

SHORT COMMUNICATIONS

DIE METING VAN GEMEENSKAPSVERWAGTINGE MET BETREKking TOT DIE SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID VAN ONDERNEMINGS*

Deur —

C. Wagenaar
Departement Bedryfseko-
nomie
Randse Afrikaanse Universiteit

Different views exist as far as corporate social involvement is concerned. In the long run, however, business will have to take notice of what society expects in this respect. In order to measure these expectations of society, a 5-point Likert scale was developed. The scale was completed by a sample of 94 persons and tested for its validity and reliability. The results show that subjects involved in the survey definitely expect from business some extent of social involvement. Because of the limited sample, however, these results must only be viewed as an indication of what society expects from the business community.

INLEIDING

Uiteenlopende standpunte bestaan sover dit die betrokkenheid van ondernemings by sosiale vraagstukke betref. Enersyds is daar diegene wat redeneer dat die aard en wese van die partikuliere onderneming aangesig word indien die onderneming hom nie uitsluitlik bepaal by die produksie van goedere en dienste met die oog op wins-maksimalisering nie. Andersyds word aangevoer dat hedendaagse sosiale vraagstukke van sodanige komplekse aard is dat dit kwalik opgelos kan word sonder 'n bydrae deur die ondernemingswese. Die vraag kan egter gestel word of die gemeenskap van die onderneming verwag om sekere sosiale verantwoordelikhede op te neem. Indien die gemeenskap dit verwag, kan die partikuliere onderneming kwalik anders as om 'n sosiale rol te vervul. Ostlund skryf in hierdie verband: "Regardless of its origin, each new social demand upon the corporation contributes to a redefinition of its role in society. Indeed, society as a whole has already brought about some redefinition even while advocates of polar positions enjoy their continued and fruitless debate over whether the corporation should or should not bear social burdens."
(1)

Die doel van hierdie artikel is dan ook om die resultate te rapporteer van 'n ondersoek na gemeenskapsverwagtinge sover dit die sosiale betrokkenheid van ondernemings betref.

DIE ONDERSOEK

Metode

'n Vraelys is as meetinstrument gebruik. Tydens die voltooiing van die vraelys deur die proefpersone was 'n persoon egter aanwesig om die nodige instruksies te gee en onduidelikhede op te klaar.

Die Vraelys

'n Aantal vrae of items is opgestel wat 'n verskeidenheid fasette van die sosiale betrokkenheid van ondernemings raak, byvoorbeeld behuisingsvoorsiening, die verhouding tussen die owerheid en die partikuliere onderneming en die vermoë van die onderneming om in sosiale behoeftes te voorsien. Die vraelys wat deur die proefpersone voltooi is, het 84 items bevat wat op 'n 5-punt Likertskaal beantwoord moes word. Nadat die vraelyste voltooi is, is die response aan 'n eerste en 'n hoër orde PFA-tipe faktorontleding met 'n DOBLIMIN-rotasie onderwerp. Deur middel van die proses van faktorontleding word die aantal items of vrae in terme waarvan elke individuele houding gemeet word, verminder van die oorspronklike aantal items (in hierdie geval 84) tot 'n relatief klein aantal faktore of selfs 'n enkele faktor. Die rotasie van faktore is 'n statistiese prosedure wat aangewend word om die mees bevestigende en interpreteerbare faktorpatroon te verkry. Op grond van die faktorontledings is 'n enkele faktor bestaan uit 32

* Hierdie is slegs 'n kort verslag oor 'n loodsstudie, hoofsaaklik met die oog op toetsing van navorsingsmetodiek. Die navorsing word tans op groter skaal en landswyd herhaal, en 'n verslag oor die groter studie sal later in *Bedryfsleiding* verskyn.

items, gevind. Hierdie faktor kon interpreteer word as "sosiale verwagtinge".

Vervolgens is 'n itemontleding op die 32 items uitgevoer. Die doel van die itemontleding is om die mate van homogeniteit waarmee items in 'n skaal die response van persone meet, vas te stel. Items of vrae wat afbreuk doen aan die homogeniteit van metings met die houdingskaal, word deur middel van die itemontleding geïdentifiseer en sodanige items word nie by die skaal in sy finale vorm ingesluit nie. Die resultaat van die itemontleding wat uitgevoer is op die vraelys wat in hierdie ondersoek gebruik is, was dat een van die 32 items verwerp is.

Die mate waarin die items van 'n houdingskaal homogeen meet, word kwantitatief uitgedruk in terme van 'n betroubaarheidskoëffisiënt. Hoe hoër die betroubaarheid van 'n skaal is hoe hoër is die betroubaarheidskoëffisiënt. Omdat die betroubaarheidskoëffisiënt in werklikheid 'n korrelasiekoëffisiënt is kan dit nie hoër as een wees nie. Een van die metodes wat gebruik word vir die berekening van die betroubaarheidskoëffisiënt van 'n skaal, is deur Kuder en Richardson ontwikkel. Van die verskillende formules wat deur hulle afgelei is, is die mees bekendes die "Kuder-Richardson formules 14 en 20." Die vraelys bestaande uit die oorblywende 31 items het 'n Kuder-Richardson 14 en 20 betroubaarheidskoëffisiënt van 0,906 getoon. Dit spreek vanself dat slegs response van proefpersone op dié 31 items in ag geneem is by die meting van die relevante verwagtings. Die vraelys is sodanig opgestel dat 'n hoë telling 'n weerspieëling is van 'n hoë verwagting ten opsigte van sosiale betrokkenheid deur ondernemings. Sou iemand dus die maksimum-telling van 155 behaal, dui dit op 'n uitermate hoë verwagting dat die onderneming 'n bydrae behoort te lewer tot die oplossing van sosiale probleme.

Die Steekproef

Die steekproef bestaan uit 94 blankes woonagtig in 16 voorstede van Johannesburg en Pretoria. Daar is

gepoog om die steekproef ewewigtig saam te stel ten opsigte van onderskeidelik geslag, ouderdoms-, taal- en inkomstegroep.

Dit is vanselfsprekend dat 'n meer verteenwoordigende beeld van gemeenskapsverwagtinge verkry kan word deur insluiting van lede van die nie-blanke bevolking in die steekproef. Oor die algemeen kan egter geargumenteer word dat indien dit blyk dat blankes van ondernemings verwag om sosiaal betrokke te wees, hierdie verwagting by nie-blankes waarskynlik groter sal wees weens die groter behoefte by hierdie deel van die bevolking aan beter werk- en lewensomstandighede.

Kritiek kan ook geopper word sover dit die grootte van die steekproef betref. Dit moet egter beklemtoon word dat die resultate van die ondersoek hoogstens as 'n aanduiding van gemeenskapsverwagtinge in die bogenoemde 2 stede beskou moet word.

RESULTATE VAN ONDERSOEK

'n Ontleding van die response toon 'n gemiddelde telling van 104 en 'n mediaantelling van 109, wat daarop dui dat proefpersone oor die algemeen van ondernemings verwag om sosiaal betrokke te raak. Responspatrone op sommige vrae word in Tabel 1 uiteengesit.

GEVOLGTREKKING

Die persone wat by die ondersoek betrokke was, openbaar 'n duidelike verwagting van ondernemings om betrokke te raak by die oplossing van sosiale probleme. Dit is nie onrealisties om te verwag dat op 'n tydstip waar Suid-Afrika met ernstige sosiale probleme te kampe het, die gemeenskap in 'n steeds groter wordende mate van die onderneming sal vereis om 'n bydrae te lewer nie.

VERWYSING

¹ Ostlund, L E, "Attitudes of Managers Toward Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Summer 1977, p 35

Tabel 1 Response op spesifieke vrae

	Persentasie proefpersone wat "in 'n groot mate" en "in 'n mate" geantwoord het
1. In watter mate is dit 'n verantwoordelikheid van ondernemings om finansiëel by te dra vir die bevordering van kultuur?	81,4%
2. In watter mate behoort die onderneming, buiten om wins te maak, ook na eie goeie gedunke liefdadigheidsinstansies finansiëel te help?	74,5%
3. In watter mate behoort dit die beeld van 'n onderneming te bevorder indien in advertensies gewys word op sy bydrae tot die oplossing van sosiale probleme?	76,6%
4. In watter mate behoort die onderneming en die owerheid saam te werk om sosiale probleme op te los?	86,2%
5. In watter mate is die onderneming verplig om te help met die oplossing van sosiale probleme in die gemeenskap?	81,4%