

**STUDENTE SE PERSEPSIES VAN
KLIËNTEDIENS DEUR 'N
AKADEMIESE DEPARTEMENT**

deur

MICHELLE MOUTON

Voorgelê ter gedeeltelike vervulling van
die vereistes vir die graad

**MAGISTER COMMERCII
(MENSLIKE HULPBRONBESTUUR)**

in die

FAKULTEIT EKONOMIESE EN BESTUURSWETENSKAPPE

aan die

UNIVERSITEIT VAN PRETORIA

DANKBETUIGINGS

Hiermee wil ek my opregte dank en waardering uitspreek teenoor alle persone en instansies wat hierdie ondersoek moontlik gemaak het.

Ek wil graag in besonder die volgende persone bedank:

- Prof. Dr. L.P. Vermeulen, my studieleier vir al sy ondersteuning, begrip, geduld en raadgewing.
- Prof. Dr. J.S. Basson en Mnr. H. Dreyer wat aanvanklik die projek geïnisieer het.
- Die Departement Menslike Hulpbronbestuur en in besonder Mev. J. Lange vir hul aanmoediging en ondersteuning en die beskikbaarstelling van hul rekenaartoerusting.
- Sanette van Niekerk wat my behulpsaam was met die uitleg en ook haar toerusting aan my beskikbaar gestel het.
- My man vir sy hulp met die afronding en al sy ondersteuning en aanmoediging.
- My ouers vir hul aanmoediging en ondersteuning in elke opsig. Hulle het my geleer om deursettingsvermoë te hê en altyd in alles my bes te doen.
- Laastens wil ek my Vader en beste Vriend al die eer gee dat Hy elke tree saam met my gestap het, altyd gereed om my te inspireer en my te help om die vermoëns wat ek van Hom ontvang het, suksesvol aan te wend.

INHOUDSOPGAWE

HOOFSTUK 1 : INLEIDING EN DOELSTELLING	1
1.1 INLEIDING.....	1
1.2 PROBLEEMSTELLING	4
1.3 DOEL	4
HOOFSTUK 2 : KLIËNTEDIENS.....	5
2.1 INLEIDING.....	5
2.2 'N OMSKRYWING VAN DIE BEGRIPPE KWALITEIT EN KLIËNTEDIENS	5
2.2.1 Kwaliteit	5
2.2.2 Kliëntediens	6
2.2.2.1 Die kenmerke van kliëntediens	7
2.2.2.2 'n Konseptuele Model van Kliëntediens	9
2.2.2.3 Die gapings in dienskwaliteit	10
2.2.2.4 Voortreflikheid van diens	21
2.2.2.5 Determinante van dienskwaliteit	21
2.2.2.6 Noodsaaklikhede vir die verbetering van diens	25
2.3 DIE VESTIGING VAN 'N KLIËNTEDIENSKULTUUR	26
2.3.1 Inleiding	26
2.3.2 Die rol van waardes in kultuur	27
2.3.3 Tipes waardes	28
2.3.4 Ontwikkeling van 'n kultuurbewustheid	28
2.3.5 Kenmerke van 'n kliëntedienskultuur	30
2.4 SAMEVATTING.....	31
HOOFSTUK 3 : DIE KLIËNT	32
3.1 INLEIDING.....	32
3.2 DIE KLIËNT SE PERSEPSIE IS DIE ORGANISASIE SE REALITEIT.....	32

3.3	DIE KLIËNT SE BEHOEFTE	34
3.4	TIPES KLIËNTE	37
3.4.1	Die uitgaande persoonlikheid	39
3.4.2	Die kliënt wat ly aan seksuele perversiteit	39
3.4.3	Die politikus	39
3.4.4	Die kroniese klakous	40
3.4.5	Die "motormond"	40
3.4.6	Die onintelligente kliënt	41
3.4.7	Die oneerlike kliënt	41
3.5	DIE STUDENT AS KLIËNT	42
3.6	SAMEVATTING	42
HOOFSTUK 4 : NAVORSINGSMETODIEK		44
4.1	INLEIDING	44
4.2	METODE VAN ONDERSOEK	44
4.2.1	Navorsingsontwerp	44
4.2.2	Meetinstrumente	44
4.2.3	Psigometriese kenmerke van die vraelys	46
4.2.4	Beskrywing en benaming van die faktore	47
4.2.5	Die geldigheid en betroubaarheid van die vraelys	48
4.3	DIE STEEKPROEF	49
4.4	STATISTIESE METODES	49
4.4.1	Beskrywende statistiek	49
4.4.2	T-Toets	50
4.4.3	Eenrigting Variansie-Ontleding (ANOVA)	50
4.4.4	Hoofkomponentontleding	51
4.5	VERLOOP VAN DIE ONDERSOEK	51
HOOFSTUK 5 : RESULTATE EN INTERPRETASIE		52
5.1	INLEIDING	52
5.2	AGTERGRONDINLIGTING OMTRENT DIE ONDERSOEK- GROEP	52

5.3	DIE EVALUERING VAN KLIËNTEDIENS	55
5.4	DIE INVLOED VAN BIOGRAFIESE VERANDERLIKES OP DIE VRAELYS	59
5.4.1	Die invloed van studierigting	60
5.4.2	Die invloed van ouderdom	65
5.4.3	Die invloed van taal	67
5.4.4	Die invloed van woonplek	70
5.4.5	Die invloed van akademiese jaar	71
5.4.6	Die invloed van historiese jaar	74
	HOOFSTUK 6 : GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS.....	77
6.1	INLEIDING.....	77
6.2	GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS	77
6.2.1	Tevredenheid in terme van items	77
6.2.2	Die invloed van studierigting	78
6.2.3	Die invloed van ouderdom	79
6.2.4	Die invloed van taal	79
6.2.5	Die invloed van woonplek	80
6.2.6	Die invloed van akademiese jaar	80
6.2.7	Die invloed van historiese jaar	80
6.2.8	Dimensies wat aandag benodig	80
6.3	SAMEVATTING.....	81
	BIBLIOGRAFIE.....	82
	AANHANGSEL A: MENINGS- EN VERWAGTINGS VRAELYS.....	84

LYS VAN TABELLE

TABEL 4.1	FAKTORMATRIKS VAN DIE VRAELYS (N = 285)....	46
TABEL 4.2	BETROUBAARHEIDSKOËFFISIËNTE (N = 252).....	48
TABEL 5.1	STUDIERIGTING.....	52
TABEL 5.2	GESLAG	52
TABEL 5.3	OUERDOM	53
TABEL 5.4	HUWELIKSTATUS.....	53
TABEL 5.5	HUISTAAL.....	53
TABEL 5.6	VERBLYF	53
TABEL 5.7	AKADEMIESE JAAR.....	53
TABEL 5.8	HISTORIESE JAAR.....	54
TABEL 5.9	VOLTYDS OF TUKS NA VYF (DEELTYDS)	54
TABEL 5.10	EVALUERING VAN BEPAALDE ASPEKTE VAN KLIËNTEDIENS VOLGENS MAATSTAWWE VAN VERSPREIDING EN POSISIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	55
TABEL 5.11	EVALUERING VAN BEPAALDE ASPEKTE VAN KLIËNTEDIENS VOLGENS MAATSTAWWE VAN VERSPREIDING EN POSISIE: VERWAGTE DIENSLEWERING (N = 255).....	56
TABEL 5.12	T-TOETS VIR AFHANKLIKE GROEPE: DIE VERSKIL TUSSEN STUDENTE SE PERSEPSIES VAN WERKLIKE DIENS EN VERWAGTE DIENS (N=278).....	58
TABEL 5.13	T-TOETS VIR AFHANKLIKE GROEPE: VERGELYKING VAN DIE STUDENTE SE PERSEPSIES VAN DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE EN VERWAGTE DIENS (N=278).....	59
TABEL 5.14	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE WERKLIKE KWALITEIT VAN DIENS PER ITEM (N=255)	60
TABEL 5.15	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE VERWAGTE KWALITEIT VAN DIENS PER ITEM (N=255)	61

TABEL 5.16	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR DIE NAKOM VAN BELOFTES (Q21) (N = 255).....	62
TABEL 5.17	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR AKKURATE REKORDS (Q23) (N = 255).....	62
TABEL 5.18	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR STUDENTE SE BEHOEFTE (Q30) (N = 255).....	62
TABEL 5.19	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR BESIGHEIDSURE (Q32) (N = 255).....	63
TABEL 5.20	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR SPREEKURE (Q36) (N = 255).....	63
TABEL 5.21	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)	64
TABEL 5.22	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)	64
TABEL 5.23	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE PERSEPSIES VAN EMPATIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	64
TABEL 5.24	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255).....	65
TABEL 5.25	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIVITEIT (N = 255).....	65
TABEL 5.26	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN OUDERDOM OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)	66

TABEL 5.27	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN OUDERDOM OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)	66
TABEL 5.28	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN OUDERDOMSGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255).....	67
TABEL 5.29	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN TAAL OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255).....	67
TABEL 5.30	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN TAAL OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255).....	68
TABEL 5.31	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	68
TABEL 5.32	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN RESPONSIWITEIT: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	68
TABEL 5.33	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN SEKURITEIT: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	68
TABEL 5.34	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN EMPATIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255).....	69
TABEL 5.35	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255).....	69
TABEL 5.36	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255).....	69
TABEL 5.37	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255).....	69

TABEL 5.38	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255).....	69
TABEL 5.39	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN WOONPLEK OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255).....	70
TABEL 5.40	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN WOONPLEK OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)	71
TABEL 5.41	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN WOONPLEKGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255).....	71
TABEL 5.42	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN AKADEMIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255).....	72
TABEL 5.43	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN AKADEMIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)	72
TABEL 5.44	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N=255).....	72
TABEL 5.45	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255).....	73
TABEL 5.46	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS VAN BETROUBAARHEID (N = 255).....	73
TABEL 5.47	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255)	73
TABEL 5.48	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255).....	73
TABEL 5.49	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN HISTORIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255).....	74

TABEL 5.50	EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING : DIE INVLOED VAN HISTORIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)	74
TABEL 5.51	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)	75
TABEL 5.52	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255).....	75
TABEL 5.53	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255).....	75
TABEL 5.54	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIVITEIT (N = 255)	75
TABEL 5.55	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255).....	75
TABEL 5.56	SCHEFFÉ SE <i>POST-HOC</i> MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR EMPATIE (N = 255).....	76

LYS VAN FIGURE

FIGUUR 2.1 'N KONSEPTUELE MODEL VAN KLIËNTEDIENS 9

LYS VAN AANHANGSELS

AANHANGSEL A 84

SAMEVATTING

STUDENTE SE PERSEPSIES
VAN KLIËNTEDIENS DEUR 'N
AKADEMIESE DEPARTEMENT

deur

MICHELLE MOUTON

LEIER : PROF DR L P VERMEULEN
DEPARTEMENT : MENSLIKE HULPBRONBESTUUR
GRAAD : M COM (MENSLIKE
HULPBRONBESTUUR)

Kliëntediens aan studente is 'n aktuele onderwerp met verreikende gevolge vir akademiese instansies. Daar is 'n groot leemte in navorsing op hierdie gebied en relevante, wetenskaplik verantwoordbare studies sal as 'n bruikbare hulpmiddel kan dien in die strewe na lewering van uitstaande diens aan studente.

Die doel van hierdie ondersoek was om die verskil te bepaal tussen die verwagting van diens en die persepsies van die werklike diens wat gelewer word deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur van die Universiteit van Pretoria. Die ondersoekgroep het bestaan uit studente uit agt verskillende studierigtings wat Bedryf- en Organisasiesielkunde as vak in hulle graadkursus ingesluit het.

In die ondersoek is die opnamemetode gebruik en 'n vraelys is toegepas op twee honderd vyf en tagtig studente om die data in te win. Uit die literatuurstudie wat geloods is, het vyf belangrike dimensies van kliëntediens na vore gekom, naamlik tasbaarhede, betroubaarheid,

responsiwiteit, sekuriteit en empatie. Die studente (n=255) se verwagtings en persepsies van werklike dienslewering in terme van die bogenoemde dimensies is bepaal en die verwagte en werklike diens is met mekaar vergelyk.

Die vlak van dienslewering deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur aan die Universiteit van Pretoria is bevredigend in elke opsig, alhoewel daar ruimte vir verbetering is.

Die volgende spesifieke gevolgtrekkings is gemaak oor die ondersoekgroep se persepsies van werklike en verwagte kwaliteit van dienslewering.

- Die studente was die meeste tevrede met die voorkoms van die werknemers, betroubaarheid van dosente, veiligheid van interaksie, kontaktyd en akkurate rekords wat oor studente gehou word.
- Areas waarop verbeter kan word, is die besteding van individuele aandag, huidige besigheidsure en spreekure, die toereikendheid van beskikbare fasiliteite en aandag wat geskenk word aan studente se behoeftes en belange.
- Studierigting, ouderdom, taal, woonplek, akademiese jaar en historiese jaar het nie 'n noemenswaardige effek op die persepsies van werklike dienslewering van die respondente gehad nie.
- Biografiese veranderlikes het wel bygedra tot die verwagtings ten opsigte van dienslewering van die studente.

SUMMARY

STUDENTS' PERCEPTIONS OF CUSTOMER SERVICE PROVIDED BY AN ACADEMIC DEPARTMENT

by

MICHELLE MOUTON

SUPERVISOR : PROF DR L P VERMEULEN
DEPARTMENT : HUMAN RESOURCE MANAGEMENT
DEGREE : M COM (HUMAN RESOURCES
MANAGEMENT)

Customer service has recently become an important subject with significant consequences for academic institutions. However, there is a lack of research in this area and relevant, scientifically justifiable studies should assist in determining what is required for the provision of good quality service to students.

The purpose of this study was to determine the difference between the expectations of service and the perceptions of actual service provided by the Human Resources Department at the University of Pretoria. The respondent group included students from a variety of disciplines who chose Industrial and Organisational Psychology as subject.

Based on the survey method a questionnaire was used to gather the relevant information. The literature study identified five important dimensions of customer service namely tangibles, reliability, responsibility, security and empathy. The expectations and perceptions of the students (n=255) of actual service in terms of the above dimensions were determined and weighed against each other.

The results of this study showed that although there is room for improvement, the level of customer service provided by the department was proven to be satisfactory.

The following conclusions were made regarding the perceptions of the research group in terms of current and expected levels of service.

- Aspects that appeared to be most satisfactory, were appearance of employees, reliability of lecturers, safety of interaction, time spent with students and keeping of accurate records.
- There is room for improvement in the following areas: spending time with individuals, current working and consulting hours, efficiency of available facilities and attention given to students' needs.
- Field of study, age, language, residence, academic and historical year did not have any effect worth mentioning on the perceptions of current levels of service.
- Biographical variables did have an impact on the expectations of levels of service.

HOOFSTUK 1 : INLEIDING EN DOELSTELLING

1.1 INLEIDING

"If we don't take care of our customers, somebody else will."

Aangeplakte glimlagte met bypassende, soetsappige stemme wat mooi beloftes uitbasuin vir almal wat belangstel (en nie belangstel nie): "By ons is jy nommer een!" en "Ons is altyd daar vir jou!". Op die televisie, oor die radio, op plakkate langs die pad niemand kan dit vryspring nie.

Organisasies spandeer miljoene rande om hul beeld na buite in 'n goeie lig te stel en die mensdom te verseker van hul goeie diens te alle tye. As 'n goeie beeld vir organisasies dan so belangrik is, kan tereg gevra word waarom daar so baie ontevrede kliënte in Suid-Afrika, sowel as in meeste ander lande in die wêreld is. Hierdie verskynsel raak meer onverstaanbaar hoe dieper daar op die onderwerp van kliëntediens ingegaan word.

Navorsing het getoon dat mense wat besluit om hul ondersteuning van een firma na 'n mededinger te verskuif, die rede vir hul besluit vyf keer meer aan swak diens toeskryf as aan te hoë pryse of swak kwaliteit produkte. Dit bewys dat kliëntediens 'n wesenlike probleem is wat nie opgelos word deur mooi beloftes nie (Cottle, 1989).

Tydens die eerste ontmoeting tussen 'n organisasie en 'n kliënt word die vlak van verwagting vir toekomstige dienslewering daargestel. Indien hierdie eerste ervaring negatief is, mag daar heel moontlik nie weer 'n geleentheid wees om dit reg te stel nie. Indien die eerste ervaring positief is, maar die daaropvolgende ervarings van dienslewering is soms slegter en soms beter as die eerste keer, veroorsaak dit verwarring en frustrasie by kliënte. Hierdie kliënte het

nie veel aanmoediging nodig om 'n kompeteerder te ondersteun nie (Conley, 2000).

Cottle (1989) toon aan dat ses-en-twintig uit elke sewe-en-twintig mense wat 'n slegte ervaring van 'n onderneming gehad het, dit nooit vir daardie onderneming sê nie, aangesien hulle weet dat hul klagtes op dowe ore sal val. Een-en-negentig persent van hierdie mense gaan nooit weer terug na die firma toe nie. Die situasie word verder versleg, deurdat elkeen wat ontevrede is, gewoonlik vir nege tot tien ander persone vertel van hulle slegte ervaring.

Organisasies wat 'n hoë premie op kliëntediens stel, het min of meer dieselfde kostes as firmas wat nie op hul kliënte se behoeftes ingestel is nie. Uitnemende kliëntediens maak dus besighede rofweg twee keer meer winsgewend as wat hulle sou gewees het. Conley (2000:2) huldig die standpunt dat: "It's easier and less expensive to keep the customers you have than to acquire new customers."

In die algemeen word kliëntediens as belangrik beskou. Samevattend kan die voordele van kliëntediens soos volg opgesom word:

- **Verbeterde wins:** Laer herstelkoste as gevolg van 'n "eerste-keer-reg-elke-keer-reg" benadering, en 'n groter markaandeel.
- **Verbeterde maatskappybeeld:** 'n Volgehoue goeie diensrekord bou 'n goeie naam en verbeter die mededingende posisie.
- **Verbeterde produktiwiteit en prestasie:** As kliëntetevredenheid die dryfkrag van die organisasie word, lei dit tot 'n verbetering in produktiwiteit en algemene prestasie.

- **Verbeterde moraal:** Tevrede kliënte reageer positief t.o.v die organisasie en sy werknemers. Dit verbeter die beeld van die organisasie in die oë van sy werknemers en verhoog hul moraal.
- **Lojale kliënte:** Lojale kliënte laat ondersteuning uitkring deur die organisasie aan te beveel by ander mense.
- **Reaksie van verskaffers:** Indien verskaffers weet dat 'n organisasie homself toelê op uitnemende diens, sal die verskaffers dienooreenkomstig optree om sodoende saam met die organisasie te oorleef.
- **Versekering van 'n veilige toekoms:** Indien 'n organisasie se dryfveer kliëntediens is, is daardie organisasie nader aan die kliënte as mededingers wat nie dieselfde dryfveer het nie. Eersgenoemde organisasie sal dus vinniger kan reageer op nuwe vereistes en veranderinge in die mark en is uit die aard van die saak verseker van langtermyn oorlewing en groei.
- **Prysvoordeel:** Daar is gevind dat kliënte bereid is om meer te betaal vir tevredenheid wat spruit uit goeie diens. Dit is egter moeilik om te bepaal hoeveel meer hulle bereid sal wees om te betaal. Dit sal afhang van hoe pryssensitief kliënte is, of die mark kompetend is, die aard van aankope en die posisionering van die produk in die mark (Blem, 1995).

Daar bestaan verskeie redes waarom ondernemings onverskillig staan teenoor hul kliënte. Sommige besighede wil die meeste geld met die minste moeite in die kortste moontlike tyd verdien, al bereik hulle dit ten koste van hul kliënte. Daar is wel organisasies wat die waarde van hoë kwaliteit kliëntediens besef, maar hulle weet nie hoe om die onderneming by so 'n vlak van dienslewering te bring nie.

1.2 PROBLEEMSTELLING

In 'n poging om die inligting in hierdie projek vevat, praktykgerig weer te gee, gaan dit gekoppel word aan 'n spesifieke organisasie naamlik die Universiteit van Pretoria. Alhoewel 'n universiteit 'n akademiese inrigting is, is dienslewering een van die belangrikste funksies daarvan. Die studente is in hierdie geval die kliënte wat tevrede gestel moet word. Die fokus gaan egter nie op die Universiteit in geheel val nie, maar slegs op 'n departement daarvan.

1.3 DOEL

Die doel van hierdie studie is om die gaping te bepaal tussen die verwagting van diens en die persepsie van die werklike diens wat gelewer word aan voorgraadse studente deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur van die Universiteit van Pretoria.

HOOFSTUK 2 : KLIËNTEDIENS

2.1 INLEIDING

" If the customer is happy, you're doing the job right." (Desrochers, 1989).

Die doel van hierdie hoofstuk is om bepaalde begrippe en konsepte wat verband hou met kliëntediens, uit te klaar. Vervolgens word die volgende bespreek:

- Die begrip, kwaliteit kliëntediens;
- Die kenmerke van uitnemende kliëntediens;
- Die konseptuele model van kliëntediens;
- Die gapings in dienskwaliteit;
- Voortreflike diens;
- Determinante van dienskwaliteit;
- Noodsaaklikhede vir die verbetering van diens; en
- Die vestiging van 'n kliëntedienskultuur.

2.2 'N OMSKRYWING VAN DIE BEGRIPPE KWALITEIT EN KLIËNTEDIENS

2.2.1 Kwaliteit

Japanese filosofie definieer kwaliteit soos volg: "zero defects - doing it right the first time". Crosby (1979) sien kwaliteit as "conformance to requirements" en Bain sê "quality is in the eye of the beholder". Hy is van mening dat kwaliteit 'n subjektiewe begrip is, aangesien die

evaluasié daarvan op persoonlike voorkeure en gevoelens gebaseer word (Grazing en Hessick, 1988). Die definisies van kwaliteit strek dus so wyd as die verskeidenheid van mense wat die aarde bewoon met hul mengelmoes van smake, kulture, opvoedings en waardes. Wat die saak nog verder bemoeilik, is dat kwaliteit, selfs vir mense van dieselfde opvoeding en kultuur, moeilik is om deur middle van woorde vas te pen. Die gevolgtrekking wat dus gemaak kan word, is dat kwaliteit "dít is wat die kliënt se verwagtings oorskry, of ten minste ewenaar" .

In die lig van die doel met hierdie studie, is dit dus belangrik dat 'n akademiese departement van 'n universiteit weet wat die behoeftes en verwagtings van sy studente is. Die woord "weet" spreek boekdele. Die dienslewende party kan nie bekostig om op sy eie persepsie van die kliënte se behoeftes en verwagtings staat te maak ten einde die vereiste kwaliteit van dienslewering te bepaal nie. Die vereistes moet deur die studente self neergelê word. So word die verskeidenheid van persepsies van kwaliteit aangespreek en misverstande omtrent die studente se verwagtings beperk. Slegs diens wat hiervolgens aan die studente se vereistes voldoen, kan as gehalte diens gereken word.

2.2.2 Kliëntediens

Vir die doeleindes van hierdie studie kan kliëntediens gesien word as die proses van dienslewering aan kliënte waar die oorkoepelende mikpunt gelukkige en tevrede kliënte is "that keep coming back for more". Desrochers (1989) het daarop gewys dat dit beteken dat 'n organisasie sy kliënte moet ken en kan antisipeer wat hulle gelukkig sal maak.

2.2.2.1 Die kenmerke van kliëntediens

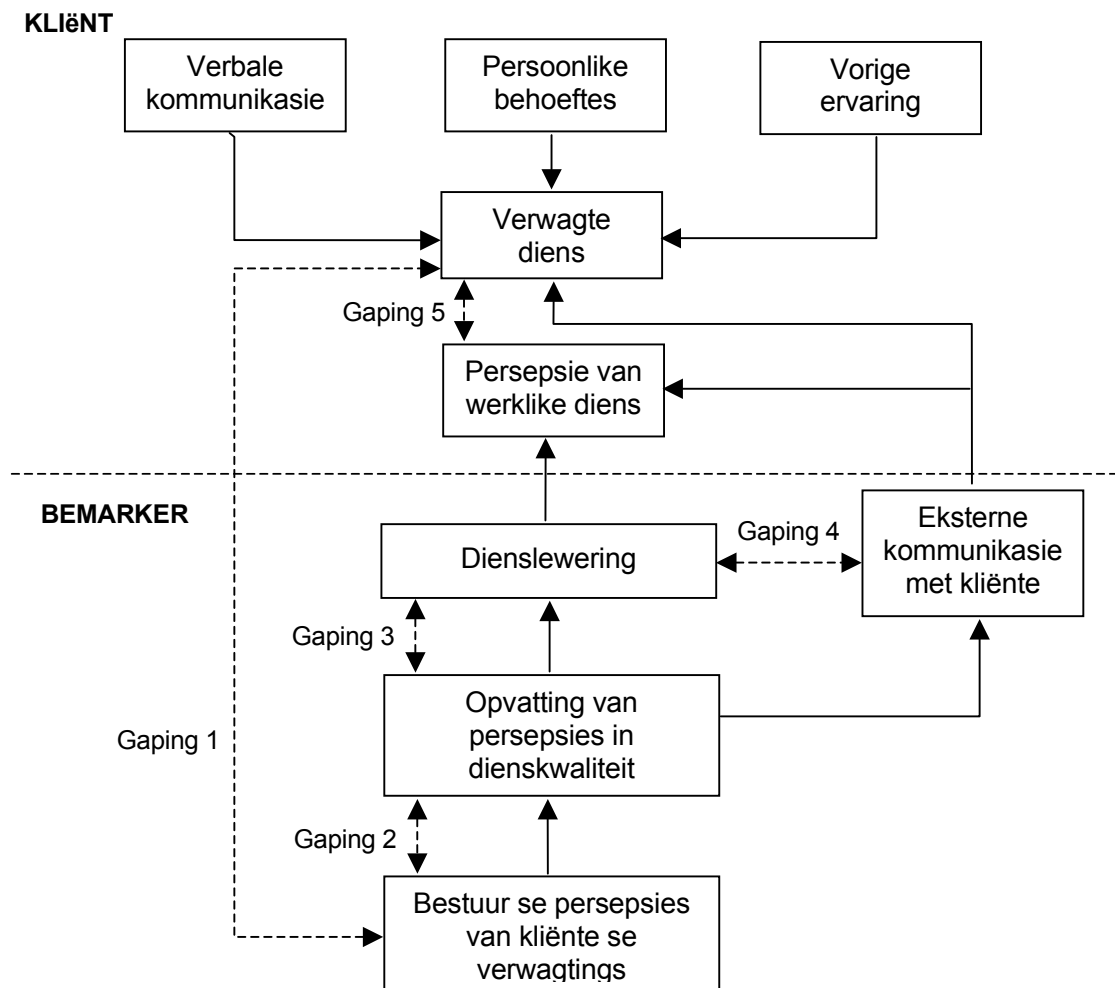
Om te weet wat gedoen moet word om kwaliteit by dienslewering te voeg, is dit belangrik om eers te verstaan wat diens is. Volgens Albrecht en Zemke (Albrecht, Grasing & Zemke, 1988:65) word die volgende kenmerke met diens in die algemeen geassosieer:

- 'n Diens kom tot stand die oomblik wat dit gelewer word - dit kan nie vooraf geskep en in gereedheid gehou word totdat dit benodig word nie.
- 'n Diens kan nie altyd op 'n sentrale punt gelewer, geïnspekteer of gebêre word nie. Dit word gewoonlik gelewer waar die kliënt dit benodig, deur mense wat op die oomblik van lewering buite die direkte invloed van bestuur is.
- Die produk kan gewoonlik nie gedemonstreer word nie en 'n monster daarvan kan nie aan 'n kliënt gestuur word nie. Verskeie voorbeelde kan wel aan die kliënt voorgelê word.
- Diens is ontasbaar, aangesien dit eerder na werksverrigting verwys as na fisiese objekte. Daar kan dus nie spesifikasies neergelê word vir die lewering van diens wat te alle tye 'n spesifieke vlak van kwaliteit aan die eindresultaat sal verleen nie. Meestal kan diens nie getel, gemeet of getoets word nie en firmas vind dit moeilik om te weet hoe kliënte hul diens ervaar (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985:42). Die waarde en kwaliteit van die diens word bepaal deur die persoonlike ervaring daarvan deur die kliënt, wat weer dui op die subjektiwiteit van kwaliteit.
- Die kliënt besit baiekeer nie iets tasbaars as bewys dat die diens suksesvol gelewer is nie - die waarde en kwaliteit van die diens hang af van die kliënt se persoonlike ervaring daarvan. Hierdie ervaring kan nie verkoop of oorgedra word aan 'n derde party nie.

- Wanneer 'n diens nie bevredigend gelewer word nie, kan dit nie ongedaan gemaak word nie. Indien die diens nie herhaal kan word nie, is herstelwerk en 'n verskoning deur die leweringsmaatskappy die enigste manier om te vergoed vir die swak diens.
- In situasies waar 'n tasbare produk ter sprake is, moet die kliënt selfs nog voor produksie seker wees dat hy/sy 'n kwaliteit produk gaan ontvang.
- Die lewering van 'n diens behels gewoonlik 'n mate van menslike interaksie tussen die kliënt en die persoon wat die diens verkoop.
- Die kliënt se verwagtings het 'n groot invloed op sy/haar tevredenheid met die resultaat van die diens, aangesien die kwaliteit van die diens subjektief is. Dit kan gebeur dat die diens nie te swak was nie, maar dat die kliënt se verwagting te hoog was.
- Met hoe meer mense die kliënt moet onderhandel voordat hy/sy by die lewering van die diens kan uitkom, hoe kleiner word die moontlikheid dat die kliënt tevrede sal wees met die diens wat hy/sy ontvang het.
- Diens is ongelyksoortig. Die uitvoering van 'n spesifieke diens varieer van produsent tot produsent, van kliënt tot kliënt en van dag tot dag. Daar moet ook in gedagte gehou word dat die goeie intensies van 'n organisasie ten opsigte van sy kliënte nie altyd deur sy werknemers verwesenlik word nie. Die kliënt mag dus nie ontvang wat die organisasie beoog om te gee nie (Parasuraman et al, 1985:42).
- Produksie en dienste is soms onskeibaar. Waar 'n diens uit suiwer werkverrigting bestaan, moet kwaliteit gedurende dienslewering daargestel word. In sulke situasies vind daar gewoonlik interaksie plaas tussen die kliënt en die diensmaatskappy. Dit kan veroorsaak dat die diensmaatskappy beperkte beheer oor die kwaliteit van

diens het. 'n Dokter is byvoorbeeld afhanklik van die beskrywing wat die pasiënt van sy simptome gee, terwyl 'n haarkapper weer afhanklik is van die beskrywing wat die kliënt van 'n verlangde haarstyl gee. In gevalle waar diens die verkoop van 'n produk insluit, is die produk en diens onskeibaar in die sin dat die produk, sowel as die diens wat gelewer word om die produk aan die publiek beskikbaar te stel, van goeie kwaliteit moet wees. Die organisasie wat die diens lewer het nie altyd beheer oor die kwaliteit van produksie nie en andersom (Parasuraman et al, 1985:42).

2.2.2.2 'n Konseptuele Model van Kliëntediens



Figuur 2.1: Konseptuele model van kliëntediens

Zeithaml, Berry en Parasuraman (1988:36) stel kliëntediens voor as 'n konseptuele model, soos in Figuur 2.1 vervat.

Een van die belangrikste aspekte van hierdie model, naamlik die gapings in dienskwaliteit, word vervolgens bespreek, aangesien dit baie van die probleme aanspreek wat in die proses van dienslewering ondervind word.

2.2.2.3 Die gapings in dienskwaliteit

Enkele aspekte van voorgenoemde model word vervolgens bespreek, naamlik die gapings wat deur Zeithaml et al (1988:35) geïdentifiseer is. Dit is teenwoordig by die dienslewerende party en is die volgende:

- **Gaping 1:** Die verskil tussen die kliënt se verwagtings en bestuur se persepsies daarvan.
- **Gaping 2:** Die verskil tussen bestuur se persepsies van kliënte se verwagtings en die spesifikasies van dienskwaliteit.
- **Gaping 3:** Die verskil tussen die spesifikasies van dienskwaliteit en die diens wat in werklikheid gelewer word.
- **Gaping 4:** Die verskil tussen dienslewering en die inligting wat aan die kliënte oorgedra word omtrent die diens.

a) Gaping 1 - Die verskil tussen die kliënt se verwagtings en bestuur se persepsies daarvan

Daar bestaan 'n verskil tussen die kliënt se verwagtings en bestuur se persepsies daarvan, omdat daar baie min duidelik gedefinieerde en tasbare aanduidings van kwaliteit diens bestaan. Volgens Gronroos (1982) en Zeithaml (1981) in Zeithaml et al (1988:37) is hierdie verskil

aansienlik groter in suiwer diensorganisasies soos universiteite, as in ondernemings wat tasbare produkte lewer. Gevolglik is die grootte van die verskil 'n funksie van oriëntasie tot marknavorsing, opwaartse kommunikasie en vlakke van bestuur. Hierdie invloede op gaping 1 word hieronder verder toegelig.

i) Oriëntasie tot marknavorsing

Diensorganisasies is ongelukkig geneig om minder marknavorsing te doen as organisasies wat tasbare produkte produseer (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1983). Hulle lê ook minder klem op bemerking in die algemeen. Die rede vir bogenoemde is blykbaar dat diensondernemings glo dat die operasionele komponent van die organisasie belangriker is. Hulle onderskat die belangrikheid van hul kliënte en skeep hul pogings om die kliënt se behoeftes en verwagtings te verstaan af. Ander foute wat gemaak word en wat verband hou met marknavorsing, is die gebruik van die data verkry uit die navorsing (dit verwys na die lees, begrip en toepassing daarvan deur bestuur), asook die mate waartoe navorsing op dienskwaliteit fokus.

Die oriëntasie tot marknavorsing word ook beïnvloed deur die mate van interaksie tussen topbestuur en die kliënte. Afhangende van die grootte van 'n klas, asook die wyse van onderrig, kan dosering nie altyd gesien word as interaksie tussen die dosent en sy studente nie. Sommige klasse is so groot dat die dosent nie eers die helfte se name ken nie. As gevolg van tydbeperkings en vol leerplanne, is dit nie altyd moontlik om insette vanaf studente te kry nie. Dit gebeur dus maklik dat die dosent en student vreemd bly vir mekaar, alhoewel hulle 'n paar keer 'n week kontak het. Die positiewe kant van die saak, is dat elke dosent spesifieke spreektye het wat spesifiek geskeduleer is vir interaksie tussen die dosent en sy/haar studente. Dit is egter die studente se keuse om daarvan gebruik te maak of nie.

ii) **Opwaartse kommunikasie**

Die tipes en hoeveelheid inligting wat deur kliënte-kontakpersoneel aan topbestuur oorgedra word is baie belangrik, aangesien kontakpersoneel 'n akkurate bron van inligting is wanneer dit by die behoeftes en verwagtings van kliënte kom. Die inligting kan formeel of informeel oorgedra word. Formele inligting sal tipies bestaan uit verslae oor probleme en uitsonderings in dienslewering en prestasie van die kontakpersoneel, asook finansiële inligting wat as aanduiding kan dien van prestasie in dienslewering. Inligting word informeel oorgedra deur gesprekvoering tussen kontakpersoneel en bestuur.

Die kwaliteit of effektiwiteit van kommunikasie is van kardinale belang en word bepaal deur die medium waardeur dit geskied. Aangesig-tot-aangesig kommunikasie is byvoorbeeld die aangewese opsie wanneer die inligting ter sprake dubbelsinnig is of moeilik is om oor te dra en/of wanneer die partye betrokke in die gesprek verskillende agtergronde of opinies het. In diensorganisasies is bogenoemde gewoonlik waar en aangesig-tot-aangesig kontak word aanbeveel.

Aan die hand van bogenoemde kan dus gesê word dat drie veranderlikes die effektiwiteit van inligting beïnvloed naamlik die mate waartoe kontakpersoneel en bestuur kommunikeer; die mate waartoe bestuur die insette van kontakpersoneel aanmoedig en verwelkom; en die kwaliteit van kontak tussen bestuur en personeel.

In 'n universiteitsopset, sal die onderskeie departemente die party uitmaak wat terugrapporteer, aangesien hulle in direkte kontak met die studente is en 'n goeie idee sal hê van die behoeftes en verwagtings van hul studente. Die beheerliggaam van die universiteit moet moeite doen om kwaliteit inligting omtrent die studente by die departemente te verkry en dit dan sinvol in die stelsel implementeer.

iii) Vlakke van bestuur

Die aantal vlakke van bestuur tussen die kontakpersoneel en topbestuur beïnvloed die verskil tussen verwagtings van die kliënte en die organisasie se persepsie daarvan - hoe meer vlakke, hoe groter die gaping of verskil. Baie bestuursvlakke het 'n stremmende uitwerking op kommunikasie en begrip in die organisasie.

Indien 'n departement se inligting eers deur tien bestuursvlakke gestuur moet word voordat dit by die topbestuur van die universiteit uitkom, sal dit 'n wonderwerk wees as topbestuur die inligting interpreteer soos wat die departement dit in die eerste plek bedoel het.

b) *Gaping 2 - Die verskil tussen bestuur se persepsie van kliënte se verwagtings en die spesifikasies vir dienskwaliteit*

Hierdie gaping kan veroorsaak word deur faktore soos beperkte hulpbronne, 'n korttermyn oriëntasie tot wins, omstandighede in die mark of 'n onverskillige bestuurskorps. Gaping 2 is 'n funksie van bestuur se verbintenis tot dienskwaliteit, doelwitstelling, taakstandaardisasie en die persepsie van uitvoerbaarheid. Daar word vervolgens op hierdie faktore uitgebrei:

i) *Bestuur se verbintenis tot dienskwaliteit*

Dit is geen kuns om die bestuur van 'n organisasie sover te kry om 'n plegtige verbintenis tot kostebesparings of korttermyn winsdoelwitte te maak nie. Die redes hiervoor is dat die resultate van sulke oogmerke maklik gemeet word en onmiddellike finansiële voordeel inhou. Kwaliteit kliëntediens is egter nie 'n kitsresep vir 'n vroeë aftrede nie en sommige mense wonder selfs of dit enigsins vrugte afwerp. Dit word voorafgegaan deur 'n tydsame saaiproses voordat die organisasie die voordele daarvan kan maai. Vir meeste is kliëntediens 'n abstrakte begrip wat nie so direk op finansiële voordeel dui as woorde soos

"kostebesparing", "meer wins" of "produkverbetering" nie. 'n Algehele verbintenis tot kwaliteit kliëntediens is dus 'n skaars kommoditeit en 'n oorsaak van hierdie gaping.

Die mate waartoe 'n bestuurskorps bereid is om homself tot kliëntetevredenheid te verbind, hang af van die hulpbronne beskikbaar vir kwaliteit dienslewering, die bestaan van 'n interne kwaliteitprogram en die sekerheid wat bestuur het dat hul pogings om dienslewering te verbeter, binne die organisasie erken en beloon sal word.

ii) Doelwitstelling

Verskeie navorsers soos Ivancevich en McMahon (1982), Latham en Locke (1979) en Sherwin (1976) het gevind dat formele doelwitstelling 'n positiewe invloed het op die organisasie se prestasie, die individu se doelwitbereiking, asook op algemene beheer in die onderneming.

Doelwitstelling in terme van kliëntediens vereis dat dienskwaliteit daardeur gedefinieer sal word en wel op so 'n wyse dat die werknemers presies sal weet wat bestuur aan die kliënte wil lewer. 'n Formele kwaliteitprogram wat standarde bevat waarvolgens dienslewering gemeet kan word, kan geïmplementeer word om gaping 2 te verklein.

iii) Taakstandaardisasie

Om standaardisasie toe te pas op take wat verskil van kliënt tot kliënt is baie moeilik, maar vir roetine take kan spesifieke standarde, reëls en prosedures neergelê word. Indien 'n taak nie gestandaardiseer kan word nie, kan sekere aspekte daarvan uitgesonder en gestandaardiseer word. Alhoewel 'n dokter byvoorbeeld nie presies ewe veel tyd aan elke pasiënt bestee en dieselfde siektes by elk behandel nie, is die wyse waarop alle pasiënte 'n afspraak maak, hul koors en bloeddruk gemeet word en hul rekeninge hanteer word, basies dieselfde. Volgens Levitt (1976) in Zeithaml et al (1988:40) kan taakstandaardisasie drie vorme aanneem naamlik:

- Substitusie van harde tegnologie (byvoorbeeld outomatiese tellers) vir persoonlike kontak;
- Verbetering van werksmetodes (sagte tegnologie); en
- Kombinasie van bogenoemde twee metodes.

Taakstandaardisasie is 'n metode om gaping 2 te verklein.

Dosering kan tot 'n groot mate gestandaardiseer word, alhoewel daar ruimte gelaat moet word vir verskillende benaderings ten opsigte van verskillende tipes leerinhoud. By die Universiteit van Pretoria word opleiding aan dosente verskaf waartydens spesifieke prosedures en metodes neergelê word vir die roetinetake verbonde aan dosering. Van tyd tot tyd word studente die geleentheid gegee om hul dosente te evalueer en met voorstelle te kom wat die oordrag van inligting moontlik meer effektief kan maak.

iii) Persepsie van uitvoerbaarheid

Die mate waartoe bestuurders glo dat dit moontlik is om aan die verwagtings van hul kliënte te voldoen, beïnvloed die grootte van gaping 2. Hoe meer onbereikbaar die eise wat kliënte stel in die oë van bestuur, hoe groter sal die gaping wees. Bestuur se persepsie word beïnvloed deur die bekwaamheid en sisteme van die organisasie om aan die spesifikasies te voldoen, asook die mate waartoe bestuur glo dat die organisasie ekonomies in staat is om aan die eise te voldoen.

c) *Gaping 3 - Die verskil tussen die spesifikasies vir dienskwaliteit en die werklike diens wat gelewer word*

Daar word ook na hierdie gaping verwys as die diensprestasië gaping en kom voor wanneer werknemers onwillig is, of nie in staat is om te voldoen aan hul kliënte se vereistes nie. Gaping 3 is 'n funksie van spanwerk, die passing tussen werknemers en die poste waarin hulle

geplaas is, die passing tussen take en die tegnologie daarvoor gebruik, waargenome beheer, rolkonflik en roldubbelsinnigheid. Hierdie veranderlikes word vervolgens bespreek.

i) Spanwerk

Spanwerk is die fokuspunt van dienskwaliteit programme in organisasies wat bekend is vir hul uitstaande kliëntediens. Die werknemers werk saam in groepe en bereik hul doelwitte deurdat elke lid toegelaat word om deel te hê aan die besluite wat geneem word, asook die sukses wat die groep bereik.

Faktore wat van belang is in spanwerk is die mate waartoe werknemers mekaar as kliënte beskou, die mate waartoe werknemers voel dat bestuur vir hulle omgee, die mate waartoe werknemers voel dat hulle eerder saamwerk as kompeteer en die mate waartoe werknemers persoonlik betrokke voel by die werksaamhede.

ii) Passing tussen werknemers en die poste wat hulle beklee

Aangesien kontakposte gewoonlik op die laer vlakke in die poshiërargie voorkom, beskik die posbekteërs van sodanige poste gewoonlik oor die minste opleiding en word hulle ook die swakste betaal van almal in die organisasie. Dit het tot gevolg dat hulle gewoonlik nie beskik oor die nodige taal-, interpersoonlike en ander vaardighede wat van hulle vereis word nie. Voorbeelde van sulke werknemers is telefoon operateurs of tegniese personeel wat herstelwerk aan kliënte se toerusting moet doen. Hierdie probleem kan voorkom word deur meer aandag te skenk aan die aanstelling van personeel en te sorg dat posbekteërs voldoen aan die vereistes wat hul poste aan hulle stel.

iii) Passing tussen take en tegnologie

Toepaslike en betroubare tegnologie is 'n vereiste vir kwaliteit dienslewering. Organisasies moet daarop let om hul tegnologie gereeld op

te dateer, die regte toerusting vir die regte doel te gebruik en te sorg dat hul toerusting altyd in werkende toestand is.

iv) **Waargenome beheer**

'n Individu se reaksie op 'n stresvolle situasie sal afhang van die mate van beheer wat die individu oor die situasie het. In Zeithaml et al (1988:42) word drie vorms van beheer voorgelê wat deur Averill (1973) vasgestel is:

- **Gedragbeheer:** dit is die vermoë om gedrag te openbaar wat gevaarlike situasies kan beïnvloed;
- **Kognitiewe beheer:** dit verwys na die vermoë van 'n persoon om spanning te verminder deur die manier waarop daardie persoon inligting verwerk; en
- **Beheer oor besluitneming:** 'n persoon het beheer oor besluitneming indien verskeie opsies beskikbaar is en die uitkoms van die betrokke situasie sodoende gemanipuleer kan word.

Die gevolgtrekking wat gemaak word, is dat werknemers wat voel dat hulle in beheer is van die situasies wat in hul werkslewe opduik, minder stres ervaar as diegene wat voel dat die situasies buite beheer is. Laer stresvlakke het beter prestasie tot gevolg. Wat dienslewering betref, word beheer verhoog en prestasie verbeter indien werknemers buigsaam kan optree in verskillende situasies, eerder as om verplig te word om dieselfde prosedures in elke situasie te volg. 'n Organisasie se reëls, prosedures en kultuur kan 'n stremmende uitwerking op dienslewering hê, aangesien dit kontakpersoneel van hul buigsaamheid kan ontnem en dus hul beheer oor hul werk kan verminder. 'n Verdere struikelblok is dat kontakpersoneel se outoriteit so min is, dat hulle amper niks vir kliënte kan doen sonder om eers goedkeuring elders in die organisasie te verkry nie. Al hierdie omstandighede ry

kwaliteit dienslewering in die wiede en is frustrerend vir die kliënt sowel as die kontakpersoon betrokke.

v) Toesighoudende beheerstelsels

Toesighoudende beheerstelsels word gebruik om die prestasie van kontakpersoneel te bepaal in gevalle waar prestasie gemeet word aan uitsette byvoorbeeld die hoeveelheid verkope per week. Hierdie metode is egter nie toepaslik vir uitsette wat nie tasbaar is nie byvoorbeeld vriendelikheid.

vi) Rolkonflik

Elke werknemer in 'n organisasie moet 'n sekere rol vertolk wat met sy/haar pos geassosieer word. Elke se rol bestaan uit sekere gedragsvorme en aktiwiteite wat bepaal word deur die verwagtings en vereistes van topbestuur, toesighouers en kliënte. Wanneer die vereistes wat aan 'n werknemer gestel word onversoenbaar is met mekaar, of te veeleisend is, ervaar so 'n werknemer rolkonflik.

Kontakpersoneel dien as middelman tussen die organisasie en sy kliënte. Daar word van die kontakpersoneel verwag om die organisasie, sowel as die kliënte gelukkig te hou en indien die verwagtings van die kliënte onversoenbaar is met dié van die organisasie sal die kontakpersoneel rolkonflik ervaar. Soms skep bestuur rolkonflik vir werknemers deur die plasing van struikelblokke binne die organisasie soos byvoorbeeld onnodige papierwerk wat soveel tyd opneem dat dit effektiewe kliëntediens in die wiede ry.

Psigologiese ongemak, afnames in werkstevredenheid en prestasie en verhoogde afwesigheid en personeelomset is die gevolge van rolkonflik. Rolkonflik vergroot dus gaping 3. Die gaping kan egter verklein word deur kompensasie wat aan kwaliteit dienslewering gekoppel word.

vii) Roldubbelsinnigheid

Roldubbelsinnigheid word veroorsaak deur 'n tekort aan die nodige inligting om 'n pos suksesvol te beklee. 'n Werknemer kan byvoorbeeld onseker wees oor wat die verwagtings van bestuur of toesighouers is en hoe om daaraan te voldoen of die werknemer kan onseker wees oor hoe bestuur sy/haar prestasie gaan evalueer of beloon.

Kontakpersone se gevoelens van roldubbelsinnigheid word beïnvloed deur die gereeldheid, kwaliteit en akkuraatheid van afwaartse kommunikasie. Afwaartse kommunikasie behels die beïnvloeding van en rigtinggewing aan personeel deur bestuur. Om roldubbelsinnigheid te verminder, moet hierdie kommunikasie gereeld plaasvind en die inligting wat oorgedra word moet ondubbelsinnig wees. Opleiding kan ook verskaf word wat die kontakpersoon help om kliënte suksesvol te hanteer. Kommunikasie- en luistervaardighede moet deur kontakpersoneel aangeleer word, om sodoende roldubbelsinnigheid uit die weg te ruim.

d) *Gaping 4 - Die verskil tussen dienslewering en eksterne kommunikasie*

Eksterne kommunikasie verwys na die inligting wat deur die media ens. oorgedra word en die verwagtings van kliënte beïnvloed. Die grootte van die vierde en laaste gaping, word beïnvloed deur horisontale kommunikasie en die geneigdheid om meer te belowe as wat gelewer kan word. Die wyses waarop hierdie twee faktore gaping 4 beïnvloed word vervolgens bespreek:

i) *Horisontale kommunikasie*

Horisontale kommunikasie vind plaas binne en tussen die departemente van 'n organisasie met die doel om die mense en departemente sodanig te koördineer dat die oorkoepelende doelwitte

van die organisasie bereik word. Dit is 'n belangrike inset tot die lewering van kwaliteit diens.

'n Belangrike voorbeeld van horisontale kommunikasie is die interaksie wat plaasvind tussen die kontakpersoneel en die bemarkingsdepartement. Laasgenoemde gee kliënte 'n idee van wat die kontakpersoneel kan lewer. Indien doeltreffende en akkurate kommunikasie nie tussen die twee partye plaasvind nie, mag dit gebeur dat die kontakpersoneel nie in staat gaan wees om aan die verwagtings te voldoen wat die bemarkingsdepartement by die kliënte geskep het nie. Verkoopspersoneel is geneig om meer te belowe as wat gelewer kan word deur die kontakpersoneel. Dit het tot gevolg dat die gaping vergroot.

Diensorganisasies wat nie adverteer nie, benodig ook goeie horisontale kommunikasie - veral tussen die mense wat die diens verskaf en diegene wat die diens verkoop. 'n Probleem in hierdie verband word veral gevind by organisasies wat uit 'n aantal takke bestaan. Indien outonomie aan die bestuurders van die verskillende takke verleen word ten opsigte van beleid en prosedures, is die kans baie goed dat die verskillende takke nie dieselfde vlak van dienskwaliteit sal handhaaf nie en hierdie verskynsel vergroot dus die gaping.

ii) Geneigdheid om beloftes te oordryf

Die toenemende intensiteit van kompetisie in die besigheidsektor, plaas druk op ondernemings om hul markaandeel te vergroot en daardeur die kompetisie te klop. Hoe groter hierdie druk op 'n organisasie om nuwe kliënte te lok en hoe meer die organisasie 'n norm in die mark waarneem om beloftes te oordryf, hoe groter sal die spesifieke organisasie se geneigdheid wees om aan die norm te konformeer. Sodoende word gaping 4 weereens vergroot.

2.2.2.4 Voortreflikheid van diens

Noudat dit duidelik is wat kwaliteit en diens behels, is dit nodig dat hierdie twee begrippe saamgevoeg word - nie net op papier nie, maar ook in die praktyk. 'n Organisasie se doel moenie net wees om probleme uit te stryk nie, maar om produkte en 'n beleid daar te stel wat probleme sal voorkom en kliënte sal aantrek: om een rede, naamlik voortreflike kliëntediens.

Voortreflike kliëntediens is 'n vlak van dienskwaliteit wat, in vergelyking met die van mededingers, volgens die kliënte hoog genoeg is dat hulle bereid is om hoër pryse daarvoor te betaal. Dit besorg gewoonlik aan die organisasie 'n onnatuurlike groot markaandeel en stel hom in staat om 'n hoër winskoers as sy mededingers te handhaaf (Cottle, 1989).

Voortreflike diens behels onder andere die fisiese uitvoering van die volgende aktiwiteite:

- Lewering van 'n topkwaliteit produk/diens die eerste keer.... elke keer;
- Vinnige, doeltreffende en hoflike lewering van 'n produk/diens;
- Verskaffing van beste waarde vir geld; en
- Deurlopende, noue kontak met kliënte.

2.2.2.5 Determinante van dienskwaliteit

a) Betroubaarheid

'n Firma sal as betroubaar beskou word indien sy diens somer al die eerste keer bevredigend gelewer word en hy sy beloftes nakom. Betroubaarheid sluit ook die volgende aspekte in:

- Akkurate fakture;
- Korrekte rekordhouding; en
- Lewering van die diens op die ooreengekome tyd.

b) Responsiwiteit

Die werknemers van die organisasie moet gewillig en gereed wees om diens te lewer en tydigheid van diens is hier baie belangrik:

- Transaksiestrokies moet onmiddellik gepos word;
- Die kliënt moet so vinnig as moontlik teruggeskakel word, indien nodig; en
- Voorsiening van spoedige diens (byvoorbeeld om afspraak dadelik te reël).

c) Bekwaamheid

Die organisasie moet oor die nodige vaardighede en kennis beskik wat deur suksesvolle dienslewering in die veld vereis word. Dit sluit onder andere in:

- Kennis en vaardighede van die kontakpersoneel;
- Kennis en vaardighede van die operasionele ondersteuningspersoneel; en
- Vermoë van die onderneming om navorsing te doen.

d) Toeganklikheid

Dit moet maklik wees om met die firma kontak te maak. Dit behels die volgende:

- Dit moet maklik wees om telefonies met die firma in verbinding te tree (byvoorbeeld lyne moenie te besig wees nie en kliënte moet, indien moontlik, nie op "hold" geplaas word nie);

- Die tyd wat 'n kliënt wag om bedien te word moet binne redelike perke gehou word en, indien moontlik, uitgeskakel word;
- Besigheidsure moet die kliënte akkomodeer. By sommige takke van Capital Motors bly die werksinkels byvoorbeeld tot tien uur in die aand oop. Kliënte word dus genoeg geleentheid gegee om hul motors te kom haal en hoef nie 'n werksdag daarvoor kort te knip nie; en
- Die ligging van die besigheid moet sentraal wees, asook maklik en veilig bereikbaar.

Daar is 'n verdere aspek van toeganklikheid wat vereis dat werknemers 'n oop houding teenoor die kliënte moet openbaar. Die kliënte moet bewus wees van die firma se opregte empatie en ondersteuning.

e) Hoflikheid

Beleefdheid, respek, konsiderasie en vriendelikheid is alles deel hiervan. Hierdie eienskappe moet deur almal openbaar word wat enigsins in aanraking kom met die kliënte. Van sodanige werknemers word die volgende ook verwag:

- om die kliënt se eiendom te konsidereer (byvoorbeeld om nie met modderige skoene op die kliënt se mat te loop nie); en
- 'n indruk van higiëne en netheid by die publiek te skep.

f) Kommunikasie

Kliënte moet verbaal, in 'n taal wat hulle kan verstaan, ophoogte gehou word van enige sake wat hulle aangaan. Dit kan beteken dat 'n organisasie sy taal, asook taalgebruik moet aanpas by uiteenlopendheid van sy kliëntespektrum. Sommige kliënte is gesofistikeerd en beskik oor 'n hoë opvoedingspeil, terwyl die teenoorgestelde waar is vir ander kliënte en daar word van die onderneming verwag om dien ooreenkomstig die

betrokke situasie op te tree. Daar moet ook na die kliënt geluister word. Die volgende aspekte kan in gedagte gehou word wanneer dit by kommunikasie kom:

- Die diens self moet verduidelik word;
- Die koste van die diens moet verduidelik word;
- Die "trade-offs" tussen diens en koste moet toegelig word; en
- Die kliënt moet daarvan verseker word dat aandag aan hul klagtes geskenk word en dat oplossings vir probleme gesoek word.

g) Geloofwaardigheid

Eerlikheid en opregtheid word hoog op prys gestel deur kliënte. Hulle wil verseker wees dat die organisasie wat hulle ondersteun regtig sy kliënte se belange op die hart dra. Faktore wat tot geloofwaardigheid bydrae is die volgende:

- Organisasie se naam;
- Organisasie se reputasie;
- Persoonlike karaktereienskappe van die kontakpersoneel; en
- Die mate waartoe "hard sell" teenwoordig is in die interaksies met kliënte.

h) Sekuriteit

Sekuriteit is die afwesigheid van gevaar, risiko en twyfel en behels die volgende:

- Fisiese veiligheid (geen vrees om byvoorbeeld aangeval te word in die parkeerterrein van 'n koopsentrum nie);
- Finansiële sekuriteit ; en

- Vertroulikheid (die kliënt twyfel nie dat al sy transaksies deur die onderneming betrokke as streng privaat en vertroulik beskou word nie).

i) Empatie

Begrip vir en kennis omtrent die kliënt is nie 'n opsie nie - dit moet absoluut teenwoordig wees. 'n Organisasie wat ernstig is oor sy kliënte moet poog om hul behoeftes te verstaan deur die volgende aksies:

- Die kliënt se spesifieke vereistes te wete te kom;
- Individuele aandag aan kliënte te skenk; en
- Bewus te wees van die gereelde kliënte.

j) Tasbaarhede

Hier word verwys na die tasbare bewyse dat diens van uitnemende gehalte gelewer is en sluit die volgende aspekte in:

- Fisiese fasiliteite;
- Voorkoms van personeel;
- Gereedskap en toerusting gebruik om die diens te lewer;
- Fisiese aanbieding van die diens wat gelewer is, byvoorbeeld 'n plastiese kredietkaart of 'n bankstaat; en
- Ander kliënte in die diensfasiliteit.

2.2.2.6 Noodsaaklikhede vir die verbetering van diens

Die voorgenoemde lys van determinante is baie omslagtig en kan aansienlik verkort word, sodat dit slegs die nodigste veranderings wat aangebring kan word bevat, sonder dat resultate ingeboet word.

Berry, Zeithaml en Parasuraman (1990:1) het vyf van die bogenoemde determinante geïdentifiseer as die vernaamste dimensies waarvolgens kliënte die diens wat hulle ontvang evalueer. Dit sluit die volgende in:

- Tasbaarhede;
- Betroubaarheid;
- Responsiwiteit;
- Sekuriteit; en
- Empatie.

Die Bemerkingswetenskap Instituut van Cambridge, MA het ook die vier laasgenoemde dimensies as die belangrikste uitgewys in die Smart Workplace Practices Newsletter (1996).

2.3 DIE VESTIGING VAN 'N KLIËNTEDIENSKULTUUR

2.3.1 Inleiding

Nadat kwaliteit en diens saamgevoeg is, word dit in 'n kultuur omskep om dit sodoende deel te maak van die organisasie. Die term "kultuur" is 'n wye begrip en word gebruik omdat kliëntediens en die bestuur daarvan, nie deur een enkele program op standaard gebring en gehou kan word nie. Die vestiging van 'n kliëntedienskultuur behels 'n deurlopende proses deur die hele lewensiklus van die organisasie. Alle ondergeskiktes moet reg van die begin af presies weet wat voortreflike kliëntediens behels en wat topbestuur in hierdie verband van hulle verwag. Werknemers moet ook besef dat die verhouding met hul kliënte soos enige ander tipe verhouding is. Dit verg harde werk en moeite om die verhouding te bou en dit is 'n aaneenlopende proses sonder einde. As die prosesbeginsel nie verstaan word nie, is dit onmoontlik om so 'n kultuur te vestig.

Daar moet ook gepoog word om 'n sekere vlak van dienslewering deurlopend vol te hou, sodat elke ontmoeting aan dieselfde vlak van dienslewering voldoen. Sekere stappe kan geneem word om dieselfde vlak te handhaaf naamlik:

- Ontwerp en dokumenteer die presiese prosedures waarvolgens alle aspekte van die besigheid hanteer word;
- Versamel inligting vanaf kliënte om die vlak van tevredenheid te bepaal en voorstelle vir verbetering in te win;
- Doen navorsing omtrent verdere metodes wat gebruik kan word om kliëntediens prosedures te verbeter; en
- Maak seker dat klënte daarvan bewus is dat verbeteringe in diens nie toevallig plaasvind nie, maar dat dit toegeskryf moet word aan die daadwerklike pogings van die organisasie.

2.3.2 Die rol van waardes in kultuur

Die kultuur van 'n organisasie word bepaal deur waardes, aangesien dit die organisasie se bestaansredes voorstel en daarmee saam ook die bestaansontwerp. Blem (1995) tref 'n vergelyking tussen 'n organisasie en 'n familie. Die organisasie vervul die rol van 'n ouer deur om te sien na sy werknemers en aan hulle doelwitte, standarde asook opleiding te verskaf. Elke persoon in die organisasie, hoe gering sy/haar pos mag voorkom, het 'n mate van verantwoordelikheid teenoor die produkte en dienste in daardie onderneming ter sprake. Die manier waarop elke werknemer se take uitgevoer word, onderskei die betrokke organisasie van sy mededingers.

2.3.3 Tipes waardes

Kulturele waardes word in twee komponente verdeel naamlik formele en informele waardes. Formele waardes word in die maatskappy se missie, doelstellings, strategieë en beleid vervat. Informele waardes word weer ontwikkel oor tyd en is 'n maatstaf van 'n maatskappy se ware intensies. Laasgenoemde waardes word bepaal deur die vlak en kwaliteit van bestuursbetrokkenheid, asook die kundigheid van die maatskappy. Daar is gevind dat die kulturele waardes van suksesvolle organisasies konsekwent is met hul verbintenis tot kliënte-tevredenheid.

Die formele waardes van 'n maatskappy verwys ook na sy kulturele ideale wat onder andere groei, kliënte-lojaliteit en –tevredenheid en winsgewendheid insluit. Deur na hierdie formele waardes te kyk, kan die werknemers, kliënte, verskaffers en aandeelhouers sien waarin die maatskappy glo en wat vir hom belangrik is. Die waardes vorm dan 'n raamwerk waarbinne belangrike besluite geneem word.

Kliënte-tevredenheid word as die belangrikste waarde beskou. Maar hoekom lewer meeste organisasies dan steeds swak diens? Omdat hierdie waarde eers in 'n maatskappy se waardestelsel opgeneem moet word, deurdat dit goed en duidelik gekommunikeer word. Elke werknemer moet die absolute nodigheid daarvan beseft en 'n ingesteldheid teenoor die kliënte ontwikkel. Dit is weereens duidelik dat hierdie proses by topbestuur begin.

2.3.4 Ontwikkeling van 'n kultuurbewustheid

Daar is geen manier om 'n organisasie se kultuur te verander sonder 'n absolute verbintenis deur bestuur aan 'n gemeenskaplike doel vir alle werknemers nie. Hierdie gemeenskaplike doel is natuurlik die maksimering van kliënte-tevredenheid. Die taak van bestuur in die bereiking van hierdie doel is die selektering, motivering, vergoeding en

vereniging van goeie werknemers. Ongelukkig word hierdie taak deur bestuurders in Suid-Afrika afgeskeep en ons pluk die vrugte daarvan.

Die gebruik van mensevaardighede is baie belangrik as dit kom by die bou van 'n kultuur en die proses bestaan uit drie stadiums, naamlik die verkryging van verbintenis, beloning van bekwaamheid en die handhawing van konsekwentheid.

Werknemers moet hulself uit vrye wil verbind aan 'n gemeenskaplike filosofie en doel. Bestuur moet sensitief, maar entoesiasties wees in hul oorreding en aanmoediging om hierdie organisasiedoelwit te ondersteun. Werknemers moet in so 'n mate aan kliëntetevredenheid verbind wees dat dat 'n nuwe werknemer wat nie vinnig in hierdie opsig konformeer nie, opsigtelik sal wees. Verder moet die foute wat deur werknemers gemaak word, as 'n geleentheid gesien word om te leer en nie 'n geleentheid om straf uit te deel nie.

'n Verdere taak wat aan bestuur toegeken word, is om werknemers se bekwaamheid om voortreflike diens te lewer, te ontwikkel en te beloon. Dit kan gedoen word deur op een of twee vaardighede op 'n slag te fokus en monetêre beloning is nie 'n vereiste nie - dit kan simbolies ook geskied.

Uit bogenoemde blyk spanwerk 'n belangrike inset tot 'n suksesvolle kliëntedienskultuur te wees. Volgens Berry et al (1990:6) kan spanbou nie aan toeval oorgelaat word nie. Dit verg gereelde kontak en kommunikasie tussen spanlede; spanleierskap, rigting en doelwitte en maatstawwe en belonings ten opsigte van spanprestasies. Spanwerk snoer 'n organisasie saam in 'n onverdeelde geheel wat in een spesifieke rigting beweeg, na spesifieke doelwitte streef en dit boonop bereik.

2.3.5 Kenmerke van 'n kliëntedienskultuur

Organisasies wat daarin geslaag het om 'n kliëntedienskultuur te vestig, beskik almal oor spesifieke kenmerke:

- Daar is 'n duidelike, deurlopende visie/konsep van wat voortreflike diens is (Brown, Martenfeld & Gould, 1990:28).
- Daar is kliëntgeoriënteerde kontakpersone en elke werknemer wat nie direk met kliëntediens gemoeid is nie, ondersteun iemand wat wel is.
- Daar is ingeboude kliënte-vriendelike stelsels. Hierdie stelsels is nie daar vir die gemak van die organisasie nie, maar vir die gemak van die kliënt.
- Voortreflike dienslewering is 'n langtermyn verbintenis deur die organisasie in sy totaliteit - vanaf die hoogste tot die laagste posisie.
- Die gevestigde kultuur dien as 'n ondersteuningstelsel wat werknemers help om beter diens te lewer.
- Voortreflike dienskwaliteit word eers daargestel en dan volg die bemerking daarvan (Brown, Martenfeld & Gould, 1990).
- Hoë standaarde word gestel deur sodanige ondernemings. Die rede hiervoor is dat meeste organisasies se prestasie nie voldoen aan die verwagtings van kliënte nie. Die stel van hoë standaarde en uitdagende doelwitte verseker dat prestasie nie teleurstellend is nie.
- Geld en energie word nie suinig bestee aan die identifisering van kliënte se behoeftes nie. Alle werknemers word betrek hierby deurdat hulle aangemoedig word om uit te vind wat hul kliënte wil hê.
- Advertensies en die beloftes wat deur werknemers gemaak word, word gemonitor, aangesien hierdie organisasies verkies om minder

te belowe en meer te lewer. Hulle wil aan kliënte, sowel as aan hul werknemers bewys dat hulle bedoel wat hulle sê (Blem, 1990:21).

2.4 SAMEVATTING

Dit is duidelik dat kwaliteit nie vanselfsprekend deel vorm van dienslewering nie, maar dat dit met moeite en doelgerigte aksieplanne geïmplementeer en op die verlangde standaard gehou moet word. Dit wil voorkom of die afwesigheid van hierdie poging tot kwaliteit dienslewering hoofsaaklik toegeskryf kan word aan die feit dat die bekleërs van sleutelposisies in organisasies nie die waarde van sodanige pogings besef nie. Die rede hiervoor is waarskynlik dat dit nie noodwendig onmiddellike resultate lewer wat 'n monetêre waarde verteenwoordig nie. 'n Reputasie word opgebou deur die herhaling van sekere houdings en gedrag na buite. Om te verseker dat dit wel gebeur is goed opgeleide personeel en 'n verbintenis tot kwaliteit deur elke werknemer van kardinale belang. Reputasie word verder versterk deur reklame deur die organisasie self, asook deur kliënte wat hul ervarings aan ander potensiële kliënte kommunikeer. 'n Proses is dus ter sprake – 'n tydsame proses. Om 'n reputasie gunstig te hou, sal beteken dat die proses ook ononderbroke en nimmereindig moet wees.

'n Teoretiese grondslag ten opsigte van uitnemende kliëntediens is in hierdie hoofstuk gelê. Deurdat aandag geskenk is aan die wese van kliëntediens, die faktore wat dit beïnvloed, asook die wyses waarop dit in 'n onderneming gevestig kan word, is al die kennis wat benodig word om veranderinge in die praktyk aan te bring, gedek. Daar is egter een faktor wat die toepassing van hierdie kennis in elke unieke situasie beïnvloed, naamlik die kliënt self. Aangesien die mens nie 'n gestandaardiseerde produk is nie, verg dit soms fyn beplanning en oorleg om die kliënt sover moontlik gelukkig en tevrede te hou. Die volgende hoofstuk verskaf insig omtrent om die kliënt.

HOOFSTUK 3 : DIE KLIËNT

3.1 INLEIDING

"Give the lady what she wants." (Marshall Fields, pioneering merchant)

Al die cliché gehoor "die kliënt is altyd reg"? Dit is wel holrug gery, maar dis waar. Goeie diens is wat die kliënt sê dit is - al is dit heeltemal onlogies, of gebaseer op beperkte inligting. Voortreflike diens kan dus slegs op die organisasie se persepsie daarvan gegrond word indien die organisasie se persepsie ooreenstem met dié van sy kliënte. Aannames omtrent wat die kliënt wil hê is dus nie 'n plaasvervanger vir geld en tyd bestee om uit te vind wat hul werklike verwagtings is nie. Verder verander kliënte se behoeftes oor tyd en wat gister van toepassing was, is dalk vandag nie meer geldig nie. Die organisasie moet ook daarop let dat sommige inligting oor die onderwerp dalk te algemeen mag wees vir sommige spesifieke projekte wat geloods word. Verder is dit baie belangrik om so gou as moontlik te bepaal of die produk of diens byval vind by die kliënte, aangesien die organisasie kliënte sal verloor indien hierdie proses uitgestel word.

3.2 DIE KLIËNT SE PERSEPSIE IS DIE ORGANISASIE SE REALITEIT

Lowenstein, soos aangehaal deur Tschohl (1991:89), is van mening dat die volgende groot en duidelik op een muur in elke kantoor behoort te verskyn: "Perception is reality when it comes to being judged by others".

Eerstens moet elke organisasie besluit in watter bedryf dit werksaam is en ook beseft dat, ongeag die tipe bedryf, dit ook 'n diensonderneming is. Tschohl (1991) verduidelik hierdie punt met die volgende illustrasie:

In die Sowjet Unie is dit algemeen vir organisasies om nie te weet watter tipe besigheid hulle nou eintlik bedryf nie. Die doane agente glo dat hulle in die sekuriteitsbesigheid is en daarom is dit nie ongewoon as passasiers twee ure moet wag om deur die doeane te gaan nie.

Tweedens moet alle toepaslike marksegmente geïdentifiseer word. So kan die behoeftes van alle tipes kliënte bepaal word.

Derdens moet 'n stelsel ontwikkel word waarvolgens daar na die kliënte geluister kan word. Die beste manier om uit te vind wat kliënte wil hê, is om hulle te vra en hulle 'n kans te gee om op die vraag te reageer. Vrae soos "hoe ervaar u ons diens?" en "waarop kan ons verbeter?" kan gestel word. Dit moet maklik wees om met die organisasie te kommunikeer. 'n Paar praktiese voorstelle om kommunikasie te vergemaklik, is die volgende:

- Kliënte kan van poskaarte voorsien word waarop hulle opinies en voorstelle kan indien;
- Maak seker dat werknemers op hoogte is van kommunikasiekanale, sodat hulle aan kliënte kan oordra hoe die organisasie gekontak kan word;
- Rekenaarnetwerke is 'n handige hulpmiddel. 'n E-pos adres kan aan kliënte beskikbaar gestel word waarna hulle enige klagtes ens. kan stuur. 'n Standaard e-pos boodskap kan aan kliënte gestuur word om ontvangs van hul boodskappe te erken;
- 'n Kommunikasie konsultant kan aangestel word om kommunikasie tussen departemente op die merk te bring, sodat daar vinniger op kliënte se behoeftes en navrae gereageer kan word; en

- 'n Deurlopende evaluasie van die toenames en afnames in dienskwaliteit sal dien as 'n goeie basis vir 'n "kliëntediens indeks". Die indeks kan as universele skaal gebruik word, waarvolgens die standaard van kliëntediens in die organisasie gemeet kan word.

Werknemers kan ook geraadpleeg word om uit te vind wat kliënte wil hê - hulle het gewoonlik 'n goeie idee van wat die kliënte van die organisasie verwag. Dit moet egter nie as die enigste metode gebruik word in die bepaling van kliënte se behoeftes nie.

3.3 DIE KLIËNT SE BEHOEFTE

'n Onderzoek is gedoen oor die onderwerp, "What customers care about". Die volgende resultate is na aanleiding daarvan in die *Journal of Marketing* gepubliseer: Kliënte heg waarde aan die volgende:

- Produkkwaliteit, 100 %;
- Kliëntediens, 97 %;
- Pryse, 92 %;
- Verkoops-/franchise bestuur, 86 %; en
- Ligging, 65 %.

Navorsing (Tschohl, 1991) het verder getoon dat die volgende belangrik is wanneer dit by kliëntediens kom:

- **Betroubaarheid:** Kliënte wil weet dat hulle op 'n organisasie kan reken om 'n sekere vlak van diens, akkuraat en konsekwent, te lewer. Verbreking van beloftes was 'n groot oorsaak vir ontevredenheid.

- **Reaktiwiteit:** Daar word van organisasies verwag om behulpsaam te wees en om nie traag te wees in hul dienslewering nie. 'n Besigheid moet dus daarop let om vinnig te reageer op telefoonoproepe deur nie die foon lank te laat lui nie en die verlangde inligting onmiddellik te verskaf. Dit is baie belangrik dat dit nie vir kliënte nodig sal wees om eers met verskeie werknemers te praat voordat hulle uiteindelik deurgeskakel word na die regte persoon wat antwoorde op hul probleme kan verskaf nie.
- **Sekerheid:** Ondernemings moet kundig, goed ingelig en hoflik wees. Ware professionaliteit op elke gebied sal by die kliënt 'n vertrouwe skep in die diens wat gelewer word.
- **Tasbaarhede:** Fisiese fasiliteite en toerusting moet aantreklik en skoon wees en die uiterlike van werknemers moet 'n goeie indruk by kliënte skep.
- **Empatie:** Kliënte wil as individue behandel word en verwag van 'n organisasie om na hulle te luister. Diens moet dus persoonlik en vriendelik wees. 'n Studie wat deur Rockefeller Foundation gedoen is, het getoon dat 68 persent van alle kliënte besluit het om 'n mededinger te ondersteun omdat die vorige organisasie hulle soos net nog 'n nommer, nog 'n kliënt laat voel het. Hierdie mense het elkeen vir 8 tot 10 ander gaan vertel waarom hulle weg is by die organisasie. Om die saak verder te vererger het een uit vyf mense wat daarvan vertel is, die slegte nuus aan twintig ander oorgedra. Hierdie studie staaf dus die statistieke wat in die eerste hoofstuk genoem is.

Dit is opvallend dat die bogenoemde vyf behoeftes van kliënte wat deur Tschohl (1991) geïdentifiseer is, die bevindings van Berry et al (1990), wat in hoofstuk 2 bespreek is, bevestig.

Die *Atlanta Journal* en *The Atlanta Constitution* wou by hul lesers weet wat, volgens hulle, die redes vir swak diens kan wees. Die volgende is deur 610 respondente genoem:

- Gulsigheid;
- Gebrek aan trots in dienslewering deur kliënte;
- Swak betaling;
- Gebrek aan opleiding; en
- Outomatisasie.

Foutiewe plasing van werknemers kan ook by hierdie lys gevoeg word. Dit is 'n kuns om suksesvol met verskillende tipes mense oor die weg te kom, asook om konfliktsituasies op so 'n wyse te ontloot dat die kliënt steeds lojaal wil bly aan die organisasie.

Volgens Davis (2000) en Roberts (2000) word besondere persoonlike kenmerke vereis vir die lewering van besondere diens. Hulle beklemtoon die belangrikheid daarvan om mense in diens te neem wat die regte eienskappe en gesindheid openbaar en dit dan verder uit te bou deur opleiding om die gewenste resultate te verkry. Roberts is van mening dat die regte woorde soos “Geniet u dag!” geen positiewe bydrae lewer sonder die regte gesindheid nie. Hy voer aan dat die gewenste gesindheid die volgende moet openbaar:

- Vriendelikheid, behulpsaamheid en kundigheid;
- Oplossing-georiënteerdheid;
- Strewe om verwagtings te oortref; en
- Strewe om die beste te wees – nie net goed of beter nie.

Wat outomatisasie betref het Goodman (2000:1) 'n interessante stelling gemaak deur aan te voer dat die tegnologiese vooruitgang van die

huidige era veroorsaak het dat die menslike aspek van kliëntediens tot 'n groot mate daardeur oorgeneem is en verlore gaan. "Our sustained, booming economy has been fueled by productivity "improvements" that really replace the human touch with cyber-touch." Besighede elimineer soveel mense van die diensketting as moontlik en die resultaat daarvan is nie noodwendig 'n verbetering nie. Hy stel dit soos volg: "Today's firms are trying to substitute smart technology for smart people." (Goodman, 2000:2) Die uiteinde hiervan is dat personeel "machine-smart", maar "people-dumb" is.

3.4 Tipes Kliënte

Dit is belangrik om kennis te dra van die tipes kliënte, of eerder die tipiese probleemkliënte, wat die organisasie se pad mag kruis, sodat personeel voorbereid kan wees op die probleemsituasie wat hulle sal moet hanteer.

Blem (1994:127) wys daarop dat moeilike kliënte nie altyd moeilik is nie. Soms is daar net 'n eenvoudige en herstelbare probleem wat in die verhouding tussen die kliënt en dienslewende party ingesluit is. Die term "selfvervullende profesie" is ook hier van toepassing. Kliënte is geneig om hul optrede te rig ooreenkomstig die siening wat die organisasie of dienspersoneel van hulle het. Indien die dienspersoneel hul kliënte as 'n ergernis of oorlas beskou, sal hulle eie negatiewe optrede veroorsaak dat die kliënte wel soos ergernisse begin optree. Kerry (2000) se artikel "I don't hate my job" spreek hierdie scenario aan. Hy noem talle voorbeelde waar dienspersoneel die regte woorde gebruik, maar hul optrede spreek van irritasie en frustrasie.

Die teendeel is ook waar. Positiewe persepsies van kliënte, manifesteer in vriendelike en hulpvaardige houdings waarop kliënte gunstig reageer en dus weereens gelykvormig word aan die beeld wat die

organisasie of dienspersoneel van hulle gehad het. Dienspersone moet ook daarop let om nie kliënte se optrede verkeerd te interpreteer nie. 'n Teruggetrokke, stil persoon se gedrag word soms gesien as arrogansie of botheid, terwyl vrees bestempel mag word as 'n onwilligheid om samewerking te verleen.

Hieruit blyk dit dus weereens dat 'n kliënt nie beskou kan word as nog een van 'n sekere spesie nie. Die dienspersone moet hul kliënte as unieke mense leer ken, sodat hulle kan weet hoe om hul kliënte se gedrag te interpreteer.

Doofheid en ander onvermoëns kan ook soms die indruk skep dat die kliënt met opset moeilik is. Dienspersoneel is nie altyd seker hoe om op te tree teenoor kliënte met fisiese of verstandelike afwykings nie. Sommige abnormaliteite is nie altyd opsigtelik met die eerste oogopslag nie en sulke kliënte verkies gewoonlik dat dit maar ongesiens verbygaan. Dit bemoeilik die diensleweringstaak. Dienspersoneel moet sensitief genoeg wees om sulke ongeskikthede op te merk en oor die vaardighede beskik om dit taktvol en doeltreffend te hanteer.

Volgens Davis (2000) is die opleiding van dienspersoneel totdat hulle in werklike en somtyds moeilike situasies die vereiste eienskappe doeltreffend kan aanwend, een van die moeilikste faktore van kliëntediens. Dienspersoneel beskik baiekeer oor al die nodige kennis omtrent die hantering van kliënte, maar is steeds nie in staat om dit toe te pas nie. Davis beklemtoon die belangrikheid van die inoefening van hierdie kennis in praktiese en werklike situasies totdat dit suksesvol toegepas kan word.

Tog is sekere tipes kliënte gespesifiseer wat meer daartoe geneig is om probleme te veroorsaak as ander. Vervolgens die stereotipes wat Blem (1994) geïdentifiseer het.

3.4.1 Die uitgaande persoonlikheid

Hierdie tipe kliënt beskou homself gewoonlik as superieur t.o.v die persoon wat die diens aan hom lewer en maak homself skuldig aan 'n baie irriterende, beteweterige houding. Soms is sy hoogmoed toe te skryf aan die feit dat hy iemand in die organisasie ken wat 'n seniorpos beklee.

Daar is geen salf aan so 'n kliënt te smeer nie. Die enigste manier om dit te hanteer, is om die persoon toe te laat om sy/haar gang te gaan en die beteweterigheid te ignoreer deur vriendelik en behulpsaam te bly. Dit is natuurlik nie altyd maklik nie, maar deur so 'n kliënt teë te gaan, sal die situasie net vererger word.

3.4.2 Die kliënt wat ly aan seksuele perversiteit

Kliënte wat aan seksuele perversiteit ly, is geneig om dienspersoneel in ongemaklike situasies te plaas wat groot verleentheid veroorsaak, deur by hulle "aan te lê". Gelukkig vind kontak met kliënte gewoonlik in openbare plekke plaas en bogenoemde situasies is gewoonlik nie so ekstreem dat die slagoffer dit nie kan hanteer nie.

3.4.3 Die politikus

Sommige kliënte glo vas dat 'n organisasie 'n sekere politieke party of saak steun en is absoluut daarop uit om probleme te skep. So 'n kliënt sal byvoorbeeld daarop aandring om 'n taal te praat wat die personeel nie kan praat nie, alhoewel hy/sy heeltemal bedrewe is in 'n taal wat die dienspersoneel wel kan verstaan.

Die teenoorgestelde situasie kom natuurlik ook voor waar dienspersoneel weier om 'n kliënt se taal te praat, alhoewel hulle dit magtig is. Die rede hiervoor is, soos in die voorgenoemde senario, dat die

dienspersoneel op hul beurt glo dat die kliënt vir 'n sekere politieke party of saak staan. Organisasies behoort streng op te tree teen sulke onprofessionele gedrag. Dit is belangrik dat dienspersoneel oor die vermoë sal beskik om persoonlike voorkeure en afkeure opsy te sit in hul omgang met kliënte.

Deesdae is dit wys om veeltalig en goedgemanierd te wees, terwyl die beste diens moontlik, gelewer word. Indien 'n dienspersoon egter in so 'n situasie beland en nog nie meester is van die kliënt se taal nie, is die enigste uitweg om verskoning te vra vir die onbekwaamheid en uit te vind of die kliënt bereid sal wees om in 'n verstaanbare taal besigheid te doen. As hy/sy weier, moet die kliënt oorgegee word aan 'n dienspersoon wat aan sy/haar verwagtings voldoen.

3.4.4 Die kroniese klakous

Probleemsituasies wat deur klakouse geskep word, is sowaar 'n uitdaging vir dienspersoneel, aangesien die sterkte van vele goeie karaktereienskappe van dienspersone hierdeur getoets word. Te veel aandag is gewoonlik vet op die vuur en moedig die klakous aan om selfs nog meer taakgerig te wees.

Dit is belangrik om te onthou dat sommige klagtes van die sogenaamde kroniese klakous wel water mag dra. Geduld, goeie luistervaardighede en 'n hofflike bedanking vir die identifisering van die probleem is die wagwoorde in so 'n situasie.

3.4.5 Die "motormond"

'n Motormond babbel sonder ophou. Die beste manier om so 'n situasie te hanteer is om belangstellend te glimlag terwyl na die kliënt se storie geluister word en hom- of haarself dan op 'n taktvolle wyse te

verskoon gedurende die oomblik van stilte wat die babbelkous stil bly om asem te skep.

3.4.6 Die onintelligente kliënt

Sommige kliënte kom onintelligent voor, maar dit kan soms toegeskryf word aan die onvermoë van die dienspersoon om 'n verstaanbare verduideliking te gee. Ongeag die rede vir die kliënt se tekort aan insig, moet die dienspersoon aanneem dat dit sy/haar skuld is en met 'n glimlag van voor af begin verduidelik.

Soms is so 'n kliënt eintlik ergerlik oor iets persoonlik. As 'n humoristiese aanmerking nie die kliënt se bui laat bedaar nie, moet die dienspersoon dit maar ongesiens laat verbygaan en vriendelik en behulpsaam bly.

3.4.7 Die oneerlike kliënt

Sommige kliënte buit vriendelikheid en goeie diens uit en maak misbruik daarvan om hulself op oneerlike wyses te bevoordeel. Indien 'n organisasie nie sy besittings agter slot en grendel hou nie, sal daar wel iemand wees wat dit probeer steel en as kliënte toegelaat word om op krediet te koop, sal daar wel diegene wees wat nooit betaal nie. Geen beskuldigings mag egter geslinger word, voordat daar nie absolute sekerheid is oor die skuldigheid van die betrokke kliënt nie. Hofsake mag voortspruit uit sulke situasies en die organisasie oneindige skade berokken indien die aantuigings vals is. Daar moet ook duidelike reëls wees waarvolgens probleemsituasies met oneerlike kliënte hanteer word en hierdie riglyne moet gereeld aan personeel voorgehou word.

3.5 DIE STUDENT AS KLIËNT

Alhoewel daar nie in die reël aan studente as kliënte gedink word nie, kwalifiseer studente in alle opsigte om wel as kliënte beskou te word. Die student betaal die betrokke akademiese instansie om lid daarvan te wees, maar in ruil daarvoor moet die instansie aan sekere eise voldoen. Die student het sekere behoeftes wat bevredig moet word, voordat sy/haar finansiële inset as die moeite werd beskou kan word. Die kursus waarvoor die student ingeskryf is, kan gesien word as die produk wat aangekoop is. Daar bestaan dus 'n vereiste ten opsigte van die standaard van die betrokke kursus en daarmee saam, die verwagting dat die erkenning vir suksesvolle voltooiing, nie minderwaardig sal wees nie. Die aanbieding van leerstof moet gesien kan word as 'n hulpmiddel en nie as 'n mors van tyd, of 'n poging om die leerstof selfs nog meer onverstaanbaar te maak nie.

Die behoeftes van studente sluit ook die emosionele, menslike komponent in. Soos enige kliënt, wil studente menswaardig voel en met respek behandel word. Hulle het behoefte aan individuele aandag en belangstelling in hulle as mense. Welbekende probleemtype kliënte word ook onder studente aangetref en die hantering van sulke gevalle geskied op dieselfde wyses as vir kliënte oor die algemeen.

Aangesien 'n akademiese instansie nie kan voort bestaan sonder die finansiële ondersteuning van sy studente nie, is dit belangrik dat die instansie bekend sal wees met die behoeftes van die betrokke studente, hul belange op die hart sal dra en dat almal in die organisasie gemotiveerd sal wees om net die beste vir hul kliënte te lewer.

3.6 SAMEVATTING

Dit is duidelik dat kliëntediens 'n komplekse en soms selfs senutergende aspek van besigheid is. Een van die hoofredes hiervoor

is dat mense uiteenlopend is in hul sienswyses en reaksies. Daar is 'n sekere kuns en fyn aanvoeling ter sprake wanneer dit kom by die hantering van mense.

Aangesien kliëntediens een van die hoofbestaansredes van besighede verteenwoordig, is dit belangrik om te sorg dat dit glad verloop. Plasing van personeel wat met kliënte deel, is uit die aard van die saak 'n baie belangrike voorvereiste vir suksesvolle verhoudinge met kliënte en dus ook 'n suksesvolle besigheid. Voldoende en effektiewe opleiding van sodanige personeel speel 'n ewe belangrike rol. Verder verg dit fyn beplanning en strategie om 'n besigheid in staat te stel om aan die eise wat gestel word te voldoen. Weereens is dit belangrik om te noem dat hierdie poging die organisasie in sy geheel insluit en 'n verbintenis tot doelwitte vereis.

HOOFSTUK 4 : NAVORSINGSMETODIEK

4.1 INLEIDING

In die voorafgaande hoofstukke, is 'n agtergrond geskep waarteen die empiriese navorsing van hierdie studie beskou kan word. In hoofstuk 4 word daar gekyk na die wyse waarop die studie van studente se persepsies omtrent die diens wat hulle ontvang en dit wat hulle wil ontvang, geloods is. Dit sluit die metode en verloop van die ondersoek in, sowel as die statistiese tegnieke wat gebruik is om die data te verwerk.

4.2 METODE VAN ONDERSOEK

4.2.1 Navorsingsontwerp

Vir die doel van hierdie navorsing, is die opnamemetode as die mees gepaste strategie uitgesonder. Die doel van die opnamemetode is om bruikbare, betekenisvolle en betroubare antwoorde op navorsingsvrae te kry deur inligting oor 'n bepaalde verskynsel in te win en te beskryf. Die metode bied 'n wetenskaplik gefundeerde metodiek om die menings en persepsies wat persone teenoor verskynsels huldig in hul leefwêreld te bestudeer (Bothma, 1989:84).

4.2.2 Meetinstrumente

Daar is besluit om 'n vraelys as meetinstrument te gebruik. Die vraelys wat in hierdie ondersoek gebruik is, is gebaseer op die 'Servqual' meetinstrument wat deur Parasuraman ontwikkel is (Parasuraman et al, 1988:12). Die Servqual word gebruik om kliënte se persepsies

omtrent kliëntediens te meet, asook om dienskwaliteit binne 'n verskeidenheid van besighede of eenhede binne 'n besigheid te bepaal. Die meetinstrument van Parasuraman bestaan oorspronklik uit twee-en-twintig items, maar 'n aantal items is by die vraelys gevoeg in 'n poging om dit so geskik as moontlik te maak vir gebruik deur 'n akademiese departement aan 'n universiteit. Die naam van die vraelys is daarna verander en word 'n "Menings- en Verwagtingsvraelys" genoem.

Die vraelys bestaan uit agttien items, wat elk uit twee oogpunte beskou moet word. Elke item is 'n stelling aangaande diens in 'n akademiese departement. Telkens moet die respondent die stelling beoordeel en dan 'n aanduiding gee van die mate waarin die stelling beskrywend is van die diens wat tans deur die departement gelewer word (Q1 tot Q18). Verder moet die respondent ook aandui wat sy/haar verwagting van diens deur die departement in terme van die genoemde stelling is (Q19 tot Q36). Beoordeling van elke stelling uit beide oogpunte, word telkens op 'n vyfpunt-skaal aangedui - een wat die werklike diens verteenwoordig en een wat die verwagte diens verteenwoordig.

Vyf dimensies word hoofsaaklik deur hierdie vraelys aangespreek, naamlik tasbaarhede, betroubaarheid, responsiwiteit, sekuriteit en empatie. Tasbaarhede behels die voorkoms van die departement se fisiese fasiliteite, toerusting en personeel. Die mate waartoe studente op die departement kan reken om hul behoeftes in ag te neem en te help waar hulle moontlik kan, is tersprake by die betroubaarheidsdimensie, terwyl responsiwiteit dui op die flinkheid van diens in alle opsigte. Die vertroulikheid waarmee persoonlike inligting en interaksies met dosente hanteer word, sowel as die akkuraatheid en volledigheid van rekords en waarnemings gemaak deur dosente, is ingesluit by die sekuriteitsdimensie. Laastens, dui die empatie-dimensie op die empatiese houding wat elke personeellid en die departement as geheel teenoor studente openbaar.

4.2.3 Psigometriese kenmerke van die vraelys

Interkorrelasie tussen die 36 vrae is gedoen deur middel van 'n produk-momentkorrelasie. Die resultaat daarvan is 'n 36 X 36 korrelasiematriks wat 'n wye spektrum van korrelasiekoëffisiënte bevat. Hierdie koëffisiënte wissel van 0,0012 tot 0,6675.

Gebaseer op die interkorrelasiematriks, is 'n faktorontleding gedoen om sodoende die faktorale struktuur van die vraelys te ontleed. 'n Hoofkomponent ontleding met drie iterasies is gebruik en geroteer volgens die Varimax-metode met die Kaiser normalisasie. Volgens hierdie metode is twee faktore na vore gebring. Voor rotasie verklaar faktor 1 (die eerste 18 items van die vraelys) 82 % van die variansie van die vraelys en na rotasie word 25,6 % daarvan deur faktor 1 verklaar en 39,7 % deur faktor 2 (die laaste 18 items van die vraelys).

Die faktorbeladings van al die vrae in die ongeroteerde, sowel as die geroteerde faktormatriks word in Tabel 4.1 uiteengesit.

TABEL 4.1 FAKTORMATRIKS VAN DIE VRAELYS (N = 285)

VRAE	ONGEROTEERDE FAKTORMATRIKS		GEROTEERDE FAKTORMATRIKS		KOMMUNALITEITE H ²
	BELADING OP FAKTOR 1	BELADING OP FAKTOR 2	BELADING OP FAKTOR 1	BELADING OP FAKTOR 2	
Q1	0,3756	0,2987	0,2113	0,4308*	0,2303
Q2	0,3773	0,2880	0,2174	0,4219*	0,2252
Q3	0,3263	0,4481	0,1028	0,5447*	0,3073
Q4	0,2591	0,5629	-0,0072	0,6196*	0,3840
Q5	0,3290	0,4821	0,0906	0,5766*	0,3407
Q6	0,3000	0,4948	0,0589	0,5757*	0,3349
Q7	0,3530	0,4719	0,1166	0,5776*	0,3472
Q8	0,4577	0,4177	0,2345	0,5736*	0,3840
Q9	0,4044	0,4835	0,1581	0,6102*	0,3974
Q10	0,4341	0,5550	0,1543	0,6874*	0,4964
Q11	0,1707	0,5480	-0,0807	0,5683*	0,3295
Q12	0,2548	0,5830	-0,0197	0,6359*	0,4047
Q13	0,2178	0,5577	-0,0423	0,5972*	0,3584
Q14	0,2162	0,3789	0,0329	0,4350*	0,1903
Q15	0,1350	0,4618	-0,0760	0,4751*	0,2315
Q16	0,2725	0,4487	0,0539	0,5222*	0,2756

VRAE	ONGEROTEERDE FAKTORMATRIKS		GEROTEERDE FAKTORMATRIKS		KOMMU- NALITEITE H ²
	BELADING OP FAKTOR 1	BELADING OP FAKTOR 2	BELADING OP FAKTOR 1	BELADING OP FAKTOR 2	
Q17	0,3316	0,6055	0,0400	0,6892*	0,4766
Q18	0,2083	0,4063	0,0140	0,4564*	0,2085
Q19	0,4948	-0,2350	0,5478*	-0,0002	0,3001
Q20	0,5726	-0,2250	0,6138*	0,0422	0,3785
Q21	0,6817	-0,2527	0,7242*	0,0639	0,5286
Q22	0,5635	-0,2994	0,6374*	-0,0290	0,4072
Q23	0,7010	-0,1912	0,7153*	0,1278	0,5280
Q24	0,6751	-0,1821	0,6880*	0,1248	0,4889
Q25	0,6985	-0,2583	0,7418*	0,0661	0,5546
Q26	0,7651	-0,2752	0,8093*	0,0793	0,6612
Q27	0,7291	-0,1841	0,7376*	0,1462	0,5654
Q28	0,7094	-0,1518	0,7060*	0,1670	0,5263
Q29	0,4798	-0,2055	0,5215*	0,0200	0,2724
Q30	0,6359	-0,2698	0,6901*	0,0288	0,4771
Q31	0,6699	-0,1881	0,6858*	0,1172	0,4841
Q32	0,5465	-0,2700	0,6095*	-0,0097	0,3716
Q33	0,5881	-0,2014	0,6177*	0,0702	0,3864
Q34	0,6360	-0,1034	0,6190*	0,1792	0,4152
Q35	0,7160	-0,1724	0,7208*	0,1512	0,5424
Q36	0,6275	-0,3225	0,7052*	-0,0224	0,4978

Die egeenwaarde van faktor 1 en faktor 2 is onderskeidelik is 9,2243 en 5,0836.

4.2.4 Beskrywing en benaming van die faktore

a) *Faktor 1*

Faktor 1 is 'n voorstelling van die werklike situasie, met ander woorde die vlak van dienslewering wat studente tans van die departement ontvang. Die standaard van dienslewering word telkens geëvalueer i.t.v die vyf dimensies (sien 3.3) naamlik tasbaarheid, betroubaarheid, responsiwiteit, sekuriteit en empatie. Die syfer 1 word by die dimensies gevoeg om aan te dui dat die werklike dienslewering ter sprake is.

b) Faktor 2

Faktor 2 hou verband met die vlak van dienslewering wat studente van die departement verwag, met ander woorde die verwagte situasie. Dieselfde dimensies wat by faktor 1 gebruik word, word ook by faktor 2 gebruik om studente se verwagtings te identifiseer. Telkens word die syfer 2 by die dimensie gevoeg om aan te dui dat die verwagte dienslewering ter sprake is.

4.2.5 Die geldigheid en betroubaarheid van die vraelys**a) Geldigheid**

Die geldigheid van 'n meetinstrument verwys na die mate waarin dit die spesifieke eienskappe meet wat dit veronderstel is om te meet. In terme van die resultate van die faktorontleding toon die vraelys dat dit oor voldoende faktorale geldigheid beskik. Faktorale geldigheid verwys na die verband tussen 'n veranderlike of item met 'n gemeenskaplike faktor.

b) Betroubaarheid

Betroubaarheid dui op die bestendigheid waarmee die instrument meet en die homogeniteit van die items is hier ter sprake. Die koëffisiente in Tabel 4.2 toon aan dat die betroubaarheid van die veranderlikes soos ingesluit in die vraelys bevredigend is.

TABEL 4.2 BETROUBAARHEIDSKOËFFISIENTE (N = 252)

BETROUBAARHEIDSKOËFFISIENT	rtt (DEEL 1*)	rtt (DEEL 2**)
Guttman Gedeelde-Helfte	0,8011	0,9152
Alpha Deel 1	0,8118	0,8905
Spearman-Brown	0,8017	0,9152

* Deel 1 is die eerste 18 items van die vraelys

** Deel 2 is die laaste 18 items van die vraelys

4.3 DIE STEEKPROEF

'n Geleentheidsteekproef is in hierdie navorsingsprojek gebruik, aangesien die populasie bestaan uit al die studente wat teenwoordig was gedurende die periodes wat die vraelys afgeneem is.

Die Menings- en Verwagtingsvraelys is toegepas op tweehonderd vyf-en-tagtig studente wat Bedryfs- en Organisasiesielkunde aan die Universiteit van Pretoria volg. Die vraelys is afgeneem by die Pretoria kampus, sowel as die satelietkampus in Witbank. Die populasie sluit anderskleurige studente, sowel as na-uurse studente in. Uit Tabel 5.1 is dit duidelik dat die grootste deel van die teikenpopulasie studente insluit wat die B.Com.-graadkursus volg. Die kenmerke van die ondersoekgroep word gevind in Tabel 5.1 tot Tabel 5.9.

4.4 STATISTIESE METODEDES

4.4.1 Beskrywende statistiek

Beskrywende statistiek omvat statistiese metodes wat onder andere die rekenkundige gemiddeld, standaardafwyking, standaardmetingsfout, somwaardes en rangordewaarde van die ingevoerde data bereken en voorsien.

Die rekenkundige gemiddeld en standaardafwyking is as maatstawwe gebruik om 'n aanduiding te verkry van die tevredenheid van die studente met dienslewering deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur. Die volgende kriteria is op logiese gronde opgestel:

- Studente is tevrede met 'n spesifieke area van dienslewering, wanneer die toegekende waardes vir 'n item oor 'n rekenkundige gemiddeld van groter as 3 beskik, dit wil sê die gemiddelde skaalmiddelpunt hoër as 3 is.

- Die rekenkundige gemiddeld, nadat die standaardafwyking daarvan afgetrek is, 'n waarde van 3 of meer behou.

4.4.2 T-Toets

Die T-toets word algemeen gebruik om die verskil tussen die gemiddeldes van twee onafhanklike groepe te bepaal (Morgan en Griego, 1998). In hierdie studie is die T-toets vir onafhanklike groepe aangewend om te bepaal of die studente se perspesies van die diens gelewer deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur, betekenisvol verskil van hul verwagtings daaromtrent. 'n Tweede T-toets is ook gedoen om te bepaal of daar 'n betekenisvolle verskil bestaan tussen die werklike diens gelewer en dit wat die studente eintlik verag vir elk van die onderskeie dimensies.

Die T-toets word as 'n kragtige statistiese toets beskou, aangesien dit sentrale waardes, verspreidingswydtes en steekproefgroottes in berekening bring (Morgan et al, 1998).

4.4.3 Eenrigting Variansie-Ontleding (ANOVA)

Bogenoemde statistiese tegniek is gebruik om die invloed van verskillende persoonlike veranderlikes soos studierigting, taal, ouderdom, en-sovoorts op die beantwoording van die vraelys en die dimensies wat gemeet word, te bepaal. Dit behels kortliks die ontleding van die som van kwadrate om vas te stel of die bydrae van 'n sekere deel groter is as wat aan blote toevalligheid toegeskryf kan word. In hierdie geval is ANOVA gebruik aangesien meer as twee onafhanklike groepe in hierdie studie ter sprake is. Scheffe se *post-hoc* meervoudige vergelykingsmetode is gebruik om vas te stel watter groepe van mekaar verskil ten opsigte van die afhanklike veranderlikes (Morgan et al, 1998).

4.4.4 Hoofkomponentontleding

Hoofkomponentontleding is 'n vorm van struktuurstatistiek. Dit bestaan onder andere uit 'n ongeroteerde hoofkomponentmatriks en 'n geroteerde hoofkomponentmatriks. Die ongeroteerde matriks bestaan uit 'n aantal rye en kolomme waarvan die hoeveelheid sal afhang van die spesifieke studie ter sprake. Elke ry bevat 'n belading of gewig wat die statistiese rol van die veranderlike in elkeen van die hoofkomponente beskryf.

Die geroteerde matriks word verkry deurdat die ongeroteerde matriks aan asrotasie onderwerp word. Die doel hiervan is om 'n groter mate van eenvoud en sinvolheid te verkry waardeur die oorspronklike veranderlikes verklaar kan word. Verder word die beladings van elke hoofkomponent verplaas, om sinvoller verhoudings met die oorspronklike veranderlikes moontlik te maak (Morgan et al, 1998).

4.5 VERLOOP VAN DIE ONDERSOEK

Die vraelyste is op verskillende dae op verskillende groepe afgeneem. Dit is uitgedeel, ingevul en onmiddellik weer ingeneem. 'n Bevre digende aantal vraelyste is terug ontvang en die items is gekodeer en daarna deur middel van rekenaar tegnologie verwerk. Die pakket wat gebruik is, word die "Statistical Package for the Social Sciences" genoem. Die bevindinge en interpretasie van die resultate word in die volgende hoofstuk bespreek.

HOOFSTUK 5 : RESULTATE EN INTERPRETASIE

5.1 INLEIDING

Die verwerkte data wat deur die vraelys ingesamel is, word in hierdie hoofstuk in tabelvorm uiteengesit. Eerstens word die kenmerke van die ondersoekgroep van naderby beskou en dan volg die resultate van die verskillende statistiese tegnieke wat op die data toegepas is, soos bespreek in Hoofstuk 4.

5.2 AGTERGRONDINLIGTING OMTRENT DIE ONDERSOEKGROEP

TABEL 5.1 STUDIERIGTING

STUDIERIGTING	AANTAL	PERSENTASIE
B. Com Kommunikasiebestuur	19	6,7
B. Com Menslike Hulpbronbestuur	62	21,8
B.Com. Rekreasie- en Sportbestuur	16	5,6
B.Com. Hotel- en Toerismebestuur	64	22,5
B.Com. Informatika	20	7,0
B.Com. Algemeen	13	4,6
B.Admin. Openbare Bestuur	39	13,7
B.Com. Regte	5	1,8
B.Curr.	13	4,6
B.Com. (Hons) Menslike Hulpbronbestuur	18	6,3
Onbeantwoord gelaat	16	5,6
Totaal	285	100,0

TABEL 5.2 GESLAG

GESLAG	AANTAL	PERSENTASIE
Manlik	98	34,4
Vroulik	186	65,3
Onbeantwoord gelaat	1	0,4
Totaal	285	100,0

TABEL 5.3 OUDERDOM

OUERDOMSGROEP	AANTAL	PERSENTASIE
17 tot 20	173	60,7
21 tot 24	88	30,9
25 tot 30	8	2,9
31 tot 35	7	2,6
36 tot 40	3	1,2
41 tot 44	2	0,8
Onbeantwoord gelaat	4	1,5
Totaal	285	100,0

TABEL 5.4 HUWELIKSTATUS

HUWELIKSTATUS	AANTAL	PERSENTASIE
Getroud	11	3,9
Ongetroud	271	95,1
Geskei	1	0,4
Onbeantwoord gelaat	2	0,7
Totaal	285	100,0

TABEL 5.5 HUISTAAL

HUISTAAL	AANTAL	PERSENTASIE
Engels	95	33,3
Afrikaans	135	47,4
Ander	53	18,6
Onbeantwoord gelaat	2	0,7
Totaal	285	100,0

TABEL 5.6 VERBLYF

VERBLYF	AANTAL	PERSENTASIE
Ouerhuis	117	41,1
Eie woning of woonstel	68	23,9
Koshuis	84	29,5
Kommune	7	2,5
Ander	3	1,1
Onbeantwoord gelaat	6	2,1
Totaal	285	100,0

TABEL 5.7 AKADEMIESE JAAR

AKADEMIESE JAAR	AANTAL	PERSENTASIE
1	128	44,9
2	69	24,2
3	68	23,9
4	18	23,9
Onbeantwoord gelaat	2	0,8
Totaal	285	100,0

TABEL 5.8 HISTORIESE JAAR

HISTORIESE JAAR	AANTAL	PERSENTASIE
1	72	25,3
2	43	15,1
3	63	22,1
4	28	9,8
5	7	2,5
6	3	1,1
Onbeantwoord gelaat	69	25,2
Totaal	285	100,0

TABEL 5.9 VOLTYDS OF TUKS NA VYF (DEELTYDS)

VOLTYDS/DEELTYDS	AANTAL	PERSENTASIE
Voltyds	261	91,6
Tuks na Vyf (Deeltyds)	21	7,4
Albei	2	0,7
Onbeantwoord gelaat	1	0,4
Totaal	285	100,0

Uit voorgenoemde inligting, kan die volgende afleidings omtrent die ondersoekgroep gemaak word:

- Die grootste deel van die respondente volg die hoofrigting, B.Com. Hotel-en Toerismebestuur (twee-en-twintig persent), terwyl B.Com. Menslike Hulpbronbestuur een-en-twintig persent beslaan.
- Om en by vyf-en-sestig persent van die respondente is vroulik.
- Die oorgrote meerderheid van studente is ongetroud.
- Die ondersoekgroep bestaan uit drie-en-dertig persent Engels-sprekende studente, sewe-en-veertig persent Afrikaanssprekendes en ander tale wat 'n skrale agtien persent van die groep uitmaak.
- Meeste van die studente is tans besig met hul eerste akademiese jaar, studeer voltyds en is nog in hul ouerhuise woonagtig.

5.3 DIE EVALUERING VAN KLIËNTEDIENS

Die terugvoer verkry ten opsigte van die verskillende aspekte van dienslewering wat deur die vraelys aangespreek word, word vervolgens ontleed. Die vlak van werklike dienslewering word vergelyk met die verwagte vlak van dienslewering om gapings tussen die twee vlakke te bepaal. Resultate vervat in Tabel 5.10 weerspieël die persepsies van dienslewering tans en Tabel 5.11 dien as 'n aanduiding van faktore van verwagte dienslewering wat studente as belangrik ag. In beide tabelle verwys elke item na die ooreenstemmende vraag in die vraelys. Fasiliteite is die eerste item in elk van hierdie tabelle en verwys na Q1 in Tabel 5.10 en na Q19 in Tabel 5.11.

TABEL 5.10 EVALUERING VAN BEPAALDE ASPEKTE VAN KLIËNTEDIENS VOLGENS MAATSTAWWE VAN VERSPREIDING EN POSISIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

ITEM (Q1 – Q18)	REKENKUNDIGE GEMIDDELD	STD. AFWYKING	STD. FOUT	SOM-WAARDE	RANGORDE VAN KONSEP
Fasiliteite	3,560	0,912	0,055	979	17
Voorkoms van werknemers	4,290	0,710	0,042	1214	1*
Kom beloftes na	3,842	0,820	0,049	1072	8
Simpatie	3,715	1,009	0,060	1044	10
Akkurate rekords	3,915	0,809	0,048	1104	5*
Flink diens	3,688	0,944	0,057	1018	12
Behulpsaam	3,922	0,934	0,056	1102	6
Flink terugvoer	3,654	0,934	0,056	1023	11
Betroubare dosente	4,067	0,843	0,050	1147	2*
Veilige interaksie	4,049	0,828	0,049	1146	3*
Individuele aandag	3,519	1,012	0,060	996	14
Studente se behoeftes	3,259	0,984	0,059	919	18
Studente se belange	3,623	0,910	0,054	1018	13
Besigheidsure	3,534	1,095	0,065	993	15
Kontaktyd	3,930	0,967	0,057	1116	4*
Onderrigmedia	3,740	0,993	0,059	1051	9
Toeganklikheid en beskikbaarheid	3,872	0,953	0,057	1092	7
Spreekure	3,518	1,031	0,061	992	16

* Veranderlikes wat besonder goed aan studente se verwagtings voldoen

TABEL 5.11 EVALUERING VAN BEPAALDE ASPEKTE VAN KLIËNTEDIENS VOLGENS MAATSTAWWE VAN VERSPREIDING EN POSISIE: VERWAGTE DIENSLEWERING (N = 255)

ITEM (Q19 – Q36)	REKENKUNDIGE GEMIDDELD	STD. AFWYKING	STD. FOUT	SOM-WAARDE	RANGORDE VAN KONSEP
Fasiliteite	3,989	0,850	0,051	1113	18
Voorkoms van werknemers	4,235	0,807	0,048	1173	17
Kom belofes na	4,496	0,809	0,049	1232	6
Simpatie	4,365	0,834	0,050	1231	7
Akkurate rekords	4,447	0,841	0,051	1223	9
Flink diens	4,436	0,825	0,050	1211	13
Behulpsaam	4,554	0,771	0,046	1266	2
Flink terugvoer	4,351	0,917	0,055	1214	12
Betroubare dosente	4,597	0,733	0,044	1278	1
Veilige interaksie	4,475	0,789	0,047	1253	4
Individuele aandag	4,321	0,814	0,049	1210	14
Studente se behoeftes	4,324	0,865	0,052	1215	11
Studente se belange	4,416	0,858	0,051	1241	5
Besigheidsure	4,281	0,927	0,055	1203	16
Kontaktyd	4,391	0,783	0,047	1225	8
Onderrigmedia	4,370	0,832	0,050	1206	15
Toeganklikheid en beskikbaarheid	4,505	0,784	0,047	1266	3
Spreekure	4,327	0,874	0,052	1216	10

Die somwaarde van elke vraag het die grootste rol gespeel in die toekenning van rangordenommers. Die rangordenommers 14 tot 18 verteenwoordig aspekte wat studente as relatief onbevredigend (Tabel 5.10) of relatief onbelangrik (Tabel 5.11) beskou. Items met hoë rangordes (1 tot 5) verwys na aspekte waaraan studente hoë verwagtings koppel.

Dit is belangrik om daarop te let dat die algemene tevredenheidsvlak van studente bevredigend was – al die items se gemiddeldes is groter as 3. Nadat die standaardafwyking vanaf die gemiddelde afgetrek is, het slegs vier items (veranderlikes) 'n waarde van 3 behou. Alhoewel die departement se dienslewering in 'n positiewe lig beskou word, is daar ruimte vir verbetering.

Die 5 aspekte in Tabel 5.10 waarmee die studente mees tevrede was is die volgende:

- Voorkoms van werknemers;
- Betroubaarheid van dosente;
- Veiligheid van interaksie;
- Kontaktyd; en
- Akkurate rekords

Die volgende aspekte laat die meeste ruimte vir verbetering:

- Individuele aandag;
- Besigheidsure;
- Spreekure;
- Fasiliteite; en
- Studente se behoeftes

Wat betref die verwagte dienslewering toon Tabel 5.11 aan dat studente 'n hoë premie plaas op die volgende:

- Betroubaarheid van dosente;
- Behulpsaamheid van die departement;
- Toeganklikheid en beskikbaarheid om studente te help;
- Gevoel van veiligheid tydens interaksie met die departement; en
- Indruk dat studente se belange op die hart gedra word.

Die volgende faktore van verwagte dienslewering was minder belangrik:

- Individuele aandag;
- Onderrigmedia;
- Besigheidsure;

- Voorkoms van werkenemers; en
- Fasiliteite

Bogenoemde inligting werp dus meer lig op die behoeftes van die studente.

TABEL 5.12 T-TOETS VIR AFHANKLIKE GROEPE: DIE VERSKIL TUSSEN STUDENTE SE PERSEPSIES VAN WERKLIKE DIENS EN VERWAGTE DIENS (N=278)

ITEM	WERKLIK: GEMIDDELD	WERKLIK: STD. AFWYKING	VERWAGTING: GEMIDDELD	VERWAGTING: STD. AFWYKING	T-WAARDE	P-WAARDE
Q1,Q19	3,5481	0,914	3,9778	0,849	-6,49	0,000*
Q2,Q20	4,2954	0,702	4,2400	0,806	0,99	0,325
Q3,Q21	3,8346	0,823	4,5037	0,806	-10,63	0,000*
Q4,Q22	3,7086	1,011	4,3741	0,831	-9,45	0,000*
Q4 Q22	3,7086	1,011	4,3741	0,831	-9,45	0,000*
Q5,Q23	3,9084	0,815	4,4432	0,843	-9,18	0,000*
Q6,Q24	3,6840	0,947	4,4535	0,812	-11,78	0,000*
Q7,Q25	3,9127	0,932	4,5673	0,763	-10,27	0,000*
Q8,Q26	3,6679	0,923	4,3540	0,919	-10,82	0,000*
Q9,Q27	4,0616	0,848	4,5978	0,734	-9,48	0,000*
Q10,Q28	4,0468	0,833	4,4748	0,791	-7,67	0,000*
Q11,Q29	3,5108	1,015	4,3237	0,817	-11,39	0,000*
Q12,Q30	3,2518	0,977	4,3309	0,866	-14,54	0,000*
Q13,Q31	3,6173	0,912	4,4152	0,862	-11,34	0,000*
Q14,Q32	3,5271	1,098	4,2888	0,919	-10,35	0,000*
Q15,Q33	3,9245	0,971	4,3885	0,784	-6,67	0,000*
Q16,Q34	3,7299	0,998	4,3723	0,830	-9,66	0,000*
Q17,Q35	3,8669	0,958	4,5180	0,777	-10,15	0,000*
Q18,Q36	3,5288	1,011	4,3417	0,868	-10,93	0,000*

* $p < 0,05$

Die persepsies ten opsigte van werklike diens en verwagtings is teen mekaar opgeweeg om vas te stel of die werklike diens wat deur die departement gelewer word, aan die studente se verwagtings voldoen. Daar is gevind dat die departement net in een opsig aan studente se verwagtings voldoen, naamlik die voorkoms van die personeel werksaam by die departement. Die studente se persepsies van werklike diens gelewer verskil statisties beduidend op die 5%-vlak van hulle verwagtings ten opsigte van die 18 items.

TABEL 5.13 T-TOETS VIR AFHANKLIKE GROEPE: VERGELYKING VAN DIE STUDENTE SE PERSEPSIES VAN DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE EN VERWAGTE DIENS (N=278)

DIMENSIE	WERKLIK: GEMIDDELD	WERKLIK: STD. AFWYKING	VERWAGTING: GEMIDDELD	VERWAGTING: STD. AFWYKING	T-WAARDE	P-WAARDE
Tasbaarhede	3,8619	0,633	4,2091	0,618	-8,06	0,000*
Betroubaarheid	3,9363	0,614	4,5144	0,665	-12,32	0,000*
Responsiwiteit	3,6727	0,596	4,4270	0,596	-16,16	0,000*
Sekuriteit	3,8333	0,712	4,4565	0,689	-11,97	0,000*
Empatie	3,6137	0,812	4,3502	0,042	-12,27	0,000

* $p < 0,05$

Bogenoemde resultate word as positief beskou en volgens die maatstaf vir studentetevredenheid voldoen die departement aan die vereistes wat die studente stel in terme van tasbaarhede, betroubaarheid, responsiwiteit en sekuriteit. Daar kan wel op al die gebiede van dienslewering verbeter word op organisatoriese sowel as dosente vlak. Die studente se verwagtings is egter statisties beduidend hoër ($p < 0,05$) as hulle persepsies van die werklike diens gelewer.

5.4 DIE INVLOED VAN BIOGRAFIESE VERANDERLIKES OP DIE RESPONSE VAN DIE ONDERSOEKGROEP

'n Hersamestelling van die groepe is gedoen sodat die effek van die biografiese eienskappe op die ondersoekgroep se response bepaal kan word. Die biografiese eienskappe, naamlik studierigting, ouderdom, huistaal, verblyf, akademiese jaar en historiese jaar is as onafhanklike veranderlikes gebruik. Eenrigting-variënsie ontledings (ANOVA) is gedoen om die voorkoms van verskille tussen groepe se response te bepaal. Om vas te stel watter groepe van mekaar verskil ten opsigte van bepaalde afhanklike veranderlikes van kliëntediens, is Scheffé se *post-hoc* meervoudige vergelykingstegniek gebruik.

5.4.1 Die invloed van studierigting

Gebaseer op die hoofstudierigting wat die studente volg, is die volgende studiegroepe binne die teikenpopulasie geïdentifiseer:

- Groep 1 - B.Com. Kommunikasiebestuur studente;
- Groep 2 - B.Com. Menslike Hulpbronbestuur studente;
- Groep 3 - B.Com. Rekreasie- en Sportbestuur studente;
- Groep 4 - B.Com. Hotel- en Toerismebestuur studente;
- Groep 5 - B.Com. Informatika studente;
- Groep 6 - B.Com. Algemeen studente;
- Groep 7 - B.Admin. Openbare Bestuur studente; en
- Groep 8 - B.Curr. studente.

Aangesien die B.Com. (Hons) Menslike Hulpbronbestuur 'n nagraadse groep is, en die B.Com. Regte studente 'n klein groep (5) is, is hierdie groepe buite rekening gelaat in al die statistiese ontledings.

TABEL 5.14 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE WERKLIKE KWALITEIT VAN DIENS PER ITEM (N=255)

ITEM	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Q1	7	6,1196	0,8742	1,0648	0,3869
Q2	7	4,1440	0,5920	1,1490	0,3332
Q3	7	1,9603	0,2800	0,4160	0,8919
Q4	7	15,4558	2,2080	2,3573	0,0240*
Q5	7	1,5036	0,2148	0,3235	0,9429
Q6	7	5,6473	0,8068	0,8857	0,5184
Q7	7	5,5880	0,7983	0,8970	0,5094
Q8	7	6,0173	0,8596	1,0271	0,4127
Q9	7	10,6696	1,5242	2,2128	0,0339*
Q10	7	4,9783	0,7112	1,0989	0,3645
Q11	7	14,4060	2,0580	2,0747	0,0469*
Q12	7	3,0980	0,4426	0,4608	0,8622

ITEM	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Q13	7	4,7347	0,6764	0,8704	0,5305
Q14	7	9,9969	1,4281	1,2174	0,2937
Q15	7	4,4551	0,6364	0,6936	0,6775
Q16	7	5,2767	0,7538	0,7347	0,6427
Q17	7	4,2307	0,6044	0,6762	0,6921
Q18	7	7,5640	1,0806	1,0710	0,3827

* $p < 0,05$

Uit Tabel 5.14 blyk dit dat van die studiegroepe ten opsigte van drie veranderlikes met betrekking tot werklike diens statisties beduidend ($p < 0,05$) van mekaar verskil. Scheffé se meervoudige vergelykings toon egter geen verskille tussen die sewe groepe aan nie. Dit geld vir al drie die veranderlikes. Studierigting het dus nie 'n effek op die onderskeie groepe se response gehad nie.

TABEL 5.15 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE VERWAGTE KWALITEIT VAN DIENS PER ITEM (N=255)

ITEM	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Q19	7	8,7934	1,2562	1,7372	0,1011
Q20	7	4,3633	0,6233	0,9562	0,4641
Q21✓	7	18,4436	2,6348	4,9040	0,0000*
Q22	7	10,9553	1,5650	2,4932	0,0173*
Q23✓	7	18,4699	2,6386	4,1245	0,0003*
Q24	7	8,2108	1,1730	1,7364	0,1014
Q25	7	9,2228	1,3175	2,3153	0,0266*
Q26	7	17,2787	2,4684	3,2776	0,0024*
Q27	7	11,1045	1,5864	2,9777	0,0052*
Q28	7	8,8908	1,2701	2,2188	0,0335*
Q29	7	3,4690	0,4956	0,7328	0,6444
Q30✓	7	17,6494	2,5213	3,6722	0,0009*
Q31	7	13,5002	1,9286	2,7649	0,0088*
Q32✓	7	26,3085	3,7584	4,6658	0,0001*
Q33	7	5,6778	0,8111	1,4042	0,2043
Q34	7	11,3714	1,6245	2,5035	0,0169*
Q35	7	7,4396	1,0628	1,7406	0,1003
Q36✓	7	24,9312	3,5616	5,3677	0,0000*

* $p < 0.05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.15 blyk dit dat 12 items statisties betekenisvolle F-waardes toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansies word vervolgens verder ontleed aan die hand van Scheffé se meervoudige vergelykings. Slegs die gevalle waar statisties beduidende verskille tussen groepe voorkom, word gerapporteer.

TABEL 5.16 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR DIE NAKOM VAN BELOFTES (Q21) (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,4737	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,7627	
3	4,2000	
4	4,7619	
5	4,4500	
6	4,7692	
7	4,0833	
8	4,1765	

TABEL 5.17 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR AKKURATE REKORDS (Q23) (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,4737	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,6721	
3	3,9333	
4	4,6190	
5	4,7500	
6	4,4167	
7	4,0000	
8	4,2353	

TABEL 5.18 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR STUDENTE SE BEHOEFTE (Q30) (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,6842	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,4918	
3	4,1333	
4	4,5079	
5	4,3500	
6	4,4615	
7	3,8158	
8	4,1111	

TABEL 5.19 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR BESIGHEIDSURE (Q32) (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,3684	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,5738	
3	4,1333	
4	4,4375	
5	4,4000	
6	3,8462	
7	3,6216	
8	4,1667	

TABEL 5.20 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR SPREEKURE (Q36) (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,6316	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 1, 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,5574	
3	4,2000	
4	4,4569	
5	4,5000	
6	4,0769	
7	3,7105	
8	4,1111	

Uit bogenoemde tabel blyk dit, dat dit vir die Menslike Hulpbronbestuur studente en die Hotel- en Toerismebestuur studente belangriker is dat die departement sy beloftes sal nakom, op hoogte van die studente se behoeftes sal wees en dat die departement se besigheidsure die studente sal pas as wat dit vir die B.Admin. Openbare Bestuur studente is. Die Menslike Hulpbronbestuur studente plaas 'n hoër premie op die akkuraatheid en volledigheid van rekords as die B.Admin. Openbare Bestuur studente. Verder verwag die Menslike Hulpbronbestuur studente asook die Kommunikasiebestuur studente en Hotel- en Toerismebestuur studente tot 'n groter mate dat dosente se spreekure die studente sal pas as die B.Admin. Openbare Bestuur studente.

Soos vroeër aangedui, is die dimensies wat deur die vraelys gemeet word en in die volgende tabelle vervat is tasbaarhede, betroubaarheid, responsiwiteit, sekuriteit en empatie.

TABEL 5.21 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	7	2,7455	0,3922	0,9928	0,4372
Betroubaarheid	7	2,5063	0,3580	0,9342	0,4807
Responsiwiteit	7	1,7396	0,2485	0,7094	0,6641
Sekuriteit	7	3,4088	0,4870	0,9878	0,4407
Empatie✓	7	11,2424	1,6061	2,5816	0,0139*

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

TABEL 5.22 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN STUDIERIGTING OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	7	6,3966	0,9138	2,4060	0,0215*
Betroubaarheid✓	7	13,4550	1,9221	4,8996	0,0000*
Responsiwiteit✓	7	9,2929	1,3276	3,8313	0,0006*
Sekuriteit	7	9,4389	1,3484	2,9722	0,0052*
Empatie	7	5,8528	0,8361	1,7474	0,0988

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.21 en Tabel 5.22 blyk dit dat vyf dimensies statisties betekenisvolle F-waardes toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansies word vervolgens verder toegelig. Slegs die gevalle waar statisties beduidende verskille voorkom, word weergegee.

TABEL 5.23 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE PERSEPSIES VAN EMPATIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,5263	Die rekenkundige gemiddeld van groep 7 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 4.
2	3,6210	
3	3,4667	
4	3,3750	
5	3,6500	
6	3,3462	
7	4,0270	
8	3,6111	

TABEL 5.24 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,5965	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,7126	
3	4,1556	
4	4,6882	
5	4,6333	
6	4,5833	
7	4,1078	
8	4,2353	

TABEL 5.25 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN STUDIERIGTINGS SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,5789	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 7.
2	4,5508	
3	4,3304	
4	4,5726	
5	4,4937	
6	4,1827	
7	4,0484	
8	4,1618	

Weereens het dit hier na vore gekom dat B.Com. Rekreasie- en Sportbestuur studente en B.Com. Informatika studente hoër premies op die betroubaarheid en responsiwiteit van die departement plaas as B.Admin. Openbare Bestuur studente. Vir die B.Admin. Openbare Bestuur studente is dit belangriker dat die departement empatie teenoor studente sal openbaar as vir B.Com. Informatika studente.

5.4.2 Die invloed van ouderdom

Die populasie is volgens ouderdom in die volgende groepe ingedeel:

- Groep 1 - studente wat agtien jaar en jonger is;
- Groep 2 - studente wat negentien jaar oud is;

- Groep 3 - studente wat twintig jaar oud is;
- Groep 4 - studente wat een-en-twintig jaar oud is;
- Groep 5 - studente wat twee-en-twintig jaar en ouer is.

Die effek wat hul ouderdomme op hul response gehad het word in die tabelle hieronder uiteengesit:

TABEL 5.26 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN OUDERDOM OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Tasbaarhede	4	0,8017	0,2004	0,5097	0,7286
Betroubaarheid	4	4,2406	1,0601	2,9840	0,0196*
Responsiwiteit	4	1,2274	0,3068	0,8685	0,4834
Sekuriteit	4	2,3617	0,5904	1,2367	0,2956
Empatie	4	3,9551	0,9888	1,5504	0,1880

* $p < 0,05$

Geen groepe verskil onderling betekenisvol volgens Scheffé nie

TABEL 5.27 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN OUDERDOM OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Tasbaarhede	4	1,7880	0,4470	1,1785	0,3207
Betroubaarheid	4	3,0550	0,7638	1,7840	0,1325
Responsiwiteit	4	3,1143	0,7786	2,0223	0,0918
Sekuriteit✓	4	9,5406	2,3851	5,1727	0,0005*
Empatie	4	1,2970	0,3243	0,6345	0,6383

* $p < 0,05$

✓Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.27 blyk dit dat een dimensie 'n statisties betekenisvolle F-waarde toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansie word vervolgens verder toegelig.

TABEL 5.28 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN OUDERDOMSGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,1321	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 3 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,3966	
3	4,5917	
4	4,7000	
5	4,4434	

Die studente wat een-en-twintig en twee-en-twintig jaar oud is vind dit belangriker dat die departement 'n gevoel van sekuriteit by studente moet kweek, as die studente wat agtien jaar en jonger is.

5.4.3 Die invloed van taal

Die populasie is in drie groepe ingedeel in terme van hul huistaal naamlik:

- Groep 1 - Afrikaanssprekende studente;
- Groep 2 - Engelssprekende studente; en
- Groep 3 - Studente wat 'n ander taal as huistaal beoefen.

Die bevindinge is soos volg uiteengesit:

TABEL 5.29 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN TAAL OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	2	1,4064	0,7032	1,7770	0,1711
Betroubaarheid✓	2	8,7913	4,3956	12,4918	0,0000*
Responsiwiteit✓	2	3,6289	1,8144	5,2410	0,0059*
Sekuriteit✓	2	4,4417	2,2208	4,4759	0,0122*
Empatie✓	2	26,7842	13,3921	23,4327	0,0000*

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

TABEL 5.30 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN TAAL OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede✓	2	3,5876	1,7938	4,7254	0,0096*
Betroubaarheid✓	2	17,6183	8,8091	23,3640	0,0000*
Responsiwiteit✓	2	11,3790	5,6895	15,6048	0,0000*
Sekuriteit✓	2	9,9084	4,9542	10,7693	0,0000*
Empatie	2	2,9036	1,4518	2,9463	0,0542

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.29 en Tabel 5.30 blyk dit dat agt dimensies statisties betekenisvolle F-waardes toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansies word vervolgens verder toegelig.

TABEL 5.31 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,7659	Die rekenkundige gemiddeld van groep 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,1667	
3	3,9388	

TABEL 5.32 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN RESPONSIWITEIT: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,5611	Die rekenkundige gemiddeld van groep 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	3,8091	
3	3,7500	

TABEL 5.33 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN SEKURITEIT: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,7068	Die rekenkundige gemiddeld van groep 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	3,9840	
3	3,8922	

TABEL 5.34 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE PERSEPSIES VAN EMPATIE: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,3045	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	3,8191	
3	4,0588	

TABEL 5.35 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,2564	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 1 en 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 3.
2	4,2681	
3	3,9574	

TABEL 5.36 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROU-BAARHEID (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,5581	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 1 en 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 3.
2	4,7174	
3	3,9710	

TABEL 5.37 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,4761	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 1 en 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 3.
2	4,5367	
3	3,9329	

TABEL 5.38 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN TAALGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,4248	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 1 en 2 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 3.
2	4,6452	
3	4,0980	

Engelssprekende studente vind die departement meer betroubaar en responsief as Afrikaanssprekende studente en ervaar ook 'n groter gevoel van sekuriteit as Afrikaanssprekendes. Engelssprekende, sowel as anderstalige studente ondervind die departement meer empaties teenoor studente as Afrikaanssprekende studente. Ten laaste stel Afrikaanssprekende en Engelssprekende studente hoër verwagtings aan die departement in terme van tasbare aspekte, betroubaarheid, responsiwiteit en sekuriteit as anderstalige studente. Bogenoemde verskille bestaan nie net bloot as gevolg van taalverskille tussen die groepe nie, maar by implikasie grotendeels as gevolg van kultuurverskille.

5.4.4 Die invloed van woonplek

Die volgende groeperings het uit die populasie na vore gekom in terme van woonplek:

- Groep 1 - studente woonagtig in hul ouerhuise;
- Groep 2 - studente woonagtig in eie wonings; en
- Groep 3 - studente woonagtig in koshuise.

Die invloed wat woonplek op studente se response gehad het, sien soos volg daarna uit:

TABEL 5.39 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN WOONPLEK OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIERKANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAARDE
Tasbaarhede	2	0,0261	0,0131	0,0336	0,9670
Betroubaarheid	2	0,4951	0,2475	0,6531	0,5213
Responsiwiteit	2	0,5867	0,2934	0,8314	0,4366
Sekuriteit	2	0,4992	0,2496	0,5100	0,6011
Empatie	2	1,1013	0,5506	0,8337	0,4356

* $p < 0,05$

Nie een dimensie toon 'n statisties betekenisvolle F-waarde nie

Woonplek van die respondente het geen effek op hulle persepsies van werklike dienslewering deur die departement gehad nie.

TABEL 5.40 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN WOONPLEK OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	2	0,8925	0,4462	1,1556	0,3165
Betroubaarheid✓	2	6,2216	3,1108	7,6231	0,0006*
Responsiwiteit	2	2,0850	1,0425	3,1376	0,0451*
Sekuriteit	2	2,7080	1,3540	2,9083	0,0563
Empatie	2	2,2520	1,1260	2,2648	0,1059

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit Tabel 5.40 blyk dit dat twee dimensies van dienslewering betekenisvolle F-waardes toon. Woonplek het egter slegs 'n beduidende invloed op die respondente se verwagtings oor betroubaarheid gehad.

TABEL 5.41 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN WOONPLEKGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,6911	Die rekenkundige gemiddeld van groep 1 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groepe 2 en 3.
2	4,3118	
3	4,4553	

Volgens bogenoemde inligting blyk dit of studente wat in hul ouerhuisse woonagtig is meer van die departement verwag in terme van betroubaarheid as studente wat in koshuise of hul eie wonings bly.

5.4.5 Die invloed van akademiese jaar

Die teikenpopulasie is soos volg op grond van hul akademiese jaar ingedeel:

- Groep 1 - Eerstejaars;
- Groep 2 - Tweedejaars; en
- Groep 3 - Derdejaars.

TABEL 5.42 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN AKADEMIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	2	0,2603	0,1302	0,3305	0,7189
Betroubaarheid✓	2	2,6736	1,3366	3,6058	0,0286*
Responsiwiteit	2	0,7657	0,3828	1,0989	0,3348
Sekuriteit	2	2,5823	1,2911	2,7321	0,0670
Empatie	2	1,1877	0,5939	0,8929	0,4107

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

TABEL 5.43 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN AKADEMIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede✓	2	5,5481	2,7741	7,3885	0,0008*
Betroubaarheid✓	2	7,0351	3,5175	8,0849	0,0004*
Responsiwiteit✓	2	3,9501	1,9751	5,1250	0,0066*
Sekuriteit✓	2	10,3409	5,1704	11,0059	0,0000*
Empatie	2	2,2565	1,1283	2,2085	0,1120

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.42 en Tabel 5.43 blyk dit dat vyf dimensies statisties betekenisvolle F-waardes toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansies word vervolgens verder toegelig.

TABEL 5.44 SCHEFFÉ SE POST-HOC MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N=255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,8552	Die rekenkundige gemiddeld van groep 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	3,8775	
3	4,0945	

TABEL 5.45 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,0500	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,3846	
3	4,2980	

TABEL 5.46 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS VAN BETROUBAARHEID (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,3219	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,6070	
3	4,6970	

TABEL 5.47 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,2640	Die rekenkundige gemiddeld van groep 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,4802	
3	4,5448	

TABEL 5.48 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN AKADEMIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,2240	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,5597	
3	4,6716	

Wat betroubaarheid, sekuriteit en die tasbare aspekte van die departement betref, stel die tweedejaars en derdejaars hoër verwagtings as die eerstejaars. Die derdejaars ervaar die departement as meer betroubaar as die eerstejaars en die derdejaars verwag meer van die departement in terme van responsiwiteit as die eerstejaars.

5.4.6 Die invloed van historiese jaar

Die teikenpopulasie is as volg op grond van hul historiese jaar ingedeel:

- Groep 1 - Eerste jaar histories;
- Groep 2 - Tweede jaar histories;
- Groep 3 - Derde jaar histories; en
- Groep 4 - Vierde jaar, vyfde jaar en sesde jaar histories.

Die resultate is soos volg uiteengesit:

TABEL 5.49 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING: DIE INVLOED VAN HISTORIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN WERKLIKE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede	3	1,2467	0,4156	1,1320	0,3371
Betroubaarheid✓	3	7,3222	2,4407	6,6631	0,0003*
Responsiwiteit	3	1,4719	0,4906	1,3287	0,2661
Sekuriteit	3	3,3671	1,1224	2,1510	0,0949
Empatie	3	5,3924	1,7975	3,0385	0,0301*

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

TABEL 5.50 EENRIGTING VARIANSIE ONTLEDING : DIE INVLOED VAN HISTORIESE JAAR OP DIE DIMENSIES VAN VERWAGTE DIENS (N=255)

DIMENSIE	GRADE VAN VRYHEID	SOM VAN VIER-KANTE	GEMIDDELD VAN VIERKANTE	F-RATIO	P-WAAR-DE
Tasbaarhede✓	3	5,4563	1,8188	5,6836	0,0009*
Betroubaarheid✓	3	6,1804	2,0601	6,3902	0,0004*
Responsiwiteit✓	3	6,5270	2,1757	8,0227	0,0000*
Sekuriteit✓	3	9,4044	3,1348	9,2880	0,0000*
Empatie✓	3	7,2035	2,4012	5,3221	0,0015*

* $p < 0,05$

✓ Groepe toon 'n beduidende variansie volgens Scheffé

Uit die ontleding van Tabel 5.49 en Tabel 5.50 blyk dit dat sewe dimensies statisties betekenisvolle F-waardes toon wat 'n beduidende variansie aandui. Hierdie variansies word vervolgens verder toegelig.

TABEL 5.51 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE PERSEPSIES VAN BETROUBAARHEID: WERKLIKE DIENSLEWERING (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	3,7762	Die rekenkundige gemiddeld van groep 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groepe 1 en 2.
2	3,7317	
3	4,1828	
4	3,9820	

TABEL 5.52 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR TASBAARHEDE (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,0290	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2, 3 en 4 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,4127	
3	4,3279	
4	4,3784	

TABEL 5.53 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR BETROUBAARHEID (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,3483	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,6746	
3	4,7596	
4	4,6667	

TABEL 5.54 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR RESPONSIWITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,2464	Die rekenkundige gemiddeld van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,5844	
3	4,6714	
4	4,4696	

TABEL 5.55 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR SEKURITEIT (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,2394	Die rekenkundige gemiddeldes van groep 2 en 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,6667	
3	4,7339	
4	4,5676	

TABEL 5.56 SCHEFFÉ SE *POST-HOC* MEERVOUDIGE VERGELYKING TUSSEN HISTORIESE JAARGROEPE SE VERWAGTINGS OOR EMPATIE (N = 255)

GROEP	GEMIDDELDE	VERSKIL
1	4,0845	Die rekenkundige gemiddeld van groep 3 is betekenisvol groter ($p < 0,05$) as dié van groep 1.
2	4,4286	
3	4,4324	
4	4,5161	

Studente wat reeds drie jaar by die Universiteit betrokke is, ervaar 'n hoër vlak van betroubaarheid by die departement as studente wat in hul eerste en tweede historiese jaar is. Studente wat tweede jaar, derde jaar en vierde jaar en meer histories is stel hoër verwagtings in terme van die tasbare aspekte as groep een. Verder verwag studente wat tweede en derde jaar histories is meer van die departement in terme van betroubaarheid, responsiwiteit en sekuriteit as eerste jaar historiese studente. Derdejaar historiese studente verwag ook 'n groter mate van empatie van die departement as eerstejaar historiese studente.

HOOFSTUK 6 : GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS

6.1 INLEIDING

Hoofstuk 6 word gewy aan die betekenis wat die statistiese inligting in die voorafgaande hoofstuk vir hierdie studie inhou. Aanbevelings is bygevoeg om die probleem areas aan te spreek.

6.2 GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS

Die vlak van dienslewering deur die Departement Menslike Hulpbronnbestuur aan die Universiteit van Pretoria is bevredigend in elke opsig, alhoewel daar ruimte vir verbetering is.

Die volgende spesifieke gevolgtrekkings is gemaak aangaande die populasie se persepsies in terme van werklike en verwagte kwaliteit van dienslewering.

6.2.1 Tevredenheid in terme van items

Die studente was die mees tevrede met die voorkoms van die werknemers, betroubaarheid van dosente, veiligheid van interaksie, kontaktyd en akkurate rekords wat oor studente gehou word (Tabel 5.10).

Areas waarop verbeter kan word is die besteding van individuele aandag, huidige besigheidsure en spreekure, die toereikendheid van beskikbare fasiliteite en aandag wat geskenk word aan studente se behoeftes en belange (Tabel 5.10).

Laasgenoemde item waarop verbeter kan word blyk 'n besonder hoë prioriteit te geniet. Studente wil veilig voel in hul interaksie met die

departement en die gemoedsrus hê dat hulle as prioriteit gesien word en dat daadwerklike, opregte pogings aangewend word om hulle te help, te verstaan en te akkomodeer.

Die volgende aanbevelings word in hierdie verband gemaak:

- Dosente moet beskikbaar wees vir individuele afsprake met studente en dit by studente tuisbring dat hul opinies gerespekteer word en in ag geneem word.
- Besigheid- en spreekure moet aangepas word om studente beter te pas. Deur fleksietyd te gebruik kan kantoorure moontlik verleng word sonder dat alle personeel heeltyd op diens hoef te wees.
- Verskaf vinnige terugvoer aan studente omtrent probleme wat hulle bespreek en maak praktiese voorstelle om dit op te los.
- Verdere inligting behoort verkry te word omtrent die redes waarom studente voel dat fasiliteite ontoereikend is. Daarna kan aksieplanne saamgestel word om die spesifieke probleme op hierdie gebied aan te spreek.

6.2.2 Die invloed van studierigting

Menslike Hulpbronbestuurstudente stel in die algemeen meer vereistes aan die departement as studente van ander studierigtings. Hulle ken 'n hoë prioriteit toe aan aspekte soos die volledigheid en akkuraatheid van inligting, die nakoming van beloftes, voorsiening in studente se behoeftes en die paslikheid van besigheidsure (Tabel 5.14 en Tabel 5.15).

Slegs een aspek, naamlik die paslikheid van besigheidsure blyk as ontoereikend deur 'n aantal studierigtings beskou te word en aandag behoort hieraan geskenk te word.

6.2.3 Die invloed van ouderdom

Studente wat ouer is as agttien het meer behoefte aan sekuriteit as diegene wat agtien jaar en jonger is. Daar moet 'n gevoel van veiligheid by hierdie studente gekweek word deurdat hulle op hul gemak gestel word en die werklike belangstelling van die departement ervaar tydens interaksie (Tabel 5.26 en Tabel 5.27).

6.2.4 Die invloed van taal

Die gaping tussen werklike en verwagte diens in hierdie opsig blyk die grootste te wees by Afrikaanssprekende studente en die kleinste by anderstalige studente. Engelssprekende studente bevraagteken die toeganklikheid en beskikbaarheid van hul dosente, asook die mate waarin hul behoeftes aan die departement bekend is en prioriteit geniet. Engelssprekende en anderstalige studente is tevrede met die vlak van empatie wat hulle beleef (Sien Tabel 5.29 en Tabel 5.30).

Die volgende kan in gedagte gehou word ter verbetering van probleemareas:

- Hou in gedagte dat kultuurverskille 'n rol speel in die persepsies van diens en dat verskillende taalgroepe verskillend hanteer behoort te word.
- Afrikaanssprekende studente moet meer verseker word van die departement se betroubaarheid, responsiwiteit en empatie en 'n gevoel van sekuriteit moet by hulle gekweek word.

6.2.5 Die invloed van woonplek

Studente woonagting in hul ouerhuise ag die betroubaarheid van die departement belangriker as die ander groepe in hierdie verband (Tabel 5.39 en Tabel 5.40).

6.2.6 Die invloed van akademiese jaar

Derdejaar studente blyk die hoogste vereistes aan die departement te stel, veral in terme van betroubaarheid, sekuriteit en tasbare aspekte (Tabel 5.42 en Tabel 5.43).

Responsiwiteit is die enigste aspek waarop verbeter kan word deurdat flink terugvoer oor probleme of besprekingspunte gegee word.

6.2.7 Die invloed van historiese jaar

'n Algemene gevoel, ongeag van die historiese jaar ter sprake blyk te wees dat betroubaarheid 'n belangrike aspek is. Daar blyk geen probleemareas te wees nie (Tabel 5.49 en Tabel 5.50).

6.2.8 Dimensies wat aandag benodig

Aspekte waarin die werklike diens deur die departement gelewer nie aan die studente se verwagtings voldoen nie, kan saamgevat word in die volgende dimensies wat uitgesonder is, naamlik betroubaarheid, sekuriteit en empatie (Tabel 5.13).

Verbeteringe in terme van betroubaarheid, sekuriteit en empatie kan verseker word deur aandag te gee aan die standaard van die volgende belangrike aspekte: betroubaarheid van dosente; gewilligheid van personeel in die algemeen, om studente behulpsaam te wees; die mate

waartoe studente se belange op die hart gedra word; simpatieke en ondersteunende optrede teenoor studente; toeganklikheid en beskikbaarheid van dosente; veilige interaksie met die departement; flink diens en terugvoer op navrae; en akkurate rekordhouding.

6.3 SAMEVATTING

In hierdie studie is 'n poging aangewend om die verskil te bepaal tussen die werklike en verwagte diens wat deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur gelewer word, soos deur die betrokke studente ervaar. In die algemeen kan die vlak van diens deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur as bevredigend beskou word. Daar is egter ruimte vir verbetering ten opsigte van bepaalde items.

Die studie was insiggewend wat die behoeftes van die studente betref en enkele aspekte het na vore gekom waar verbeteringe aangebring kan word. Daar word vertrou dat hierdie bevindings vir die Departement Menslike Hulpbronbestuur van waarde sal wees en as hulpmiddel sal dien in die verbetering van hul diens aan studente.

BIBLIOGRAFIE

1. Abraham, J. 1996. Ask customers for their opinions. Joy Abraham's Business Breakthroughs Newsletter.
2. Belilos, C. 1997. An in-depth analysis of what customer service is all about. <http://www.customer-service.com/serviceculture.cfm>.
3. Berry, L.L., Zeithaml, A.V. & Parasuraman, A. 1990. Five imperatives for improving service quality. Sloan Management Review, Vol. 29.
4. Blanchard, K. 1996. Customer service: Moving beyond the state of satisfaction. <http://www.askjeeves/main>.
5. Blem, N. 1995. Service, please, South Africa! Suid-Afrika: Juta & Co, Ltd.
6. Brown, A.S., Martenfeld, M.B. & Gould, A. 1990. Creating the service culture. Strategies for Canadian business. Canada: Prentice Hall.
7. Conley, J. 2000. The heart of the customer. <http://www.askjeeves/main>.
8. Cottle, D.W. 1990. Client-centered service: how to keep them coming back for more. Canada: John Wiley & Sons Inc.
9. Customer Service Review. 2000. Think your customers are satisfied? Think again. <http://www.askjeeves/main>.
10. Customer Service Review. 2000. Under-promise and Over-fulfill. <http://www.askjeeves/main>.
11. Goodman, G.S. 2000. Will the recession actually improve customer service?. <http://www.askjeeves/main>.
12. Morgan, G.A. & Griego, O.V. 1998. Easy Use and Interpretation of SPSS for Windows: Answering Research Questions With

Statistics. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah, New Jersey, London.

13. Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. 1991. Understanding customer expectations of service. Sloan Management Review, Vol. 39.
14. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1985. A Conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Vol. 49, 41-50.
15. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, Vol. 64, 12-39.
16. Roberts, K.E. 2000. I don't hate my job.
<http://www.askjeeves/main>.
17. Service Quality Institute. 2001. Price should include good service.
<http://www.customer-service.com/serviceculture.cfm>.
18. Service Quality Institute. 2001. Strategic objectives of customer service. <http://www.customer-service.com/serviceculture.cfm>.
19. Service Quality Institute. 2001. What does your organisation gain with a culture of superior service?
<http://www.customer-service.com/serviceculture.cfm>.
20. Tate, R.W. 2000. Ten steps to improved customer service.
<http://www.askjeeves/main>.
21. The Marketing Science Institute of Cambridge, MA. 1996. Four "must-have" elements of good service. Smart Workplace Practices Newsletter.
22. Tschohl, J. 1991. Achieving excellence through customer service. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

AANHANGSEL A: MENINGS- EN VERWAGTINGS VRAELYS

Hierdie vraelys gee 'n aanduiding van die verwagtings wat u stel ten opsigte van die diens wat deur die Departement Menslike Hulpbronbestuur aan die Universiteit van Pretoria gelewer word. Verder bepaal dit ook u mening omtrent die diens wat u tans van hierdie Departement ontvang.

AFDELING A

Verskaf asb. die volgende inligting deur dit in die regterkantste blok neer te skryf.

Naam en Van	
Studierigting	
Geslag (Manlik/Vroulik)	
Ouderdom	
Huwelikstatus (Getroud/Ongetroud/Geskei/Vervreemd)	
Huistaal	
Verblyf (Ouerhuis/Eiewoning/Koshuis/Kommune)	
Akademiese Jaar	
Historiese Jaar	
Voltyds/Tuks-na-Vyf	

AFDELING B:

Gee asb. 'n aanduiding van die mate waartoe die volgende eienskappe, na u mening, die Departement beskryf ten opsigte van gehalte dienslewering. Dit word gedoen deur die toepaslike nommer op die 5-punt skaal aan die linkerkant, genoem *Werklike Diens*, te omkring. Die regterkantste skaal, *Verwagte Diens*, moet gebruik word om u verwagtings op aan te dui.

Die skaal werk soos volg:

WERKLIKE DIENS	VERWAGTE DIENS
1 – Verskil beslis	1 – Onaanvaarbaar
2 – Verskil	2 – Verkieslik nie
3 – Kan nie besluit nie	3 – Aanvaarbaar
4 – Stem saam	4 – Verkieslik
5 – Stem beslis saam	5 - Noodsaaklik

Daar is geen regte of verkeerde antwoorde nie. Wees dus eerlik in die beantwoording van hierdie vraelys en beantwoord asb. al die vrae. Sodoende stel u ons in staat om beter in u behoeftes te voorsien.

Baie dankie vir u samewerking!

WERKLIK (Q1 – Q 18)	STELLING OMTRENT DIENS	VERWAGTING (Q19 – Q36)
1/2/3/4/5	1. Die fisiese fasiliteite van die Departement is visueel aantreklik.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	2. Die mense wat by die Departement werksaam is, is netjies en goedgeklee.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	3. Die Departement kom sy beloftes meestal na.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	4. Die Departement tree simpatiek en ondersteunend op teenoor hul studente.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	5. Hul rekords is akkuraat en op datum.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	6. Die Departement lewer flink diens.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	7. Die Departement is altyd gewillig om studente behulpsaam te wees.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	8. Die Departement lewer flink terugvoer op navrae deur studente.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	9. Die studente kan hul dosente vertrou.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	10. Studente kan veilig voel in hul interaksie met die Departement.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	11. Individuele aandag word aan studente geskenk.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	12. Die Departement is op hoogte van die studente se behoeftes.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	13. Die Departement dra sy studente se belange op die hart.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	14. Die besigheidsure van die Departement pas meeste van die studente.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	15. Die beskikbare kontaktyd word optimaal deur die dosente benut.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	16. Die onderrigmedia wat gebruik word, skep die indruk van professionele kwaliteit.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	17. Dosente is toeganklik en beskikbaar om studente te help wat probleme met die leerstof ondervind.	1/2/3/4/5
1/2/3/4/5	18. Die spreekure van die studente pas meeste van die studente.	1/2/3/4/5