsmoontlikhede
- Betekenisvolle vermenigvuldiger-effek

#### 4 'N STRATEGIESE PLAN VIR STREEKTOERISME IN DIE VRYSTAAT

'n Strategiese plan ter bevordering van streektoerisme in die Vrystaat moet in breë trekke op die volgende aspekte fokus (Strydom 1994:336-349):

- Toerisme moet as 'n gemeenskapsaksie beskou word wat slegs sinvol kan ontplooi indien die gemeenskap daarby betrek word.
- Bestaande persepsies rakende die Vrystaat as toerismegebied moet positief verander word. Dit is in die eerste instansie die taak van die publiek om hierdie persepsies te verander. Hiervoor benodig hulle inligting rakende die omvang en voorkoms van toerisme geleenthede in die Vrystaat. Dit is die taak van streektoerisme-organisasies om dié inligting op die mees effektiewe wyse beskikbaar te stel. Moontlikhede wat in hierdie verband oorweeg kan word, sluit die volgende in (Strydom 1994:329-330):
  - Die uitgee van 'n nuusbrieff waarin die omvang van streektoerisme-organisasies se aktiwiteite met gepaardgaande resultate aangetoon kan word.
  - Persoonlike kontak tussen

verteenwoordigers van streektoerisme-organisasies en belanghebbendes in die onderskeie doelmarkte.

- Persoonlike briewe aan geïdentifiseerde belanghebbendes in gestelde doelmarkte.
- 'n Kalender van belangrike gebeure met betrekking tot toerisme kan in die plaaslike gemeenskap versprei word.
- Die plaaslike media kan benut word ten einde relevante toerisme-inligting aan die gemeenskap beskikbaar te stel en hul van hul rol in toerismebevordering bewus te maak.
- Lesings/referate/voordragte kan deur verteenwoordigers van 'n streektoerisme-organisasie in die onderskeie doelmarkte gelewer word.
- 'n Jaarverslag kan deur streektoerisme-organisasies aan geïdentifiseerde persone of instansies in die onderskeie doelmarkte versprei word.
- Streektoerisme-organisasies in die Vrystaat moet voortdurend daarop ingestel wees om faktore wat die vraag na en aanbod van toerisme beïnvloed in beplanningsaksies te verreken in 'n poging om geleenthede en/of bedreigings op 'n proaktiewe wyse aan te spreek.
- Streektoerisme-organisasies en publieke en private investeerders moet hulself van die impakte van 'n voorgenome toerisme-ontwikkeling vergewis en met die betrokke rolspelers oorleg pleeg alvorens sodanige ontwikkeling geskied. Sodoende kan verseker word dat toerisme nie ongekwalifiseerd aan 'n ontwikkelingsproses onderwerp word nie.
- Besluitnemers in die toeristebedryf van die Vrystaat moet van gestelde doelwitte op nasionale vlak kennis neem ten einde toe te sien dat hul eie doelwitte in lyn met die nasionale toerismebeleid geformuleer is.
- Die reël van opleidingsprogramme ter verbetering van dienslewering

moet deur streektoerisme-organisasies in die Vrystaat onderneem word.

- In 'n landelike gebied soos die Vrystaat, waar attraksies relatief ver van mekaar geleë is, is dit noodsaaklik dat individuele attraksies, as deel van 'n groter geheel, planmatig by mekaar ingeskakel word ten einde die toerismpotensiaal van die provinsie maksimaal te ontgin en toerisme op 'n geïntegreerde wyse te bevorder. Dit impliseer dat toeristeroetes vir dié doel ontwikkel moet word. Alhoewel die beginsel hier ter sprake is om roetes met 'n bepaalde tema (byvoorbeeld landbou of mynbou) vir toerismedoelendes te ontwikkel, is die idee dat ander attraksies wat deel van die bepaalde roete uitmaak in die proses daarby ingeskakel kan word om sodoende 'n diversiteit van toerismegeleenthede aan die voornemende toeris te bied. Ontwikkeling van die volgende toeristeroetes in die Vrystaat behoort aandag te geniet:
  - Die Goue-Hooglandroete, wat veral op die natuurskoon en gepaardgaande aktiwiteite van die Oos-Vrystaat gerig is.
  - Die Vrystaat-Goudvelderroete, wat hoofsaaklik op 'n benutting van die goudmynbedryf as toeriste-attraksie in die Vrystaat moet fokus.
  - 'n Diamantroete in die Wes-Vrystaat wat by dié van Noord-Kaapland aansluit.

Benewens die toeristeroetes, so pas na verwys, is 'n mieliekontreiroete deur Vrystaat Sentratoer in samewerking met individuele produkeienaars ontwikkel om aan dié sub-streek se sterprodukt (landbou en jag) stukrag te verleen.

- Rolspelers in dorpe en streke wat neweliggend tot kroon- en sekondêre attraksies geleë is, moet pakkette ontwikkel waarvolgens toeriste by sodanige attraksies by wyse van dag- of langer toere na die betrokke dorp en/of streek gelok kan word. Sodoende word die toeris aan die volle spektrum van toerismegeleenthede in die

Vrystaat blootgestel en terselfdertyd word 'n bydrae gelewer om die voordele van toerisme so eweredig as moontlik oor die provinsie te versprei. Die benadering ter sprake by die identifisering van kroon- en sekondêre attraksies is om nie provinsiegebonde te wees nie. Kroon- en sekondêre attraksies buite die onmiddellike grense van die Vrystaat moet ook in aanmerking geneem word vanweë twee redes:

- Deurgangverkeer onderweg na hierdie attraksies moet solank as moontlik aan toerismegeleenthede en koopgeriewe in die Vrystaat blootgestel word.
- Toeriste by kroon- en sekondêre attraksies buite die grense van die Vrystaat kan by wyse van dag- en/of langer toere na dié provinsie gelok word in 'n poging om die aktiwiteite van sien, doen en koop maksimaal te eksploiteer.
- Die sterk punte en geleenthede ter bevordering van toerisme in elk van die onderskeie toerismestreke van die Vrystaat, moet sinvol as basis vir die bevordering van dié bedryf in die toekoms benut word. In hierdie opsig moet veral op aspekte soos die sentrale ligging, bekostigbaarheid van toeristegeleenthede, die opkomende swart toerismemark en landelike atmosfeer van die Vrystaat gefokus word.
- Swak punte en faktore wat toerisme-ontwikkeling bedreig, moet op 'n pro-aktiewe wyse aangespreek word. Die vernaamste swak punte en bedreigings is die afwesigheid van 'n strategiese plan ter bevordering van streektoerisme in die Vrystaat, die voorkoms van onlusverwante voorvalle, gebrekkige dienslewering, onvoldoende inligting vir beplanningsdoeleindes en 'n gebrek aan voldoende fondse.
- Deeglike profiele van mededingers moet opgestel word om sodoende 'n aanduiding van moontlike gapings in die mark te verkry en mededingers se sterk en swak punte in toekomstige strategieë te verreken in 'n poging om 'n

mededingende voordeel te identifiseer en te handhaaf. Ontledings dui daarop dat mededingers veral met betrekking tot die volgende aspekte beter as die Vrystaat presteer:

- Bemakingseffektiwiteit
- Die vestiging van 'n toerismekultuur
- Gekoördineerde toerismebeplanning
- Kennis rakende kliënte (toeriste) moet bekom en tydig opgedateer word ten einde voortdurend op moontlike behoefteveranderinge ingestel te wees en terselfdertyd te verseker dat daar aan bestaande kliëntebehoefes voldoen word.
- Sinvolle prioriteite moet vir die bevordering van toerisme in die toekoms geformuleer word.
- 'n Missie moet geformuleer word wat aan elk van die toerismestreke in die Vrystaat 'n eie ontwikkelingsrigting, identiteit en karakter op so 'n wyse verskaf dat die provinsie as geheel eventueel daarby sal baat.
- Langtermyn doelwitte moet geformuleer word wat uitvoerbaar en in lyn met dienooreenkomstige doelwitte op nasionale vlak is, en op 'n verwesenliking van die gedefinieerde missie gerig is.
- Uitvoerbare en meetbare korttermyn doelwitte aan die hand van 'n tydskaal en verantwoordelike toedeling moet daargestel word.
- 'n Produkportefeulje vir elk van die toerismestreke in die Vrystaat moet daargestel word wat beleidmakers kan stimuleer om aksies (soos produkaanpassings) te loods om die portefeulje van elke streek te balanseer (indien nodig) ten einde positiewe langtermyngevolge vir die totale provinsie te bewerkstellig. Ontledings dui daarop dat geeneen van die toerismestreke in die Vrystaat oor 'n gebalanseerde produkportefeulje beskik nie.
- Doeltreffende marksegmentering moet onderneem word ten einde die mees optimale doelmarkkeuse

te bewerkstellig. 'n Ontleding van die doelmarkte wat vir elk van die toerismestreke in die Vrystaat geïdentifiseer is, dui op 'n voorsiene benutting van veral binne-landse doelmarkte en 'n poging om fasiliteite tydens buiteseisoene te benut ten einde 'n meer eweredige verspreiding van toeriste dwarsdeur die jaar na die Vrystaat te bewerkstellig. Penetrasie van die internasionale mark is nie buite rekening gelaat nie, alhoewel die uitgangspunt is dat Satoer, ooreenkomstig sy missie, die primêre verantwoordelikheid daarvoor namens die onderskeie provinsies aanvaar.

- Toerismeprodukte moet korrek in terme van mededingers in die mark geposisioneer word. Faktore wat in hierdie verband tot voordeel van die Vrystaat ontgin behoort te word, is veral die provinsie se ligging met betrekking tot primêre markte soos Gauteng, toeganklikheid as gevolg van sentraliteit en bekostigbaarheid in vergelyking met vernaamste mededingers.
- Haalbare bemakingsdoelwitte moet daargestel word. Die bestaande situasie plaas 'n beperking op die stel van realistiese doelwitte (veral in terme van promosie) as gevolg van die feit dat meting daarvan deur 'n gebrek aan inligting beperk word. As vertrekpunt by die stel van bemakingsdoelwitte behoort die onderskeie streektoerisme-organisasies op aspekte wat as swak in terme van posisionering gereken word, te fokus.
- Die korrekte bemakingsmengsel moet op die onderskeie doelmarkte van toepassing gemaak word. Wat 'n *produkstrategie* betref, moet
  - Rieimland en Transgariëp die voorbeeld van Hoogland en Vrystaat Sentratoer volg en 'n logo, wat kenmerkend van dié streke as toerismegebiede is, ontwerp vir gebruik op briefhoofde en reklamemateriaal.
  - elke streek pakkette saamstel wat op die onderskeie doelmarkte gerig is. Hier kan onderskei word tussen verskillende tipes pakkette, te wete

spesialiteitspakkette (wat op die sterk punte van elke streek fokus), pakkette in streekverband (waar daar in samewerking met ander toerismestroke binne en buite die Vrystaat pakkette ontwikkel word wat die provinsie in geheel sal bevoordeel) en pakkette wat spesifiek op deurreisigers wat van alternatiewe roetes gebruik sou maak, konsentreer. Pakket-samestelling moet met in agneming van geïdentifiseerde toeristeroetes en kroon- en sekondêre attraksies geskied, terwyl die tydperk van besoek (byvoorbeeld dag- of naweek-besoekers) ook in aanmerking geneem moet word.

- die onderskeie streke doelgerigte aandag aan geïdentifiseerde knelpunte met betrekking tot ondersteunende fasiliteite verleen.

Wat die formulering van 'n *prysstrategie* betref, moet in aanmerking geneem word dat streektoerisme-organisasies in die Vrystaat nie beheer oor prysbepaling van individuele produkeienaars kan uitoefen nie. Gevolglik kan sodanige organisasies slegs adviserend met betrekking tot prysvasstelling aan die hand van 'n markindringingstrategie, wat deur al die toerismestroke in die Vrystaat gevolg word, optree. Dit behels die ontwikkeling van 'n databank wat as basis kan dien vir die deurgee van riglyne aan lede met betrekking tot aspekte soos

- tariese in mededingende gebiede, en
- spesiale pryse wat byvoorbeeld vir toergroepe, besigheids-toeriste of aan die hand van 'n bepaalde pakketsamestelling van toepassing gemaak kan word.

Met betrekking tot 'n *distribusiestrategie*, is dit essensieel dat streektoerisme-organisasies in die Vrystaat toesien dat toeriste-inligting op die vernaamste plekke waar potensiële toeriste dit mag verwag, beskikbaar sal wees. (Dit geld ook ten opsigte van die beskikbaarstel-

ling van na-uurse toerisme-inligting.) Ten einde 'n geïntegreerde benadering met betrekking tot toerismebevordering in die Vrystaat na te streef, sal dit vanpas wees indien inligting met betrekking tot die totale provinsie in elk van die toerismestroke tot beskikking van toeriste gestel word. Voorts behoort toerismeprodukte en geïdentifiseerde pakkette in die onderskeie toerismestroke aan tussengangers soos toeroperateurs, reisagente en organiseerders van konferensies bekendgestel word, in 'n poging om toeriste te lok.

Die formulering van 'n *promosiestrategie* kan beskou word teen die agtergrond dat streektoerisme-organisasies in die Vrystaat moet poog om die volle spektrum van promosie-instrumente (met inagneming van beskikbare begrotings) op 'n geïntegreerde wyse te benut ten einde die geïdentifiseerde doelmarkte optimaal te bereik. Elk van die toerismestroke in die Vrystaat moet 'n toepaslike kommunikasieboodskap ontwikkel wat tydens promosie-aktiwiteite uitgedra kan word. Sodanige boodskap moet tiperend van elke streek as toerismegebied wees. Wat die keuse van die onderskeie tipes promosie-instrumente betref, blyk die volgende met betrekking tot elk veral van belang te wees (die uitgangspunt is om 'n realistiese ideaal in terme van bekostigbaarheid daar te stel):

- *Advertensies*  
In terme van radio-advertensies en advertensies in koerante en/of tydskrifte is dit van belang dat elke streektoerisme-organisasie in die Vrystaat, in samewerking met deskundiges op die gebied van advertensies, sal besin oor aspekte soos die frekwensie, ontwerp en tydsberekening van 'n bepaalde tipe advertensie. Sodoende kan verseker word dat die hoogs moontlike koste-effektiewe in terme van die beskikbare begroting bewerkstellig word. Wat die keuse van radio- en koerant- en/of tydskrifadvertensies betref, behoort bereiking van die grootste moontlike doelgehoor op nasionale vlak en

in die geïdentifiseerde doelmarkte as vertrekpunt te geld. Die sterk punte van elke toerismestreek, asook die swak punte van mededingers moet in die samestelling van genoemde tipes advertensies verreken word. In gevalle waar toerismestroke in die Vrystaat se doelmarkte en keuses van genoemde advertensies ooreenstem, kan dit gesamentlik onderneem word in 'n poging om koste te minimaliseer.

Die gebruik van brosjures as advertensie-instrument word in sommige van die toerismestroke in die Vrystaat van toepassing gemaak. Die ideaal in terme van die samestelling van brosjures behoort nie net te wees om 'n lys van toeristeprodukte aan toeriste bekend te stel nie, maar om toeristeroetes en -pakkette daarby in te sluit ten einde die aanwending daarvan deur tussengangers en persone wat as "self-drivers" funksioneer, te vergemaklik.

Buitelugadvertensies kan sinvol as metode van advertensie in die toeristebedryf van die Vrystaat benut word. 'n Goeie voorbeeld hiervan is die oprigting van verwelkomingsborde by ingange na die onderskeie toerismestroke in die Vrystaat. Borde kan ontwerp word om die reeds geïdentifiseerde toeristeroetes aan te dui, terwyl 'n standaard tipe bord gebruik kan word om lede van 'n bepaalde streektoerisme-organisasie te identifiseer. Laasgenoemde aksie kan daartoe bydra om 'n bepaalde standaard van dienslewering by individuele lede van 'n streektoerisme-organisasie te vestig.

- *Persoonlike verkope*  
Die taak van streektoerisme-organisasies in hierdie verband fokus op 'n motivering van produkeienaars om die totale provinsie tydens persoonlike verkoopsaksies te bemark.
- *Verkoopspromosies*  
Hierdie promosie-instrument word met vrug deur sommige

van die toerismestreke in die Vrystaat toegepas. Alhoewel dit verskeie vorme kan aanneem, word die aanbod van toeristeaanrydienste tydens piekseisoene, uitstallings in geïdentifiseerde doelmarkte en deelname aan die jaarlikse Toerisme Indaba in Durban as die vernaamstes beskou. Streektoerisme-organisasies in die Vrystaat moet hul daarvoor beywer om die opedag, wat voorheen deel van die Indaba gevorm het en waartydens aan die publiek toegang verleen is, weer ingestel te kry. Dit kan meehelp om die Vrystaat in 'n tradisionele vakansielokaliteit aan moontlike verteenwoordigers uit geïdentifiseerde doelmarkte bekend te stel.

o *Publisiteit*

Publisiteit word nie tot sy volle omvang as promosieinstrument in die toeristebedryf van die Vrystaat benut nie. Die vernaamste moontlikhede wat in 'n publisiteitsplan oorweeg kan word, sluit mediatoere, persverklarings, radio- en televisieonderhoude en reklamestreke in.

Die opstel van 'n promosiebegroting in die onderskeie toerismestreke van die Vrystaat moet met inagneming van jaarlikse prioriteite

en beskikbare fondse geskied. Dit sal streektoerisme-organisasies in die Vrystaat loon om individuele produkeienaars te nader vir riglyne in hierdie verband.

- Elk van die toerismestreke in die Vrystaat het 'n taak om 'n databasis te ontwikkel wat as essensiële hulpmiddel in beplannings- en evalueringsaksies kan dien. Sodanige databasis kan ook 'n sleutelrol in die tydige opdatering van die strategiese plan vervul.

## 5 SLOTOPMERKINGS

Alhoewel toerisme tot op hede nie as 'n faktor van wesenlike omvang in die streekeconomie van die Vrystaat beskou kan word nie, dui ekonomiese ontledings daarop dat dit wel 'n substansiële bydrae tot die stimulering van die plaaslike ekonomie kan lewer. Terselfdertyd kan toerisme-ontwikkeling tot 'n breër ekonomiese basis in die Vrystaat aanleiding gee.

Ten spyte van bestaande negatiewe persepsies rakende die toeristebedryf in die Vrystaat, en 'n gepaardgaande negatiewe ingesteldheid jeens dié bedryf onder 'n gedeelte van die plaaslike bevolking, het ontledings getoon dat die Vrystaat oor betekenisvolle toerismepotensiaal beskik wat as basis vir die stimulering van die streekeconomie aangewend kan word.

Die vernaamste stap ter verwesenliking van die ideaal dat toerisme in die Vrystaat maksimaal tot ekonomiese groei en ontwikkeling moet bydrae, is om dié bedryf voortaan aan die hand van 'n wetenskaplik gefundeerde strategiese plan (met inagneming van nasionale beleid) te rig en te bestuur. Implementering van sodanige plan moet in breë trekke fokus op

- die versameling van inligting en inagneming van alle faktore wat as onontbeerlik vir toekomstige beplanning beskou word;
- 'n toepassing van alle relevante aspekte wat met die bemarking van die Vrystaat as toeristebestemming gepaard gaan;
- die skep van 'n toerismekultuur in die Vrystaat waarby die totale gemeenskap betrek moet word terwyl toerisme tot 'n lewenswyse in die Vrystaat verhef moet word, en
- die aanvaarding van oorhoofse verantwoordelikheid deur die Departement Ekonomiese Sake en Toerisme, in samewerking met die Toerisme-assosiasie: Vrystaat, wat toerisme op 'n geïntegreerde wyse tot voordeel van die totale gemeenskap in die Vrystaat moet bestuur.

## NOTAS

- 1 Die artikel is gebaseer op navorsing wat deur die Universiteit van die Oranje-Vrystaat (UOVS) in opdrag van die Toerisme Assosiasie: Vrystaat (TAVS) onderneem is. Die toepassingswaarde daarvan is daarin geleë dat dit ook as 'n riglyn vir soortgelyke navorsing in ander provinsies benut kan word.
- 2 Senior Lektor: Reisbedryf en Toerisme, Technikon Vrystaat.
- 3 Verbonde aan die Departement Ondernemingsbestuur, UOVS.
- 4 Kongres van Suider-Afrikaanse Reisagente, Kaïro, Oktober 1994.
- 5 Die Vrystaat bestaan uit vier substreke vir toerismedoeleindes, te wete Hoogland, Riemland, Vrystaat Sentratoer en Transgariëp.
- 6 Kroon- en sekondêre attraksies beskik in 'n meerdere of mindere mate oor die vermoë om besoekers oor groot afstande te lok en hulle vir 'n tyd lank in 'n gebied te laat vertoef.

## VERWYSINGS

- MPEKWENI WORKSHOP (1992). Proceedings of the workshop on *Support Programmes for the Tourism Industry within the ECOSA States*. (1992: Ciskei). Compiled with the original assistance of E van Dijk. [S.l.:s.n.].
- PINE RJ (1992). "Towards a useful measure of tourism activity at individual country level". *Tourism Management* 13(1):91-94.
- SATOER (1995). *Foreign arrival statistics*. January.
- SMIDT A (1992). "Satoer se nuwe plan vir meer toeriste". *Finansies en Tegniek* 44(50):35.
- STRYDOM AJ (1994). 'n *Onderzoek na die toerismepotensiaal van die Oranje-Vrystaat as strategiese faktor in ekonomiese groei en ontwikkeling*. PhD-proefskrif, Universiteit van die Oranje-Vrystaat, Bloemfontein.
- SUID-AFRIKA (REPUBLIEK). SENTRALE STATISTIEKDIENS (1992). *Bevolkingsensus 1991: ekonomiese sektor volgens ontwikkelingstreek, statistiese streek en distrik*. Pretoria: Die Staatsdrukker. [Verslag no 03-01-09 (1991)].
- VREY WJH (1991). "Die ekonomie van Ontwikkelingstreek B en die wenslikheid daarvan om die rol wat die toerismebedryf daarin speel, te verruim". In *Upington Fokus: Toerismeberaad* (17-18 Oktober 1991: Upington). "Ontwikkeling van die Toerismebedryf in Noord-Kaap".