

# DIE INVLOED VAN OUDERDOM OP VERBRUIKERSGEDRAG BY DIE AANKOOP VAN 'N PASSASIERSMOTORVOERTUIG

P.J. DU PLESSIS

*Skool vir Bedryfsleiding  
Universiteit van Suid-Afrika*

C. BOSHOFF

*Departement Bedryfseconomie  
Universiteit van Vista*

## ABSTRACT

**The influence of age on consumer behaviour in purchasing passenger motor cars.** The decision to purchase a motor vehicle is complex and can be influenced by various factors. Age as a variable which may influence the purchase decision is of particular importance to both motor manufacturers and dealers. The hypothesis tested in this study is that there are no differences between various age groups pertaining to the relative importance of evaluation criteria when purchasing a passenger vehicle. With analysis of variance it was established that there were insignificant differences pertaining to 44 of the 65 criteria ( $p < 0,01$ ) which could be evaluated. The alternate hypothesis was thus accepted with regard to 21 of the evaluation criteria.

## OPSOMMING

Die besluit om 'n motorvoertuig te koop is van 'n komplekse aard en kan deur verskeie faktore beïnvloed word. Ouderdom, as veranderlike wat die besluit kan beïnvloed, is van besondere belang vir motorvervaardigers- en handelaars. Die hipotese wat in die studie getoets word, is dat daar geen verskil bestaan wat betref die relatiewe belangrikheid wat verskillende ouderdomsgroepe aan evalueringskriteria heg by die aankoop van 'n passasiersvoertuig nie. Met behulp van variansie-ontleding is vasgestel dat onbeduidende verskille by 44 van die 65 evalueringskriteria ( $p < 0,01$ ) wat oorweeg kon word, voorgekom het. Die alternatiewe hipotese word daarom met betrekking tot 21 evalueringskriteria aanvaar.

Vir 'n ontwikkelende land soos Suid-Afrika wat deur relatief lang afstande gekenmerk word, is die motorbedryf van kardinale belang. In die lig van die afwesigheid van goedkoop watervervoer en 'n onderontwikkelde openbare vervoerstelsel word verwag dat motorvervoer 'n steeds belangriker rol in toekomstige ekonomiese ontwikkeling in die land sal speel (Heyns, 1988).

Wat die individu betref is dit byna 'n gemeenplaas om te konstateer dat 'n passasiersmotorvoertuig 'n noodsaaklikheid in die moderne lewe geword het. 'n Motorvoertuig is 'n duurzame artikel en verteenwoordig naas 'n woning, seker die belangrikste en grootste enkeluitgawe wat 'n verbruiker aangaan. Die aankoop van 'n motor is 'n aktiwiteit wat herhaaldelik in 'n verbruiker se lewensperiode voorkom en die faktore wat besluitneming beïnvloed is kompleks van aard en behoort voortdurend gemonitor te word. In die Suid-Afrikaanse motorbedryf wat gekenmerk word deur strawwe mededinging, is dié besluitnemingsproses vir beide motorvervaardigers en -handelaars van besondere belang.

Verskillende deeltorieë is reeds ontwikkel om verbruikersgedrag uit verskillende hoeke te verklaar. Een belangrike deeltorie is dié oor besluitneming. Die rol wat die verbruiker in terme van besluitneming vervul, is 'n wederkerende tema wat die afgelope aantal jare in die teorie van verbruikersgedrag voorkom (Wiley, 1984). Die ontleding van die besluitnemingsproses is egter nie 'n nuwe akademiese fenomeen nie (Williams, 1982). In 1910 het Dewey reeds verskillende stappe in probleemoplossing geïdentifiseer naamlik probleembewuswording, inligtingsoeke, alternatiewevaluering, keuse en re-

sultaat. Volgens hierdie teorie tree die verbruikers as 'n probleemoplosser op. Die voordeel van hierdie teorie is dat dit gedrag as 'n proses met sy eie determinante, eerder as 'n diskrete handeling beskou (Engel, Blackwell & Miniard, 1986).

Begrip van verbruikersbesluitnemingsprosesse hou voordeel vir die bemarkers sowel as vir die verbruiker in (Williams, 1982). Die gedrag van albei hierdie partye in die bemarkingsproses het 'n gemeenskaplike doelwit, naamlik probleemoplossing. Verbruikers se besluitnemingsproses is daarop gerig om behoeftebevredigende produkte te koop. Kennis oor die besluitnemingsprosesse van verbruikers lewer 'n belangrike inset by besluitneming deur bemarkers ten opsigte van die verskaffing van sodanige produkte aan verbruikers (Engel, Blackwell & Kollat, 1978).

Daar is verskeie kriteria waarvolgens 'n keuse gemaak kan word by motoraankope. Voorbeelde hiervan is vorige ondervinding met motoraankope ten opsigte van diens, onderdele, verkoops personeel; produktribute soos styl, ruimte, werkverrigting, veiligheidskenmerke; verbruikerseienskappe soos demografies en psigografiese faktore, beroep, huwelikstaat, aantal kinders, lewensstyl; omgewingsinvloede soos familie, vriende, reklame en verkoopslui.

Hieruit kan afgelei word dat die aankoop van 'n motor 'n komplekse besluitnemingsproses is met hoë verbruikersbetrokkenheid (Assael, 1984). Verder gaan die verbruiker deur 'n proses van probleemoplossing waarin verskeie alternatiewe teenoor mekaar opgeweeg moet word. Uitgebreide probleemoplossingsgedrag kom voor omdat motors hoë prys items is waar die produk geassosieer word met werkverrigtingsrisiko of ego-betrokkenheid soos status en prestige.

Navorsing wat in die Verenigde State van Amerika gedoen is oor die rol van ouderdom by die aankoop van 'n motorvoer-

Versoeke vir afdrukke moet gerig word aan P.J. du Plessis, Skool vir Bedryfsleiding, Universiteit van Suid-Afrika, Posbus 392, Pretoria, 0001.

tuig het hoofsaaklik gehandel oor die besit van 'n sekere tipe motor in verskillende ouderdomskategorieë (Peters, 1970; McCrohan, 1980). Peters (1970) bevind in 'n studie oor die invloed van ouderdom by die keuse en aankoop van 'n motorvoertuig dat jong kopers (25-35 jaar) in die VSA 'n groter frekwensie van eienaarskap van ingvoerde ekonomiese motors gehad het as ander ouderdomsgroepe.

Rousseau (1977) se navorsing in Suid-Afrika oor die waarskynlikheid van veranderinge in koopmotiewe en -patrone by verskillende leeftydsgroepe by die aankoop van 'n motor, dui aan dat koopbehoefes wel 'n ontwikkelingsproses ondergaan en met die jare verander namate hulle ouer en meer ervare word. Verder is vasgestel dat jong mense (18 - 28 jaar) werkverrigting as die vernaamste oorweging by die keuse van 'n nuwe motor beskou. Naas padhouvermoë, is finansiële oorwegings die belangrikste faktor vir middeljarige persone (29 - 48 jaar) in hul motorkeuse. Hierdie groep verteenwoordig die grootste mark vir funksionele gesins- en utiliteitsmodelle. Ouer motorige (49 - 68 jaar) is die grootste kopers van luukse en prestige modelle terwyl rygerief en padhouvermoë die belangrikste koopoorwegings vir hierdie groep vorm.

Die studie van Rousseau (1977) het as populasie gehad die kopers van nuwe voertuie wat lesers van twee bepaalde motortydskrifte was. In die huidige studie is die probleem breër beskou sodat kopers van beide nuwe en gebruikte voertuie van alle rasse-groepe betrek is. Verder is sewe ouderdomskategorieë gebruik, vergeleke met die vyf van Rousseau (1977), wat 'n nouer afbakening van moontlike variansies moontlik maak. Die twee studies verskil ook in dié opsig dat respondente in die onderhawige studie vraelyste voltooi het op die handelaar se perseel onmiddellik nadat 'n voertuig gekoop is. Sodoende is die moontlikheid van geheueverlies en die rol van beïnvloedingsveranderlikes uitgeskakel.

Die hipotese wat in die studie getoets is, is dat daar geen verskil is wat betref die relatiewe belangrikheid wat verskillende ouderdomsgroepe aan evalueringskriteria heg by die aankoop van 'n passasiersvoertuig nie.

Die rasionaal vir die hipotese is dat verbruikers met verloop van tyd kriteria ontwikkel wat hulle by die oorweging van verskillende alternatiewe gebruik. Volgens Cohen (1981) is waardes, motiewe, inligting en ervaring die belangrikste oorsprong van evalueringskriteria. Indien aangeneem word dat hierdie veranderlikes oor tyd sal verander, kan aanvaar word dat die relatiewe belang van verskillende evalueringskriteria by verskillende ouderdomsgroepe kan verskil (Du Plessis, 1986).

## METODE

Respondente (die kopers van motorvoertuie) het 'n gestruktureerde vraelys op die motorhandelaar se perseel voltooi onmiddellik nadat 'n voertuig gekoop is. Sodoende is verseker dat inligting nog vars in respondente se geheue was, terwyl die rol van na-aankoop beïnvloedingsveranderlikes (byvoorbeeld ervaring met die motor en diens van die handelaar) uitgeskakel is.

Die benadering tot inligtingsinwinning wat gebruik is, het die trekking van twee steekproewe genoodsaak, naamlik 'n handelaarsteekproef en 'n verbruikersteekproef. Die verbruikersteekproef het bestaan uit kopers van passasiersvoertuie terwyl die handelaarsteekproef bestaan het uit dié handelaars by wie pas 'n motorvoertuig gekoop is, en wat ook as 'veldwerkers' opgetree het.

Vanweë die hoë mate van geografiese konsentrasie van voertuigeienaars in Suid-Afrika, asook weens koste en tydsoorwegings is die universum vir beide steekproewe tot metropolitaanse gebiede beperk. Vir die doeleindes van die studie is die verbruikersteekproef gedefinieer as alle blankes, kleurlinge, asiërs en swartes wat 'n passasiersmotorvoertuig gedurende die tydperk Desember 1985 tot Mei 1986 gekoop het by handelaars in die PWV-, Durban-, en Kaapstadgebied.

Die keuse van 'n verbruikersteekproef was onderhewig aan die deelname van handelaars aangesien laasgenoemde die funksie van 'veldwerker' vervul het. Kriteria aan die hand waarvan handelaars vir deelname aan die studie opgeneem is; was die volgende:

- verteenwoordiging van elk van die sewe motorvervaardigers (in 1985) vir elke streek, in verhouding tot hul mark-aandeel in die Suid-Afrikaanse passasiersmotormark;
- verteenwoordigende aantal gebruikte motorhandelaars wat nie aan motorvervaardigeragentskappe gekoppel is nie;
- orde-grootte van die handelaar se motorverkope; en
- bereidwilligheid om deel te neem.

Aangesien geen gemeenskaplike register van alle motorhandelaars in Suid-Afrika bestaan nie, is van bronne soos die ledelyste van die National Automobile Dealers Association, die Auto Dealers Guide en die Departement van Pos- en Telekomunikasi se Geelbladsye Gids gebruik gemaak om handelaars in die genoemde gebiede by die universum in te sluit. In totaal is 871 handelaars (nuwe en gebruikte motors) geïdentifiseer waarvan 125 bereid was om aan die studie deel te neem. In Tabel 1 word die besonderhede van die streke, betrokke by die studie en die aantal vraelyste terugontvang uit elk, getoon.

**TABEL 1**  
**GEOGRAFIESE VERSPREIDING VAN VERBRUIKERSTEEKPROEF OOR DIE**  
**REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA**

| Gebied                      | Aantal     | Persentasie  |
|-----------------------------|------------|--------------|
| Pretoria/Verwoerdburg       | 184        | 20,4         |
| Johannesburg                | 178        | 19,7         |
| Oos-Rand en Wes-Rand        | 99         | 11,0         |
| Vereeniging/Vanderbijlpark  | 52         | 5,8          |
| <b>SUBTOTAAL PWV-GEBIED</b> | <b>513</b> | <b>56,9</b>  |
| Durban/Pinetown             | 170        | 18,8         |
| Kaapstad                    | 185        | 20,5         |
| Noord-Transvaal             | 34         | 3,8          |
| <b>TOTAAL</b>               | <b>902</b> | <b>100,0</b> |

Soos blyk uit Tabel 1 is die verspreiding van steekproefresponsies tussen die PWV-, Durban-, Kaapstadgebied en ander gebiede nie eweredig nie. Die verhouding tussen die PWV-, Durban-, en Kaapstadgebied is 3:1:1 onderskeidelik. Die verhouding van werklike motorregistrasies tussen dieselfde drie gebiede is 4:1:1 onderskeidelik. Die proporsionele verhouding van die drie gebiede in die steekproef word as aanvaarbaar beskou vir die doeleindes van die studie.

Wat die verbruikersteekproef betref, is van 'n kombinasie van oordeel en kwotasteekproeftrekking gebruik gemaak, terwyl die finale steekproef gestratifiseer is ten opsigte van geografiese gebied sodat voldoende voorsiening gemaak kon word vir die natuurlike konsentrasie van sekere rassegroepe in sommige gebiede.

'n Totaal van 968 vraelyste is van verbruikers terug ontvang waarvan 902 bruikbaar was.

Vorige navorsing het ouderdomsintervalle van min of meer 10 jaar gebruik (Rousseau, 1977; Peters, 1970). In die studie is gepoog om te bepaal of 'n nouer afbakening van vyf jaar periode tot 35jarige leeftyd duidelike verskille sou openbaar.

Tabel 2 toon die aantal responsies in verskillende ouderdomskategorieë volgens rassegroepe. Dit blyk dat die kategorie 36 – 45 jaar die grootste verteenwoordiging het, naamlik 30 persent van die totaal. Die kategorieë 25 – 30 jaar en 46 – 55 jaar verteenwoordig onderskeidelik 19 persent en 18 persent van die totaal.

**TABEL 2**  
**RESPONSIES IN VIE VERSKILLENDE OUDERDOMSKATEGORIEË**  
**VOLGENS RASSEGROEP**

| Rassegroep | Ouderdom | 18-24 | 25-30 | 31-35 | 36-45 | 46-55 | 56-64 | 65 JAAR |
|------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
|            | Totaal   | Jaar  | Jaar  | Jaar  | Jaar  | Jaar  | Jaar  | en Ouer |
| Blankes    | 577      | 43    | 94    | 112   | 176   | 109   | 33    | 10      |
| Kleurlinge | 114      | 16    | 33    | 20    | 26    | 17    | 2     | -       |
| Asiërs     | 102      | 14    | 28    | 21    | 29    | 8     | 2     | -       |
| Swartes    | 109      | 1     | 15    | 24    | 41    | 25    | 3     | -       |
|            | 902      | 74    | 170   | 177   | 272   | 159   | 40    | 10      |

**TABEL 3**  
**VARIANSIE-ONTLEDING VAN EVALUERINGSKRITERIA TEN OPSIGTE**  
**VAN DIE VERSKILLENDE OUDERDOMSGROEPE<sup>(1)</sup>**

| Evalueringkriteria                  | Som van kwadrate |              | Gemiddelde kwadrate |              | F-Waarde |
|-------------------------------------|------------------|--------------|---------------------|--------------|----------|
|                                     | Soort variansie  |              | Soort variansie     |              |          |
|                                     | Tussen groepe    | Binne groepe | Tussen groepe       | Binne groepe |          |
| Gehalte van vakmanskap              | 15,74            | 832,18       | 2,63                | 0,93         | 2,82     |
| Instandhoudingskoste                | 20,59            | 1075,20      | 3,43                | 1,20         | 2,86     |
| Betroubaarheid van dié model        | 13,14            | 643,82       | 2,19                | 0,72         | 3,04     |
| Lae loopkoste                       | 23,01            | 1134,65      | 3,83                | 1,27         | 3,02     |
| Binneruimte                         | 35,33            | 818,18       | 5,89                | 0,91         | 6,44     |
| Beskikbaarheid van onderdele        | 26,13            | 898,12       | 4,36                | 1,00         | 4,34     |
| Gemak van agtersitplekke            | 27,00            | 1337,08      | 4,50                | 1,49         | 3,01     |
| Brandstofdoeltreffendheid           | 14,86            | 827,71       | 2,64                | 0,93         | 2,86     |
| Enjinkrag                           | 18,77            | 938,34       | 3,13                | 1,05         | 2,98     |
| Waarborgtydperk                     | 25,46            | 1331,70      | 4,24                | 1,49         | 2,85     |
| Vorige ervaring met handelaar       | 83,54            | 2093,40      | 13,92               | 2,34         | 5,95     |
| Reputasie van na-verkope diens      | 31,07            | 1362,48      | 5,18                | 1,52         | 4,40     |
| Lugtoevoerstelsel                   | 27,91            | 1226,19      | 4,65                | 1,37         | 3,39     |
| Uitgebreide handelaarsnetwerk       | 29,44            | 1240,65      | 4,91                | 1,39         | 3,54     |
| Reikafstand van brandstofstank      | 28,43            | 1028,14      | 4,74                | 1,15         | 4,12     |
| Reputasie van handelaar             | 27,27            | 1320,59      | 4,55                | 1,48         | 3,08     |
| Ruimheid vir agterpassasiers        | 42,86            | 1262,63      | 7,14                | 1,41         | 5,06     |
| Gemak van bestuur                   | 20,93            | 861,92       | 3,49                | 0,96         | 3,62     |
| Ligging van handelaar               | 30,34            | 1499,84      | 5,06                | 1,68         | 3,02     |
| Koste van onderdele                 | 24,70            | 1258,27      | 4,12                | 1,41         | 2,93     |
| Goeie inruilwaarde van vorige motor | 86,01            | 3310,45      | 14,33               | 3,70         | 3,88     |

- Slegs die 21 kriteria wat beduidend op die  $p < 0,01$  vlak verskil, word aangetoon.  
Grade van vryheid tussen groepe = 6  
Grade van vryheid binne groepe = 895

In die verbruikersvraelys is 65 kriteria wat 'n verbruiker by die aankoop van 'n passasiersvoertuig in ag kan neem aan respondente voorgehou (Du Plessis, 1986). Responsies op elke kriterium word op 'n sespuntskaal van een tot ses aangeleen. die skaalwaarde van een dui aan dat die kriterium vir die respondent totaal onbelangrik was by die keuse van die betrokke motor, terwyl 'n waarde van ses besondere belangrikheid aantoon. Die skaalwaardes kan gedefinieer word as diskrete posisies op 'n veronderstelde kontinuum van belangrikheid vir die respondent (Boote, 1981).

**RESULTATE**

Die geformuleerde hipotese is met behulp van eenrigting variansieontleding getoets (F-toets). In Tabel 3 word die F-waardes van die evalueringkriteria wat beduidend verskillend op die 0,01 vlak deur die verskillende ouderdomsgroepe geëvalueer is, aangetoon.

Tabel 3 toon dat 21 evalueringkriteria beduidend verskillend ( $p \leq 0,01$ ) deur die betrokke ouderdomsgroepe geëvalueer is. Die grootste verskille in die evaluering van die kriteria kom voor by binneruimte ( $F = 6,44$ ), vorige ervaring met handelaar ( $F = 5,95$ ), ruimheid vir agterpassasiers ( $F = 5,06$ ), beskikbaarheid van onderdele ( $F = 4,34$ ) en reikafstand van brandstofstank ( $F = 4,12$ ).

Onbeduidende verskille kom by 44 evalueringkriteria voor. Die nulhipotese soos geformuleer, word dus verwerp ten opsigte van 21 evalueringkriteria ten gunste van die alternatiewe hipotese.

Die voorafgaande resultate dui aan watter faktore beduidende verskille getoon het, maar identifiseer nie verskille tussen bepaalde ouderdomsgroepe nie. Die lokalisering van verskille tussen ouderdomsgroepe is met behulp van Sheffé se post hoc-vergelykingstoets opgespoor (Downie & Heath, 1970). Beduidende verskille tussen groepe ( $p \leq 0,05$ ) is ten opsigte van 14 kriteria geïdentifiseer wat verskil van die 21 wat vroeër geïdentifiseer is, weens die ingeboude 'konserwatisme' van die Sheffé-toets. Die wat verskillend op die 0,01 vlak geëvalueer is, is beskikbaarheid van onderdele tussen die 25 – 30 jaar groep en die 56 – 64 jaar groep ( $F = 22,57$ ), vorige ervaring met handelaar tussen die 25 – 30 jaar groep en die 36 – 45 jaar groep ( $F = 19,78$ ) asook tussen die 25 – 30 jaar groep en die 46 – 55 jaar groep ( $F = 23,33$ ). Geen opsigtelike verklaring vir hierdie verskynsels kom na vore in die navorsingsbevindinge nie. Die studie het gesentreer rondom die vraagstuk of daar moontlike verskille tussen ouderdomsgroepe is met betrekking tot evalueringkriteria. Opvolgstudies ten opsigte van die redes vir die verskille word sterk hierdeur gesuggereer.

Respondente is ook versoek om die sewe evalueringkriteria wat vir hulle die belangrikste was in hul koopbesluit, op 'n ranglys te plaas. Die gesommeerde frekwensies van die belangrikste kriteria soos deur die respondente geselekteer, is as basis gebruik om die belangrikheidsvolgorde van die kriteria te bepaal. Alhoewel die metode nie statisties verantwoord kan word nie, word inligting beskikbaar gestel wat bruikbaar is vir die benutting van ouderdom as segmenteringsveranderlike. Die resultate, vir elke ouderdomkategorie afsonderlik asook die totaal, word in Tabel 4 aangetoon.

**TABEL 4**  
**BELANGRIKHEIDSVOLGORDE VAN EVALUERINGSKRITERIA VIR BERSKILLENDE OUDERDOMSGROEPE**

| Kriterium                                     | Rangorde     |            |            |            |            |            |            |                 |
|---|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
|   | Totale groep | 18-24 Jaar | 25-30 Jaar | 31-35 Jaar | 36-45 Jaar | 46-55 Jaar | 56-64 Jaar | 65 Jaar en ouer |
| Brandstofdoeltreffendheid                     | 1            | 1          | 2          | 2          | 2          | 1          | 1          | 9               |
| Betroubaarheid van die model                  | 2            | 2          | 3          | 1          | 1          | 3          | 2          | 5               |
| Padhouvermoë                                  | 3            | 3          | 1          | 3          | 3          | 5          | 7          | 7               |
| Gehalte van vakmanskap                        | 4            | 5          | 6          | 4          | 4          | 6          | 3          | 1               |
| Instandhoudingskoste                          | 5            | 6          | 8          | 5          | 6          | 8          | 6          | 3               |
| Lae loopkoste                                 | 6            | 4          | 5          | 9          | 5          | 4          | 4          | 2               |
| Beskikbaarheid van onderdele                  | 7            | 9          | 4          | 10         | 9          | 2          | 5          | 6               |
| Werkverrigting van ejin                       | 8            | 7          | 9          | 11         | 8          | 7          | 8          | *               |
| Veiligheidskenmerke                           | 9            | 8          | 7          | 6          | 7          | 13         | 9          | *               |
| Aankoopprys                                   | 10           | 14         | 10         | 8          | 10         | 11         | 10         | *               |
| Koste van onderdele                           | 11           | 12         | 14         | 7          | 12         | 9          | *          | *               |
| Reputasie van motorvervaardiger               | 12           | 11         | 11         | 12         | *          | 12         | *          | 4               |
| Gemak van bestuur                             | 13           | *          | 13         | *          | 11         | 10         | *          | 11              |
| Enjinkrag                                     | 14           | 10         | 12         | 15         | *          | *          | *          | *               |
| Rygemak                                       | 15           | *          | *          | 13         | 14         | 14         | 15         | *               |
| Reputasie van naverkope diens ondersteuning   | *            | 15         | *          | *          | *          | *          | 11         | 15              |
| Goeie inruilwaarde vir vorige motor           | *            | 13         | *          | *          | 15         | *          | *          | *               |
| Reikafstand van brandstofstank                | *            | *          | 15         | 14         | *          | 15         | *          | *               |
| Toekomstige herverkoopwaarde                  | *            | *          | *          | *          | 13         | *          | *          | 13              |
| Onbeperkte uitsig                             | *            | *          | *          | *          | *          | *          | 12         | 10              |
| Stilheid van enjin/transmissie                | *            | *          | *          | *          | *          | *          | 13         | *               |
| Gemak van voorsitplekke                       | *            | *          | *          | *          | *          | *          | 14         | 12              |
| Verhouding met verkooppersoneel van handelaar | *            | *          | *          | *          | *          | *          | *          | 14              |
| Tegniese gevorderdheid                        | *            | *          | *          | *          | *          | *          | *          | 8               |

\*Nie onder die 15 belangrikste evalueringkriteria nie.

Tabel 4 toon dat die belangrikheidsvolgorde van die 65 jaar en ouer kategorie, heelwat verskillend van die ander kategorieë is. Vertolking van hierdie resultaat moet egter met versigtigheid gedoen word aangesien die aantal responsies in die kategorie slegs 10 is.

Brandstofdoeltreffendheid is vir verbruikers in die kategorieë 18 – 24 jaar, 46 – 55 jaar en 56 – 64 jaar die belangrikste kriterium. In die 31 – 35 jaar en 36 – 45 jaar ouderdomskategorie is betroubaarheid van die model weer die belangrikste terwyl dit ook as relatief belangrik vir die ander kategorieë beskou word. Padhouvermoë word deur kopers in die 25 – 30 jaar kategorie as die belangrikste kriterium beskou, terwyl die 65 jaar en ouer groep, gehalte van vakmanskap as die belangrikste ag.

Padhouvermoë skyn in belangrikheid af te neem namate persone ouer word — met die uitsondering van die 25 – 30 jaar kategorie.

Die relatiewe belangrikheid van instandhoudingskoste wissel in die verskillende kategorieë en openbaar nie 'n vaste neiging nie behalwe dat dit ten minste onder die eerste agt belangrikste kriteria deur al die kategorieë evalueer word. In die geval van die kriterium, gehalte van vakmanskap, kan dieselfde afleiding gemaak word met dié verskil dat dit onder die eerste ses belangrikste kriteria deur al die kategorieë evalueer word.

Beskikbaarheid van onderdele is vir die 46 – 55 jaar kategorie relatief baie belangriker as vir die ander kategorieë. Vir die ouderdomsgroepe 31 – 35 jaar en 36 – 45 jaar is hierdie kriterium weer onbelangriker as vir die ander kategorieë.

Behalwe in die geval van die 65 jaar en ouer kategorie word werkverrigting van enjin in die sewende tot elfde plek in terme van belangrikheid deur die ander ouderdomskategorieë beskou.

Koste van onderdele is weer vir die 31 – 35 jaar en 46 – 55 jaar kategorieë belangriker in vergelyking met die ander ouderdomsgroepe.

Reputasie van vervaardiger word nie onder die eerste 10 belangrikste evalueringkriteria deur al die kategorieë, behalwe die 65 jaar en ouer groep, geag nie. In die laasgenoemde groep verskyn dit as die vierde belangrikste kriterium.

In die ouderdomsgroepe 46 – 55 jaar en 65 jaar en ouer is veiligheidskenmerke onbelangriker as wat die geval by die ander ouderdomsgroepe is.

Soos moontlik te wagte kon wees het ouer persone se persepsie duidelike tekens van ervaringskennis getoon. Vorige ervaring met handelaar was vir hulle byvoorbeeld belangriker as vir jong ouderdomsgroepe, terwyl invloed van verkoopspersoneel weer 'n minder belangrike waarde vir die ouer ouderdomsgroep (46 tot 55 jaar) as vir die ouderdomsgroep 25 tot 30 jaar gehad het.

Hierdie resultate kan nie direk met vorige studies vergelyk word nie omdat die navorsing van Peters (1970) en McCrohan (1980) oor die besit van 'n sekere tipe motor in verskillende ouderdomsgroepe gehandel het. Evalueringkriteria, as sodanig, is nie as uitgangspunt geneem nie.

Die studie van Rousseau (1977) het wel die verandering in koopmotiewe en -patrone by verskillende leeftydsgroepe bepaal. Hy het vasgestel dat jongmense (tussen 18 – 28 jaar) werkverrigting as die vernaamste oorweging by die keuse van 'n

nuwe motor beskou. Die resultate in die onderhawige studie stem nie hiermee ooreen nie. Persone in die ouderdomsgroep 18 tot 24 jaar ag werkverrigting van enjin as die sewende belangrikste kriterium terwyl persone in die ouderdomsgroep 25 tot 30 jaar hierdie evalueringkriterium in die negende belangrikste posisie plaas. Rousseau (1977) se bevinding dat padhouvermoë vir die middeljarige persoon (29 tot 48 jaar) die belangrikste eienskap in hul motorkeuse is, stem ook nie ooreen met die resultate wat in hierdie studie verkry is nie. Verbruikers in die ouderdomsgroep 31 tot 35 jaar en 36 tot 45 jaar (wat vergelykbaar is met die middeljarige groep van Rousseau) het padhouvermoë as die derde belangrikste kriterium beskou by die aankoop van 'n motor. Betroubaarheid van die model en brandstofdoeltreffendheid word deur dié ouderdomsgroepe as die belangrikste en naasbelangrikste evalueringkriteria beskou. Ouer motoriste (49 tot 68 jaar) het in Rousseau (1977) se studie, rygerief en padhouvermoë as die belangrikste koopoorwegings beskou. In die studie het die ouderdomsgroep 46 tot 55 jaar, padhouvermoë as die vyfde belangrikste oorweging beskou en gemak van bestuur het die tiende posisie beklee. Brandstofdoeltreffendheid was vir die genoemde ouderdomsgroep die belangrikste evalueringkriterium. Vir die ouderdomsgroep 56 tot 64 jaar was padhouvermoë die sewende belangrikste kriterium en gemak van voorsitplekke (wat 'n rygeriefkonnotasie het) was in die veertiende posisie. Vir hierdie ouderdomsgroep was brandstofdoeltreffendheid die belangrikste evalueringkriterium by die aankoop van 'n motor.

Die verkreeë resultate is dus grootliks strydig met die bevindinge van Rousseau (1977). Daar behoort egter in gedagte gehou te word dat die steekproefontwerp van Rousseau (1977) nie gebruikte motors en alle rasse-groepe ingesluit het nie. Verder kan veranderde marktoestande binne die afgelope dekade ook daartoe bydra dat verskille na vore tree. Die vergelyking van die onderhawige studie van dié van Rousseau (1977) moet dus met versigtigheid vertolk word.

## GEVOLGTREKKING

Alhoewel die studie onder enkele beperkinge gebuk gaan, naamlik die geografiese konsentrasie van respondente in sekere metropole en onbevredigende verteenwoordiging in een ouderdomskategorie, is 'n benadering tot inligtingsinwinning gebruik wat nog nie vantevore in dieselfde konteks benut is nie. Die voltooiing van die vraelys deur respondente op die handelaar se perseel onmiddellik nadat die kooptransaksie beklink is, het die nadele van vorige navorsing op die gebied, naamlik moontlike geheueverlies en die rol van na-aankoop beïnvloedingsveranderlikes, uitgeskakel.

Ouderdom as demografiese marksegmenteringsveranderlike kan in die bemarking van motors doeltreffend aangewend word om bestaande en potensiële teikenmarkte te benut. Die beduidende verskille wat gevind is ten opsigte van die relatiewe belangrikheid van evalueringkriteria deur verskillende ouderdomsgroepe, kan as riglyne dien om bewustheid en verandering in handelsmerkvoorkeure by motorkopers te bewerkstellig.

## VERWYSINGS

- Assael, H. (1984). *Consumer behavior and marketing action*. Second edition. Boston: Kent Publishing Company.
- Boote, A.S. (1981). Reliability testing of psychographic scales. *Journal of Advertising Research*, 21(5), 53-60.
- Cohen, D. (1981). *Consumer behavior*. New York: Random House.
- Dewey, J. (1919). *How we think*. New York: Heath.

- Downie, N.M. & Heath, R.W. (1970). *Basic statistical methods*. New York: Harper & Row.
- Du Plessis, P.J. (1986). *Verbruikersgedrag by die aankoop van 'n motorvoertuig*. Ongepubliseerde proefskrif. Pretoria: Universiteit van Suid-Afrika.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Kollat, D.T. (1978). *Consumer behavior*. Illinois: Dryden Press.
- Engel, J.F. Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1986). *Consumer behavior*. Illinois: Dryden Press.
- Heyns, M.R. (1988). Toespraak gehou voor die Motorkamer van die Afrikaanse Handelsinstituut, 24 Mei, Pretoria.
- McCrohan, K.F. (1980). Demographic segmentation in the new automobile market: A reappraisal. In *Developments in Marketing Science*, vol. III, edited by Venkatakrishna, V.B. 1980. Proceedings of the fourth annual conference of the Academy of Marketing Science. Dallas, Texas (April 30 to May 3), pp.5-9.
- Peters, W.H. (1970). Using MCA to segment new car markets. *Journal of Marketing Research*, 7, 360-363.
- Rousseau, G.G. (1977). 'n Bemarkingsnavorsingsondersoek na die koopmotiewe van motoreienaars in die Suid-Afrikaanse motorhandel. *Humanitas*, RSA, 4-2, 175-183.
- Williams, T.G. (1982). *Consumer behavior*. Minnesota: West Publishing Company.
- Wiley, J.B. (1984). Toward upgrading the quality of consumer decision-making. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 12(1), 15-18.