

DIE ONTWIKKELING VAN 'N PSIGOMETRIESE TOETSBATTERY
VIR DIE KEURING VAN ADVERTENSIEVERTEENWOORDIGERS
IN 'N SUID-AFRIKAANSE MEDIA-GROEP

deur

ADRIAAN MARAIS



TESIS INGELEWER TER GEDEELTELIKE VOLDOENING
AAN DIE VEREISTES VIR DIE GRAAD MAGISTER IN
DIE HANDELSWETENSKAPPE (BEDRYFSIELKUNDE)
AAN DIE UNIVERSITEIT VAN STELLENBOSCH

Studieleier: PROF. L.C. DE JAGER

Februarie 1990

V E R K L A R I N G

Ek verklaar dat die werk in hierdie tesis vervat my eie oorspronklike werk is wat nog nie vantevore in die geheel of gedeeltelik by enige ander universiteit ter verkryging van 'n graad voorgelê is nie.

A. MARAIS

Februarie 1990

OPSOMMING

Die doel van hierdie ondersoek is om 'n psigometriese toets=
battery te ontwikkel wat gebruik kan word in die keuringsproses
van advertensieverteenwoordigers.

Uit literatuur het geblyk dat daar 'n teoretiese raamwerk bestaan
naamlik 'n samevallende geldigheidsmodel waarvolgens die navorsings=
projek uitgevoer kan word. Eienskappe word ook geïdentifiseer wat
kenmerkend van suksesvolle verteenwoordigers is. Genoegsame bewyse
is gevind dat persoonlikheid, belangstelling en aanleg belangrike
eienskappe van suksesvolle verteenwoordigers is. Die navorsings=
probleem wat ontstaan is "of die sukses van advertensie=
vertteenwoordigers in die koerantsektor voorspel word deur middel van
'n keuringsbattery bestaande uit psigometriese toetse?" Psigometriese
toetse wat psigometriese eienskappe meet gebaseer op belangstelling,
aanleg en persoonlikheidsmetings wat Nasionale Pers se suksesvolle en
onsuksesvolle advertensieverteenwoordigers van mekaar onderskei, wat
sodoende in die toekoms tydens die keuringsproses gebruik kan word om
beter advertensieverteenwoordigers te keur. Om 'n antwoord op die
navorsingsprobleem te kry was dit nodig om die advertensieverteen=
woordigers by die verskillende dagblaaie wat onderskeidelik as die
suksesvolle en onsuksesvolle presteerders bestempel kan word aan die
hand van die volgende kriteria te identifiseer: kommissie verdien,
prestasiebeoordeling en 'n kombinasie van die kriteria. Dit was ook
nodig om die nie-kognitiewe eienskappe naamlik: persoonlikheid,
belangstelling en aanleg te identifiseer wat die suksesvolle
presteerders beskryf. Hierdie eienskappe word gemeet deur die
volgende toetse:

die Sestienpersoonlikheids-faktorvraelys, Gestruktureerde Objektiewe Rorschachtoets, 19-Veld-Belangstellingsvraelys en die Senior Aanlegtoets.

Hierdie meetinstrumente is geselekteer op grond van die waarskynlikheid dat hulle die eienskappe meet wat kenmerkend van suksesvolle presteerders is gebaseer op grond van inligting voortspruitend uit 'n posontleding en literatuurstudie.

Die respondente was 77 advertensieverteenwoordigers wat binne die koerante-sektor van Nasionale Pers werksaam is. Vervolgens is van kontrasgroepe gebruik gemaak om die eienskappe wat kenmerkend van die suksesvolle advertensieverteenwoordigers is mee te bepaal asook 'n samevallende geldigheidsmodel waardeur die korrelasies tussen advertensieverteenwoordigers se metings op die psigometriese toetse en aanslae op die prestasiebeoordelingsinstrument bereken is.

Op grond van die kontrasgroepe se resultate is daar nie genoegsame bewyse gevind dat daar 'n beduidende onderskeid tussen suksesvolle en onsuksesvolle advertensieverteenwoordigers op grond van hul persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegtellings gemaak kan word nie. Dit was egter moontlik om op grond van die resultate van 'n meervoudige regressie-ontleding 'n psigometriese toetsbattery saam te stel vir die keuring van advertensieverteenwoordigers. Deur stapsgewyse regressie is 'n regressie-vergelyking wat 6 veranderlikes insluit verkry met 'n meervoudige korrelasie van 0,62 tussen die betrokke voorspellers en die prestasiebeoordelingmetings.

Deur die samestelling van 'n voorspellingsmodel is gevind dat die huidige keuringsmetode wat gebruik word met 19,34% verbeter kan word indien 'n psigometriese toetsbattery as een van die fases in die keuringsbattery ingesluit word. Sodoende slaag hierdie ondersoek in sy doel om 'n psigometriese toetsbattery daar te stel wat in die keuringsproses van advertensieverteenwoordigers gebruik kan word.

A B S T R A C T

The purpose of this investigation is to develop a psychometric test battery which can be used in the selection process of advertising representatives.

Literature showed that a theoretical framework exist namely a concurrent validation model upon which such a research project can be based. Typical characteristics of the successful representatives are also identified. Sufficient proof was found that personality, interest and ability are important characteristics of successful representatives. The research problem which exist is whether "the success of advertising representatives in the newspaper industry can be predicted by means of a test battery consisting of psychometric tests?" Psychometric tests which measures characteristics that differentiate between the successful and unsuccessful advertising representatives of Nasionale Pers based on their personality, interest and ability measures which in future can be used in the selection process to select successful advertising representatives. To answer the research problem it was necessary to identify the successful and unsuccessful achievers at the various newspapers based on the following criteria: commission earned, performance evaluation and a combination of the named criteria. It was also necessary to identify the non-cognitive characteristics of the good achievers namely: personality, interest and ability.

Four psychometric tests were used in the research project namely: the Sixteen Personality Factor Questionnaire, Structured Objective Rorschachtest, 19-Field Interest Questionnaire and the Senior Aptitude Test.

The measuring instruments were selected on the basis that they sufficiently measure the characteristics which are typical of successful representatives based on the job analysis and a study of the relevant literature.

The respondents were 77 newspaper advertising representatives employed at Nasionale Pers. Contrast groups were used to determine the typical characteristics of a successful advertisement representative and a congruent validity model where by the correlations between the psychometric tests and the scores of advertising representatives on the performance appraisal instrument are determined.

Based on the findings of the contrast groups no sufficient evidence could be found that a distinction can be drawn between the successful and unsuccessful advertising representatives based on their personality, interest and ability scores. By using a multiple regression analysis it was possible to construct a psychometric test battery that can be used in the selection of advertising representatives. By means of stepwise regression, a multiple equation including six variables were determined. A multiple correlation of 0,62 were found between the relevant predictors and the performance appraisal scores.

By making use of a prediction model it was found that the current selection procedure could be improved by 19,34% if the psychometric test battery is included as one of the phases in the selection battery. This study therefor succeeds in its purpose to develop a psychometric test battery which can be included in the selection process of advertising representatives.

Opgedra aan my ouers

Fanie en Mitch

VOORWOORD

Ek wil graag my opregte dank en waardering teenoor die volgende persone uitspreek:

- Al die werknemers van Nasionale Pers wat betrokke was by die studie.
- My studieleier, Prof. L.C. de Jager, vir sy bekwame leiding.

A. Marais

KAAPSTAD

Februarie 1990

INHOUDSOPGAWE

	<u>Bladsy</u>
<u>Hoofstuk 1 : Inleiding</u>	
1.1 Agtergrond	1
1.2 Probleemstelling	7
1.3 Doelstellings	
1.3.1 Algemene doelstelling	7
1.3.2 Spesifieke doelstelling	7
1.4 Samestelling van die werkstuk	8
<u>Hoofstuk 2 : Oorsig van navorsing in verband met die keuring van verkoopsverteenwoordigers</u>	
2.1 Inleiding	9
2.2 Persoonlike eienskappe wat suksesvolle en onsuksesvolle verteenwoordigers onderskei	
2.2.1 Persoonlikheidseienskappe	9
2.2.2 Intelligensie	20
2.2.3 Biografiese gegewens	24
2.2.4 Belangstelling	26
2.2.5 Ondervinding, kennis en interaksie	27
2.3 Psigometriese toetsing as keuringsinstrument vir verteenwoordigers	31
2.4 Kriteriums	
2.4.1 Inleiding	35
2.4.2 Kriteriumontwikkeling	35
2.4.3 Werklike kriterium	36
2.4.4 Vereistes waaraan kriteria moet voldoen	37
2.4.5 Kriteria tersprake by verteenwoordigers	39

2.5	Keuringsbenaderings	41
2.5.1	Kriteriumverwante geldigheid	43
2.6	Samevatting	48

Hoofstuk 3 : Navorsingsprosedure

3.1	Inleiding	50
3.2	Posontleding	51
3.3	Omskrywing van eienskappe	52
3.4	Beskrywing van sielkundige toetse	
3.4.1	Sestien persoonlikheidsfaktorvraelys	61
3.4.2	Gestruktureerde objektiewe Rorchachtoets	65
3.4.3	19-Veld-belangstellingsvraelys	72
3.4.4	Senior Aanlegtoetse	74
3.5	Hipoteses	76
3.6	Beskrywing van die proefpersone	79
3.7	Keuse van kriteriums	
3.7.1	Kriterium 1 : Kommissie	82
3.7.2	Kriterium 2 : Prestasiebeoordeling	83
3.7.3	Kriterium 3 : Werknemer vergelyking	85
3.7.4	Kriterium 4 : 'n Kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemer vergelyking	86
3.8	Insameling van die gegewens	88
3.9	Statistiese verwerking van die gegewens	89

Hoofstuk 4 : Resultate van die ondersoek

4.1	Inleiding	92
4.2	Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 1 : Kommissie verdien	95
4.3	Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 2 : Prestasiebeoordeling	98
4.4	Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 3 : Werknemervergelyking	99
4.5	Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 4 : 'n Kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemervergelyking	100
4.6	Resultate van meervoudige regressie-ontleding	101
4.7	Verband tussen prestasietellings en persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings	102
4.8	Evalueering van voorspellers deur meervoudige regressie geïdentifiseer	104
4.9	Samevatting van resultate	107
4.10	Verklaring van resultate	
4.10.1	Beperking van omvang en die invloed daarvan	108
4.10.2	Grootte van streekproef	109
4.10.3	Kriteria	
4.10.3.1	Kommissie	109
4.10.3.2	Prestasiebeoordeling	110
4.10.3.3	Werknemervergelyking	110
4.10.3.4	Kombinasie van kommissie, prestasie- beoordeling en werknemervergelyking	111
4.10.4	Voorspellers	
4.10.4.1	Persoonlikheid	111
4.10.4.2	Belangstelling	112
4.10.4.3	Aanleg	112

Hoofstuk 5 : Samevatting, gevolgtrekkings en aanbevelings

5.1	Inleiding	113
5.2	Samevatting	113
5.3	Gevolgtrekkings	115
5.4	Aanbevelings vir verdere navorsing	117
	Verwysings	119

LYS VAN TABELLE

<u>Tabel</u>		<u>Bladsy</u>
3.1	Verspreiding van die proefpersone by die onderskeie koerante	79
3.2	Ouderdomsverspreiding van die proefpersone	80
3.3	Dienstydperk verspreiding van die proefpersone	81
3.4	Geslagsamestelling van die proefpersone	82
3.5	Finale beoordelingskaal vir prestasie- en merietebeoordeling	84
3.6	Toetstyd gevolg by elke toetsessie	89
4.	Veranderlikes se afkortings	92
4.1	Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die swak en goeie advertensieverteenwoordigers	95
4.2	Beduidende verskille tussen die sub veranderlikes van die goeie en swak presteerders	97
4.3	Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers	98
4.4	Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers	99
4.5	Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers	100
4.6	Voorspeller-kriterium interkorrelasies	103
4.7	Veranderlikes in regressievergelyking ingesluit	104

4.8	Regressiemodel : 6 veranderlikes ingesluit	105
4.9	Voorspelde prestasie huidig en na implementering van sielkundige toetsing	106

LYS VAN FIGURE

<u>Figuur</u>		<u>Bladsy</u>
1.1	Keuringsmodel vir menslike hulpbron seleksie	41
1.2	Voorspellingsgeldigheidsmodel	44
1.3	Samevallende geldigheidsmodel	46

HOOFSTUK 1

INLEIDING

1.1 Agtergrond

Daar bestaan 'n behoefte vir die vestiging van 'n doeltreffende en dinamiese advertensieverteenwoordigerkader binne die koerantbedryf aangesien die winsgewendheid van 'n koerant hoofsaaklik deur sy inkomste uit advertensies bepaal word. Dit is dus van kardinale belang dat advertensieruimte aan potensiële adverteerders verkoop word en dat die diens en advies wat hulle in die proses ontvang as aansporing tot voortgesette ondersteuning sal dien. In die lig hiervan kan die advertensieverteenwoordiger as 'n sleutelpos in die koerantbedryf bestempel word. In die geheel gesien wek die kwantitatiewe en kwalitatiewe personeelstand van advertensieverteenwoordigers, met inagneming van die belangrike rol wat hulle in die koerantbedryf speel, groot kommer. Hierdie kommer kan gedeeltelik aan 'n hoë arbeidsomset, wat kenmerkend aan die bedryf is, toegeskryf word asook aan die feit dat daar heelwat verteenwoordigers in diens is wat nie na verwagting presteer nie. Benewens mededingende vergoedingspakkette en opleiding kan die kwalitatiewe personeelstand van advertensieverteenwoordigers deur doeltreffende keuring bevorder word. In hierdie opsig kan 'n psigometriese toetsbattery as 'n belangrike keuringshulpmiddel dien.

Advertensies vervul veral twee belangrike funksies in die koerantbedryf. Ongeveer twee derdes van 'n koerant se inkomste word verkry uit advertensies en ongeveer veertig tot vyftig persent van 'n koerant bestaan uit advertensies. Die ander derde van die inkomste is afkomstig uit die verkoop van die koerant. By gratis tuiskoerante wat binne sekere areas versprei word, is die advertensieinhoud so hoog soos sewentig persent aangesien dit die enigste bron van inkomste is.

Tans geskied die keuring van verteenwoordigers in die Nasionale Pers Groep op grond van 'n onderhoud en persoonlike verwysings. Hiervolgens word aansoekvorms vanaf applikante ontvang en onderhoude word dan met die suksesvolle applikante gevoer. Hierna word telefoonverwysings gedoen en die kortlys kandidate genooi vir 'n tweede onderhoud. Na afloop van 'n tweede onderhoud word 'n aanbieding aan die suksesvolle applikant gemaak. Volgens Belasco (1966) is die onderhoud en persoonlike verwysings as enigste hulpmiddels in die keuringsproses onvoldoende en behoort dit deur 'n psigometriese toetsbattery aangevul te word aangesien meer inligting daardeur oor 'n applikant verskaf word. Ook Husband (1949) rapporteer dat die onderhoud nie veel sukses het as tegniek by die keuring van verteenwoordigers nie.

Belasco (1966) bevestig dat alle tipes verkope nie dieselfde is nie en as voorbeeld noem hy 'n toonbankassistent waar ongeveer drie-kwart van die verkope in 'n kleinhandelwinkel vanself geskied en 'n kwart aan die toonbankassistent se verkoopskuns toegeskryf kan word.

In teenstelling hiermee is assuransie en groothandelsverkope die direkte resultaat van verkoops pogings.

As gevolg van die groot verskille in inhoude van verkoopsposte kan die bevindinge van een studie nie summier net so in 'n ander situasie toegepas word alvorens daar vasgestel is dat die posinhoude van die vergelykende studies dieselfde is nie. Die verkoop van advertensies verskil van die verkoop van ander produkte omdat 'n advertensie nie 'n tasbare produk is nie en dit geen onmiddellike nut het nie, gevolglik moet die verteenwoordiger baie van sy potensiële kliënte "opvoed" en inlig oor die waarde van advertensies. Vanweë hierdie verskille wat voorkom tussen die take van advertensieverteenwoordigers en ander verkoopsvertenwoordigers is dit nodig om advertensieverteenwoordigers "anders" te keur.

Een van die belangrikste faktore wat gewoonlik aanleiding gee tot navorsing oor die keuring van verteenwoordigers en wat ook in hierdie ondersoek van belang is, is die hoë arbeidsomset onder advertensieverteenwoordigers. Tans is die arbeidsomset onder advertensieverteenwoordigers binne die koerantesektor van Nasionale Pers ongeveer 30% per jaar.

Volgens Greenberg en Greenberg (1976, p.621) kom die verkeerde plasing van persone veral in die geval van verkoops persone voor. Weens verkeerde plasing is arbeidsomset onder verteenwoordigers 50% tot 67% per jaar in die meeste bedrywe (Greenberg en Greenberg, 1976).

Alhoewel die presiese koste van arbeidsomset moeilik berekenbaar is, kan gelet word op die volgende aspekte wat bydra tot die bepaling van die koste verbonde aan omset onder advertensie=verteenwoordigers.

- (a) Die vergoeding van nuwe verteenwoordigers, insluitende salaris, kommissie en ander uitgawes wat verkwis word as hulle faal.
- (b) Die verkwisting gemeet in tyd, geld en energie op rekrutering, keuring, opleiding en toesighouding van persone wat nie die vermoë het om te verkoop nie.
- (c) 'n Verteenwoordiger tree op namens sy maatskappy en 'n swak verteenwoordiger berokken dus die maatskappy skade deur verlaging van reputasie, verlies van potensiële verkope en kansellering van advertensies. Swak verteen=woordigers se prestasie het gevolglik 'n nadelige invloed op 'n onderneming se winsgewendheid.
- (d) Dit is ook nie maklik om summier ontslae te raak van swak verteenwoordigers nie, aangesien afdankings binne die raamwerk van die wet moet geskied.

Volgens Greenberg en Greenberg (1985, p.33) het 'n studie wat onder 'n halfmiljoen applikante in verkoopposte by meer as 12 000 ondernemings in die VSA gedoen is getoon dat slegs wanneer die regte persone aangestel en opgelei word met geskikte toesighouding behoort produktiwiteit hoog te wees.

Darmon (1978) vind dat die werwing en keuring van geskikte verkoops persone meer aandag moet geniet onder verkoopsbestuurders as wat tans die geval is. Deur beter werwing en keuring van verkoops persone te doen kan ondernemings baat vind by 'n verkoopskorps wat meer geskik is om hul werk te doen en gevolglik kan die onderneming beter presteer.

Die regte getal verkoopskandidate om te werf en te keur sal bepaal word deur keuringskoste en die waarskynlikheid om kandidate met die hoogste vlak van verkoopsproduktiwiteit aan te stel. In sy studie ondersoek Darmon (1978, p.47) hierdie probleem in 'n Kanadese onderneming waarin die arbeidsomsetkoers 20% per jaar was wat beteken dat 'n verteenwoordiger dus gemiddeld ongeveer 5 jaar vir die onderneming werk voordat hy die onderneming verlaat. Sy bevindinge toon dat die onderneming sy werwingsbegroting dertien keer moet vergroot om sodoende sy wins met 6,8% te verhoog.

Robertson en Bellenger (1980) beraam dat die helfte van die persone in verkoopsposte nie in die poste moes gewees het nie, en sluit aan by Greenberg en Greenberg (1976) asook Boyd en Massey (1972) wat gevind het dat 80% van die totale verkope gedoen word deur 20% van die verkoops persone. Dit beteken dat agt uit elke tien persone wat verkoopwerk doen eerder 'n ander werk moes gedoen het. Daarom is dit ook maklik om te verstaan waarom die verkoopsprofessie gebuk gaan onder hoë werksontevredenheid, afwesigheid en arbeidsomset met lae produktiwiteit as 'n resultaat (Greenberg en Greenberg, 1985).

Volgens Robertson en Bellenger (1980) moet verkoopsbestuurders die keuringsproses van verkoops persone beter hanteer omdat die verkeerde plasing van verkoops persone aansienlike koste-implikasies het. Die koste om 'n verkoops verteenwoordiger wat diens verlaat te vervang word op \$10 000 beraam. Dit sluit werwing, seleksie en opleidingskoste in. 'n Hoë arbeidsomset onder verkoops verteenwoordigers kan gevolglik aansienlike koste-implikasies vir 'n onderneming inhou.

Volgens Boyd en Massy (1972) is die koste verbonde aan die keuring en opleiding van verkoops verteenwoordigers \$11 732 in die chemiese bedryf, \$5 120 in die voedselbedryf en \$7 612 in die drankbedryf. Daar is ook gevind dat 49,7% van die nuut aangestelde verteenwoordigers die onderneming binne die eerste jaar van diens verlaat.

Teen die agtergrond van 'n hoë arbeidsomset, verteenwoordigers wat nie na verwagting presteer nie, gebrekkige keuring en die belangrike rol wat advertensie verteenwoordigers in die koerantbedryf speel het 'n behoefte aan 'n behoorlike keuringsbattery vir advertensie verteenwoordigers ontstaan.

Aangesien die ontwikkeling van 'n volledige keuringsbattery 'n omvangryke projek is, gaan daar by hierdie projek slegs ondersoek ingestel word na die ontwikkeling van 'n psigometriese toetsbattery as een van die hulpmiddels in die keuringsprogram.

1.2 Probleemstelling

Na aanleiding van die voorafgaande bespreking kan die navorsingsprobleem as volg geformuleer word: "Kan die sukses van advertensieverteenwoordigers in die koerantesektor voorspel word deur middel van 'n keuringsbattery bestaande uit psigometriese toetse?"

1.3 Doelstellings

1.3.1 Algemene doelstelling.

Met hierdie ondersoek word gepoog om voort te bou op die navorsing wat alreeds gedoen is oor die keuring van verteenwoordigers deur te poog om daardie eienskappe te bepaal wat kenmerkend is van suksesvolle advertensieverteenwoordigers en vervolgens voorspellers te identifiseer aan die hand waarvan die sukses van advertensieverteenwoordigers voorspel kan word.

1.3.2 Spesifieke doelstelling.

Die spesifieke doelstellings van hierdie ondersoek kan soos volg uiteengesit word:

- (i) om benewens die bestaande keuringstegnieke ook ander tegnieke vir die keuring van advertensieverteenwoordigers te ontwikkel.

- (ii) om advertensieverteenwoordigers by die verskillende dagblaai wat onderskeidelik as goeie en swak presteerders bestempel kan word aan die hand van die volgende kriteria te identifiseer: kommissie verdien, prestasiebeoordeling, en 'n kombinasie van die kriteria.

- (iii) om van daardie eienskappe (byvoorbeeld belangstelling, aanleg en persoonlikheid) wat die goeie presteerders van swak presteerders onderskei te identifiseer en op grond daarvan verkoopsprestasie te voorspel.

1.4 Samestelling van die werkstuk

In hoofstuk 1 word die agtergrond en noodsaaklikheid van die ondersoek asook die betrokke navorsingsprobleem en die doelstellings wat daaruit voortvloei, uiteengesit.

In hoofstuk 2 word daar in die literatuurstudie 'n oorsig gegee van navorsing wat reeds oor keuring van verteenwoordigers gedoen is. Dit sluit 'n raamwerk in waarbinne navorsing oor die ontwikkeling van 'n psigometriese toetsbattery vir die keuring van advertensieverteenwoordigers gedoen kan word. Asook watter voorspellers gebruik kan word om sukses as verteenwoordiger te voorspel en die meetinstrumente wat moontlik gebruik kan word om hierdie voorspellers mee te meet.

In hoofstuk 3 word die navorsingstrategie asook die instrumente wat vir die meting van die voorspellers en die kriteria gebruik is, bespreek.

In hoofstuk 4 word die verwerking van gegewens en die resultate van die ondersoek uiteengesit.

In hoofstuk 5 word finale gevolgtrekkings en aanbevelings vir verdere navorsing gemaak.

HOOFSTUK 2

OORSIG VAN NAVORSING IN VERBAND MET DIE KEURING VAN VERKOOPS= VERTEENWOORDIGERS

2.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk word 'n oorsig oor die navorsing betreffende die keuring van verteenwoordigers verskaf deur spesifiek aandag te gee aan aspekte soos die eienskappe wat verkoopsukses voor=spel, verskillende keuringsmodelle tersprake by die keuring van verteenwoordigers, asook die verskeidenheid van kriteria wat as aanduiding van verkoopsukses gebruik kan word. Voorts word ook veral aandag geskenk aan die verskillende metodes en tegnieke wat gebruik kan word om bostaande veranderlikes te meet.

2.2 Persoonlike eienskappe wat suksesvolle en onsuksesvolle verteen= woordigers onderskei

2.2.1 Persoonlikheidseienskappe

Volgens Barnhill (1970) beskik suksesvolle verteenwoordigers oor die volgende eienskappe:

- Aanpasbaarheid: om sy gedrag aan te pas by die eise wat gestel word deur die kliënt.
- Beïnvloedingsvermoë: die vermoë om 'n kliënt te beïnvloed.
- Toewyding: 'n verteenwoordiger se prestasie hang af van die prestasiestandaard waaraan hy gewoon raak oor tyd. Om 'n sekere prestasiestandaard te handhaaf verg egter toewyding.

Volgens Barnhill (1970) word 'n verteenwoordiger se sukses grootliks bepaal deur die mate waartoe hy mense verstaan en hy by hulle kan aanpas. 'n Verteenwoordiger moet so optree dat elke kliënt voel dat hy individuele aandag kry. Sodoende sal 'n verteenwoordiger vind dat:

- hy sy kennis omtrent ander verbreed.
- dit sy vermoë om elke kliënt op te som verbeter.
- hy sy verkoopstaktiek volgens wat hy van elke kliënt se persoonlikheid weet kan aanpas; en
- hy homself beter verstaan.

Hampton en Zabin (1970) noem die volgende eienskappe wat voorkom by suksesvolle verkoops persone:

- Hulle spits hul toe op spesifieke markte en bou kontakte op in areas waarin hulle belangstel en waarmee hulle bekend is.
- Meer suksesvolle verkopers spandeer meer tyd aan dienslewering aan bestaande kliënte as die vind van nuwe kliënte.
- Hulle verkies om meer op hul eie te wees en is nie so behep met werksekuriteit soos die onsuksesvolles nie.
- Hulle toon meer inisiatief as onsuksesvolle verkoopsmanne en gebruik hul verkooptyd beter.

Plotkin (1986) vind dat suksesvolle verkoops persone krities is, dit impliseer dat hulle nie dinge net aanvaar nie, hulle wantrou ander en sal byvoorbeeld ondersoek instel na die werklike redes waarom kliënte nie wil koop nie. Hulle het 'n hoë mate van werksmotivering, dit impliseer dat hulle bereid is om risiko's te neem en entoesiasties op te tree. Hulle is ook kompetierend.

Dit is belangrik dat die volgende drie eienskappe teenwoordig is by verkoops persone wat aangestel word (Crissy & Kaplan, 1969; Greenberg, 1985; Corwin, 1987). Eerstens empatie, dit is die vermoë om die reaksies van ander te begryp en te kan identifiseer met kliënte. 'n Goeie verkoopsman met empatie voel die reaksies van die kliënt aan en pas by hierdie reaksies aan. Tweedens ego dryfkrag, dit is die behoefte om 'n ander individu te oorreed en sodoende sy eie selfesteem te versterk. Sy selfbeeld verbeter indien hy daarin slaag en verswak as hy nie daarin slaag nie. Wanneer hy nie slaag nie moet sy "lae ego en selfbeeld" hom weer aanspoor en motiveer tot verdere hoogtepunte wat deur sukses in die verkoopsproses verkry word. Derdens ego sterkte, dit is die vermoë om ten spyte van onsuksesvolle verkoops pogings nogtans aan te hou sonder om negatief daardeur beïnvloed te word. Ego sterkte is dus die vermoë om vanuit 'n lae selfbeeld en ego te beweeg deur weer verkope te doen en weer suksesvol te wees.

Corwin (1987) wys daarop dat produkkennis aangeleer kan word maar dat die motivering om sukses te behaal by verkope van binne moet kom.

Benewens empatie en ego dryfkrag as eienskappe waarvoor goeie verkoops persone moet beskik, verwys Shapiro (1977) ook na selfvertroue en deursettingsvermoë as eienskappe om sodoende in staat te wees om voortdurend wegwysings te kan hanteer. 'n Koper het ook meer vertroue in 'n verkoops persoon met selfvertroue.

Aanvaarbaarheid is 'n verdere eienskap vir sukses alhoewel dit nie 'n vereiste is nie. Dit is makliker vir 'n koper om besigheid te doen met iemand waarvan hy hou. Selfdissipline is van belang in sekere verkoopsituasies, veral waar 'n verkoops persoon werk met min toesig en hy sy eie werkrooster uitwerk en self moet toesien dat hy daarby hou (Shapiro, 1977).

Volgens Crissy en Kaplan (1969) kan dit nadelig wees om oor te veel of te min simpatie en empatie te beskik. Indien 'n verteenwoordiger te veel simpatie met die kliënt betoon kan dit wees dat die verteenwoordiger onnodige toegewings aan die kliënt maak. Te veel simpatie kan ook daartoe lei dat die verteenwoordiger nie verkoop nie aangesien hy so betrokke raak by die kliënt dat hy vergeet wat die doel van sy besoek is.

Merenda, Clarke en Hall (1961) het 'n kruisvalidasiestudie ten opsigte van die keuring van verkoops persone uitvoer en gevind dat beide persoonlikheidseienskappe en persoonlike agtergrondveranderlikes verband hou met die sukses. Die doel van hul studie was egter om te bepaal of die resultate wat verkry is tydens die validasiestudie sou stand hou by kruisvalidasiestudie. Dit is wel bevestig.

Schultz (1935) het gevind dat deur sielkundige toetse op 556 nuwe "industriële" verteenwoordigers en 115 assistentbestuurders toe te pas dat toetse wat persoonlikheidseienskappe meet 'n hoë voorspellingswaarde het. Die eienskappe waarop Schultz (1935) klem gelê het was: oorheersing, onderwerping en introversie-ekstraversie.

Indien slegs toetse wat hierdie eienskappe meet gebruik was, sou die produksie van die hele groep met 50 persent gestyg het.

Guion en Gottier (1965) verwys na Spriegel en Dale se ondersoek in 1953 by 628 maatskappye, waar onder meer gevra is watter soort keuringsprogram vir werknemers gebruik word. Van hierdie getal het 40% aangedui dat hulle een of ander tipe van persoonlikheids- of belangstellingstoets gebruik. Dit wil dus voorkom asof daar 'n sterk behoefte bestaan om die soort gedrag wat deur persoonlikheid beïnvloed word, te voorspel.

Dodge (1938) het al in die dertigerjare sukses gehad met die bepaling van die persoonlikheidseienskappe van suksesvolle verkoopsverteenwoordigers. Daar is met behulp van 'n persoonlikheidsvraelys gevind dat daar onderskei kan word tussen goeie en swak verkoops persone. Hierdie resultate het getoon dat daar genoeg rede is om te glo dat persoonlikheid 'n belangrike faktor in verkoopsukses is. Nege eienskappe is uitgesonder wat veral suksesvolle verteenwoordigers beskryf. Goeie verkoops persone sien hulself as onafhanklik en vol selfvertroue in vergelyking met die swak verkoops persone. Verder is goeie verkopers meer aggressief, aanvaar verantwoordelikheid meer geredelik, is meer sosiaal, is minder selfbewus, sê nie maklik aan ander wat reg en verkeerd is nie, is meer radikaal en onkonvensioneel, verkies aangesig tot aangesig kommunikasie eerder as geskrewe kommunikasie, is meer diplomaties en verander hul belangstellings makliker. Hulle toon ook 'n groter belangstelling in mense en is meer stabiel en emosioneel gebalanseerd as die swakker verkopers.

Volgens Belasco (1966) moet 'n verkoopsman in kantoorbenodigdhede oor die volgende emosionele vereistes beskik:

- Die vermoë om 'n klomp teenstrydige verwagtings te hanteer.
- Die vermoë om sosiale dubbelsinnigheid te kan verdra met die minimum ondersteuning van die onderneming waarvoor hy werk.

Volgens Belasco (1966) moet 'n verkoopsman in kantoorbenodigdhede oor die volgende interaksievaardighede beskik:

- 'n verskeidenheid van moontlike gedrag.
- buigsaamheid in die toepassing van die gedrag.
- 'n verskeidenheid van aktiwiteitsvlakke.
- 'n verdraagsaamheid vir intense sosiale kontak en sosiale isolasie.
- die vermoë om 'n hoë vlak van stres te hanteer.
- volharding.

Augustyn en de Villiers (1988) het ondersoek ingestel na die persoonlikheidsprofiel van suksesvolle verkoopsverteenwoordigers in die drankbedryf. Hulle het twee instrumente in die ondersoek gebruik, nl. die Suid-Afrikaanse Persoonlikheidsvraelys en die Thurstone Temperament Schedule.

Hierdie instrumente is geadministreer aan 'n steekproef van 45 verkoopsverteenwoordigers in die drankbedryf en daar is bevind dat suksesvolle en minder suksesvolle verkoopsverteenwoordigers statisties gedifferensieer kan word in terme van hul persoonlikheidsprofile. Goeie verteenwoordigers verskil van die swakkes op die S.A. Persoonlikheidsvraelys ten opsigte van:

- sosiale responsiwiteit: Is op soek en geniet sosiale kontak, reageer teenoor ander op 'n aangename, warm manier.
- kalmte: tree ontspanne op en is altyd op sy gemak en kalm.

Verskille volgens die Thurstone Temperament Schedule:

- dominansie: neem 'n dominerende rol in tydens sosiale interaksie, streef altyd daarna om in 'n gesagsposisie te wees en toon 'n hoë dryfkrag. Dominansie onderskei ook op die S.A. Persoonlikheidsvraelys.
- aktiwiteit: werk en beweeg vinnig, is onrustig en hou daarvan om besig te wees.
- stabiliteit (emosioneel stabiel): is gewoonlik opgeruimd en word nie geïrriteer deur onderbrekings tydens konsentrasie nie, of die feit dat daar 'n taak op 'n sekere tydstip moet klaar wees nie.

Volgens bogenoemde eienskappe het Augustyn en de Villiers (1988) gevind dat goeie verteenwoordigers meer sosiaal responsief, kalm, dominant, aktief en stabiel is.

Britt (Augustyn en de Villiers, 1988) se bepaling van die profiel van suksesvolle verkoopsverteenwoordigers sentreer rondom egodryfkrag en empatie. Scimilus-respons teorieë sien verkoopsverteenwoordigers as persone wat die nodige response na vore kan bring by kopers as hulle die regte stimuli voorsien.

Die behoefte bevredigingsteorie voorsien dat verkoopsverteenswoordigers suksesvol sal wees as hulle die kliënt se behoeftes kan omskakel in koopmotiewe.

Mandell (1964) meen dat die volgende persoonlikheidseienskappe baie belangrik is vir sukses as verkoopsman.

- Die verkoopsman moet 'n goeie luisteraar wees.
- Hy moet in staat wees om sy aggressie te beheer en in so 'n mate dikvellig te wees dat hy nie maklik aanstoot neem nie.
- Selfvertroue is 'n absolute vereiste.
- Hy moet die vermoë besit om nie sy eie of die kliënt se tyd te mors nie: hy moet met ander woorde in staat wees om homself uit 'n langdradige gesprek uit te wikkels en self nie langdradig te wees nie.
- Hy moet oortuigingsvermoë besit en as't ware behaer daarin skeep om mense te oortuig dat sy produk of diens die beste is.

Howells (1971) beweer dat beide aangeleerde en inherente persoonlikheidseienskappe benodig word om as verkoopsman suksesvol te kan wees.

- Die eienskappe wat hoofsaaklik aangeleer kan word is: inisiatief, opregtheid, verbeelding, entoesiasme, optimisme en deursettingsvermoë.
- Die inherente eienskappe is: ekstraversie, empatie en egobetrokkenheid.

Povey (1973) lê ook klem op persoonlikheidseienskappe:

Hy noem die volgende:

- 'n Drang na erkenning.
- inisiatief
- verbeelding
- en spangees, sover dit sy verhouding met sy werkgewers betref.

Hughes (1956) het 'n metode ontwikkel om die sukses van verteenwoordigers in lewensassuransie verkope te voorspel. Hy het 'n meervoudige korrelasie ontleding gebruik wat drie eienskappe insluit naamlik, dominansie, altruïsme en samehorigheid. Uit 'n groep van 150 agente het hy 'n korrelasie van 0,29 verkry tussen die voorspellers en die kriterium (eerste jaar netto verkope behaal).

Kircher en Dunette (1958) gebruik 'n "Adjective Checklist" by die keuring van verkoopsmanne op grond van hulle selfwaargenome persoonlikheidseienskappe. Die applikant wat getoets word, word 'n kontrolelys, bestaande uit 36 groepe van vyf byvoeglike naamwoorde, gegee. Sy taak is om uit elke groep die byvoeglike naamwoord wat hom beste beskryf asook die een wat hom die minste beskryf, uit te soek. Hiervolgens sien uitstaande verkoopsmanne hulself as volhardend, deeglik, selfversekerd, suksesvol, opportunisties, oortuigend en ambisieus.

Anderson (Husband, 1949) vind in sy studie oor die profiel van goeie verkoopsverteenwoordigers dat hulle op en wakker, aggressief, uitgaande, aktief en energiek, vol selfvertroue en ambisieus, reagerend, aangenaam, toeganklik en beleefd is en dat hulle goeie insig toon, baie in hul werk belangstel en 'n positiewe houding openbaar.

In 'n verdere studie oor verkoopsklerke toon Anderson (Husband, 1949) dat die volgende eienskappe benodig word om 'n goeie verkoopspersoon te wees: voortreflike voorkoms, goeie kommunikasievaardighede, die vermoë om tussen verskillende soorte kopers te kan onderskei, skerp waarnemingsvermoë, kennis van die produkte en hoe dit vervaardig word en verstandelike aanpassing.

Miner (1962) het die volgende projektiewe tegnieke gebruik vir die keuring van verkoopsmanne. Die "Tomkins-Horn Picture Arrangement Test" (P.A.T.) en 'n sinsvolvoltooingstoets. Beide hierdie toetse is as deel van 'n omvattende battery gebruik vir die keuring van verkoopspersoneel. Met verkope as kriterium het die P.A.T. 'n geldigheidskoeffisiënt van 0,50 gelewer.

Volgens Hampton en Zabin (1970) moet verkoopsverteenwoordigers oor innerlike motivering beskik wat die volgende omvat:

1. Mensoriëntasie.

Die suksesvolle verteenwoordiger hou van mense en stel baie in hulle belang, sy persoonlikheid is van so 'n aard dat hy in kontak met mense wil wees en hulle ondervindinge wil deel.

Dit help die verteenwoordiger om kliënte se motivering en houdings te verstaan. Ook moet hy oor die nodige takt beskik om diplomaties te kan reageer op kliënte se besware. Dit is hoofsaaklik die verteenwoordiger se persoonlikheid wat bepaal of ander mense hom vriendelik gaan ontvang. Verder moet 'n verteenwoordiger eerlik wees in sy benadering tot 'n kliënt.

2. Begeerte om te wen.

'n Suksesvolle verteenwoordiger het 'n drang om te wen, om nuwe kliënte te werf en om meer te verkoop. Inisiatief en entoesiasme is verdere eienskappe wat benodig word. Volgens Crissy en Kaplan (1969) moet 'n verteenwoordiger 'n drang hê om te presteer en om beter te vaar as sy opponent. In die proses is dit belangrik dat die verkoops persoon geniet wat hy doen en entoesiasties optree.

Een van die belangrikste motiveringsfaktore wat Mandell (1964) noem is die behoefte om onafhanklik van direkte toesig te werk. Hy noem ook die drang om te presteer veral by die verkryging van 'n bestelling by 'n moeilike kliënt.

3. Verkoopbewusheid.

Suksesvolle verteenwoordigers is bewus van al die fases betrokke in die verkoopsproses en vind oplossings vir alle verkoopsprobleme. So 'n persoon het 'n deeglike kennis van sy produk, onderneming, kliënt en mededinging, is kreatief en vind nuwe antwoorde en benaderings tot probleme en bemeester verskeie effektiewe verkoopstegnieke.

2.2.2 Intelligensie

Plotkin (1986) wys verder daarop dat intelligensie selde 'n belangrike rol by die sukses van verteenwoordigers speel.

Deur die regte persoonlikheid te koppel aan die regte pos, in die regte onderneming en in die regte bedryf, het 'n verteenwoordiger 'n goeie kans om suksesvol in sy werk te wees.

Volgens Shapiro (1977) hang die belangrikheid van intelligensie af van die kompleksiteit van die produk en verkoopstaak asook die intelligensie van die koper. Die verkoper moet ook intelligent genoeg wees om op die koper se intellektuele vlak te funksioneer veral waar inligting oor die produk verskaf moet word. Crissy en Kaplan (1969) sluit aan by Shapiro (1977) deur te sê dat intellektuele vereistes deur die tipe produk en tipe kliënt bepaal word. Die verkoops persoon moet meestal die produk en die probleme by die gebruik daarvan verstaan.

'n Aspirant verkoops persoon moet homself afvra of hy intelligent genoeg is om die spesifieke produk te verkoop en of hy oor die aanleg beskik om die produk te verkoop.

Volgens Belasco (1966) moet 'n verkoopsman in kantoorbenodigdhede oor die volgende intellektuele vereistes beskik:

1. Intelligensie

- verbale vaardigheid: In die boonste 30 persent van die algemene bevolking.
- numeriese vaardigheid: In die boonste 50 persent van die algemene bevolking.

2. Probleemoplossingsvaardigheid

- In die boonste 30 persent van die algemene bevolking.

In 'n ondersoek deur Kahn en Hadley (1949) onder 84 nuwe verteenwoordigers is gevind dat die mate van sukses gedurende die eerste drie maande in die verkoop van lewensversekering 'n beter as toeval voorspelling van latere sukses lewer. Tweedens is daar geen beduidende verskille tussen die toetstellings vir verstandelike vermoë van die suksesvolle en die onsuksesvolle verteenwoordigers gevind nie.

Volgens Mandell (1964) maak die wye omvang van verkoopwerk dit onmoontlik om intelligensievereistes te bepaal. Die hoeveelheid beplanning en berekening wat die verkoopsman moet doen is een van die belangrikste bepalers van die vlak van intelligensie wat benodig word. Ghiselli (1955, p.144) vind dat intellektuele vermoë by sommige beroepsgroepe 'n groter rol as by ander speel. Ghiselli en Brown (1955, p.24) vergelyk ook die intelligensievlak van posbektelers in verskillende beroepsgroepe en vind dat die gemiddelde intelligensie van verkoopsverteenwoordigers hoër as dié van verkoopsklerke maar laer as die van rekenmeesters is.

Biesheuvel (1957) beweer dat alhoewel die keuring van verkoopsmanne 'n uiters moeilike taak is, hy van mening is dat die gebruik van aanlegtoetse vir die keuring van verkoopsmanne tog suksesvol aangewend kan word. Hy noem die volgende studies:

- In 'n groep van 210 assuransieverkoopsmanne is 'n besliste verwantskap tussen die intelligensie toetstelling en verkope gevind.
- Volgens 'n verslag wat deur die "National Institute of Industrial Psychology" in Engeland opgestel is ten opsigte van uitvoerende beamptes, verkoopsbestuurders en verkoopsmanne, is daar gevind dat daar nie 'n beduidende korrelasie tussen intelligensie en prestasie in die werk bestaan nie. Biesheuvel (1957) meen egter dat intelligensie tog nie onbelangrik is nie, maar dat dit deur persoonlike vermoëns en spesifieke persoonlikheidseienskappe oorskadu word.
- In 'n studie van 583 verkoopsmanne in twaalf maatskappye is 'n reeks toetse, bestaande uit: Die Strong belangstellingstoets, 'n toets van verkoopskennis, 'n persoonlikheidstoets, 'n toets ten opsigte van aanpassing en toetse van sosiale en algemene intelligensie. Met hierdie battery is 'n gemiddel van 80% van die applikante korrek geplaas.

Biesheuvel (1957) som sy sienswyse op deur te sê dat dit tog voorkom asof aanlegtoetse as een van die psigometriese toetse in 'n keuringsbattery suksesvol gebruik kan word in die keuringsproses van verkoopsmanne.

Cleveland (1948, p. 84) sê die volgende oor aanlegtoetse vir verkoopsmanne: "Like the "alchemist's unrelenting search for the philosopher's stone, some psychologists or psychological amateurs have sedulously attempted the development of a sales aptitude test, capable of predicting success in sales positions with such accuracy that the problem of measuring sales ability would become as simple as determining height by a yardstick". Sulke ondersoek veronderstel, volgens Cleveland (1948), die bestaan van 'n unieke menslike eienskap wat "verkoopsvermoë" genoem kan word. Pogings om so 'n primêre vermoë te isoleer het egter tot dusver misluk. Ander belangstellendes meen dat "verkoopsvermoë" eerder gesien moet word as 'n patroon van eienskappe wat vir elke individu deur middel van 'n geselekteerde battery van toetse vasgestel kan word. 'n Verdere groep beweer dat daar nie alleenlik 'n battery van toetse nodig is nie, maar dat daar geen algemene entiteit bestaan wat behoorlik as "algemene verkoopsvermoë" geïdentifiseer kan word nie. Volgens hulle sal die definisie van "verkoopsvermoë" van een situasie na die ander verskil.

Mandell (1964) stel voor dat 'n meganiese insigtoets gebruik word vir die keuring van verteenwoordigers wat nywerheidsprodukte verkoop en nie oor 'n wetenskap of ingenieursagtergrond beskik nie. 'n Aantal geskrewe toetse is spesiaal vir die keuring van verkoops personeel ontwikkel. Die volgende is voorbeelde:

- "Bruce's Sales Comprehension Test"
- "Sales Motivation Inventory Test" en
- "Sales Attitudes Check List".

2.2.3 Biografiese gegewens

Volgens Botha (1972) verskil goeie en swak lewensversekerings-agente ten opsigte van die volgende biografiese veranderlikes: ouderdom, geskooldheidsvlak, getroude status, of die vrou werk of nie, hoeveelheid lewensversekering, mate van beleggings, familie se siening oor verkoopswerk en persoonlike voorkoms.

Wat ouderdom betref, is gevind dat persone jonger as dertig jaar en ouer as vyftig jaar, minder suksesvol is, terwyl persone tussen een-en-dertig en vyftig jaar meer suksesvol is. By opvoedkundige vlak is gevind dat verteenwoordigers met 'n kwalifikasie laer as matriek swakker vaar as verteenwoordigers met meer as hierdie opvoedkundige vlak. Getroude persone vaar verder beter as persone wat nie eggenotes het nie. Eggenotes van die onsuksesvolle groep verteenwoordigers is meer geneig om buite die huis te werk en inkomstes te verdien, terwyl meer van die suksesvolle groep se eggenotes nie 'n inkomste verdien nie. Wat die mees belangrike faktore in die werk betref plaas die suksesvolle groep groter klem op salaris as die onsuksesvolle groep. Die suksesvolle persone is beter in staat om hul uitgawes met hul inkomste te dek. Die suksesvolle groep het 'n hoër lewensdekking as die onsuksesvolle groep en hulle beskik ook groter beleggings. Wat familie se siening oor verkoopswerk betref, is gevind dat die suksesvolle groep verteenwoordigers se gesinne meer positief staan teenoor verkoopswerk as in die geval van die onsuksesvolle groep. Die suksesvolle groep skenk ook meer aandag aan hul voorkoms as die onsuksesvolle groep.

Greenberg en Greenberg (1976) het ondersoek ingestel na die voorspelling van verkoopsukses gebaseer op sekere biografiese veranderlikes soos geslag, ouderdom, opleiding, ras en onder= vinding. Wat dié eienskappe betref, is gevind dat daar nie 'n onderskeid tussen goeie en swak verteenwoordigers getref kan word nie.

Ohmann (Husband, 1949) maak ook gebruik van 'n biografiese vraelys om goeie verkoopsverteenwoordigers te onderskei van swakkes. Inkomste verdien oor die laaste jaar is as kriterium gebruik. Die vraelys het uit dertien biografiese items bestaan en gewigte is aan elke item toegeken. Hierna is 'n kritiese afsnypunt bereken. Indien die afsnypunt toegepas word is gevind dat die vraelys voldoende diskrimineer tussen goeie en swak presteerders.

In Mandell (1964) se ondersoek het die volgende inligting na vore gekom:

- Verkoopsmanne wat by indiensname in die 30 tot 35 jaar ouderdomsgroep val gewoonlik meer suksesvol is as die wat jonger of ouer is.
- Diegene wat vanaf ander departemente na die verkoopsafdeling oorgeplaas word, oor die algemeen vinniger as buitestaanders vorder, maar gewoonlik nie so ver vorder nie.
- Getroude mans met eggenotes wat nie werk nie, skynbaar 'n beter tipe verkoopsman maak.
- Die verkoopsman die gewoontes en belangstellings van sy kliënt moet ken en sy agtergrond vir hulle aanvaarbaar moet wees. Sodoende kan die verkoopsman beter identifiseer met sy kliënt en kan dit hom help in sy verkoopstaak.

- Goeie voorkoms is 'n vereiste en sonder gesondheid en stamina kan 'n verkoopsman selde sy verkoopstaak suksesvol kan deurvoer.

2.2.4 Belangstelling

Volgens Smit (1981, p.286) word dit algemeen aanvaar dat daar 'n positiewe verband tussen belangstelling en vermoë bestaan, dit wil sê 'n individu is geneig om 'n belangstelling te ontwikkel in daardie aktiwiteite waarin hy goed is en omgekeerd. Een metode om 'n persoon se belangstelling mee te bepaal is deur middel van 'n belangstellingsvraelys.

Witkin (1956) het 'n studie onderneem ten opsigte van die differensiële belangstellingspatrone van verkoopsmanne. Sy bevinding is dat, alhoewel verkoopsmanne as 'n groep sekere gemeenskaplike belangstellingsfaktore het, daar tog differensiële aspekte is wat van waarde behoort te wees vir handelondernemings wat te doen het met die keuring van verkoopsmanne.

Ghiselli (1955) vind dat belangstellingsvraelyste vir verkoopsposte 'n hoë voorspellingsgeldigheid toon om toekomstige prestasie te voorspel. Ghiselli en Brown (1955, p.228) vind ook dat belangstellingsvraelyste vir verkoopsposte 'n hoë voorspellingsgeldigheid het.

2.2.5 Ondervinding, kennis en interaksie

Volgens Shapiro (1977) kan die ondervinding wat van belang is vir 'n verteenwoordiger opgedeel word in vier areas. Dit is ondervinding opgedoen met die kliënt of voornemende koper, die onderneming vir wie die verteenwoordiger werk, die omgewing waarin die verteenwoordiger hom bevind en ondervinding in die verkoopproses byvoorbeeld verkoopsprosedures wat gevolg word.

Volgens Crissy en Kaplan (1969) hang die vlak van kennis wat deur 'n verteenwoordiger benodig word af van die tipe produk wat hy verkoop en die tipe kliënt waarmee hy besigheid doen. Kennis wat moontlik tersprake kan kom in 'n verteenwoordiger se verkoopstaak kan in drie groepe gedeel word: algemene kennis, besigheidskennis en tegniese kennis. Die hoeveelheid algemene kennis wat benodig word hang af van die kulturele agtergrond van diegene wat beïnvloed moet word. 'n Verteenwoordiger moet genoeg algemene kennis hê om verder te kan dink en praat as bloot sy produk, sodoende kan hy meer aanvaarbaar wees vir kliënte. Die hoeveelheid besigheidskennis benodig, word bepaal deur die eenvoud van die transaksie wat aangegaan word. Die hoeveelheid tegniese kennis word bepaal deur die tegniese aard van die produk en die hoeveelheid tegniese bystand wat aan die verkoops persoon verskaf word.

Volgens Crissy en Kaplan (1969) is kommunikasievaardighede gemeenskaplik aan alle verkoopstake. Die verkoops persoon moet meestal interpersoonlike verhoudings handhaaf oor 'n lang tydperk, sy persoonlikheid moet daarom bestendig wees. 'n Verkoops persoon moet vaste beginsels hê om sodoende konstant op te tree oor tyd, aangesien die verkoops persoon se gedrag dikwels geassosieer word met die beeld wat 'n onderneming probeer uitdra na sy kliënte.

Clarke (1982) het ondersoek ingestel na die stappe wat gevolg word in die meeste verkoopstransaksies. Soos Crissy en Kaplan (1969) vind Clarke (1982) dat interaksievaardighede 'n belangrike element van die meeste verkoopstransaksies is. Die verkoops persoon moet die aandag kry van die kliënt, sy belangstelling prikkel, die kliënt kry om die produk te wil besit en dan, die neem van aksie om 'n bestelling te kry vanaf die kliënt of wat die geval mag wees.

Die verkoopsverteenvoerder vra dus vrae aan die kliënt (inligting insameling) en vind die regte produk om die kliënt se behoefte te bevredig (produkseleksie). Hy kommunikeer dus voortdurend. As hy bepaal het watter produk die geskikste vir die kliënt is demonstreer hy dit aan hom. Wanneer die kliënt en die verkoopsman saam besluit het op die regte produk, sluit die verkoopsman die proses af met die neem van 'n bestelling.

Kirchner en Dunnette (1957) het die kritiese insident metode aangepas vir die keuring van verkoopsmanne. Dit is nie roetine aktiwiteite wat betrokke is nie, maar essensiële faktore in die uitvoering van werk wat die verskil maak tussen sukses en mislukking. Met hierdie metode is gevind dat doeltreffende verkoopsgedrag 'n samestelling van 15 basiese kritiese insidente is. Hierdie kritiese insidente is:

1. Opvolging van:
 - klagtes
 - aansoeke
 - bestellings
 - leidrade
2. Beplanning van die verkoopproses
3. Kommunikasie van alle nodige inligting aan verkoopsbestuurders
4. Kommunikasie van inligting wat die waarheid verstrek aan bestuurders en kliënte
5. Uitvoer van beloftes
6. Volharding met moeilike kliënte
7. Die uitwys van ander produkte van die organisasie afgesien van die produkte wat die verkoopman moet verkoop
8. Gebruik van nuwe verkoopstegnieke en metodes
9. Voorkoming van prysbesnoeiings aan kliënte
10. Inisiëring van nuwe verkoopsidees
11. Kennis van kliënte se behoeftes
12. Beskerming van die organisasie se beleid
13. Besoeke aan alle kliënte
14. Kliënte help met vertooneenhede en ander toerusting
15. 'n Nie-passiewe houding handhaaf

Hierdie 15 kritiese insidente is afkomstig van die werklike werks=
gedrag van verkoopsmanne. 'n Verkoopsman moet almal of meeste van
die faktore doeltreffend kan hanteer om suksesvol te kan wees.
Kirchner en Dunnette (1957) meen dat mislukking op enige enkele
kritiese insident wel tot mislukking as verkoopsman kan lei.

2.3 Psigometriese toetsing as keuringsinstrument vir verteenwoordigers

Vervolgens word daar gekyk tot watter mate sielkundige toetsing in die keuringsproses van verteenwoordigers gebruik word, asook die spesifieke toetse wat meestal gebruik word en verskillende tegnieke wat gevolg kan word by die doen van toetsing.

Volgens Robertson en Bellenger (1980) is die volgende keuringsinstrumente in 1970 by die keuring van verkoops persone in 'n streekproef van 84 ondernemings in Amerika gebruik.

Onderhoud	100%
Aansoekvorm	93%
Fisiese ondersoek	83%
Verwysings	74%
Intelligensietoetse	61%
Aanlegtoetse	50%
Persoonlikheidstoetse	29%
Ander	12%

In Suid-Afrika word Sanlam (Die oog van die naald, 1988) se keuring van verteenwoordigers as een van die intensiefste in enige beroep beskou en slegs sowat 15% van die applikante word aangestel. Die keuringstaple is as volg: Dit neem omtrent drie maande vandat 'n aspirant-vertteenwoordiger se naam op 'n keuringslys kom totdat hy as een van die uitgesoektes aangestel word. Daarna volg 'n deurlopende proses van gestruktureerde opleidings- en opvolgaksies om hom in te lyf in die gevorderde markmilieu waarvan hy deel word. Volgens hierdie keuringstelsel bestaan daar verskillende "toetse" wat die kandidaat moet slaag voor hy aangestel word.

Die eerste stap is waar hy vergelyk word, met 'n profiel van die vereistes waaraan hy moet voldoen. Daarna word 'n rekruteringsblad voltooi en word hy daarvolgens geëvalueer. Van die punt af word 'n omwegse keuring toegepas waarna die S.A. Keuringsvraelys beantwoord moet word. Die keuringsvraelys is met behulp van die Amerikaanse Limra-span ontwikkel. As hy na behore presteer het op die vraelys, volg nog 'n omwegse keuring en dan die eerste onderhoud met die kandidaat en die voltooiing van 'n amptelike aansoekvorm.

Volgens Kornhauser en Schultz (1941) stem die meeste navorsers saam sover dit ontwikkeling van die volgende tegnieke, as doeltreffende metodes van verkoops personeelkeuring, betref.

- Gestandaardiseerde en verswaarde aansoekvorms (persoonlike geskiedenis beoordelings).
- Goed beplande "diagnostiese" onderhoude en onderhoudvoerders se beoordelingskale.
- Gestandaardiseerde toetse en vraelyste met betrekking tot:
 - belangstelling en houding
 - persoonlikheidseienskappe
 - verstandelike helderheid
 - spesiale kennis en vaardigheid

Shapiro (1977) sien die gebruik van sielkundige toetse slegs as een van die hulpmiddels in die keuringsproses en beveel aan dat hulle as volg gebruik moet word:

1. Gebruik toetsing as een inset in die besluitnemingsproses.
2. Stel die doelwitte van elke toets. Besef waarom dit gebruik word en watter inligting dit verskaf.
3. Onderzoek die geldigheid van die toetse.

Volgens Perrault, French en Harris (1977) lê die waarde van enige keuringsinstrument in sy voorspellingsgeldigheid, dus die mate waarin toekomstige prestasie voorspel kan word op grond van huidige inligting. Voorspellingsgeldigheid is nie oordraagbaar tussen ondernemings en poste nie. Om die geldigheid van personeeltoetse te bepaal is drie elemente nodig:

- (i) 'n wyse om verkoopsprestasie te bepaal en sodoende te onderskei tussen goeie en swak presteerders.
- (ii) toetse wat verband hou met verkoopsprestasie, en
- (iii) bepaling van die verband tussen tellings op die toetsbattery en verkoopsprestasie.

Perrault et al. (1977) stel die volgende riglyne vir die seleksie van toetse vir die keuring van verteenwoordigers:

- (i) Toetse wat die applikant se potensiaal om te verkoop bepaal eerder as om sy belangstelling om te verkoop te bepaal, moet gekies word.
- (ii) Kies genoegsame toetse sodat al die hoofasette wat benodig word, gemeet word.

- (iii) Kies toetse wat nie 'n sekere geslag, ouderdom of rassegroep bevoordeel nie.

Kornhauser en Schultz (1941) noem die volgende vyf reëls vir die ontwikkeling van keuringstoetse vir verkoops personeel:

- Na 'n studie van die betrokke werk gemaak is, asook van die faktore wat sukses of mislukking beïnvloed, moet toetse versigtig geselekteer of spesiaal ontwerp word.
- Studies moet onderneem word om maatstawwe van sukses te bepaal wat as basis kan dien vir die evaluering van die meetmiddels wat as voorspellers gebruik word.
- Elke meetmiddel moet getoets word, versigtig ontleed en geëvalueer word teenoor die kriteria van sukses.
- Die effektiewe meetmiddels moet gekombineer word in 'n praktiese keuringsprogram wat verder gekontroleer en verbeter moet word voordat dit finaal in gebruik geneem word.
- Periodieke en voortdurende studies moet onderneem word om die keuringsprogram verder te kontroleer, te verbeter en te wysig na gelang van veranderde omstandighede.

2.4 KRITERIUMS

2.4.1 Inleiding

In die proses van validering kan die seleksie van verkeerde kriteria tot ernstige funksionele gebreke lei (Robbins, 1982). Volgens Blum en Naylor (1968) is kriteria 'n standaard wat gebruik word om 'n persoon se werkverrigting, houding, motivering, ensovoorts, te meet. Vervolgens word daar ondersoek ingestel na kriteriumontwikkeling, asook die vereistes waaraan kriteria moet voldoen en kriteria wat algemeen vir validering in hierdie situasies gebruik word.

2.4.2 Kriteriumontwikkeling

Volgens Guion (1965, p. 121) bly een van die basiese psigometriese probleme in personeelnavorsing die vraag, wat gemeet moet word as kriterium? In die algemeen moet die kriteriumdimensie van die organisasiedoelwitte en die funksies van die persone wie se poste bestudeer word, afgelei word. Voortvloeiend hieruit is kriteriumontwikkeling die proses waardeur metings verkry word wat objektief, relevant tot die belangrike konstrukte, betroubaar, diskriminerend en prakties is. By kriteriumontwikkeling kom die volgende vrae tersprake (Guion, 1965, p.112): Moet daar van een kriterium wat al die verskillende aspekte van prestasie dek gebruik gemaak word of verskillende onafhanklike kriteria? Moet die kriterium met ekonomiese veranderlikes of ander wat die gevolg van die werk wat gedoen is gemeet word? Wat is die doelwitte van die organisasie, en hoe pas 'n sekere pos in by hierdie doelwitte?

Watter probleemareas bestaan wat verminder of geelimineer kan word? Wat is die veranderlikes waarvolgens prestasie gemeet kan word? Watter inligting kan verkry word wat kan dien as definisies van die konstruerte tersprake? Hoe goed is die metings?

Volgens Guion (1965, p.113) bestaan die ideale kriterium nie. As voorbeeld noem hy 'n lewensversekeringsverkoopman. Aangesien daar soveel verskillende aspekte tersprake kom wat 'n invloed op sy prestasie kan hê en nie al hierdie aspekte meetbaar is nie, word daar eerder gepraat van 'n plaasvervangende kriterium (werklike kriterium). Dit is 'n kriterium wat verband hou met die ideale kriterium. Geldigheid kom hier tersprake aangesien die korrelasie tussen die vervangende en ideale kriterium beduidend en sterk positief moet wees. Vanweë die kriteriumprobleem word daar ook dikwels van 'n saamgestelde kriterium gebruik gemaak. Hiervolgens word verskillende aspekte wat deel vorm van die ideale kriterium saamgevoeg.

2.4.3 Werklike kriterium

Volgens Drenth (1972) staan die werklike kriterium ook as kriteriumgedrag of -prestasie bekend. Kriteriumgedrag of -prestasie verteenwoordig waarneembare en registreerde gebeure of gedrag wat relevant tot die konseptuele kriterium geag word.

Sauser (1980, pp.13-14) onderskei die volgende twee breë groepe kriteria wat aan bogemelde omskrywing voldoen.

(a) Harde kriteria

Hierdie kriteria word uit organisasierekords ten opsigte van personeelomset, dienstyd, afwesigheid, verkope, werkvlak en bevorderings verkry. Alhoewel hierdie rekords met die eerste oogopslag 'n ideale basis vir prestasiebeoordeling blyk te bied, is dit dikwels gekontamineer (d.i. beïnvloed deur faktore buite die werker se beheer) of ontoereikend (d.i. nie ten volle verteenwoordigend van die werker se totale werk nie.)

(b) Sagte kriteria

Hierdie kriteria word deur beoordelings verkry. Aangesien harde kriteria die resultate van gedrag eerder as gedrag self verteenwoordig, en dikwels onmoontlik is om te verkry, moet daar dikwels op beoordelings staat gemaak word om die toereikendheid van prestasie te skat. Beoordelingsvorme bestaan gewoonlik uit 'n stel prestasiefaktore wat van 'n reeks blokkies of byvoeglike naamwoorde vergesel is. Daar word gewoonlik van toesighouers verwag om elke werknemer op elke prestasiefaktor te beoordeel, deur die toepaslike blokkie of byvoeglike naamwoord te merk.

2.4.4 Vereistes waaraan kriteria moet voldoen

'n Kriterium moet eerstens relevant wees aan 'n belangrike doel van die organisasie (Dunette, 1976, p.746). Relevansie verwys dus na die mate waarin kriteriummaatstawwe betekenisvol is in terme van die doelwitte waaraan dit ontleen is (McCormick en Tiffin, 1975, p.37).

'n Tweede vereiste waaraan 'n kriterium moet voldoen is betroubaarheid. Dit verwys na die stabiliteit en konsekwentheid van 'n kriterium as indeks van dit wat gemeet word. (McCormick en Tiffin, 1975, p.38).

Volgens Steyn (1969) is 'n kriterium 'n meetmiddel en as sulks moet dit aan die mees basiese vereiste van meetmiddels voldoen, naamlik betroubaarheid. Die bruikbaarheid van 'n kriterium is afhanklik van die meting van werklike gedrag. Prestasie maatstawwe verkry onder gesimuleerde omstandighede kan ten beste dien as substituuatkriteriums en ten swakste is hulle onbruikbaar en misleidend. Die kriterium moet op so 'n wyse ontwikkel word dat dit die bruikbaarheid van 'n individu op ondubbelsinnige wyse weerspieël. Onvoldoende kriteriummaatstawwe lei tot onvoldoende keuringsprosedures. Die weglating van pertinente elemente in die kriterium lei tot verswakking in voorspellingsdoeltreffendheid.

'n Kriterium moet derdens prakties wees, dit moet beskikbaar, aanneemlik en aanvaarbaar wees vir diegene wat dit vir besluitneming wil gebruik (Dunnette, 1976). Volgens Henderson (1980, p.221) moet 'n kriterium geldig wees. Geldigheid is 'n indeks van die mate waarin 'n instrument werklik meet wat dit voorgee om te meet, wanneer dit met 'n aanvaarbare kriterium vergelyk word. Sodanige indeks is dus die verhouding van prestasie soos beoordeel deur 'n prestasiebeoordelingstelsel tot die werklike prestasie van 'n posbeker.

2.4.5 Kriteria tersprake by verteenwoordigers

Verskillende kriteria kan gebruik word by die keuring van verteenwoordigers. Watter kriteria wel gekies en gebruik word, sal grootliks bepaal word deur die beskikbaarheid en geldigheid daarvan. Die volgende kriteria is al in studies oor die keuring van verteenwoordigers gebruik.

Husband (1949) maak van die volgende kriteria vir sukses by verkoopsvertteenwoordigers gebruik:

- (i) bruto volume van verkope (dit is die hoofkriterium)
- (ii) hoeveelheid verkoopsbesoeke daagliks
- (iii) hoeveelheid nuwe rekeninge geopen
- (iv) waarde van die hoër prysklas goedere wat verkoop is.

Volgens Guion (1965) kan die volgende kriteria by verteenwoordigers gebruik word:

- verkoopsvolume per jaar
- gemiddelde aantal verkope per maand
- gemiddelde aantal nuwe rekeninge per maand
- aantal besoeke per dag
- aantal klantklagtes per maand
- gemiddelde grootte van bestellings
- bruto of netto kommissie.

Merenda en Clarke (1959) gee die volgende drie kriteriums:

- Die persoon moet sy opleidingsprogramkwotas bereik.
- Bevordering na toesighoudende of bestuursposisie.
- Bedanking om na 'n ander organisasie te gaan voor die einde van die derde jaar mits hy die produksiedoelwitte genoem in eerste en tweede plek bereik.
- Gemiddelde salarisverhoging.
- Die bedrag van alle verkope wat tydens die persoon se eerste jaar verkoop is minus kansellasies.
- Om as suksesvol beskou te word moet 'n persoon minstens 'n jaar aanbly en meer as die mediaan volume van almal verkoop. Bedankers en drosters word as onsuksesvol beskou.

Die volgende beoordelingsmetodes kan as kriteria dien volgens Guion (1965)

- beoordelingskale
- werknemervergelykings
- kontrolelyste
- faktore wat bestuur beskou as belangrik vir werksukses.

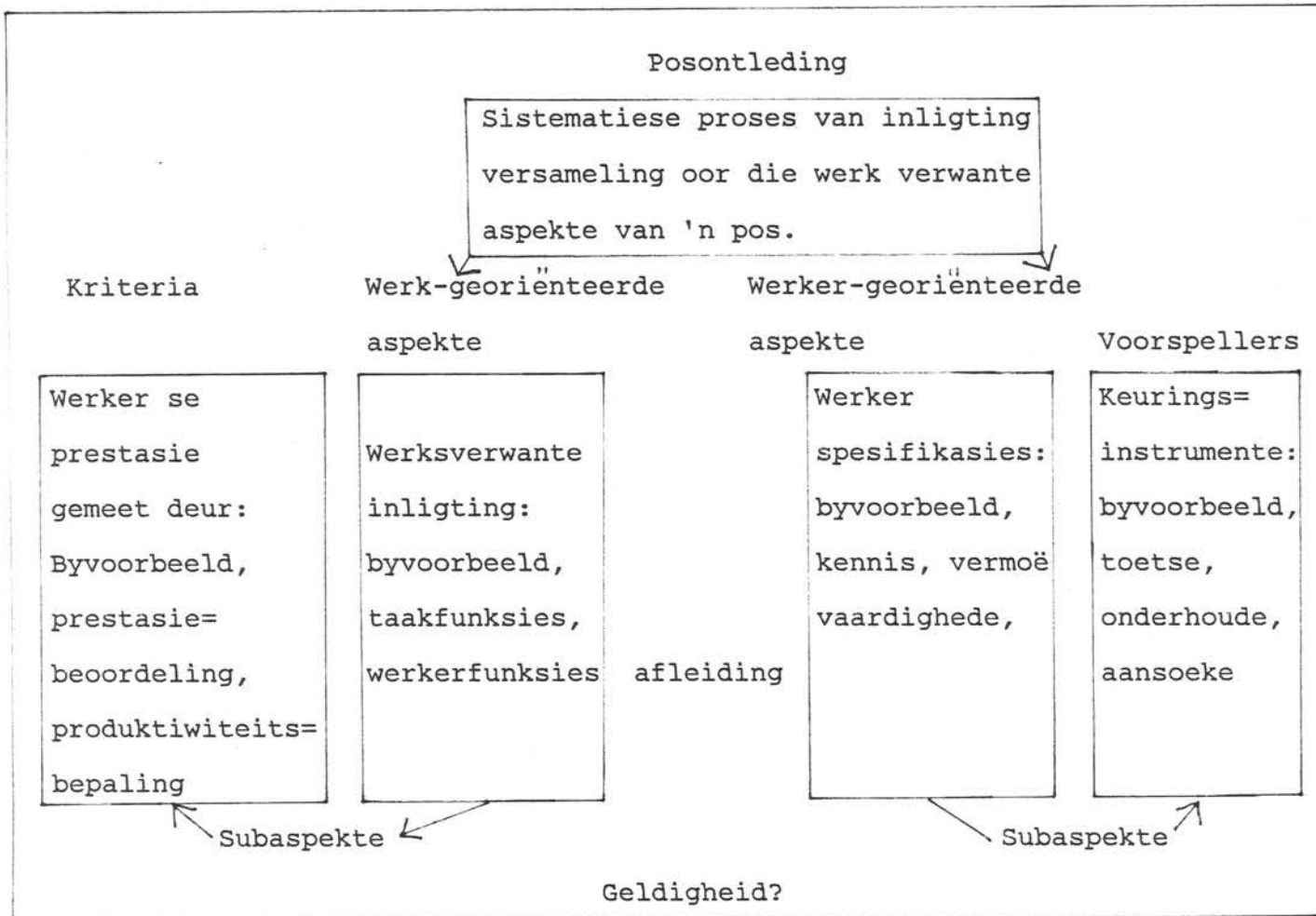
Goeie kriteriums is egter selde beskikbaar en daarom word slegs aanvaarbare kriteriums ontwikkel.

Schowengerdt (1975) gebruik beoordelingstegnieke as kriteria en vind dat dit 'n goeie basis voorsien waarvolgens individue vir bevordering geselekteer kan word.

Shapiro (1963) het in sy ondersoek by 31 verteenwoordigers gebruik gemaak van die T.A.T. om te onderskei tussen suksesvolle en minder suksesvolle verteenwoordigers. 'n Meervoudige korrelasiekoëffisiënt van ,65 is verkry, met waarde van polisse verkoop as kriterium.

2.5 Keuringsbenaderings

Vervolgens word keuringsbenaderings ter sprake by die keuring van verteenwoordigers beskryf. Gatewood en Field (1987) verskaf 'n teoretiese raamwerk waarbinne 'n keuringsinstrument ontwikkel kan word. In Figuur 1.1 word so 'n model verskaf.



Figuur 1.1 Keuringsmodel vir menslike hulpbron seleksie (Gatewood en Field, 1987, p. 173).

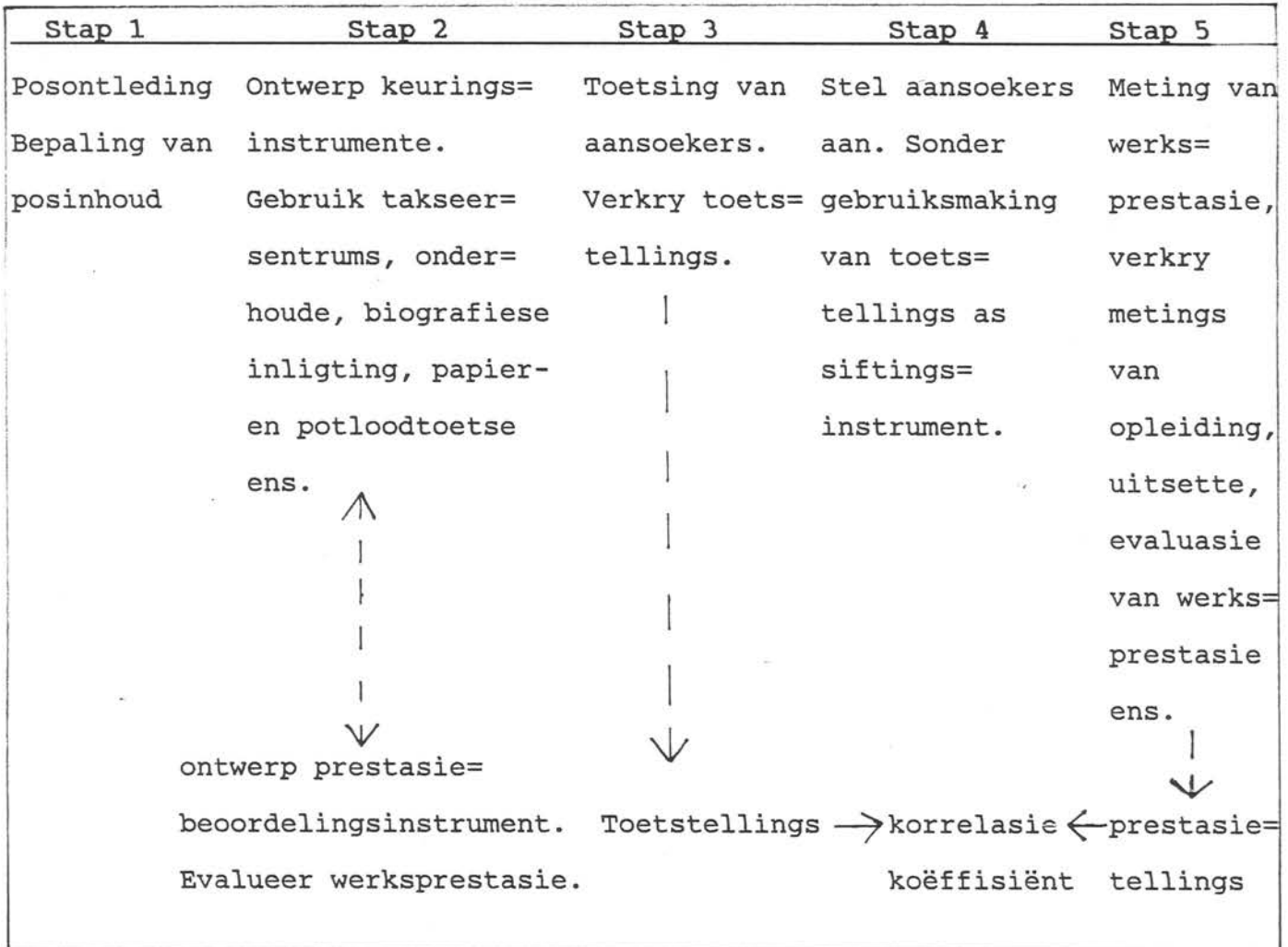
Inligting versamel in 'n posontleding hou verband met werk-georiënteerde aspekte of werker-georiënteerde aspekte. In Figuur 1.1 word genoemde twee aspekte en hul subaspekte en hul interverwantskap met mekaar geïllustreer. Die eerste deel of werk-georiënteerde aspekte behels die definiëring van 'n pos in terme van werksverwante inligting (byvoorbeeld taakfunksies en werkerfunksies.) Subaspekte van die inligting is kriteria of werknemerprestasiemetings byvoorbeeld prestasiebeoordeling en produktiwiteitsbepaling. Werker-georiënteerde aspekte kan afgelei word vanaf die werk-georiënteerde aspekte van die posontleding en kan help om die tweede aspek of werker-georiënteerde aspekte te verkry. Die tweede aspek behels die verkryging van werker spesifikasies wat benodig word vir suksesvolle prestasie in die pos. Voortvloeiend uit die spesifikasies ontstaan 'n belangrike subaspek. Wanneer die werkerspesifikasies bepaal is, is dit moontlik om voorspellers of keuringsinstrumente te ontwikkel byvoorbeeld, aansoekvorms wat gerig is op hierdie spesifikasies. As die metingsinstrumente en prestasiestandaarde van die posontleding afgelei is, word daar veronderstel dat die tellings op die metingsinstrumente wat gebruik word om die werkers mee te keur gekorreleer word met die prestasiemetings. Hierdie proses word geldigheidsbepaling genoem. Voorts volg 'n kort bespreking van die verskillende tipes geldighede.

2.5.1 Kriteriumverwante geldigheid

Kriteriumverwante geldigheid verwys in die algemeen na die relatiewe vermoë van 'n maatstaf om toekomstige prestasie/werkverrigting in 'n spesifieke situasie te voorspel (Carroll en Schneier, 1982, p.46). Volgens Henderson (1980, p.222) is dit dus 'n statistiese aanduiding van die verband tussen tellings op 'n voorspellers en tellings op 'n kriteriummaatstaf. Kriteriumverwante geldigheid kan volgens een van die volgende metodes gedemonstreer word:

(a) Voorspellingsgeldigheid

Deur die metode van voorspellingsgeldigheid word daar gepoog om te kyk of die resultate van 'n toets gebruik kan word om werksukses te voorspel. Toetsresultate word die voorspeller en werksprestasie die kriterium genoem. In Figuur 1.2 word 'n voorspellingsgeldigheidsmodel voorgestel.



Figuur 1.2 Voorspellingsgeldigheidsmodel (Beatty en Schneier, 1981, p.279).

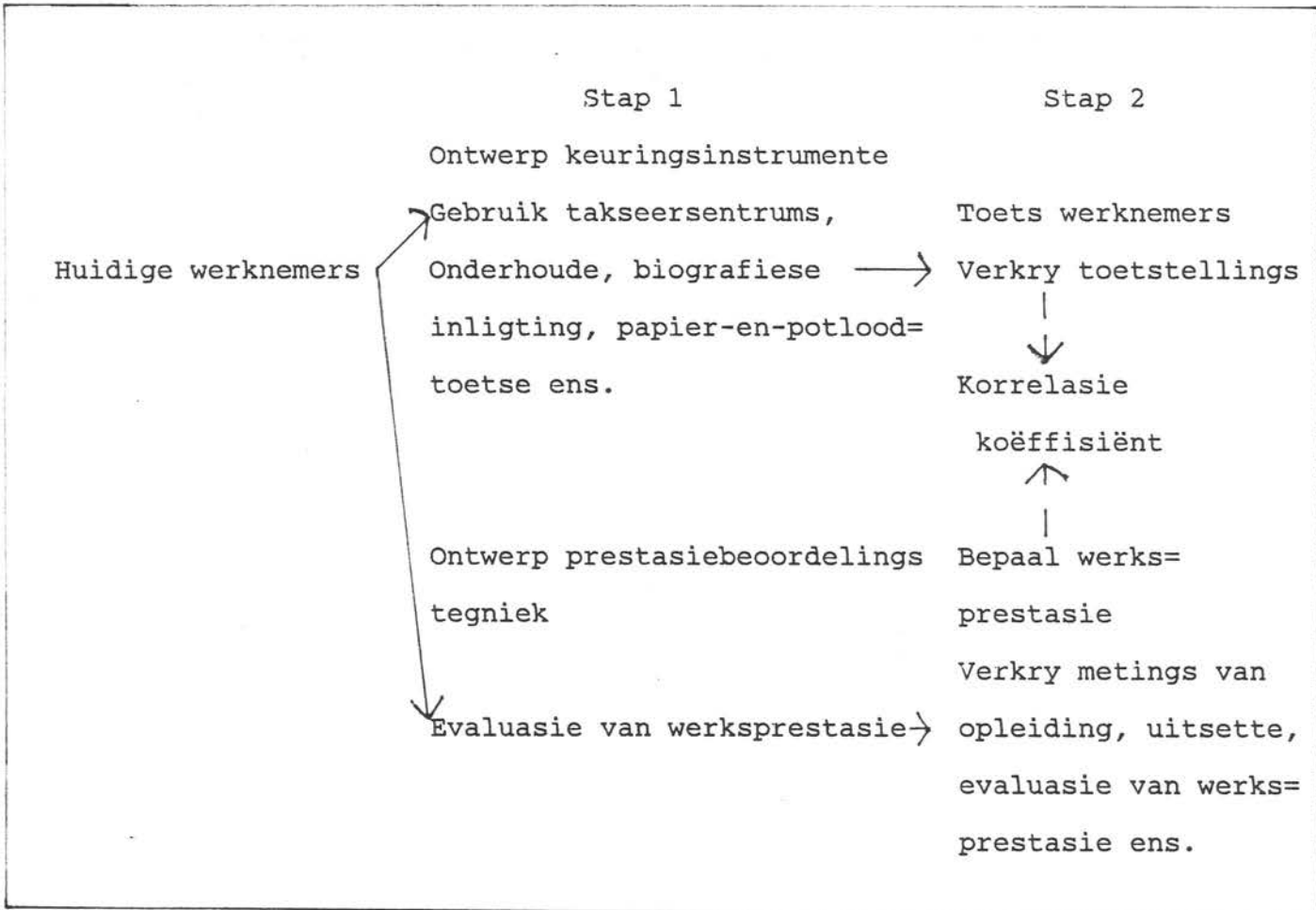
Volgens Figuur 1.2 word daar gepoog om die verband tussen 'n toets (voorspeller) en werksprestasie (kriterium) te bepaal deur die pos te ontleed (stap 1), ontwerp van 'n gepaste toets en 'n metode van prestasiebeoordeling (stap 2) en die administrering van 'n toets op 'n groep applikante (stap 3) sonder om hul toetstellings in die seleksieproses te gebruik.

Die applikante word aangestel (stap 4). Die aangestelde applikante se werksprestasie word bepaal (stap 5) deur gebruik te maak van 'n prestasiebeoordingstelsel. Hierna word die persone se toetstellings (stap 3) gekorreleer met hul werkprestasiemetinge (stap 5). As die koëffisiënt tussen 'n persoon se toetstelling en sy werksprestasiemeting hoog en beduidend is, kan daar veronderstel word dat werkprestasie op grond van die toetstellings voorspel kan word.

Alhoewel 'n voorspellingsgeldigheidsmodel wetenskaplik is, het dit praktiese implikasies. Dit neem onder andere 'n langtyd in beslag aangesien daar eers 'n tyd moet verloop waartydens applikante se werksprestasie bepaal kan word. Vanweë hierdie probleme word samevallende geldigheid dikwels gebruik.

(b) Samevallende geldigheid

Volgens Henderson (1980, p.221) word samevallende geldigheid bepaal deur die korrelasie tussen werknemers se toetstellings en werksprestasie. Hiervolgens word bestaande werknemers gebruik in die geldigheidstudie.



Figuur 1.3 Samevallende geldigheidsmodel (Beatty en Schneier, 1981, p. 280)

Soos Figuur 1.3 aantoon, word 'n keuringsinstrument en 'n prestasiebeoordelingsinstrument ontwerp as dit nog nie bestaan nie (stap 1). Die toetse (voorspeller) word geadministreer aan die werknemers in die pos en hul prestasie word bepaal (stap 2). Hierna word die statistiese verband tussen die voorspeller (toetstelling) en kriterium (prestasiebeoordeling) bepaal deur 'n korrelasiekoëffisiënt te bereken. Soos by voorspellingsgeldigheid word daar veronderstel dat as 'n toetstelling korreleer met werksprestasie, die toets voorspellingsgeldigheid besit, indien daar aan sekere vereistes soos ewekansige streekproef seleksie, behoorlike toetsomgewing, ens. voldoen word.

Indien die toets prestasie vir huidige werknemers voorspel kan dit by die seleksie van nuwe werknemers gebruik word. Samevallende geldigheid is 'n vinniger metode as voorspellingsgeldigheid en stel die organisasie in staat om die voorspellerinstrument op alle toekomstige werknemers toe te pas. Die gevaar word egter met samevallende geldigheid geloop dat 'n groep werknemers getoets word wat alreeds hoë toetstellings sal hê aangesien hulle die oorblywende werknemers is wat alreeds vroeër deur die een of ander seleksiemetode geselekteer is by aanstelling. Hulle kan ook dalk al ontwikkel of geleer het terwyl hulle werkzaam is, en sodoende ook hoë toetstellings verkry. Dit gee aanleiding tot beperking van omvang. Wanneer dieselfde toets op 'n groep applikante gebruik word, kan hulle dalk laer tellings kry omdat hulle nog nie 'n kans gehad het om te leer wat die oorspronklike streekproef geleer het terwyl hulle werkzaam was nie, eerder as dat hulle nie goeie presteerders sal wees nie (Beatty en Schneier, 1981).

Die metode van samevallende geldigheid blyk dus veral geskik te wees in situasies waar dit nie moontlik of wenslik is om 'n te lang tyd te laat verloop voordat die geldigheidsgegewens beskikbaar is nie. In 'n studie soos hierdie is die navorser dus daarop aangewese.

2.6 SAMEVATTING

Die daarstel van 'n psigometriese toetsbattery kan van groot waarde wees as een van die stappe in die keuringsproses van advertensieverteenwoordigers. Beatty en Schneier (1981) se samevallende geldigheidsmodel verskaf 'n handige raamwerk waarvolgens 'n psigometriese toetsbattery saamgestel kan word omdat dit 'n vinniger metode as voorspellingsgeldigheid is en dit op huidige werknemers toegepas kan word. Daar bestaan ook genoegsame bewyse dat sekere persoonlikheidskenmerke naamlik: aanpasbaarheid, beïnvloedingsvermoë, toewyding, inisistief, kritiese houding, entoesiasme, risikoneming, werksmotivering, kompetisie geneigdheid, empatie, ego dryfkrag, ego sterkte, selfvertroue, deursettingsvermoë, selfdissipline, onafhanklikheid, aggressiwiteit, verantwoordelikheid, sosiale ingesteldheid, selfbewustheid, radikalisme, onkonvensionaliteit, diplomatie, stabiliteit, volharding, mate van ontspanning, aktiwiteitsvlak, oortuigingsvermoë, opregtheid, verbeeldingrykheid, optimisme, ekstraversie, deeglikheid, vlak van ambisie, reagerend, aangenaamheid en intelligensie asook biografiese gegewens soos: ouderdom, geskooldheidvlak, getroude status, of die vrou werk of nie, hoeveelheid lewensversekering, mate van beleggings, familie se siening oor verkoopswerk, persoonlike voorkoms asook ondervinding, kennis en interaksie, aanleg en belangstellingpatrone belangrike eienskappe van suksesvolle verteenwoordigers vorm. Van die bogenoemde eienskappe wat al met sukses in soortgelyke validasiestudies gebruik is, kan ook vir advertensieverteenwoordigers verkry word.

Sover vasgestel kan word uit die beskikbare literatuur is daar nog nie 'n psigometriese toetsbattery vir die keuring van advertensieverteenwoordigers ontwikkel nie. Navorsing is wel al in Suid-Afrika gedoen deur Trevor-Roberts (1967) en Botha (1972) oor die keuring van lewensversekeringsverteenwoordigers en Pretorius (1973) oor die keuring van verkoopsbevorderings en bemarkingsamptenare.

Die gevolgtrekking kan dus gemaak word dat die navorsingsprobleem nog nie behoorlik aangespreek is nie en dat dit nodig is om dit empiries te ondersoek. Dit sluit aan by Plotkin (1986) dat elke onderneming self moet bepaal wat die psigometriese eienskappe van sy suksesvolle verteenwoordigers is aangesien elk sy unieke situasie beleef en daar nie iets soos 'n profiel van 'n tipiese verkoopsman bestaan wat van toepassing gemaak kan word by verskillende ondernemings in verskillende bedrywe nie. Die behoefte vir 'n eie studie ontstaan binne elke onderneming omdat verskillende menslike eienskappe benodig word by verskillende tipes verkoopstake en ook a.g.v. die feit dat elke onderneming sy eie klimaat en kultuur het.

HOOFSTUK 3

Navorsingsprosedure

3.1 Inleiding

Soos in hoofstukke een en twee aangedui is dit dringend noodsaaklik dat doelgerigte pogings aangewend word om die keuringsproses van advertensieverteenwoordigers te verbeter. Hierdie ondersoek word dus in die breë gerig deur die werkgewer se behoefte aan 'n addisionele keuringshulpmiddel. In die besonder is dit die doel van hierdie ondersoek om 'n psigometriese toetsbattery daar te stel vir gebruik tydens die keuringsproses van advertensieverteenwoordigers.

In hoofstuk 2 is die belangrikste eienskappe geïdentifiseer waarvoor suksesvolle verteenwoordigers beskik. Dit sluit die volgende persoonlikheidskenmerke in: aanpasbaarheid, beïnvloedingsvermoë, toewyding, inisiatief, kritiese houding, entoesiasme, risikoneming, werksmotivering, kompetisie geneigdheid, empatie, ego dryfkrag, ego sterkte, selfvertroue, deursettingsvermoë, selfdissipline, onafhanklikheid, aggressiwiteit, verantwoordelikheid, sosiale ingesteldheid, selfbewustheid, radikalisme, onkonvensionaliteit, diplomatiese handelswyse, stabiliteit, volharding, mate van ontspanning, aktiwiteitsvlak, oortuigingsvermoë, opregtheid, verbeeldingrykheid, optimisme, ekstraversie, deeglikheid, ambisie, mate waartoe reageer word, aangenaamheid en intelligensie asook biografiese gegewens: ouderdom, geskooldheidvlak, getroude status, of die vrou werk of nie, hoeveelheid lewensversekering, mate van beleggings, familie se siening oor verkoopswerk, persoonlike voorkoms asook aanleg en belangstellingspatrone.

In hierdie hoofstuk word 'n oorsig oor 'n posontleding van die pos van advertensieverteenwoordiger en die eienskappe hierdeur geïdentifiseer verskaf. 'n Omskrywing van die eienskappe wat in die literatuur en posontleding geïdentifiseer is en 'n bespreking van die meetinstrumente wat gebruik word om die eienskappe te meet word bespreek. Hipotesestelling, 'n beskrywing van die steekproef, keuse en bespreking van kriteria, metode van inligting insameling en statistiese tegnieke gebruik volg.

3.2 Posontleding

'n Posontleding as tweede stap is gedoen van die pos van advertensieverteenwoordiger en poskenners is gebruik as informante aangaande die pos. Dit het afdelingshoofde en advertensieverteenwoordigers ingesluit. Poskenners is vooraf geïdentifiseer op grond van die goeie kennis en ondervinding wat hulle van die pos het. Die pos word ontleed aan die hand van die 31 eienskappe en eerstens word die kompleksiteit van die eienskap soos van toepassing op die pos bepaal en tweedens die toepaslikheid van die betrokke eienskap. Aan elke eienskap word dan 'n gewig toegeken deur die waardes vir kompleksiteit en toepaslikheid saam te voeg. Die gewigte word dan van hoog na laag gerangskik om die relatiewe belangrikheid van elke eienskap te bepaal.

Eienskappe wat deur die posontleding geïdentifiseer is, is as volg: aanpasbaarheid by druk, integriteit, begrip, aanpasbaarheid by verandering, verantwoordelikheid, invloed, volharding, inisiatief, konsentrasie, kreatiwiteit, verdraagsaamheid, beplanning en organisering, geheue, samewerking, aanpasbaarheid by ongerief, probleemoplossing en besluitneming.

3.3 OMSKRYWING VAN EIENSKAPPE.

Vervolgens 'n beskrywing van die eienskappe waarvoor suksesvolle verteenwoordigers beskik wat in die literatuur en posontleding geïdentifiseer is.

1. AANPASBAARHEID BY DRUK

Die posbeker moet aanpas by spanningsvolle werkomstandighede wat vinnige werkvloei, voortdurende teikendatums en verantwoordelike besluite behels, sonder om ontevrede of ondoeltreffend te raak. (Daar word ook na hierdie eienskap as emosionele stabiliteit verwys). Hierdie pos word gekenmerk deur spanning in terme van kritiese teikendatums, vinnige werkvloei en oombliklike besluite met min ruimte vir foute.

2. INTEGRITEIT

Die posbeker moet bly by erkende standarde van morele en etiese gedrag. (Daar word na hierdie eienskap ook as eerlikheid verwys). Die posbeker werk in situasies waar eiendom of inligting baie waardevol is, met min en indirekte beheer.

3. BEGRIP

Die posbeker moet mondelinge, skriftelike, numeriese, simboliese en/of gedragsgegewens kan waarneem en verstaan om selfstandig tot die kern van probleme deur te dring. (Daar word na hierdie eienskap ook as intelligensie verwys). Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

4. AANPASBAARHEID BY VERANDERING

Die posbeker moet aanpas by onderbrekings in werkroetine of verandering in werksituasies, reëls, opdragte, werkplek sonder om ontevrede of ondoeltreffend te raak. Hierdie pos word gekenmerk deur omvangryke variasie in werkroetine en gereelde verandering in situasies en gebeure. Aanpasbaarheid by verandering is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer. Hierdie attribuut kan as 'n voorvereiste vir aanstelling in die pos beskou word.

5. VERANTWOORDELIKHEID

Die posbeker moet met die minimum toesig en beheer aanspreeklik wees vir eie optrede en besluite, en dié van ondergeskiktes. (Daar word na hierdie eienskap ook as betroubaarheid verwys). In hierdie betrokke pos is daar wesenlike verantwoordelikheid as gevolg van geen onmiddellike toesighouding en beperkte beheer. Foute word na ongeveer twee tot ses maande eers ontdek. Verantwoordelikheid en volwassenheid is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelike ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

6. INVLOED

Die posbeker moet mense beïnvloed/motiveer om idees, dienste of tegnieke te aanvaar of hulle gedrag te verander in situasies waar hulle vry is om anders op te tree. (Daar word na hierdie eienskap ook verwys as verkoopkuns, leierskap). In hierdie pos moet die posbeker mense in goed omskryfde situasies beïnvloed waar hulle opsies het om anders op te tree, soos die verkoop van ontasbare produkte) of bestuur van hoogsgekwalfiseerde personeel. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, sal 'n groot bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer. Hierdie attribuut kan as 'n voorvereiste vir aanstelling in die pos beskou word.

7. VOLHARDING

Die posbeker moet getrou bly in die uitvoering van pligte ten spyte van frustrasies, ontmoediging, terugslae, vyandigheid en ander probleme. Hierdie pos word gekenmerk deur wesenlike fisiese en menslike frustrasies oor beperkte tydperke, waar sukses onseker is. Volharding is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer, is absoluut krities vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot baie ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Hierdie attribuut kan as 'n voorvereiste vir aanstelling in die pos beskou word.

8. INISIATIEF

Die posbeker moet uit sy eie optree en redelike risiko's neem in situasies wat nie deur bestaande prosedures gedek word nie. (Hierdie eienskap hou ook verband met die behoefte aan onafhanklikheid). Hierdie pos word gekenmerk deur prosedures en resultate wat in die breë omskryf is met vryheid en verwagting om uit eie op te tree. Inisiatief is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

9. KONSENTRASIE

Die posbeker moet te midde van afleidings deur geraas, onderbrekings en ander steurings sy/haar aandag by die werk bepaal en sorg dra dat geen aspek van die werk nagelaat word nie. Vir aanvaarbare prestasie in die pos moet die posbeker aandag skenk aan gedetailleerde en afwisselende werk te midde van gereelde afleidings. Foute het ernstige nadelige gevolge. Konsentrasie is baie belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot ernstige gevolge lei, indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n groot bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

10. **KREATIWITEIT**

Die posbeker moet inligting vanuit verskeie bronne ontleed en kombineer ten einde nuwe idees, benaderings, produkte of oplossings tot stand te bring. (Daar word na hierdie eienskap ook as oorspronklikheid verwys). In hierdie pos moet die posbeker na vore kom met aansienlike nuwe idees in 'n redelik vry formaat. Kreatiwiteit is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

11. **VERDRAAGSAAMHEID**

Die posbeker moet baie tipes mense soos kollegas, kliënte, ander rassegroepe of die publiek doeltreffend hanteer in delikate, frustrerende of gespanne situasies. (Daar word na hierdie eienskap ook verwys as empatie en vriendelikheid). Hierdie pos word gekenmerk deur situasies wat frustrerend, gespanne en soms vyandig is. Dit sou as 'n aanbeveling dien indien die posbeker suksesvol kan funksioneer in situasies wat gekenmerk word deur delikate persoonlike kontak wat takt, empatie en diplomatie vereis. Verdraagsaamheid is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

12. BEPLANNING EN ORGANISERING

Die posbeker moet 'n handelswyse projekteer om spesifieke resultate/doelwitte te bereik deur vooraf oorweging te skenk aan 'n relatief bekende en ingewikkelde stel veranderlikes. Die posbeker beplan en organiseer ten opsigte van aktiwiteite vir tydperke van 'n week binne redelike konkrete riglyne. Dit sou as 'n aanbeveling dien indien die posbeker ook aktiwiteite vir tydperke van 'n jaar in situasies met baie veranderlikes kan beplan en organiseer.

Beplanning en organisering is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

13. GEHEUE

Die posbeker moet besonderhede, idees en aanwysings lank genoeg onthou en herroep ten einde dit toe te pas wanneer hy/sy alleen werk. Vir aanvaarbare prestasie in die pos moet die posbeker ietwat ingewikkelde besonderhede of aanwysings onthou wat gewoonlik skriftelik gegee word. Geheue is baie belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n groot bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

14. SAMEWERKING

Die posbeker moet nou met kollegas saamwerk en gereeld met hulle kommunikeer waar sy/haar optrede ander beïnvloed en deur hulle beïnvloed word. Die werk vereis spanwerk, hulp en koördinerings met ander. (Daar word na hierdie eienskap verwys as geselligheid). In hierdie pos werk die posbeker in 'n groep of span waar elke lid in 'n sekere mate staat maak op die pogings van ander lede van die groep. **Samewerking** is baie belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n groot bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

15. AANPASBAARHEID BY ONGERIEF

Die posbeker moet aanpas by onaangename werkomstandighede voortspruitend uit blootstelling aan hitte, koue en saamgedronge, onwelriekende, beknopte of raserige situasies of voortdurende reise wat onderneem moet word. **Aanpasbaarheid by ongerief** is baie belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n groot bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

16. PROBLEEMOPLOSSING

Die posbeker moet probleme identifiseer en inligting ontleed ten einde tot spesifieke gevolgtrekkings of oplossings te kom, of om die idees van ander in werkbare vorm aan te pas en te waardeer. (Daar word na hierdie eienskap ook verwys as redeneer of analitiese vermoë). In die betrokke pos het die posbeker te make met probleme met beperkte en bekende veranderlikes wat hy moet kan hanteer. Probleemoplossing word nie baie gereeld gebruik nie (byvoorbeeld 20 - 40% van die posbeker se tyd word hieraan bestee). Dit is belangrik vir aanvaarbare werkprestasie en dit kan tot redelik ernstige nadelige gevolge lei indien 'n persoon nie aan hierdie vereiste voldoen nie. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n matige bydrae tot voortreflike werkprestasie lewer.

17. BESLUITNEMING

Die posbeker moet 'n handelswyse ten opsigte van byvoorbeeld die toewysing van mense, geld en materiaal kies te midde van die onsekerheid van gevolge en ingewikkeldheid van opsies. Die posbeker neem roetine besluite met enkele finansiële en menslike implikasies. Besluitneming word nie baie gereeld gebruik nie (byvoorbeeld 20 - 40% van die posbeker se tyd word hieraan bestee).

18. EGODRYFKRAG

Die posbeker moet oor die dryfkrag beskik om aan te hou nieteenstaande onsuksesvolle pogings. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkprestasie vereis word, kan 'n groot bydrae maak tot voortreflike werkprestasie.

19. BELANGSTELLING IN WERK

Die posbeker moet 'n sterk belangstelling hê in sy werk. Meer van hierdie attribuut as dit wat vir aanvaarbare werkspreslasie vereis word, kan 'n groot bydrae tot voortreflike werkspreslasie lewer.

20. SELFVERTRoue

Die posbeker moet beskik oor egosterkte, selfvertroue en volharding. Selfvertroue dui op die innerlike gevoel van prestige en persoonlike waarde wat kan strek van sterk gevoelens van ontoereikendheid tot sterk gevoelens van selfversekerdheid.

21. AGGRESSIWITEIT

Die posbeker moet langs die weg van aanvaarde gedrag sekere doelstellings bereik, die gewilligheid en begeerte om te werk besit, en die neiging om die uitdagings van die lewe te aanvaar, asook om die eienskap van volwasse selfkontrole en sosiale aanpasbaarheid beskik.

22. KONVENSIONEEL

Die posbeker moet dieselfde eienskappe op dieselfde wyse waarneem as wat ander dit doen, dit wil sê om die konvensionele waar te neem. Dit dui op empatiese neigings.

23. EGOSTERKTE

Die posbeker moet emosioneel stabiel, volwasse wees en die werklikheid insien en kalm wees. Die posbeker laat nie toe dat emosionele behoeftes die werklikhede van 'n situasie vertroebel nie, maar pas aan by die feite. Selfbeheersing word getoon deur moeilikhede te voorkom.

3.4 Bespreking van sielkundige toetse

Die volgende gee 'n kort uiteensetting van die toetse wat in die studie gebruik word asook die bogenoemde eienskappe wat geïdentifiseer is wat deur die verskillende toetse gemeet kan word:

Die volgende afkortings word vervolgens vir die betrokke psigometriese toetse gebruik:

- 16-PF : Sestien persoonlikheidsvraelys (Maas, 1980)
Sort : Gestruktureerd objektiewe Rorchachtoets
(Venter, 1987)
Sat : Senior Aanlegtoets (Venter, 1987)
19-VBV : 19-Veld-belangstellingsvraelys (Fouche en
Alberts, 1983)

3.4.1 Sestien persoonlikheidsfaktorvraelys (16-PF)

Volgens Maas (1980) meet die 16-PF die vlakke van sekere primêre persoonlikheidstrekke. In die nywerheids- en sake-wêreld word die 16-PF dikwels gebruik vir die keuring, plasing en bevordering van personeel deurdat dit belangrike werkverwante kriteria aantoon soos werkbekwaamheid, roetineverdraagsaamheid en baie ander metings wat op spesifieke soorte werk of beroepe betrekking het. Die 16-PF is gebaseer op die totale persoonlikheid, maar meet nie alle aspekte van die totale, normale en abnormale persoonlikheid nie. 'n Eienskap van die 16-PF is dat die struktuur daarvan nie vereis dat die items gesigsgeldigheid besit nie.

Cattell, Eber en Tatsuoka (Maas 1980) rapporteer twee stelle toets-hertoetsbetroubaardheidskoëffisiënte wat na 'n kort tydsloop van 4 tot 7 dae bereken is sodat daar nie genoeg tyd verstryk het waarin die individu self kon verander het nie. Hierdie koëffisiënte wissel tussen 0,58 vir faktor B en 0,83 vir faktor H. Cattell (Maas, 1980) rapporteer ook stabiliteitskoëffisiënte na 'n tydsverloop van ongeveer twee maande waar die koëffisiënte wissel tussen 0,43 vir faktor B en 0,85 vir faktor I. Direkte operasionele geldigheidskoëffisiënte (korrelasies met suiwer faktore) wissel tussen 0,41 vir faktor N en 0,92 vir faktor H.

Hierdie koëffisiënte is met 'n paar uitsonderings so hoog as wat verwag kan word van 'n skaal met 10 tot 13 items. Cattell en sy medewerkers (Maas, 1980) wys verder daarop dat die 16-PF voldoen aan empiriese geldigheid. Talle voorbeelde van empiriese geldigheid word gerapporteer. Vir die bedryfsielkunde en voorligtingsielkunde is daar tussen die jare 1950 en 1969 meer as 60 faktorprofiële vir beroepe en meer as 12 voorspellingsvergelykings vir sukses in sekere beroepe vir die 16-PF opgestel. Globaal gesien, kan die 16-PF dus as 'n betroubare en geldige meetinstrument beskou word. Die sestien trekke soos deur die 16-PF gemeet is as volg:

Lae telling

Teruggetrokke

Minder intelligent

Emosioneel onstabiel

Onderdanig

Ernstig

Hoë telling

Hartlik

Meer intelligent

Emosioneel stabiel

Selfgeldend

Sorgeloos

Opportunisties	Pligsgetrou
Skugter	Avontuurlustig
Realisties	Gevoelig
Geborge	Agterdogtig
Prakties	Verbeeldingryk
Ongekunsteld	Skerpsinnig
Selfversekerd	Skuldgeneigd
Konserwatief	Ondersoekend
Groepafhanklik	Selfgenoegsaam
Ongeërgd	Sosiaal beheersd
Ontspanne	Gespanne

Die geïdentifiseerde eienskappe waarvoor suksesvolle verteenwoordigers beskik volgens die literatuur en posontleding wat deur die 16-PF gemeet word is as volg:

Aanpasbaarheid by druk: gemeet deur die 2de orde angsfaktor- en 2de orde faktor introversiteit.

Begrip: Gemeet deur die faktor N+ (skerpsinnig)

Aanpasbaarheid by verandering: gemeet deur die faktor Q1+ (ondersoekend)

Verantwoordelikheid: gemeet deur die faktor Q1 (ondersoekend)

Invloed: gemeet deur die faktore A+ (hartlik) en H+ (sosiaal vrypostig)

Volharding: gemeet deur die faktor Q3+ (sosiaal beheersd)

Inisiatief: gemeet deur die 2de orde faktor (onafhanklikheid) en die faktor verbeeldingrykheid.

Konsentrasie: gemeet deur faktor M- (prakties)

Kreatiwiteit: gemeet deur faktore Q1+ (ondersoekend), M+ (verbeeldingryk), F+ (sorgeloos), B+ (meer intelligent).

Verdraagsaamheid: gemeet deur faktore L- (geborge), O- (selfversekerd), I- (emosioneel gevoelig) en sosiaal beheersd.

Samewerking: gemeet deur faktore A+ (hartlik), F+ (sorgeloos), H+ (sosiaal vrypostig), N+ (skerpsinnig) en L- (geborge).

Ego-dryfkrag: gemeet deur faktore G+ (hoër super-ego=sterkte), Q3+ (sterk selfsentiment) en F (sorgvryheid)

Ego-sterkte: gemeet deur faktor G+ (hoër superegosterkte).

3.4.2 Gestruktureerd objektiewe Rorchachtoets (Sort) (1975)

Die Sort is 'n aanpassing van J.B. Stone se Structured Objective Rorschach Test (Venter, 1987). Die doel met die Sort is om sielkundig betekenisvolle gegewens te bekom waardeur 'n breë persoonlikheidsbeeld van die individu verkry kan word wat saam met gegewens van toetse vir intelligensie, aanleg en vaardighede gebruik kan word vir voorligting, keuring en die voorspelling van werksukses.

Die 25 komponente wat deur die Sort gemeet word is as volg (Venter, 1987):

(i) Verstandelike funksionering:

Teoreties -

Die gemak waarmee in breë, algemene terme gedink word, waarmee perspektief en die geheelbeeld verkry word en die verband tussen die dele gesien word.

Prakties -

Die vermoë om konkreet te dink en probleme op 'n praktiese, konkrete wyse of van definitiewe besonderhede af aan te pak.

Pedanties -

Neiging om te dink in terme van klein geringe besonderhede en om probleme ook van geringe besonderhede af aan te pak. Daar is 'n neiging om perfeksionisties te wees en op juiste, soms nietige besonderhede te konsentreer.

Induksie -

Dit is die vaardigheid vir logiese denke, gebaseer op afleidings wat van onderdele gemaak is, die gebruik van hulle op=hopende samestelling om grondbeginsels af te lei, gevolgtrekkings of veralgemenings te maak en die vermoë om betekenisvolle geheel uit dele op te bou.

Deduksie -

Die vaardigheid om deur 'n logiese benadering bestaande teorië, grond=beginsels en veralgemenings op gegewens toe te pas en hulle onderlinge verhou=dings te ontleed

Onbuigsaamheid -

Die trek dui op die neiging om te bly by vasgestelde idees. Hoë tellings dui op onwilligheid om idees te verander, terwyl lae tellings dui op die onkritiese aan=vaarding van die standpunte van ander.

Werklikheidsbesef -

Die neiging tot verstandelike skerp=
sinnigheid, juistheid en noukeurigheid
van waarneming van die werklikheid asook
die bewustheid van en plooibaarheid ten
opsigte van die eise van die omgewing.
Hoë tellings dui op 'n onbuigsame en
formalistiese wyse van probleemoplossing.

Konsentrasie -

Die vermoë om aandag te skenk aan die
taak op hande en om te vermy dat dinge in
die omgewing of eie gedagtes die aandag
aftrek.

(ii) Belangstelling:

Omvang -

dui op die mate waarin die belangstelling
mag wissel van beperk tot wyd.

Menseverhoudings -

dui op die waarneming van en aandag aan
elemente wat menslike konnotasies inhou.

(iii) Trek:

Konvensioneel -

Die neiging om dieselfde eienskappe op
dieselfde wyse waar te neem as wat ander
dit doen, dit wil sê om die konvensionele
waar te neem. Dit dui op empatiese nei=
gings.

Samewerking -

Dit dui op: die gewilligheid van die individu om deel te hê aan groepsaktiwiteite, die waardering van en responsiwiteit met betrekking tot mens-verhoudinge asook op die gewilligheid om eie onmiddellike begeertes ondergeskik te stel aan die langtermynbelange van ander.

Takt -

Impliseer dat die impulse en vooroordele onder beheer is. Dit dui op die graad van rypheid wat tot uiting kom in die vermoë om 'n stabiele verhouding met meerderes, gelykes en minderes te handhaaf en impliseer 'n goeie balans tussen innerlike neigings, bewuste selfkontrole en die eise van die sosiale omgewing.

Vertroue -

Dui op egosterkte, selfvertroue en volharding. Dit dui op die innerlike gevoel van prestige en persoonlike waarde wat kan strek van sterk gevoelens van ontoereikendheid tot sterk gevoelens van selfversekerdheid.

Vastheid van gedrag -

Dui daarop dat die karakteristieke gedragpatrone stabiel en goed gevestig neig te wees, sodat die individu se handelingse voorspelbaar sal wees.

3.4.2 Gestruktureerd Oobjektiewe Rorchachtoets (Sort) (1975)

Die Sort is 'n aanpassing van J.B. Stone se Structured Objective Rorschach Test (Venter, 1987). Die doel met die Sort is om sielkundig betekenisvolle gegewens te bekom waardeur 'n breë persoonlikheidsbeeld van die individu verkry kan word wat saam met gegewens van toetse vir intelligensie, aanleg en vaardighede gebruik kan word vir voorligting, keuring en die voorspelling van werksukses.

Die 25 komponente wat deur die Sort gemeet word is as volg (Venter, 1987):

(i) Verstandelike funksionering:

Teoreties -

Die gemak waarmee in breë, algemene terme gedink word, waarmee perspektief en die geheelbeeld verkry word en die verband tussen die dele gesien word.

Prakties -

Die vermoë om konkreet te dink en probleme op 'n praktiese, konkrete wyse of van definitiewe besonderhede af aan te pak.

Impulsiwiteit -

Dui op die neiging om sonder nadenke op prikkels te reageer wat kan lei tot die neem van besluite op die ingewing van die oomblik.

Buigsaamheid -

Dui op algemene aanpasbaarheid, die vermoë om die meeste situasies te aanvaar en op volwasse wyse te hanteer en die vermoë om 'n redelike aanpassing van een situasie na die ander te maak.

Inskiklikheid -

Word beskou as die neiging om sosiaal-aanvaarde gedragskodes en gebruike te aanvaar en daardeur gelei te word. 'n Lae telling dui op onwilligheid om aandag te skenk aan die beskouings van andere, terwyl 'n hoë telling mag dui op 'n gebrek aan eie oordeel.

Die geïdentifiseerde eienskappe waarvoor suksesvolle verteenwoordigers beskik volgens die literatuur en posontleding wat deur die Sort gemeet word is as volg:
Aanpasbaarheid by druk: gemeet deur die inskiklikheidsfaktor.

Begrip: gemeet deur die werklikheidsbeseffaktor.

Aanpasbaarheid by verandering: gemeet deur die faktore buigsaamheid en inskiklikheid

Verantwoordelikheid: gemeet deur die faktore buigsaamheid en werklikheidsbesef.

Invloed: gemeet deur die faktor volharding.

Volharding: gemeet deur die faktore volharding en vertroue.

Inisiatief: gemeet deur faktor konvensioneel.

Konsentrasie: gemeet deur die faktore: konsentrasie en aktiwiteitspotensiaal.

Verdraagsaamheid: gemeet deur die faktore konvensioneel en takt.

Bepanning en organisering: gemeet deur die faktore induktiewe en deduktiewe redenering.

Samewerking: gemeet deur die faktor samewerking.

Aanpasbaarheid by ongerief: gemeet deur die faktor buigsaamheid.

Probleemoplossing: gemeet deur die faktore deduktiewe en induktiewe redenering.

Besluitneming: gemeet deur die faktore onbuigsaamheid in denke en werklikheidsbesef.

Selfvertroue: gemeet deur die faktor vertroue.

Aggressiwiteit: gemeet deur die faktor aggressiwiteit.

Konvensioneel: gemeet deur die faktor konvensioneel.

Geldigheid:

Aangesien die Suid-Afrikaanse weergawe van die Sort 'n aanpassing is van die Sort soos dit deur Stone (Venter, 1987) saamgestel is en in wese daarmee ooreenstem, is aanvaar dat die Suid-Afrikaanse weergawe van hierdie toets dieselfde inhouds- en konstruktiewe geldigheid sal hê as die oorspronklike Amerikaanse toets.

Dit het dan ook uit die faktorladings deur Blaas (Venter, 1987) geblyk dat die faktorstruktuur ten opsigte van die 15 veranderlikes vir 'n streekproef (N=561) van die Suid-Afrikaanse normgroep en 'n Amerikaanse streekproef (N=200) 'n baie sterk ooreenkoms toon (Venter, 1987).

3.4.3 19-Veld-belangstellingsvraelys (19-VBV)

Volgens Fouche en Alberts (1983) is die 19-Veld-belangstellingsvraelys opgestel vir die meting van beroepsbelangstelling van hoërskoolleerlinge in standerds 8 tot 10, studente en volwassenes in 19 breë belangstellingsvelde. Die vraelys meet ook die mate waarin 'n persoon aktief of passief in die 19-velde belangstel, asook die mate waarin hy in sy belangstelling werk - of stokperdjiegerig is.

Die velde van die 19-VBV is as volg (Fouche en Alberts, 1983):

Beeldende Kunste

Uitvoerende Kunste

Taal

Histories

Diens

Welsynswerk

Geselligheid

Openbare Optrede

Regte

Kreatiewe Denke

Wetenskap

Prakties - Manlik

Prakties - Vroulik

Numeries

Besigheid

Klerklik

Rondreis

Natuur

Sport

Die geïdentifiseerde eienskappe waaroor suksesvolle verteenwoordigers beskik volgens die literatuur en pos=ontleding wat deur die 19-VBV gemeet word is as volg:

Belangstelling in werk gemeet deur die volgende faktore=diens, geselligheid, kreatiewe denke, besigheid en openbare optrede.

Geldigheid:

Konstrugeldigheid: In die proses van die ontwikkeling van 19-VBV is die Kuderbelangstellingsvraelys saam met die 20-veldbelangstellingsvraelys toegepas en faktorontleding is uitgevoer. Twee van die 20-veldbelangstellingsvraelys se velde, Kreatiwiteit en Dinkwerk is uiteindelik saamgevoeg om die veld Kreaktiewe Denke van die 19-VBV te vorm.

Uit die interkorrelasies het geblyk dat die 20-veldbelangstellingsvraelys met een uitsondering al die velde van die Kuder dek. Die uitsondering is die lae korrelasie tussen Oorredend van die Kuder en Openbare Optrede van die 20-Veldbelangstellingsvraelys. Verder kom 'n tiental velde in die 19-VBV voor wat nie in die Kuder voorkom nie (Fouche en Alberts, 1983).

Uit 'n faktorontleding op interkorrelasies van veranderlikes van die 19-VBV en die Kuder-belangstellingsvraelys het dieselfde faktore hoofsaaklik na vore gekom, alhoewel die 19-VBV weer ladings op 'n aantal faktore getoon het wat nie deur die Kuder-belangstellingsvraelys gemeet is nie.

(Fouche en Alberts, 1983)

3.4.4 Senior Aanlegtoetse (SAT)

Die SAT bestaan uit 12 toetse, naamlik: Verbale begrip, berekeninge, woordbou, vergelykings, patroonvoltooing, figuurreekse, geheue (paragraaf), ruimtelik 2-D, ruimtelik 3-D, geheue (simbole), koördinasie en skryfspoed.

Die doel van die verskillende toetse is om 'n meting te verkry van 'n toetsling se verbale redeneervermoë, nie-verbale redeneervermoë, perseptuele spoed, syfervermoë, twee- en drie-dimensionele ruimtelike visualiseringsvermoë, geheue en motoriese vaardigheid.

Die betroubaarheidskoeffisiënte van die toetse (bereken volgens die Kuder-Richardsonformule 8 vir toetse 1 tot 10 en deur middel van toets-hertoetsing in die geval van toetse 11 en 12) wissel tussen 0,7 en 0,9 en kan as bevredigend beskou word (Venter, 1987).

Die faktorontledings van die SAT (1969-uitgawe) wat saam met ander veranderlikes gedoen is, bevestig die konstruktiviteit van die toetse van die SAT. Ten einde die voorspellingsgeldigheid van die toetse te bepaal, is korrelasiekoeffisiënte tussen SAT-punte en die persentasies wat toetslinge in 1976 in verskillende vakke behaal het, bereken. Die voorspellingsgeldigheid van die toetse word bevestig deur die resultate wat in die handleiding verstrek word (Venter, 1987).

Die geïdentifiseerde eienskappe waarvoor suksesvolle verteenwoordigers beskik volgens die literatuur en posontleding wat deur die SAT gemeet word is as volg:

Beplanning en organisering: gemeet deur die volgende faktore-

Induktiewe redenering (patroonvoltooiing) en algemene redenering (figuurreekse).

Geheue: gemeet deur die volgende faktore-
geheue (paragraaf) en geheue (simbole).

Probleemoplossing: gemeet deur die volgende faktore-
induktiewe redenering (patroonvoltooiing) en algemene redenering (figuurreekse).

3.5 Hipoteses.

Na aanleiding van die probleemstelling, doelstellings van die ondersoek, literatuurstudie en posontleding word die volgende hipoteses vir die doeleindes van hierdie navorsing gestel.

Navorsingshipotese:

Navorsingshipotese (a)

Ho: Daar bestaan geen beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumsgroepe wat betref hul belangstelling-, aanleg- en persoonlikheidsmetings.

H1: Daar bestaan beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumsgroepe wat betref hul belangstelling-, aanleg- en persoonlikheidsmetings.

Navorsingshipotese (b)

Ho: Daar bestaan 'n positiewe verband tussen advertensievertegenwoordigers se prestasietellings en hul belangstelling-, aanleg- en persoonlikheidsmetings.

H1: Daar bestaan 'n negatiewe verband tussen advertensievertegenwoordigers se prestasietellings en hul belangstelling-, aanleg- en persoonlikheidsmetings.

Hipotese 1(a)

Ho: Daar bestaan geen beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumsgroepe wat betref hul tellings op die Sestienpersoonlikheidsfaktorvraelys ten opsigte van die volgende faktore nie: superegosterkte, sosiaal beheersdheid, skerpsinnigheid, ondersoekend, hartlikheid, vrypostigheid, onafhanklikheid, praktiese oriëntasie, verbeeldingryk, sorgeloosheid, intelligensie, selfversekerheid en geborgenheid.

Hipotese 1(b)

Ho: Daar bestaan 'n positiewe verband tussen advertensie=verteenwoordigers se prestasietellings en hul tellings op die Sestienpersoonlikheidsfaktorvraelys ten opsigte van die volgende faktore: superegosterkte, beheersdheid, skerpsinnigheid, ondersoekend, hartlikheid, sosiaal vrypostigheid, onafhanklikheid, praktiese oriëntasie, verbeeldingryk, sorgeloosheid, intelligensie, selfversekerdheid en verborgenheid.

Hipotese 2(a)

Ho: Daar bestaan geen beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumgroepe wat betref hul tellings op die Gestruktureerd Objektiviteit Rorschachtoets ten opsigte van die volgende faktore nie: angsvalligheid, inskiklikheid, werklikheids besef, buigzaamheid, volharding, vertrouwe, konsentrasie, aktiwiteitspotensiaal, konvensioneel, takt, induktiewe redenering, deduktiewe redenering, samewerking, onbuigzaamheid in denke en aggressiwiteit.

Hipotese 2(b)

Ho: Daar bestaan 'n positiewe verband tussen advertensie=verteenwoordigers se prestasietellings en hul tellings op die Gestruktureerd Objektiviteit Rorschachtoets ten opsigte van die volgende faktore: angsvalligheid, inskiklikheid, werklikheidsbesef, buigzaamheid, volharding, vertrouwe, konsentrasie, aktiwiteitspotensiaal, konvensioneel, takt, induktiewe redenering, deduktiewe redenering, samewerking, onbuigzaamheid in denke en aggressiwiteit.

Hipotese 3(a)

Ho: Daar bestaan geen beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumgroepe wat betref hul tellings op die 19-Veld-Belangstellingsvraelys ten opsigte van die volgende faktore nie: diens, geselligheid, kreaktiewe denke, besigheid en openbare optrede.

Hipotese 3(b)

Ho: Daar bestaan 'n positiewe verband tussen advertensie=verteenvoordigers se prestasietellings en hul tellings op die 19-Veld-Belangstellingsvraelys ten opsigte van die volgende faktore: diens, geselligheid, kreaktiewe denke, besigheid en openbare optrede.

Hipotese 4(a)

Ho: Daar bestaan geen beduidende verskille tussen proefpersone in die goeie en swak kriteriumgroepe wat betref hul tellings op die Senior Aanlegtoetse ten opsigte van die volgende faktore nie: induktiewe redenering (patroonvoltooiing), algemene redenering (figuurreekse), geheue (paragraaf) en geheue (simbole).

Hipotese 4(b)

Ho: Daar bestaan 'n positiewe verband tussen advertensie=verteenvoordigers se prestasietellings en hul tellings op die Senior Aanlegtoetse ten opsigte van die volgende faktore: induktiewe redenering (patroonvoltooiing), algemene redenering (figuurreekse), geheue (paragraaf) en geheue (simbole).

3.6 Beskrywing van die proefpersone

Die proefpersone is almal werknemers in advertensieverteenwoordigerposte binne die koerantesektor van die Nasionale Pers-groep. Aangesien daar slegs ongeveer 90 advertensieverteenwoordigers binne die koerantesektor van die Nasionale Pers-groep werksaam is, is al die proefpersone wat vir die projek beskikbaar was betrek. Die streekproef bestaan uit 77 verteenwoordigers. Hierdie sewe-en-sewentig verteenwoordigers is oor die land versprei en word volgens Tabel 3.1 in die volgende getalle by die verskillende koerante aangetref.

Tabel 3.1 Verspreiding van die proefpersone by die onderskeie koerante

	Aantal
KOERANT	verteenwoordigers
Beeld	27
Die Burger	22
Die Volksblad	19
Oosterlig	7
Nasionale- verteenwoordigers	2
TOTAAL	77

Die ouderdomverspreiding van die proefpersone volgens Tabel 3.2 is as volg:

Tabel 3.2 Ouderdomverspreiding van die proefpersone

Ouderdomsgroep (in jare)	Aantal in groep
20 - 25	15
25 - 30	19
30 - 35	16
35 - 40	5
40 - 45	8
45 - 50	10
50 - 55	1
55 - 60	3
T O T A A L	77

Hiervolgens kan gesien word dat daar 50 persone is wat jonger as 35 jaar oud is uit 'n totaal van 77. Die gemiddelde ouderdom is 33 jaar oud.

Die dienstydyperk verspreiding van die proefpersone is volgens Tabel 3.3 as volg:

Tabel 3.3 Dienstydyperk verspreiding van die proefpersone

Dienstydyperk (in jare)	Aantal in groep
Minder as 1	17
1 - 3 jaar	22
3 - 6	16
6 - 9	13
9 - 12	3
12 - 15	1
15 en meer	5
T O T A A L	77

Volgens Tabel 3.3 kan gesien word dat die meerderheid van die proefpersone naamlik 59 minder as 6 jaar vir die organisasie werk. Dit kan toegeskryf word aan 'n hoë arbeidsomset aangesien daar net 9 verteenwoordigers is wat langer as 9 jaar diens by die organisasie het.

Die geslagsamestelling van die proefpersone volgens

Tabel 3.4 is as volg:

Tabel 3.4 Geslagsamestelling van die proefpersone

Geslag	Aantal
Mans	42
Vrouens	35
T O T A A L	77

3.7 Keuse van kriteriums:

In hierdie ondersoek is daar van vier kriteriums gebruik gemaak:

3.7.1 Kriterium 1 : Kommissie

Die verteenwoordigers se kommissie inkomste oor 'n 9 maande periode is gebruik. Kommissie word verdien op alle verkope wat meer is as die verteenwoordiger se doelwit. Volgens die kommissiestelsel kry elke verteenwoordiger elke maand 'n doelwit wat bereik moet word ten opsigte van verkope. 'n Doelwit word bepaal op grond van verskillende faktore wat in ag geneem word. Faktore soos geografiese verskille word hoofsaaklik in ag geneem omdat sekere areas 'n groter verkoopsptensiaal inhou vir 'n verteenwoordiger as ander. Verteenwoordigers in beter areas sal dus 'n hoër doelwit kry as 'n verteenwoordiger in 'n area met minder verkoopsptensiaal.

Doelwitte word verder op grond van verkoopsyfers wat oor tyd opgebou is per area bepaal met inagneming van groei en ander veranderings in die area. Volgens 'n doelwitstelsel kry al die verteenwoordigers 'n gelyke geleentheid om addisionele inkomste deur kommissie te verdien en daarom kan kommissie oor tyd verdien as 'n regverdigde kriterium beskou word.

Kommissie-inkomste oor die 9 maande periode het gevarieer van geen kommissie verdien tot R16 770. Verteenwoordigers met minder as 9 maande diens is uitgelaat.

3.7.2 Kriterium 2 : Prestasiebeoordeling

Die organisasie se formele jaarlikse prestasie-beoordelingsresultate is ook gebruik. Hiervolgens word 'n punt aan elke verteenwoordiger op grond van sy prestasie oor die afgelope jaar toegeken. Die prestasie en merietebeoordelingsvorm wat in die organisasie gebruik word bestaan uit twee dele. Die eerste gedeelte is 'n beoordeling van werksprestasie gemeet aan die spesifieke pos se kritiese prestasie-areas, take, doelwitte en standaarde.

Die tweede gedeelte is 'n beoordeling op grond van algemene faktore wat op die meeste poste van toepassing is, maar waar ontoepaslike faktore weggelaat moet word. Die gemiddelde van die twee beoordelings verskaf die finale beoordeling. 'n Negepuntskaal word gebruik om die finale beoordeling te interpreteer.

In Tabel 3.5 word die finale beoordelingskaal uiteengesit. Volgens hierdie Tabel sal 'n werknemer wat 'n prestasiebeoordelingspunt van byvoorbeeld 5 behaal se prestasie as bevredigend beskryf word.

Tabel 3.5 Finale beoordelingskaal vir prestasie- en merietebeoordeling

Beskrywing van prestasie	Punt behaal
werk heeltemal	
onbevredigend	1 - 3,49
onbevredigend	3,5 - 4,99
bevredigend	5 - 6,49
baie bevredigend	6,5 - 7,49
uiters bevredigend	8 - 9

Die beoordelingspunte het gewissel tussen 8,08 en 5,15. Verteenwoordigers met minder as een jaar diens is uitgesluit.

3.7.3 Kriterium 3 : Werknemervergelyking

Die afdelingshoofde by elke koerant moes hulle verteenwoordigers indeel in goeie, gemiddeld en swak presteerders. Tydens hierdie indeling kon hulle gebruikmaak van alle inligting tot hulle beskikking aangaande die verteenwoordigers.

Die navorser en groePADVERTENSIEBESTUURDER was telkens aanwesig tydens die indelingsessies by die onderskeie koerante om sodoende te verseker dat dieselfde maatstawwe en standarde gebruik is vir die indeling van die groepe. Die navorser en groePADVERTENSIEBESTUURDER het alle gegewens (soos kommissie verdien, prestasiebeoordelingsgegewens, jare diens, salaris en laaste verhogingsbedrag) aangaande die proefpersone byderhand gehad en dit gebruik as kontrole vir die afdelingshoofde se indelings. Indien 'n verteenwoordiger in 'n groep ingedeel is, is sy gegewens dus gebruik om die indeling so ver as moontlik te regverdig.

So is daar byvoorbeeld verwag dat as 'n verteenwoordiger in die goeie groep val, sy prestasie as ten minste baie bevredigend beskou word, indien dit nie die geval is nie sou die afdelingshoofde die rede vir die afwyking moes kon motiveer.

Na afloop van die indelingsessies is 25 verteenwoordigers in die goeie groep geplaas, 40 in die middelgroep en 12 in die swak groep. Verteenwoordigers met minder as 3 maande diens was nie vir indelings oorweeg nie.

3.7.4 Kriterium 4 : 'n Kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemervergelyking.

Om 'n rangorde van 'n kombinasie van die twee kriteria, kommissie verdien en prestasiebeoordelingstellings te verkry is as volg te werk gegaan: Kommissie verdien en prestasiebeoordelingstellings is gerangorden van hoog na laag. Daarna is van hoog na laag kommissie verdien en die prestasiebeoordelingstellings genommer van 1 tot 77 waar dieselfde kommissie verdien of prestasiebeoordelingstellings meer as een maal voorkom is die gemiddelde rang bereken en toegeken. Hierna is elke proefpersoon se gemiddelde telling vir kommissie verdien plus prestasiebeoordelingstelling bereken en van hoog na laag gerangskik.

Vervolgens is die derde kriterium, werknemer vergelyking gekombineer met kommissie verdien en prestasiebeoordelingstellings. Dit is gedoen deur die bogenoemde gekombineerde rangorde te neem en te bepaal wie in die boonste en onderste 30% val.

Daarna is werknemers se name wat in die boonste prestasiegroep val maar nie as deel van die goeie prestasiegroep beskryf is nie verwyder asook werknemers se name wat in die onderste prestasiegroep val maar as goeie presteerders bestempel is op grond van die werknemer vergelykings.

Kontrasgroepe is vervolgens geïdentifiseer vir die volgende kriteria : kommissie verdien, prestasie=beoordeling en werknemervergelyking. Dit is gedoen deur telkemaal 'n goeie en swak prestasiegroep te neem. Thorndike (1959, p.345 - 346) illustreer Kelley se metode om verskille tussen groepe te bereken deur die boonste en onderste 27% van die groep as basis vir vergelyking te gebruik.

Kelley beweer dat die eliminasië van die middelste 46% beter resultate gelewer het aangesien die kontras tussen die groepe dan groot is. By die kriteria kommissie, prestasiebeoordeling en 'n kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemervergelyking is daar gevolglik twintig persone vir elk van die goeie en swak groepe geïdentifiseer.

3.8 Insameling van die gegewens

Die verskillende meetmiddels is deur die navorser self by die onderskeie koerante geadministreer. Die toetsessies is 'n maand vooraf met die onderskeie advertensiebestuurders gereel. By elke toetsessie is voorsiening gemaak vir vier uur om sodoende genoeg tyd beskikbaar te hê. Verder is die verteenwoordigers by 'n koerant soms verdeel in twee toetsessies om sodoende te verhoed dat daar nie meer as 15 persone op 'n slag getoets word nie. Alvorens met toetsafneming begin is, is die doel van die projek aan die proefpersone verduidelik.

Klem is daarop gelê dat alle inligting wat ingesamel word vertroulik hanteer word en dat die projek geen invloed op hulle as persoon of hul werksituasie sal hê nie. Dit is ook duidelik gestel dat slegs toekomstige verteenwoordigers deur die aflê van sielkundige toetse tydens die keuringsproses geraak sal word.

In Tabel 3.6 verskyn die toetstyd wat by elke toetsessie gegeld het:

Tabel 3.6 Toetstyd gevolg by elke toetsessie

Naam van Toets	Toetstyd (in minute)
16-Persoonlikheidsfaktor= vraelys	45 - 60
Senior Aanlegtoets	37
Breuk	15
19-Veld-Belangstellingsvraelys	45
Gestruktureerd Objektiviteits= Rorschachtoets	30

Bogenoemde toetse is op al die proefpersone geadministreer. Die nasien van die toetse is deur die RGN se rekenaarnasiendiens gedoen, behalwe die Sort wat met die organisasie se eie rekenaarpakket nagesien is.

3.9 Statistiese verwerking van die gegewens

'n BMDP (3D) rekenaarprogram is gebruik vir die verwerking van die kontrasgroepe se gegewens. Om beduidenheid van verskille te bereken, is gebruik gemaak van Hotelling se T 'n meer=
veranderlike tegniek vir die beplanning van betekenisvolheid van verskille tussen gemiddeldes (Tabacknick en Fidell, 1983).

Die keuse van Hotelling se T^2 verdien verdere toeligting. Volgens Srivastava en Carter (1983) kan die gelykheid tussen verskeie veranderlikes se gemiddeldes gelyktydig getoets word volgens Hotelling se T^2 en Mahalanobis se D^2 . Hotelling se T^2 en Mahalanobis se D^2 lewer soortgelyke resultate en kan in die geval van een of meer groepe verwerk word na 'n F-toets. BMDP gee vir elke groep sy gemiddelde, standaardafwyking, standaardfout van die gemiddelde, streekproefgrootte, maksimum en minimum waargenome waarde, asook 'n histogram vir elke groep.

Drie statistieke word bereken waarvolgens die goeie en swak groepe vergelyk kan word:

- (i) t-toets (aparte variansies), dit is 'n t-statistiek vir twee groepe waarin elke groep se variansie apart bereken word. Dit word gebruik wanneer die populasievariensies nie gelyk is nie.
- (ii) t-toets (saamgevoegte variansies), wanneer die populasie variasie in die twee groepe gelyk is.
- (iii) F-toets (vir variansie), om die gelykheid van die twee groepe se variansie te bepaal. Die resultaat van die F-toets dui aan watter T^2 in berekening gebring moet word, naamlik dié vir variansies afsonderlik beraam (gebruik in geval van ongelyke populasie variansies) of die vir variansies gesamentlik beraam (gebruik in geval van gelyke populasie variansies).

Die F-verspreiding is gevoelig vir die toetsing van gelykheid in variansie by afwykings van normaliteit en alle veranderlikes getoets. Al die veranderlikes teenwoordig by die verteenwoordigers is vervolgens getoets vir normaliteit. Hiervolgens is basiese statistiese verwerkings vir al die veranderlikes gedoen, Die verwerkings sluit die minimum en maksimum waardes, mediaan, modus, gemiddeld, standaardfout, standaardafwyking en skeefheid in. Van die veranderlikes, naamlik die 16-PF se faktor intelligensie, 19-VBV se faktore diens, wetenskap, prakties-manlik en sport, Sort se faktore teoreties en individualisties was beduidend skeef en is gevolglik aangepas deur die vierkantewortels van die waardes te bepaal en vervolgens te gebruik (Tabacknick en Fidell, 1983).

'n Meervoudige regressie-ontleding is vervolgens gedoen. As eerste stap in die meervoudige regressie-ontleding is 'n korrelasiematriks verkry tussen alle kriteria en alle voorspellers. Die kriteria naamlik kommissie, merietepunt en werknemersvergelyking (drie groepe) is gebruik. Altesaam 37 voorspellers is ingesluit, dit is 15 veranderlikes van die Sort, 4 van Sat, 13 van 16-PF en 5 van die 19-VBV.

In die volgende hoofstuk word die resultate van die ondersoek gerapporteer en geïnterpreteer.

Toets	Afkorting	Faktor	
		Hoë telling	lae telling
	PF-14	groepafhanklik	selfgenoegsaam
	PF-15	ongeërgd	sosiaal beheersd
	PF-16	ontspanne	gespanne
19-VBV	VBV-1	beeldende kunste	
	VBV-2	uitvoerende kunste	
	VBV-3	taal	
	VBV-4	histories	
	VBV-5	diens	
	VBV-6	welsynswerk	
	VBV-7	geselligheid	
	VBV-8	openbare optrede	
	VBV-9	regte	
	VBV-10	kreatiewe-denke	
	VBV-11	wetenskap	
	VBV-12	prakties-manlik	
	VBV-13	prakties-vroulik	
	VBV-14	numeries	
	VBV-15	besigheid	
	VBV-16	klerklik	
	VBV-17	rondreis	
	VBV-18	natuur	
	VBV-19	sport	
	VBV-20	werk-stokperdjie	
	VBV-21	aktief-passief	

Toets	Afkorting	Faktor
Sort	Sort 1	teoreties
	Sort 2	prakties
	Sort 3	pedanties
	Sort 4	induksie
	Sort 5	deduksie
	Sort 6	onbuigsaamheid
	Sort 7	werklikheidsbesef
	Sort 8	konsentrasie
	Sort 9	omvang
	Sort 10	menseverhoudings
	Sort 11	konvensioneel
	Sort 12	individualisties
	Sort 13	volharding
	Sort 14	aggressiwiteit
	Sort 15	sosiale verantwoordelikheid
	Sort 16	samewerking
	Sort 17	takt
	Sort 18	vertroue
	Sort 19	vastheid van gedrag
	Sort 20	angsvalligheid
	Sort 21	buierigheid
	Sort 22	aktiwiteitspotensiaal
	Sort 23	impulsiwiteit
	Sort 24	buigsaamheid
	Sort 25	inskiklikheid

Toets	Afkorting	Faktor
SAT	Sat 5	induktiewe redenering
	Sat 6	algemene redenering
	Sat 9	geheue (paragraaf)
	Sat 10	geheue (simbole)

4.2 Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 1 (Kommissie verdien)

In Tabel 4.1 word die resultate van die verskil tussen die twee groepe advertensieverteenwoordigers se tellings op die psigometriese toetse met kommissie verdien as kriterium, gegee.

Tabel 4.1 Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die swak en goeie advertensieverteenwoordigers

Kriterium : Kommissie	16-PF	Sort	19-VBV	Sat
Mahalanobis D	2,0508	4,3302	5,3085	0,3403
Hotelling T	20,5078	43,3048	52,3287	3,3671
F-waarde	0,7758	1,0826	1,1602	0,7746
Vryheidsgrade	23	19	17	34
p-waarde	0,6956	0,4329	0,3819	0,5494

Uit Tabel 4.1 blyk dit dat geen beduidende verskille ten opsigte van die velde van die 16-PF, Sort, 19-VBV en SAT gevind is nie. Die nul-hipoteses wat in hierdie gevalle geformuleer is, kan dus nie verwerp word nie.

Ten opsigte van die 19-VBV is daar twee sub veranderlikes volgens Tabel 4.2 wat tussen die goeie en swak kriteriumgroepe onderskei. Tabel 4.2 se resultate is verkry deur vas te stel hoe die goeie en swak groepe ten opsigte van elke sub= veranderlike in die toets met mekaar verskil. Veranderlike VBV 12 (prakties-manlik) het 'n p-waarde van 0,7438 wat aantoon dat die saamgevoegde t-waarde gebruik moet word, $t = 0,0418$ wat beduidend op die 0,05 betekenispeil is. So ook het veranderlike VBV 15 (besigheid) 'n p-waarde van 0,1239 en $t = 0,0102$.

Tabel 4.2 Beduidende verskille tussen die sub veranderlikes van die goeie en swak presteerders

Kriterium	Groep	Veranderlike	\bar{x}	S.A.	Stan= daard= fout	F-waarde	p	t(ongelyke)		t(gelyke)		
								t-waarde	P	t-waarde	P	
Kommissie	Goed	VBV-12	31,59	7,89	1,76	0,11	0,74	-2,11	0,04	35,7	-2,11	0,04
	Swak		36,29	6,105	1,36							
	Goed	VBV-15	21,84	12,20	2,72	2,48	0,12	-2,70	0,01	34,6	-2,70	0,01
	Swak		30,94	8,81	1,97							
Prestasie- beoordeling	Goed	PF-4	17,19	2,82	0,63	0,60	0,44	2,19	0,03	37,9	2,19	0,03
	Swak		15,30	2,65	0,59							
	Goed	VBV-5	20,24	14,04	3,14	0,36	0,55	2,18	0,03	37,9	2,18	0,03
	Swak		10,80	13,32	2,97							

4.3 Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 2 (Prestasiebeoordeling)

In Tabel 4.3 word die resultate van die verskil tussen die twee groepe advertensieverteenwoordigers se tellings op die psigometriese toetse met prestasiebeoordeling as kriterium, gegee.

Tabel 4.3 Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers

Kriterium : prestasie=				
beoordeling	16-PF	Sort	19-VBV	Sat
Mahalanobis D^2	3,6074	4,9223	8,1340	0,0878
Hotelling T^2	36,0740	49,2258	80,3157	0,8777
F-waarde	1,3646	1,3636	1,7846	0,2021
Vryheidsgrade	23	20	17	35
p-waarde	0,2422	0,2485	0,1147	0,9355

Uit Tabel 4.3 blyk dit dat geen beduidende verskille ten opsigte van die velde van die 16-PF, Sort, 19-VBV en SAT gevind is nie. Die nul-hipoteses wat in hierdie gevalle geformuleer is, kan dus nie verwerp word nie.

Ten opsigte van die 19-VBV is daar een subveranderlike wat tussen die goeie en swak kriteriumgroepe onderskei.

Veranderlike VBV5 (diens) volgens Tabel 4.2 het 'n p-waarde = 0,5538 en $t = 0,0353$.

4.4 Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 3 (Werknemervergelyking)

In Tabel 4.4 word die resultate van die verskil tussen die twee groepe advertensieverteenwoordigers se tellings op die psigometriese toetse met werknemersvergelyking as kriterium, gegee.

Tabel 4.4 Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers

Kriterium : Werknemer=					
vergelyking		16-PF	Sort	19-VBV	Sat
Mahalanobis ² D		3,4617	4,2625	4,4407	0,7328
Hotelling ² T		28,0679	34,5621	35,1638	5,9093
	F-waarde	1,0024	0,7900	0,7061	1,3492
	Vryheidsgrade	20,0	16,0	14,0	31,0
	p-waarde	0,4909	0,6947	0,7710	0,2741

Uit Tabel 4.4 blyk dit dat geen beduidende verskille ten opsigte van die velde van die 16-PF, Sort, 19-VBV en SAT gevind is nie. Die nul-hipoteses wat in hierdie gevalle geformuleer is, kan dus nie verwerp word nie.

4.5 Verskil tussen goeie en swak kriteriumgroepe ten opsigte van kriterium 4 ('n Kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemervergelyking)

In Tabel 4.5 word die resultate van die verskil tussen die twee groepe advertensieverteenwoordigers se tellings op die psigometriese toetse met 'n kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemer vergelyking as kriterium, gegee.

Tabel 4.5 Verskil in die persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings van die goeie en swak advertensieverteenwoordigers

Kriterium : Kombinasie				
van vorige drie kriteria	16-PF	Sort	19-VBV	Sat
Mahalanobis D^2	1,9196	3,9223	3,9302	0,2223
Hotelling T^2	19,1968	39,2248	38,6989	2,1994
F-waarde	0,7262	1,0866	0,8570	0,5060
Vryheidsgrade	23,0	20,0	17,0	34,0
p-waarde	0,7423	0,4267	0,6357	0,7316

Uit Tabel 4.5 blyk dit dat daar geen beduidende verskille ten opsigte van die velde van die 16-PF, Sort, 19-VBV en SAT gevind is nie. Die nul-hipoteses wat in hierdie gevalle geformuleer is kan dus nie verwerp word nie.

1.6 Resultate van meervoudige regressie-ontleding.

Interkorrelasies tussen voorspellers en kriterium

In Tabel 4.6 word die voorspeller-kriterium interkorrelasies aangetoon. In bylae 1 verskyn 'n frekwensie tabel van die kriterium, merietepunt. By 'n nadere beskouing van die korrelasies tussen die kriteria en voorspellers het die beste korrelasies by beoordelingspunt voorgekom.

Die moontlikheid van onderdrukkerveranderlikes is vervolgens ondersoek:

Ten opsigte van VBV 20 is ondersoek : Sat 10 en VBV 21

Ten opsigte van PF 4 is ondersoek : PF 7 en VBV 8

Ten opsigte van Sort 12 is ondersoek : Sort 3 en Sort 11

Stapsgewyse regressie

'n Stapsgewyse regressie-ontleding is vervolgens gedoen met die veranderlikes wat beduidend met prestasiepunt korreleer. Residu verspreidings is verkry vir die betrokke veranderlikes en word in bylae 2 tot bylae 7 aangedui.

Uit die residuverspreidings blyk dit dat daar voldoen word aan die vereistes wat gestel word vir meervoudige regressie naamlik, normaliteit, linêre verband en homoskedastisiteit. Aangesien daar 60 proefpersone en ses veranderlikes is word daar ook voldoen aan die verhouding van proefpersone tot veranderlikes, naamlik 10:1.

4.7 Verband tussen prestasietellings en persoonlikheid-, belangstelling- en aanlegmetings

Volgens Tabel 4.6 kan gesien word dat daar 'n positiewe verband tussen merietepunt en die volgende veranderlikes bestaan:

Vbv 20 (werk-stokperdjie; $r = 0,328$; $p = 0,010$),

PF 4 (selfgeldend; $r = 0,318$; $p = 0,013$),

Sort 12 (individualisties; $r = 0,225$; $p = 0,083$),

Sort 22 (aktiwiteitspotensiaal; $r = 0,22$; $p = 0,087$),

PF 13 (ondersoekend; $r = 0,273$; $p = 0,034$),

Op grond hiervan kan hipoteses 1(b), 2(b), 3(b) en 4(b) aanvaar word, naamlik dat daar 'n positiewe verband tussen die prestasietellings en tellings op die volgende faktore van die 16-PF naamlik: selfgeldend en ondersoekend, volgende faktore van die Sort: individualisties, aktiwiteitspotensiaal en faktor: werk-stokperdjie van die 19-VBV bestaan.

Bogenoemde veranderlikes wat wel 'n positiewe verband met die kriterium getoon het is vervolgens in 'n stapsgewyse meervoudige regressie ontleding gevoer.

TABEL 4.6

VOORSPELLER – KRITERIUM INTERKORRELASIES
PEARSON KORRELASIEKOEFFISIËNT

	SAT	VBV21	PF7	VBV8	SURT3	SORT11	VBV20	PF4	SORT12	SORT22	PF13	SORT14	MERIETE
SAT	1.00000 U.0000	0.33627 U.0066	0.30238 U.0189	0.0189 U.0066	-0.00671 U.9594	-0.08079 U.5395	0.36092 U.0046	0.29105 U.0241	0.01988 U.8802	0.24455 U.0597	0.34320 U.0073	0.33184 U.0096	-0.02624 U.8422
VBV21	-0.00356 U.9735	1.00000 U.0000	-0.15254 U.2446	0.08043 U.5114	0.06267 U.6332	-0.14002 U.2860	0.50131 U.0001	-0.09579 U.4666	0.12135 U.3557	-0.22431 U.0849	0.07409 U.5737	-0.22945 U.0778	-0.02744 U.8351
PF7	0.33627 U.0066	-0.15254 U.2446	1.00000 U.0000	0.53665 U.0001	0.04304 U.7440	0.06839 U.6036	-0.05848 U.0571	0.35214 U.0056	-0.01142 U.9310	0.14845 U.2576	0.16773 U.2002	0.22404 U.0853	0.12423 U.3443
VBV8	0.30238 U.0139	-0.08043 U.5114	0.08043 U.0000	1.00000 U.0000	0.16351 U.2119	-0.03146 U.8114	-0.00944 U.9430	0.37644 U.0030	0.04842 U.7133	0.20942 U.1083	0.21181 U.1042	0.26195 U.0432	0.10611 U.4197
SURT3	-0.00671 U.9594	0.06267 U.6332	0.04304 U.7440	0.16351 U.2119	1.00000 U.0000	-0.49672 U.0001	0.00356 U.9785	0.09067 U.4908	0.42074 U.0008	-0.32966 U.0101	-0.02230 U.8657	-0.05830 U.6581	0.13351 U.3092
SORT11	-0.08079 U.5395	-0.14002 U.2860	0.06839 U.6036	-0.03146 U.8114	-0.49672 U.0001	1.00000 U.0000	-0.01759 U.8939	0.00159 U.9904	-0.42916 U.0006	0.26134 U.0437	0.05509 U.6759	0.09389 U.4522	0.01319 U.9203
VBV20	0.36092 U.0046	0.29105 U.0241	0.29105 U.0241	-0.01759 U.9430	0.00159 U.9904	-0.42916 U.0006	1.00000 U.0000	0.14921 U.2552	0.05823 U.6585	-0.00710 U.9571	0.29964 U.0200	0.06105 U.6431	0.32842 U.0104
PF4	0.29105 U.0241	-0.09579 U.4666	0.37644 U.0030	0.04842 U.7133	0.09067 U.4908	0.14921 U.2552	1.00000 U.0000	0.00000 U.0000	-0.06656 U.6134	0.05926 U.6529	0.30864 U.0164	0.21876 U.0931	0.31815 U.0132
SORT12	0.01988 U.8802	0.12135 U.3557	0.04842 U.7133	0.04842 U.7133	0.42074 U.0008	-0.42916 U.0006	0.05823 U.6585	1.00000 U.0000	0.00000 U.0000	0.15009 U.2524	0.22556 U.0831	0.29298 U.0231	0.22556 U.0831
SORT22	0.24455 U.0597	-0.22431 U.0849	0.14845 U.2576	0.26134 U.1083	0.05509 U.6759	-0.00710 U.9571	1.00000 U.0000	0.05926 U.6529	0.15009 U.2524	1.00000 U.0000	0.11133 U.3971	0.76046 U.0001	0.22240 U.0876
PF13	0.34320 U.0073	0.07409 U.5737	0.16773 U.2002	0.21181 U.1042	0.05509 U.6759	0.11133 U.3971	1.00000 U.0000	0.30864 U.0164	0.22556 U.0831	0.11133 U.3971	1.00000 U.0000	0.31639 U.0138	0.27314 U.0347
SURT14	0.33184 U.0096	-0.22945 U.0778	0.22404 U.0853	0.26195 U.0432	-0.05830 U.6581	0.09389 U.4522	0.06105 U.6431	0.21876 U.0931	0.29298 U.0231	0.76046 U.0001	0.31639 U.0138	1.00000 U.0000	0.21300 U.1023
MERIETE	-0.02624 U.8422	-0.02744 U.8351	0.12423 U.3443	0.10611 U.4197	0.13351 U.3092	0.01319 U.9203	0.32842 U.0104	0.31815 U.0132	0.22556 U.0831	0.22240 U.0876	0.27314 U.0347	0.21300 U.1023	1.00000 U.0000

Volgens Tabel 4.7 is die volgende veranderlikes met hul beta-gewigte uit die regressie-ontleding verkry.

Tabel 4.7 Veranderlikes in regressievergelyking ingesluit

Veranderlikes	Beta-gewig
Sort 12	0,292
Sort 22	0,0123
Sat 10	0,0444
PF 4	0,0889
Vbv 20	0,340
Vbv 21	0,0423

'n Meervoudige korrelasie van 0,62 is verkry tussen die merietepunt en 'n kombinasie van die voorspellers. Die volgende faktore is in die regressie vergelyking ingesluit:

Individualisties (Sort 12), aktiwiteitspotensiaal (Sort 22), geheue (Sat 10), dominansie (PF 4), werk-stokperdjie (VBV 20) en aktief-passief (VBV 21). Hieruit vloei die volgende regressie-vergelyking dus voort: Voorspelde prestasiepunt = $(0,292 \times \text{Sort 12}) + (0,0132 \times \text{Sort 22}) - (0,0444 \times \text{Sat 10}) + (0,0889 \times \text{Pf4}) + (0,340 \times \text{VBV 20}) - (0,0423 \times \text{VBV 21}) + 2$.

4.8 Evaluering van voorspellers deur meervoudige regressie geïdentifiseer.

In Tabel 4.8 word die regressiemodel wat ses veranderlikes insluit se waardes getoon.

TABEL 4.3

REGRESSIEMODEL : 6 VERANDERLIKES INGESLUIT

R = 0.38710178

	Grade van vryheid	Som van vierkants= wortels	Gemiddelde vierkantswortel
Regressie	6	12,26204244	2,04367374
Fout	53	19,41449089	0,36631115
Totaal	59	31,67653333	

	B-waarde	Standaardfout
Onderskep	2,69410664	
Sort 12	0,29194016	0,14541414
Sort 22	0,01316546	0,00729415
PF-4	0,08886217	0,03104901
VBV-20	0,33984805	0,09032287
Sat 10	-0,0442287	0,01515912
VBV-21	-0,04233348	0,02374908

Volgens die huidige metode van seleksie word daar volgens

Tabel 4.9 'n 48,33% sukseskoers gehandhaaf indien 'n merietepunt van 7 en hoër op die 9-punt skaal as suksesvol beskou word. Volgens die huidige seleksiemetode kan 51,67% van die verteenwoordigers dus as onsuksesvol beskou word.

Met die implementering van sielkundige toetsing behoort die suksesvolkoers te styg na 67,86%. Daar is dus 'n 19,34% verbetering in die aantal suksesvolle voorspellings. Tabel 4.9 gee die aantal en persentasie suksesvolles en mislukkings huidig en na die implementering van sielkundige toetsing aan. Verdere besonderhede verskyn in bylae 8.

Tabel 4.9 Voorspelde prestasie huidig en na implementering van sielkundige toetsing

Frekwensie			
Persentasie	Voorspelde	Voorspelde	
Ry persentasie	mislukkings	suksesse	Totaal
Kolom persentasie			
Mislukkings	22	9	31
	36,67	15,00	51,67
	70,97	29,03	
	68,75	32,14	
Suksesse	10	19	29
	16,67	31,67	48,33
	34,48	65,52	
	31,25	67,86	
T O T A A L	32	28	60
	53,33	46,67	100,00

By wyse van samevatting van die voorafgaande bespreking is daar geen beduidende verskille tussen die goeie en swak verteenwoordigers ten opsigte van die velde van die 16-PF, Sort, 19-VBV en Sat gevind nie. Die nul-hipoteses wat in hierdie gevalle geformuleer is, kan dus nie verwerp word nie.

Die volgende beduidende verskille tussen die goeie en swak kriteriumgroepe se subveranderlikes is volgens Tabel 4.2 gevind. Ten opsigte van kommissie as kriterium is daar volgens die 19 VBV twee veranderlikes geïdentifiseer waar verskille voorkom naamlik prakties-manlik en besigheid. Ten opsigte van prestasie-beoordeling as kriterium is daar op die 16 PF een veranderlike geïdentifiseer naamlik selfgeldend en op die 19 VBV een veranderlike naamlik diens.

Op grond van bogenoemde resultate is daar in hierdie ondersoek nie genoegsame bewyse gevind dat daar 'n beduidende verskil tussen die goeie en swak presteerders ten opsigte van hul persoonlikheid-, belangstelling-, en aanlegmetings bestaan nie.

Volgens die metode van meervoudige regressie is daar beduidende korrelasies tussen die kriterium merietepunt en voorspellers (toetsresultate) verkry. Deur 'n stapsgewyse regressie ontleding te doen is 'n regressievergelyking waarby ses veranderlikes ingesluit is, verkry. Deur die opstel van 'n voorspellingsmodel is gevind dat die huidige keuringsmetode verbeter kan word deur gebruikmaking van sielkundige toetsing. Hiervolgens behoort die aantal suksesvolle verteenwoordigers met 19,34% verbeter.

Bogenoemde resultate dui daarop dat 'n psigometriese toetsbattery vir die keuring van advertensieverteenwoordigers beter resultate tot gevolg behoort te hê.

Verklarings vir die gebrek aan beduidende verskille tussen die goeie en swak presteerders word vervolgens bespreek.

4.10 Verklaring van resultate

4.10.1 Beperking van omvang en die invloed daarvan

Die advertensieverteenwoordigers wat in die streekproef gebruik is, is almal ten minste al 'n paar maande in diens en het al tot 'n mate hulself as suksesvol bewys. Die onsuksesvolle persone is met die verloop van tyd uitgeskakel deur middel van oorplasings na ander afdelings of het reeds bedank.

Kriteriumdata is gevolglik van die oorblywende "suksesvolle" persone verkry. Die proefgroep bestaan dus uit persone wat almal reeds op die een of ander manier gekeur is. Vir die onsuksesvolle persone wat deur die keuringsprosesse verwerp is, is daar dus geen kriteriumdata beskikbaar nie. Daar bestaan dus geen werklike swak groep met wie die suksesvolle groep vergelyk kan word nie.

Tydens die insameling van kriteriumdata deur middel van werknemervergelyking was die toesighouers verplig om tussen 'n goeie en swak groep te onderskei. Die vraag is egter of die swakker groep werklik swak is en of hulle nie maar net in vergelyking met die uitblinkers relatief swakker vertoon nie. Dit kan dus wees dat die swak groep wat sodoende geïdentifiseer is ook bevredigende werk lewer.

4.10.2 Grootte van streekproef

In hierdie ondersoek is 77 advertensieverteenwoordigers gebruik. Aangesien Kelley (Thorndike, 1959, pp.345-346) se metode van kontrasgroepe gebruik is, is 20 persone in die goeie groep en 20 persone in die swak groep ingedeel. Sodoende is die middelste 37 persone geëlimineer. Dit kan wees dat die kontras tussen die groepe nie sterk genoeg na vore kom nie omdat die totale groep te klein is. Die argument onder 4.8.1 geopper sou eweens hier ook geld.

4.10.3 Kriteria

Daar is verskeie faktore wat 'n invloed op die kriteria wat gebruik is kon uitoefen.

4.10.3.1 Kommissie

Kommissie as kriterium kan misleidend wees omdat 'n sekere area toegesê word aan 'n verteenwoordiger. Die areas verskil van mekaar aangesien sekere areas groter potensiaal as ander het. Indien die areas nie gelykmatig verdeel word nie kan 'n verteenwoordiger bevoordeel of benadeel word hierdeur. Hiervolgens kan een verteenwoordiger byvoorbeeld 'n groter kommissie verdien as ander verteenwoordigers alhoewel hy nie noodwendig 'n beter verteenwoordiger is nie.

4.10.3.2 Prestasiebeoordeling

Aangesien waardeoordele 'n rol speel in die prestasie=beoordelingsproses is dit nie altyd 'n goeie weergawe van prestasie nie. By 'n nadere ontleding van die merietepunte is gevind dat die verspreiding van die punte positief skeef is.

'n Rede hiervoor kan wees dat die toesighouers wat die beoordeling doen nie die persone objektief beoordeel nie, aangesien dit hulle in 'n swak lig kan stel. Volgens die prestasie=beoordelingsresultate is daar dan ook nie werklike swak presteerders geïdentifiseer nie. Dit kan ook wees dat verskillende toesighouers verskillende maatstawwe gebruik in hul beoordeling. 'n Verteenwoordiger met 'n hoë punt kan byvoorbeeld by 'n ander koerant as middelmatig bestempel word. Die stelsel is dus subjektief.

4.10.3.3 Werknemervergelyking

Gedurende die sessies waartydens verteenwoordigers in goeie, gemiddeld en swak presteerders verdeel is, is sover as moontlik probeer om dieselfde vereistes te handhaaf.

Die indeling is egter bemoeilik omdat met vier koerante se verteenwoordigers gewerk is en die koerante se geografiese areas naamlik Kaapprovinsie, Oostelike provinsie, Vrystaat en Transvaal aansienlik verskil. Sodoende word verskillende eise gestel aan verteenwoordigers in elk van hierdie areas.

4.10.3.4 Kombinasie van kommissie, prestasiebeoordeling en werknemer=vergelyking

Aangesien die bogenoemde drie kriteria verskillende groepe geïdentifiseer het, is besluit op 'n kombinasie van die drie. 'n Kombinasie van die kriteria is sodoende gebruik om sover as moontlik 'n gesuiwerde kriterium daar te stel. Soos reeds gerapporteer het dit nie bevredigende resultate opgelewer nie.

4.10.4 Voorspellers

Alhoewel daar genoegsame bewyse in die literatuur gevind is om te glo dat persoonlikheid, belangstelling en aanleg belangrike determinante in die verkoopstaak is, bly die keuse van toetse om dit te meet nogtans 'n probleem. 'n Hele aantal eienskappe is geïdentifiseer wat gemeet moes word. Om 'n prakties uitvoerbare toetsbattery saam te stel was dit nie moontlik om nog meet=instrumente by te voeg nie.

4.10.4.1 Persoonlikheid

In hierdie ondersoek is die 16-PF en Sort gekies omdat daar geglo is dat dit die geïdentifiseerde eienskappe meet. Dit kan wees dat ander persoonlikheidstoetse beter daarin kan slaag om die geïdentifiseerde eienskappe te meet.

4.10.4.2 Belangstelling

Uit die literatuur blyk dit dat belangstelling wel bepalend tot sukses as 'n verteenwoordiger is, alhoewel die bevindings nie hier gestaaf kon word nie. Ideaal sou 'n belangstellingsvraelys wat op verteenwoordigers toegespits is waarskynlik beter resultate lewer.

4.10.4.3 Aanleg

Die SAT se patroonvoltooiing, figuurreekse, geheue (paragraaf) en geheue (simbole) onderskei nie voldoende tussen die kriterium-groepe in hierdie ondersoek nie. Aanlegtoetse saamgestel vir die verkoopsprofessie behoort eerder gebruik word. Storholm (1982) noem 'n paar naamlik: Homes Sales Selection Inventory, Sales Attitudes Check List, Sales Aptitude Test, Sales Motivation Inventory Revised, Test for Ability to Sell en Sales Motivation Analysis.

HOOFSTUK 5

Samevatting, gevolgtrekkings en aanbevelings

5.1 Inleiding

Met hierdie ondersoek is gepoog om voort te bou op die navorsing wat reeds gedoen is met betrekking tot die keuring van verteenwoordigers deur te poog om daardie eienskappe te bepaal wat kenmerkend is van suksesvolle advertensieverteenwoordigers en vervolgens voorspellers te identifiseer aan die hand waarvan die sukses van advertensieverteenwoordigers voorspel kan word.

Vervolgens is die volgende spesifieke doelstellings van hierdie ondersoek uiteengesit naamlik om benewens die bestaande keuringstegnieke ook ander tegnieke vir die keuring van advertensieverteenwoordigers te ontwikkel. Asook om advertensieverteenwoordigers by die verskillende dagblaaie wat onderskeidelik as goeie en swak presteerders bestempel kan word aan die hand van die volgende kriteria te identifiseer: kommissie verdien, prestasiebeoordeling, werknemervergelyking en 'n kombinasie van die drie kriteria. Vervolgens is ook gepoog om belangstelling, aanleg en persoonlikheidseienskappe te identifiseer wat die goeie en swak presteerders onderskei en op grond daarvan verkoopsprestasie te voorspel.

5.2 Samevatting

Daar bestaan 'n behoefte vir die vestiging van 'n doeltreffende en dinamiese advertensieverteenwoordigerkader binne die koerantbedryf.

In die geheel gesien wek die kwantitatiewe en kwalitatiewe personeelstand van advertensieverteenwoordigers, met inagneming van die belangrike rol wat hulle in die koerantbedryf speel, groot kommer. Benewens mededingende vergoedingspakkette en opleiding kan die kwalitatiewe personeelstand van advertensieverteenwoordigers deur doeltreffende keuring bevorder word. In hierdie opsig kan hierdie ondersoek naamlik die ontwikkeling van 'n psigometriese toetsbattery 'n belangrike bydrae maak as keuringshulpmiddel in die toekomstige keuringsproses van advertensieverteenwoordigers.

Aangesien die ontwikkeling van 'n keuringsbattery bestaande uit verskillende fases en hulpmiddels 'n omvangryke projek is, is daar in hierdie ondersoek net aandag geskenk aan die ontwikkeling van 'n psigometriese toetsbattery as een van die hulpmiddels in die keuringsbattery.

Daar is gepoog om daardie eienskappe te bepaal wat kenmerkend van suksesvolle advertensieverteenwoordigers is en vervolgens is voorspellers geïdentifiseer aan die hand waarvan advertensieverteenwoordigers gekeur kan word. Die eienskappe wat kenmerkend van suksesvolle advertensieverteenwoordigers is, is geïdentifiseer aan die hand van literatuur en inligting wat voortgespruit het uit 'n posontleding. Die voorspellers is geïdentifiseer deur die onderskeie goeie en swak advertensieverteenwoordigers by die onderskeie koerante te bestempel aan die hand van die volgende kriteria: kommissie verdien, prestasiebeoordeling, werknemervergelyking en 'n kombinasie van die drie kriteria. Hierna is sielkundige toetse wat die eienskappe van suksesvolle advertensieverteenwoordigers meet aan die proefpersone geadministreer.

Op grond van die inligting wat verkry is deur 'n posontleding en literatuurstudie is die Sestienpersoonlikheids-faktor vraelys, die Gestruktureerde Objektiewe Rorschachtoets, die 19-Veld-Belangstellingsvraelys en die Senior Aanlegtoets geselekteer op grond van die waarskynlikheid dat dit die eienskappe meet wat kenmerkend van goeie presteerders is.

Vervolgens is die volgende nie-kognitiewe eienskappe naamlik: persoonlikheid, aanleg en belangstelling wat die goeie presteerders beskryf bepaal deur die gegewens wat voortspruit uit die sielkundige toetse.

Vervolgens is bepaal of daar 'n positiewe verband tussen die verskeie kriteria en die voorspellers bestaan. Dit was wel die geval, deur gebruik te maak van 'n meervoudige regressie vergelyking is die eienskappe wat 'n positiewe verband met die kriterium getoon het opgeneem in 'n voorspellingsmodel. Sodoende is 'n psigometriese toetsbattery ontwikkel vir die keuring van advertensieverteenwoordigers.

5.3 Gevolgtrekkings

Algemene gevolgtrekkings

Op grond van die resultate van kontrasgroepe ondersoek word die volgende gevolgtrekkings gemaak:

Op grond van die resultate van die kontrasgroepe is daar nie genoegsame bewyse gevind dat daar 'n beduidende verskil tussen die goeie en swak presteerders ten opsigte van hulle persoonlikheidsbelangstelling, en aanlegmetings gemaak kan word nie.

Daar is egter vier sub veranderlikes geïdentifiseer ten opsigte waarvan die goeie en swak presteerders van mekaar verskil.

Plotkin (1986) vind wel dat 'n profiel saamgestel kan word van suksesvolle verteenwoordigers op grond van persoonlikheids-eienskappe, dieselfde stappe is in hierdie navorsingsproses gevolg. Die stappe deur Plotkin (1986) gevolg, is die maak van 'n onderskeid tussen die goeie en swak verteenwoordigers, die meting van die persone se verstandelike en persoonlikheidseienskappe, en die daarstelling van 'n profiel van die verstandelike en persoonlikheidseienskappe wat benodig word deur 'n verkoopsman om suksesvol te wees in daardie onderneming.

Die bevindings van hierdie ondersoek verskil ook van die bevindings van Mayer en Greenberg (1964). Daarvolgens beskik suksesvolle verteenwoordigers oor drie eienskappe naamlik empatie, ego-dryfkrag en ego-sterkte. Dit is ook die bevindings van navorsing deur Dodge (1938) en Augustyn en de Villiers (1988), naamlik die beplanning van 'n profiel van suksesvolle verteenwoordigers op grond van persoonlikheidseienskappe.

Die bevindings in die geval van kontrasgroepe is in ooreenstemming met die bevindings van Storholm (1982) wat toon dat daar tot op hede nog nie sekerheid bestaan oor die geldigheid van toetsing by verkoopsvertenwoordigers nie.

Dit was egter moontlik om op grond van die resultate van 'n meervoudige regressieontleding 'n psigometriese toetsbattery te ontwikkel vir die keuring van verteenwoordigers.

Deur stapsgewyse regressie is 'n regressie vergelyking wat ses veranderlikes insluit verkry. Deur die samestelling van 'n voorspellingsmodel is gevind dat die huidige keuringsmetode met 19,34% verbeter kan word deur gebruik te maak van die psigometriese toetsbattery wat in hierdie ondersoek ontwikkel is.

5.4 Aanbevelings vir verdere navorsing

Na aanleiding van bestaande literatuur oor die keuring van verteenwoordigers sowel as die resultate van hierdie navorsing, kan die volgende aanbevelings vir verdere navorsing gemaak word:

- (i) 'n Groot gedeelte van die variansie in merietepunt bly onverklaar. Dit kan moontlik verbeter word deur die gebruikmaking van ander voorspellers. Instrumente wat spesifiek ontwikkel is vir die verkoopsprofessie kan oorweeg word. Mandell (1964) maak melding van 'n aantal toetse wat spesiaal ontwikkel is vir die keuring van verkoops personeel.
- (ii) Kriteria moet so ontwikkel word dat dit 'n goeie weergawe van prestasie gee. Prestasiebeoordeling kan 'n handige kriterium wees, 'n prestasie beoordelingsinstrument wat vry is van subjektiwiteit moet egter gevind word.

- (iii) Die moontlikheid van kruisvalidasie kan ondersoek word, maar 'n groter streekproef sal egter 'n vereiste wees.
- (iv) Daar bestaan 'n behoefte aan longitudinale navorsing ten einde 'n databasis van die resultate van sielkundige toetse oor die keuring van advertensieverteenwoordigers op te bou.
- (v) Navorsing moet ook in ander soortgelyke organisasies uitgevoer word om die veralgemeenbaarheid van die bevindings van hierdie navorsing te toets.
- (vi) Die psigometriese toetsbattery wat in hierdie ondersoek saamgestel is moet eers deur ander organisasies gevalideer word voordat die resultate van toepassing op daardie organisasies gemaak kan word.

VERWYSINGS

- Anastasi, A. (1982). Psychological testing. (5th ed.). Macmillan Publishing Co., Inc.
- Augustyn, J.C.D., & De Villiers, W.S. (1988). The personality profile of a successful sales representative in the liquor industry. Tydskrif vir Bedryfsielkunde, 14(1), 1 - 4.
- Baier, D.E., & Dugan, R.D. (1957). Factors in sales success. Journal of Applied Psychology, 41, 37 - 41.
- Barnhill, J.A. (1970) : Sales management : contemporary perspectives. Illinois : Scott, Foresman and Company.
- Beatty, R.W. & Schneier, C.E. 1981. Personnel administration an experiential skill-building approach (Second edition). Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Belasco, J.A. (1966). Broadening the approach to salesmen selection. Personal, 43, 67 - 70.
- Biesheuvel, S. (1957). Proceedings of the first national conference of the sales managers association of Southern Africa. (S.M.A.S.A.), 102 - 105.
- Blum, M.L. & Naylor, J.C. (1968). Industrial psychology: Its theoretical and social foundations, New York: Harper and Row.
- Botha, W.C. (1972). Biographical characteristics of successful life assurance representatives. M-Tesis, University of the Orange Free State, Bloemfontein.
- Boyd, H.W. & Massy, W.F. (1972) : Marketing management. New York : Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Carroll, S.S. & Schneier, C.E. 1982. Performance appraisal and review systems : the identification measurement and development of performance in organizations. Glenview, Illinois: Scott, Foreman and company.
- Clarke, H.G. (1982). A new approach to the selection of salesstaff. Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Bedryfsleiding, 13(1), 23-27.
- Cleveland, E.A. (1948). Sales personnel research: (1935 - 1945 : a review), Personnel Psychology, 1, 211 - 253.
- Corwin, S.L. (1987). Sales management update. Bank Marketing, Nov., 10 - 12.

- Crissy, W.J.E. & Kaplan, R.M. (1969). Salesmanship : the personal force in marketing. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Darmon, R.Y. (1978). Sales force management: optimizing the recruiting process. Sloan Management Review, 20(1), 47 - 59.
- Die oog van die naald. (1988) Finansies en Tegniek, 10 Junie, 38.
- Dodge, A.F. (1938). What are the personality traits of the successful sales-person? Journal of Applied Psychology, 22, 229 - 238.
- Drenth, P.J.D. (1972). De psychologiese test. Deventer: Von Loghum Slaterus Uitgeversmaatschappij.
- Dunette, M.D. (1976). Handbook of industrial and organizational psychology. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Fouche, F.A. & Alberts, N.F. (1983) Handleiding vir die 19-Veld-Belangstellingsvraelys. RGN, SAIPPN, Pretoria.
- Gatewood, R.D. & Field, H.S. (1987) Human Resource Selection. New York: CBS College Publishing.
- Ghiselli, E.E. (1955). The measurement of occupational aptitude. University of California Press. Berkeley and Los Angeles.
- Ghiselli, E.E. & Brown, C.W. (1955). Personnel and industrial psychology. 2nd Ed. McGraw-Hill Book Company, Inc. New York.
- Greenberg, J. & Greenberg, H. (1976). Predicting sales success - myth and reality. Personnel Journal, 55(12), 621 - 627.
- Greenberg, J. & Greenberg, H. (1985). Avoid costly mistakes - follow these steps to identify good salespeople. Marketing News, March, 33 - 34.
- Guion, R.M. (1965) Personnel testing. New York : McGraw-Hill Book Co., Inc.
- Guion, R.M. & Gottier, R.F. (1965). Validity of personality measures in personnel selection. Personnel Psychology, 18, 135 - 160.
- Hampton, R.E. & Zabin, J.B. (1970) Salesmanship. New York : McGraw-Hill, Inc.
- Henderson, R. (1980). Performance appraisal: theory to practice. Reston, Virginia: Reston Publishing Company, Inc.

- Howells, G.W. (1971). Choosing men to sell. Personnel Management, 3, 24 - 26.
- Hughes, J.L. (1956). Expressed personality needs as predictors of sales success. Personnel Psychology, 9, 347 - 357.
- Husband, R.W. (1949). Techniques of salesmen selection. Educational and Psychological Measurement 9, 129 - 148.
- Kahn, D.R. & Hadley, J.M. (1949). Factors related to life insurance selling. Journal of Applied Psychology 33, 132 - 140.
- Kirchner, W.K. & Dunnette, M.D. (1957). Identifying the critical factors in successful salesmanship. Personnel, 34, 54 - 59.
- Kirchner, W.K. & Dunnette, M.D. (1958). The successful salesman as he sees himself. Personnel, 35, 67 - 70.
- Kornhauser, A.W. & Schultz, R.S. (1941). Research on selection of salesmen. Journal of Applied Psychology, 25, 1 - 5.
- Maas, F. (1980). Die Persoonlikheidsteorie van Cattell. Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing. SAIPPN, Pretoria.
- Mandell, M.M. (1964). The selection process. New York : American Management Association, 381 - 395.
- Mayer, D. & Greenberg, H.M. (1964). What makes a good salesman. Harvard Business Review, 42, 119 - 125.
- McCormick, E.J. & Tiffin, J. (1975). Industrial psychology. London: George Allen & Unwin.
- Merenda, P.F. & Clarke, W.V. (1959). The predictive efficiency of temperament characteristics and personal history variables in determining success of life insurance agents. Journal of Applied Psychology, 43, 360 - 366.
- Merenda, P.F., Clarke, W.V., & Hall, C.E. (1961). Cross-validity of procedures for selecting life insurance salesmen. Journal of Applied Psychology, 45, 376 - 380.
- Miner, J.B. (1962). Personality and ability factors in sales performance. Journal of Applied Psychology, 46, 6 - 13.
- Perreault, W.D. French, W.A. & Harris, C.E. (1977). Use of multiple discrimination analysis to improve the salesman selection process. Journal of Business, 50, 50 - 52.

- Plotkin, H.M. (1986). Taking the guesswork out of hiring successful salespeople. Business Marketing, Dec, 72 - 73.
- Povey, R.G. (1973). Ten points in picking that super salesman. The Star. January 16.
- Pretorius, F.A. (1973). Ondersoek na enkele faktore wat die sukses van verkooopsbevorderings en bemarkings= amptenare beïnvloed. Ongepubliseerde M.Admin.-verhandeling, Universiteit van Suid-Afrika, Pretoria.
- Robbins, S.P. (1982). Personnel: the management of human resources. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Robertson, D.H. & Bellenger, D.N. (1980). Sales management : decision making for improved profitability. New York : MacMillan Publishing Co., Inc.
- Sauser, W.I. (1980). Evaluating employee performance : needs, problems and possible solutions. Public Personnel Management, 9(1), 11 - 18.
- Schowengerdt, R.N. (1975). How reliable are merit rating techniques? Personnel Journal, 54(7), 390 - 392.
- Schultz, R.A. (1935). Test selected salesmen are successfull. Personnel Journal 14, 139 - 142.
- Shapiro, P.S. (1977). Sales program management : formulation and implementation. New York : McGraw-Hill, Inc.
- Shapiro, R.J. (1963). The use of the Thematic Apperception Test as a predictor of success in life insurance selling. Pretoria M.A. Thesis, University of South Africa.
- Smit, G.J. (1981). Psigometrika: aspekte van toetsgebruik. Pretoria: Haum Opvoedkundige Uitgewers.
- Srivastava, J. & Carter, J. (1983). An introduction to applied statistics. London: North Holland.
- Steyn, D.W. (1969). The criterion-stagnation or development? a selective review of published research work on criterion problems. Psychologia Africana, 12, 139 - 211.
- Storholm, G.R. (1982) : Sales management. New York : Prentice-Hall, Inc.
- Tabacknick, B.G. & Fidell, L.S. (1983). Using multivariate statistics. New York: Harper and Row.

Thorndike, R.L. (1959). Personnel selection - test measurement and techniques. New York. John Wiley and Sons, Inc.

Trevor-Roberts, P.D. (1967). Die ontwikkeling van 'n toetsbattery vir die keuring van verteenwoordigers in 'n Suid-Afrikaanse Lewensversekeringsmaatskappy. Ongepubliseerde M.Comm-verhandeling, Universiteit van Suid-Afrika, Pretoria.

Venter, R.K. (1987). Katalogus vir individuele intelligensietoetse en persoonlikheidstoetse (1987 - 1988). Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing. SAIPPN, Pretoria.

Witkin, A. (1956). Differential interest patterns in salesmen. Journal of Applied Psychology, 40, 388 - 340.

BYLAE 1

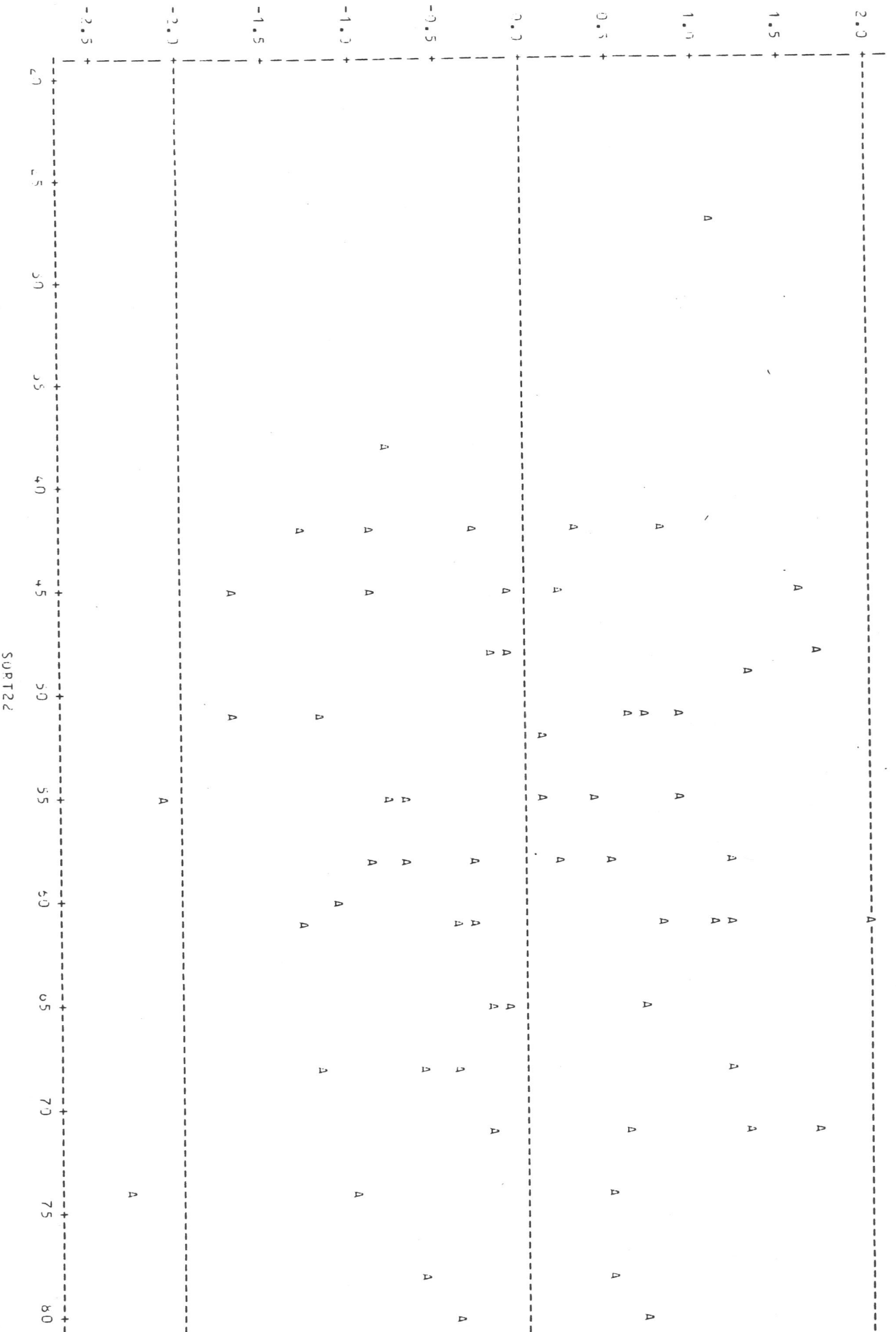
FREKWENSIE MODEL : MERIETEPUNT

KLASINTERVAL	LAER INTERVAL	HOËR INTERVAL	MIDDEL PUNT	FREKWENSIE	RELATIEWE FREKWENSIE	KUMULATIEWE FREKWENSIE	RELATIEWE KUMULATIEWE FREKWENSIE
Laer							
1	5,62	5,62	5,77	1	,0167	1	,0167
2	5,93	5,93	6,08	0	,0000	1	,0167
3	6,23	6,23	6,39	3	,0500	4	,0667
4	6,54	6,54	6,70	14	,2333	18	,3000
5	6,85	6,85	7,00	8	,1333	26	,4333
6	7,16	7,16	7,31	13	,2167	39	,6500
7	7,46	7,46	7,62	16	,2667	55	,9167
Hoër	7,77	7,77		5	,0833	60	1,0000
				0	,0000	60	1,0000

Gemiddeld = 6,88733
 Standaardafwyking = 0,45565
 Mediaan = 6,97

GESTANDAARDISEERDE RESIDUE

VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN GESTANDAARDISEERDE RESIDUE



SURT24

BYLAE 4
VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN GESTANDAARDISEERDE RESIDUE

GESTANDAARDISEERDE RESIDUE

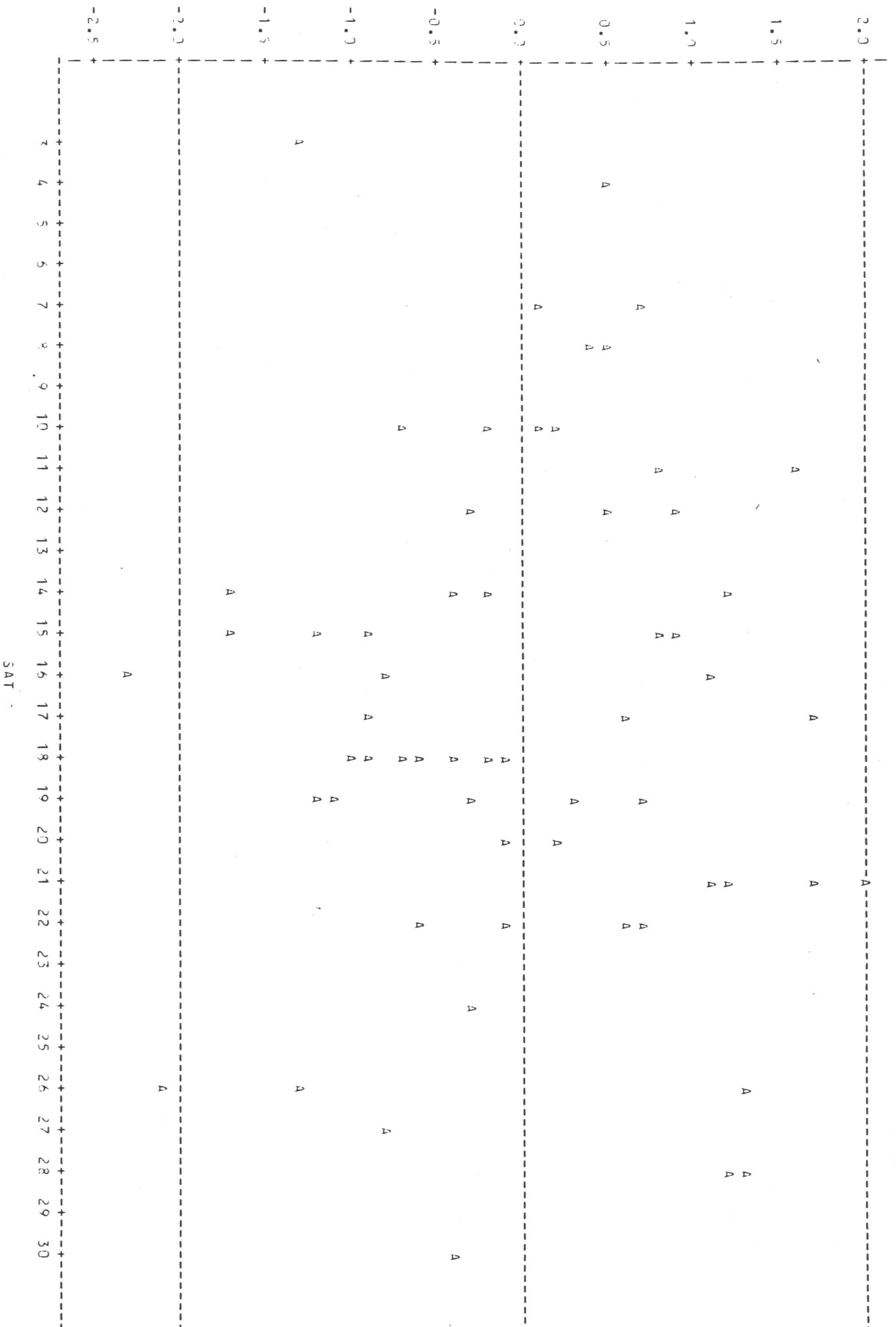
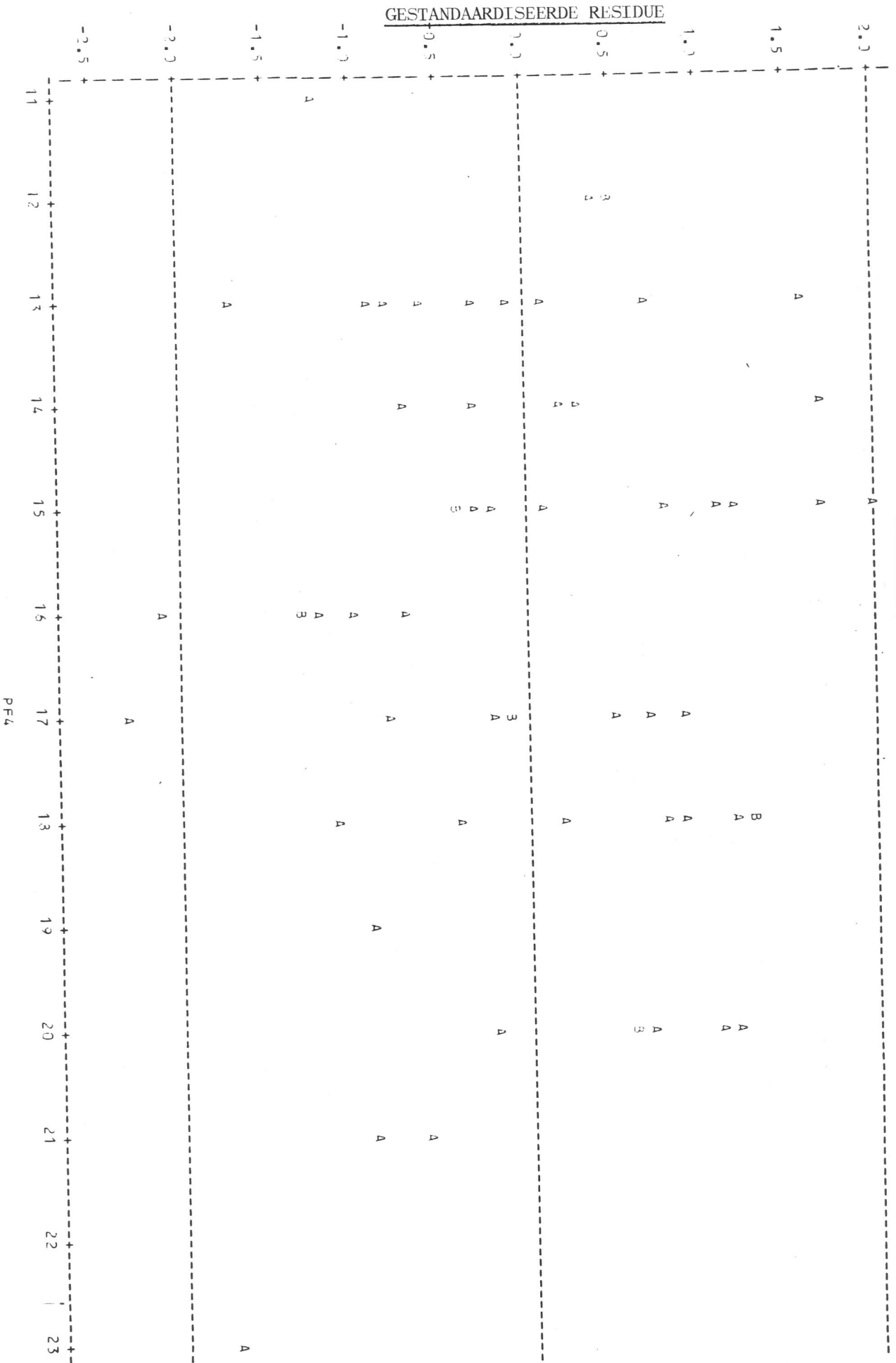
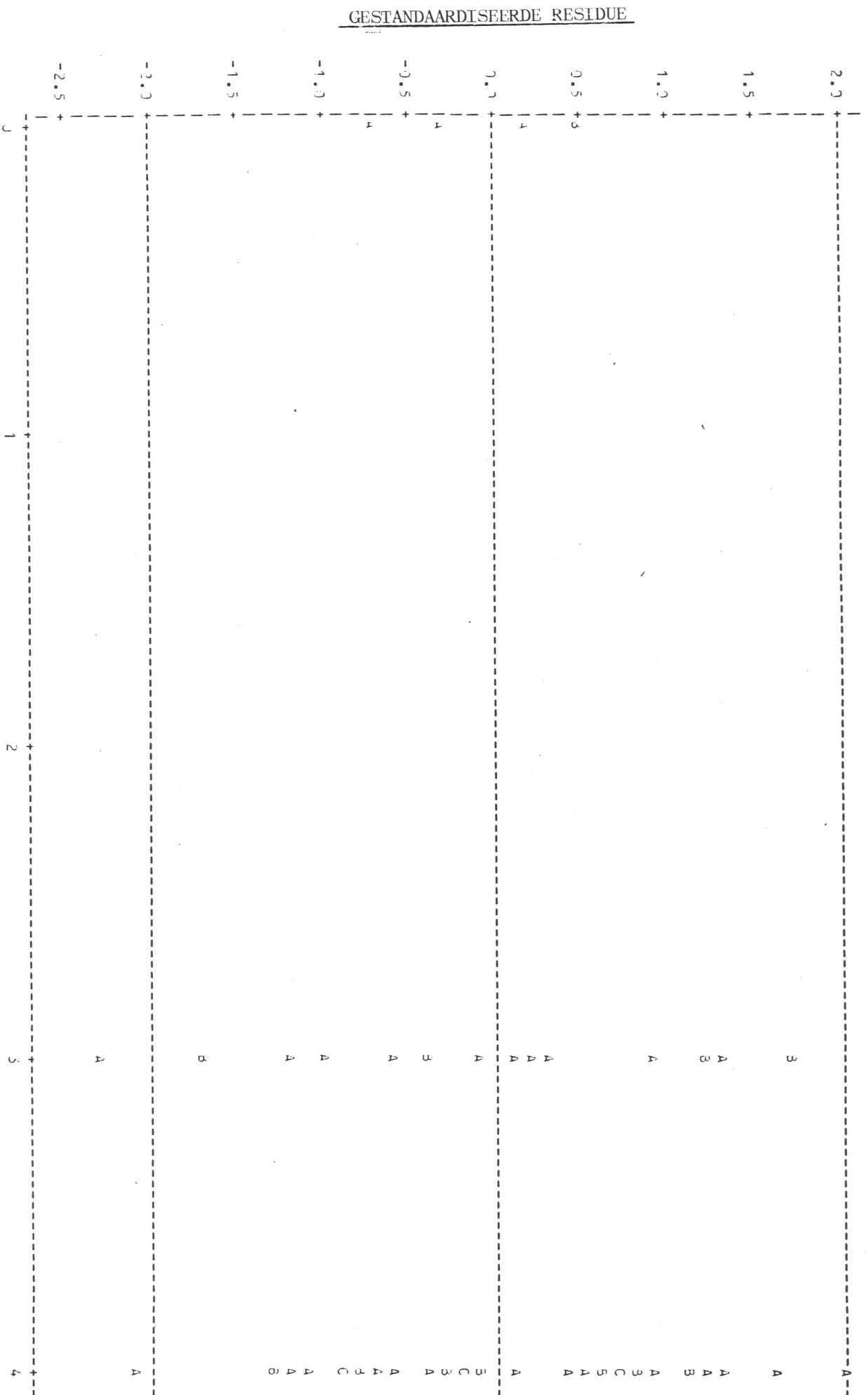


FIG. 5
VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN GESTANDAARDISEERDE RESIDUE



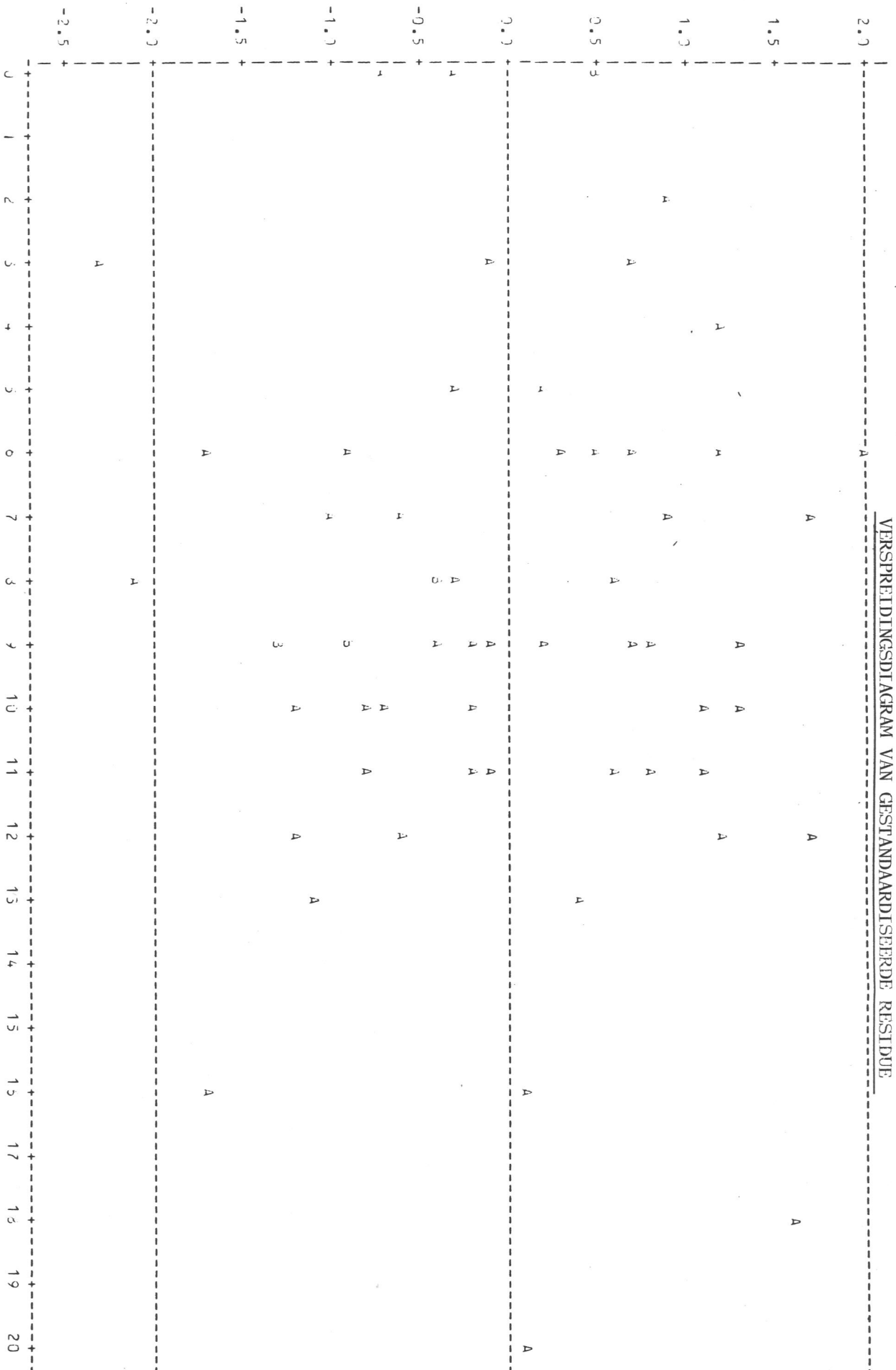
PF4

BYLAE 0
VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN GESTANDAARDISEERDE RESIDUE



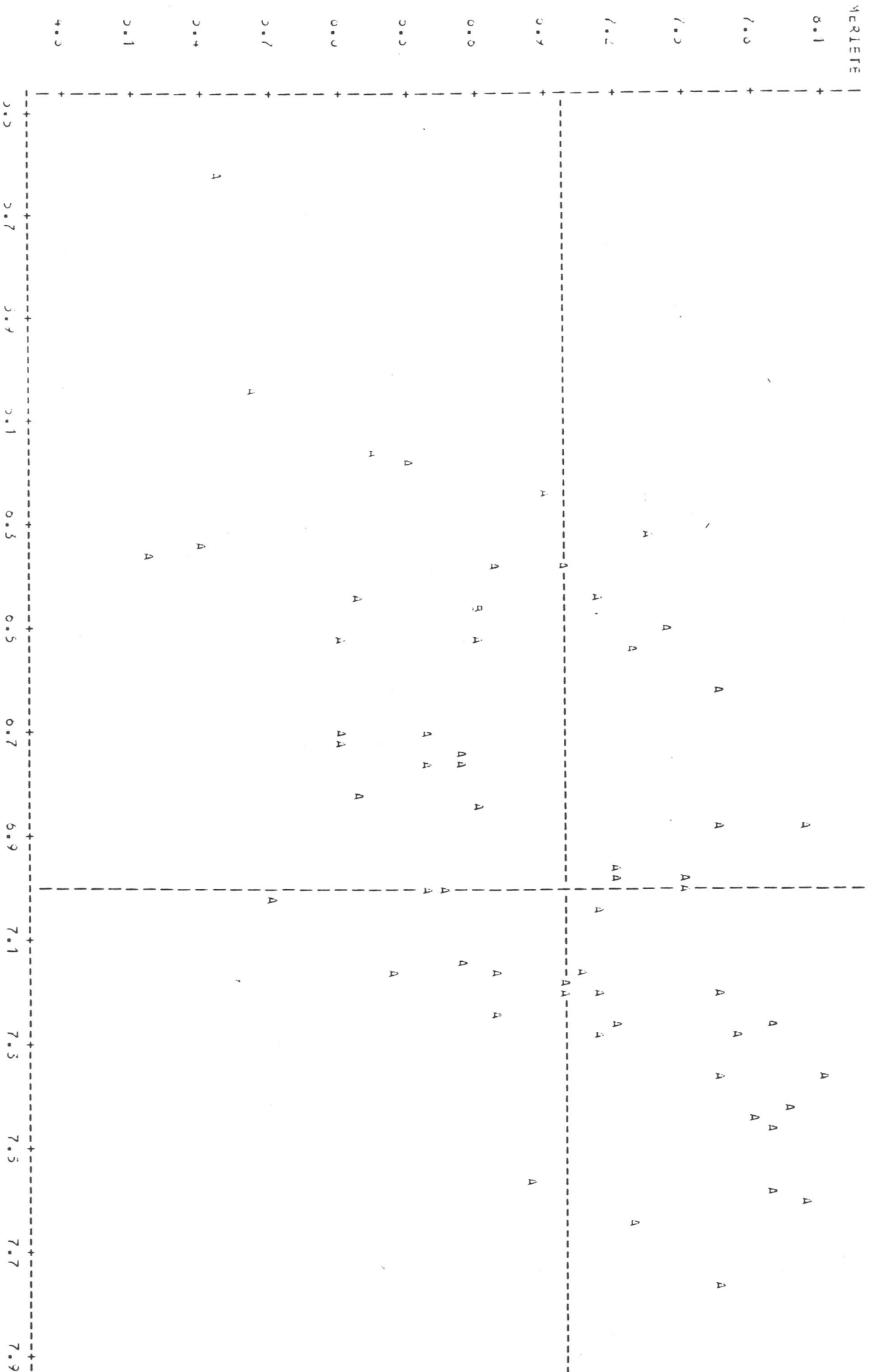
GESTANDAARDISEERDE RESIDUE

VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN GESTANDAARDISEERDE RESIDUE



V8V21

VERSPREIDINGSDIAGRAM VAN KRITERIUM TENOOR VOORSPELDE KRITERIUM



VOORSPELDE WAARDE