

**DIE PRAKTISERING VAN
SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID
DEUR
DIE KLEINSAKEONDERNEMING**

**JAN CHRISTOFFEL VISAGIE
M COM**

Proefskrif goedgekeur vir die graad

DOCTOR COMMERCII

in Bedryfsosiologie

in die

**FAKULTEIT EKONOMIESE EN BESTUURS-
WETENSKAPPE
VAN DIE
POTCHEFSTROOMSE UNIVERSITEIT
VIR
CHRISTELIKE HOër ONDERWYS**

Studieleier: Dr J.E. Coetzee

POTCHEFSTROOM
NOVEMBER 1989

BEDANKINGS

My dank aan die Skepper, met die nederige besef dat talente en verstand, hoe gering ook al, suiwer uit die hand van Sy genade ontvang word.

Ek is opregte dank en waardering verskuldig aan verskeie persone en instansies wat dit vir my moontlik gemaak het om hierdie studie uit te voer. In besonder wens ek te bedank:

- dr. Jos Coetzee, my studieleier, vir sy hulp, leiding, en belangstelling wat hy geopenbaar het.
- Prof. Jan van den Berg en dr. Kobus van der Walt van die Departement Bedryfsosiologie vir hul belangstelling tydens die studie.
- Mev. Engela van der Walt van die Ferdinand Postma biblioteek vir die bibliografie wat nagegaan is.
- Prof. Faan Steyn en mev. Uys van die Statistiese Konsultasiediens vir die raad en verwerking van die vraelyste.
- dr. Danie Rosslee vir die taalversorging.
- Die Adviesburo vir Kleinsakeondernemings aan die PU vir CHO waar baie inligting bekom is.
- My moeder en skoonouers vir hulle aanmoediging, belangstelling en gebede.
- My vrou, Marié vir haar begrip en aanmoediging wat deurentyd 'n bron van aansporing was.

Opgedra ter nagedagtenis aan my vader. Sy lewe as Christenmens, sy positiewe voorbeeld en aanmoediging, was 'n inspirasie tot die studie.

INHOUDSOPGAWE

Lys van tabelle	i
Lys van histogramm	ii
Lys van figure	iii

HOOFSTUK 1

INLEIDING EN PROBLEEMSTELLING

1.1	Inleiding	1
1.2	Probleemstelling	3
1.3	Aard en omvang van die probleem	5
1.4	Doel van die studie	6
1.5	Metode van ondersoek	7
1.6	Beskrywing van verskillende begrippe	8
1.6.1	Entrepreneur	8
1.6.2	Bedryfsonderneming	10
1.6.3	Kleinsakeonderneming	10
1.7	Enkele probleme ervaar met die navorsing	13

HOOFSTUK 2

HISTORIESE ONTWIKKELING VAN DIE ENTREPRENEUR

2.1	Inleiding	14
2.1.1	Pre-industriële fase	14
2.1.2	Die industriële revolusie en periode daarna	16
2.1.3	Karel Marx en die Laissez-Fair	16
2.1.4	Die protestantse etiek	17
2.1.5	Invloed van Laissez-Fair en Protestantseleerstellings	17
2.1.6	Moderne beskouing ten opsigte van ekonomie en industrie	18
2.2	Entrepreneurskap	20
2.2.2	Entrepreneur se lanseringsvenster	20
2.2.2.1	Individu en entrepreneurskap	21
2.2.3	Entrepreneursprofiel	21
2.2.3.1	Broom en Longenecker	22
2.2.3.2	Burch	22
2.2.3.3	McClelland	23
2.2.3.4	Kao	24
2.2.3.5	Pottas	25
2.2.3.6	Wessels	25
2.2.3.7	Hisrich	25
2.2.3.8	Welsh en White	26
2.2.4	Sosiologiese faktore	26
2.2.4.1	Rangorde in die huisgesin	26
2.2.4.2	Sosio-ekonomiese status	27
2.2.4.3	Opvoeding	27
2.2.4.4	Verband tussen beroepservaring en bedryfsaktiwiteit	28

2.2.4.5	Sosiale marginaliteit	28
2.2.5	Vroulike entrepreneurs teenoor suksesvolle entrepreneurs	28
2.2.6	Prominente eienskappe van die entrepreneur	31
2.2.6.1	'n Basiese eienskap om te kontroleer en te bestuur	31
2.2.6.2	Selfvertroue	31
2.2.6.3	'n Nummereindigende dringendheid	31
2.2.6.4	Uitgebreide bewustheid	31
2.2.6.5	Realisties	
2.2.6.6	Besondere begripsvermoë	
2.2.6.7	Nie status bewus	
2.2.6.8	Objektiewe beskouing ten opsigte van wisselwerking tussen persone	
2.2.6.9	Emosionele stabiliteit	
2.2.7	Ontleding van entrepreneurskwaliteite	
2.3	Ouderdomsanalise, huislike agtergrond en opvoeding	
2.3.1	Sosio-ekonomiese status	
2.4	Entrepreneursopleiding	
2.4.1	Opleiding van ouers van entrepreneurs	
2.4.2	Kleinsakeonderneming-opleiding	
2.5	Bestaantyd van kleinsakeondernemings	
2.6	Samevatting	

HOOFSTUK 3

KLEINSAKEONDERNEMINGS AS BELANGRIKE KOMPONENT VAN DIE EKONOMIE

3.1	Inleiding	
3.2	Enkele navorsingsperspektiewe	
3.2.1	Rupert	
3.2.2	Galbraith	
3.2.3	Masten en Russel	
3.2.4	Staley en Morse	
3.2.4.1	Verhoging van die doeltreffendheid van die industriële sisteem	
3.2.4.2	Kleinsakeondernemings en die ontwikkeling van bestuurders	—
3.2.4.3	Kleinsakeondernemings en kapitaalsvorming	—
3.3	Die rol van kleinsakeondernemings in die wêreld ekonomie	—
3.4	Kleinsakeondernemings in die ekonomie	—
3.4.1	Broom	
3.4.1.1	Groothandel	
3.4.1.2	Konstruksiebedryf	
3.4.1.3	Kleinhandelaars	
3.4.1.4	Dienstebedrywe	
3.4.1.5	Finansiële-, en versekeringsbedryf	
3.4.1.6	Vervoer en publieke aangeleenthede	
3.4.1.7	Vervaardiging	
3.5	Bevordering van kleinsake	

- 3.5.1 Goeie Hoop-beraad
- 3.5.2 K.S.O.K
- 3.5.3 RBKS
- 3.5.4 R.K.S
- 3.6 Die owerheid en kleinsake
- 3.6.1 Bolton
- 3.6.2 Van Der Wilde
- 3.6.3 Swart
- 3.7 Voordele van kleinsakeondernemings
- 3.7.1 Invoer van nuwighede
- 3.7.2 Spesialisasie
- 3.7.3 Persoonlike bevrediging
- 3.7.4 Ekonomiese perspektief
- 3.7.5 Kleinheid self
- 3.7.6 Risiko
- 3.7.7 Ontwikkeling van bestuurders
- 3.7.8 Kleinsakeondernemings en kapitaalsvorming
- 3.7.9 Kleinsakeondernemings en besparing
- 3.7.10 Kleinsake en indiensneming
- 3.7.11 Kleinsakeondernemings en sosio-, politieke ekonomiese ontwikkeling
- 3.7.12 Arbeid en sosiale verhoudinge in die kleinsakeonderneming
- 3.7.13 Vryemarke ekonomie deur gesonde verspreiding van aktiwiteite
- 3.7.14 Verskeidenheid van produkte en dienste
- 3.7.15 Die maatskaplike en sosiale lewe
- 3.7.16 Belangrike werkverskaffer
- 3.8 Samevatting

HOOFSTUK 4

KLEINSAKEONDERNEMINGS EN SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID

- 4.1 Inleiding
- 4.2 Die evolusie van sosiale verantwoordelikheid
- 4.2.1 Vrywillige goed doen
- 4.2.2 Verpligte sosiale verantwoordelikheid
- 4.2.3 Doen beter deur goed te doen
- 4.3 Omvang van sosiale verantwoordelikheid
- 4.3.1 Omskrywing en beskouing van sosiale verantwoordelikheid
- 4.4 Kleinsakeonderneming se posisie in die gemeenskap
- 4.5 Groepe wat die kleinsakeman moet dien
- 4.6 Verwaarloosing van sosiale verantwoordelikheid
- 4.6.1 Interne probleme
- 4.6.1.1 Bestuursbeplanning
- 4.6.1.2 Swak beheer
- 4.6.1.3 Bestuursinligting
- 4.6.1.4 Kapitaalkort
- 4.6.1.5 Administrasie
- 4.6.1.6 Organisasiestruktuur
- 4.6.1.7 Personeel

- 4.6.2 Eksterne faktore
- 4.6.2.1 Veranderde distribusiepatroon
- 4.6.2.2 Demografiese verandering
- 4.6.2.3 Opvoeding
- 4.6.2.4 Politieke en wetlike omgewing
- 4.6.2.5 Algemene ekonomiese klimaat
- 4.6.2.6 Algemene kleinsakeondernemingsprobleme in die V.S.A
- 4.7 Die wisselwerking tussen kleinsakeondernemings en die gemeenskap
- 4.7.1 Verhoudinge
- 4.7.2 Welvaartskepping
- 4.7.3 Werksekuriteit en werkverskaffing
- 4.7.4 Werkverryking
- 4.7.5 Gemeenskapstabiliteit
- 4.8 Sosiale verantwoordelikheid in die V.S.A
- 4.9 Investering benodig beplanning -- sosiale verantwoordelike uitkyk
- 4.10 Kan sosiale verantwoordelikheid beskou word as korporatiewe belegging
- 4.11 Belegging bepaal toekomstige winste
- 4.12 Besluitneming en sosiale implikasies
- 4.12.1 Wat is 'n sosiaal-verantwoordelike besluit
- 4.12.2 Mens as omgewingselement
- 4.12.3 Hulpbronne
- 4.12.4 Houding en persepsies
- 4.12.5 Ekonomie en marktoestande
- 4.12.6 Wette
- 4.12.7 Konkurente
- 4.12.8 Sosiale verantwoordelikheid van die mens
- 4.12.9 Aanvaarbaarheid van besluite is belangrik
- 4.12.10 Werknemer se regte in die sosiale omgewing
- 4.13 Samevatting

HOOFSTUK 5

KLEINSAKEONDERNEMINGS SE BETROKKENHEID BY SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID

- 5.1 Inleiding
- 5.2 Benadering tot sosiale verantwoordelikheid
- 5.3 Sosiale verantwoordelikheid en sosiale mag
- 5.4 Die invloede van die omgewing op die onderneming
- 5.5 Enkele perspektiewe vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid
- 5.5.1 Onverbonde strukture
- 5.5.2 Sosiaal-georiënteerde aktiwiteite van die kleinsakeonderneming
- 5.5.3 Jobs program
- 5.5.4 Omgewingsaktiwiteite
- 5.5.5 Etiese kodes van kleinsakeondernemings
- 5.5.6 Sosiale evaluering
- 5.5.7 Meting van sosiale verantwoordelikheid

- 5.5.8 Verdediging van die konsep sosiale verantwoordelikheid
- 5.5.9 Veranderde verwagtinge van die publiek teenoor die sakewêreld
- 5.5.10 Hulpvaardigheid aan die gemeenskap
- 5.5.11 Beter besigheidsomgewing
- 5.5.12 Beeld na buite
- 5.5.13 Openbare beeld
- 5.5.14 Vermyding van regeringsregulasies
- 5.5.15 Voorkoming van owerheidsregulasies
- 5.5.16 Sosiaal kulturele norme
- 5.5.17 Mededingingsvermoë
- 5.5.18 Balans tussen verantwoordelikheid en mag
- 5.5.19 Voorkoming van sosiale druk
- 5.5.20 Sisteem-interafhanklikheid en sosiale bemoeienis
- 5.5.21 Invloed op die gemeenskap
- 5.5.22 Realiteit ten opsigte van kompleksiteit
- 5.5.23 Belange van die aandeelhouders
- 5.5.24 Die bedryfsleier as menslike hulpbron
- 5.6 Enkele negatiewe tendense rakende sosiale verantwoordelikheid
- 5.6.1 Arbeid
- 5.6.2 Verswakking van die kleinsakeonderneming se primêre doelstelling
- 5.6.3 Ontoereikende vaardighede
- 5.6.4 Houding jeens gemeenskap
- 5.6.5 Slaggate vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid
- 5.6.6 Gemeenskapskoste en enkele ander relevante aspekte
- 5.6.7 Sosiale probleme
- 5.6.8 Winsmaksimering
- 5.6.9 Koste verbonde aan sosiale verantwoordelikheid
- 5.6.10 Algemene probleme
- 5.7 Probleme met implementering van sosiale verantwoordelikheid
- 5.8 Evaluering van die vernaamste standpunte
- 5.9 Samevatting

HOOFSTUK 6

'N ONTLEDING EN BESPREKING VAN DIE VERNAAMSTE BEVINDINGE

- 6.1 Inleiding
- 6.2 Algemene opmerkings uit vraelys
- 6.3 Vraelysontleding
- 6.4 Samevatting

HOOFSTUK 7

SAMEVATTENDE GEVOLGTREKKINGS, RIGLYNE EN SLOT-PERSPEKTIEF

- 7.1 Inleiding
- 7.2 Samevattende oorsig en gevolgtrekkings
 - 7.2.1 Werkwyses
 - 7.2.2 Historiese oorsig en sosiale perspektief
 - 7.2.3 Die entrepreneur in die kleinsake-sosiale patroon
 - 7.2.4 Die kleinsakeonderneming as struktuur in die sosiale opset
 - 7.2.5 Die wesensaard van die onderhawige sosiale taak
 - 7.2.6 Probleme in die kleinsakesektor
 - 7.2.7 Betrokkenheid by besluitneming
 - 7.2.8 Negatiewe en positiewe standpunte
- 7.3 Riglyne en aanbevelings
 - 7.3.1 Riglyne wat saamhang met basiese strukture
 - 7.3.1.1 Die sosiale samelewing
 - 7.3.1.2 Behoeftes aan die kleinsakeonderneming in die sosiale samelewing
 - 7.3.1.3 Die taak van die owerheid teenoor kleinsake in die sosiale opset
 - 7.3.1.4 Die struktuur van die mens as sosiale persoonlikheid
 - 7.3.2 Spesifieke riglyne vir sosiale verantwoordelikheid
 - 7.3.2.1 Algemene riglyne vir sosiale verantwoordelikheid
 - 7.3.2.2 Sosiale verantwoordelikheid teenoor samelewing as geheel
 - 7.3.2.3 Intern teenoor bestuur en werknemers
 - 7.3.2.4 Gesindheid teenoor die staat
 - 7.3.2.5 Teenoor die opvoedingsinrigting, skool en verenigings
- 7.4 'n Slotopmerking

BIBLIOGRAFIE

VRAELYS

ABSTRACT

HISTOGRAMME

Histogram 1	Demografiese verskuiwing	74
Histogram 2	RSA bevolkingsgroei	75

FIGURE

Figuur 1	Nie-entrepreneurs	23
Figuur 2	Die ekonomiese piramiede van Itoh	57
Figuur 3	Die tradisionele onderneming	69
Figuur 4	Hedendaagse onderneming	70
Figuur 5	Projeksie van die swart bevolking vir 2000	77
Figuur 6	Onderwyspeil	78
Figuur 7	Opleidingsprofiel van ouderdom 15 - 64 jaar	79
Figuur 8	Die onderneming en sy omgewing	89
Figuur 9	Sosiale verantwoordelikheid, positiewe en negatiewe argumente	104

Hoofstuk 1

INLEIDING EN PROBLEEMSTELLING

"Far better it is to dare mighty things...even though checkered with failure, than to...live in grey twilight that knows not victory nor defeat" (Theodore Roosevelt)

1.1 Inleiding

Die kleinsakeonderneming vervul 'n sosio-ekonomiese funksie en die rol van die kleinsakeonderneming in die gemeenskap word allerweë erken. Kleinsakeondernemings vorm 'n integrale deel van die gemeenskap wat hul bedien en deel in die wel en weë van daardie gemeenskap (Moolman, 1984:6).

Kleinsakeondernemings het 'n besondere rol om te vervul in die sosiale en politieke sfere, ten spyte van die feit dat kleinsakeondernemings nie 'n absoluut duidelike identifiseerbare sektor is nie. Die ekonomie en sosiale vermoë van die kleinsake is nog in feitlik alle lande onderskat. Kleinsakeondernemings word voor 'n wye reeks uitdagings gestel in die moderne tyd. Tegnologies, die omwenteling wat navorsing meebring, plaas druk op die kleinsakeonderneming en is vir die interne mededinging 'n uitdagende faktor en stel dit vir die kleinsakesektor voorop om dit te verwerk asook vir die gemeenskap waarin besigheid gedoen word (Wilson-Newman, 1970:x). Die diversiteit van die kleinsakeonderneming is self opmerkliker as die getalle daarvan. Kleinsakeondernemings is feitlik in elke aktiwiteitsfeer van die private sektor teenwoordig en die eienskappe wat hulle wel in gemeen het, is heel dikwels nie volgens verwagting nie. Dit word hoofsaaklik toegeskryf aan die inherente verskille van die private sub-sektore waar die bedryfsaktiwiteite plaasvind (Bolton, 1971:XV).

Wat die historiese, huidige of toekomstige plek en funksie van die kleinsakeonderneming in 'n land se ekonomie mag wees, is dit so dat die kleinsakeonderneming 'n manifestasie is van een van die basiese beginsels van die vryemarkstelsel. Dit is die toppunt van die vryheid en reg van die individu om na eie keuse tot die sakewêreld toe te tree, om klein te begin en om sy sakeonderneming uit te brei. Hierdie vryheid van keuse tot entrepreneurskap is "...*'n faktor van ons ekonomiese demokrasie waarsonder ons politieke demokrasie nie staande sou kon bly nie...*" (Conradie, 1983:21).

Werkgeleenthedskopping word vir die kleinsakeonderneming 'n uitdaging maar hou ook ekonomiese voordele vir die land as geheel in (Pretorius, 1985:6). Vir die gemeenskap bied entrepreneurskap die voordeel van verskeidenheid, innovasie, onafhanklike besluitneming en vryheid. Entrepreneurskap is ook 'n diepsinnige, kragtige deurdringende menslike proses met belangrike moontlikhede in terme van onafhanklikheid, kreatiwiteit en personeeluitbreiding (Shapiro, 1985:2).

Struikelblokke en uitdagings kan deur die kleinsakeman oorkom word om vir homself en sy medemens daardie toekoms uit te bou en te bereik wat hy die moeite werd ag om na te streef. Kleinsakeondernemings beskik oor die vermoë en talent, soos dit in 'n latere hoofstuk beskryf sal word, om alles tot sy beskikking elke dag

daarna, mee te woeker om daardie toekomsvisie te realiseer. Die kleinsakeonderneming as mens kan aanpas by die sosiale omgewing en manipuleer. Hy kan skep en saamvoeg. Hy kan sy kragte inspan ten einde sy toekomsvisie 'n werklikheid te laat word.

Die bydrae wat die kleinsakeonderneming tot die bevordering van die vryemarkstelsel bied, word beskou as 'n behoefte wat alle lande gemeen het (Kobelinsky, 1976:11).

Volgens die neo-institusionele benadering roem vooraanstaande sakemanne dat hulle 'n wesenlike bydrae tot ontwikkelingseconomie lewer, en self 'n oorwinning behaal het. Volgens hierdie benadering word ontwikkeling as 'n gemeenskapsproses beskou. Hiervolgens word die menslike toestande beklemtoon en multidissiplineer ontleed. Ekonomies sowel as sosiale veranderlikes word verantwoord, terwyl die sosiale implikasies van die ekonomiese stelsel ook in berekening gebring word (Klein, 1977:785).

Die keuse van entrepreneurskap om 'n eie kleinsakeonderneming te begin, te ontwikkel en uit te brei, bevestig die basiese beginsel van die vrye ekonomiese stelsel van die Westerse wêreld. Wins en vooruitgang word gedeel deur die sosiale gemeenskap (Smith, 1982:1).

Nieteenstaande die feit dat die rol van die kleinsakeman sterk onder die soeklig gekom het, en ook as produksiefaktor groter erkenning gekry het, word egter nog steeds beweer dat kennis aangaande die begrip, sowel as die persoon, gebrekkig is. *"The entrepreneur is at the same time one of the most intriguing and one of the most elusive characters in the cast that constitutes the subject of Economic Analysis"* (Anon, 1968:27-31).

Dit is as gevolg van moontlikhede en eienskappe van die kleinsakeonderneming dat die belangrikheid in die sosiale en ekonomiese verband beklemtoon word (Smit, 1982:1).

Die wedersydse afhanklikheid tussen onderneming en die maatskaplike omgewing en die vertroue tussen die groepe, vorm 'n belangrike deel van hierdie studie. Soos reeds vermeld, is kleinsakeondernemings 'n integrale deel van die gemeenskap en deel in die wel en weë daarvan. Hulle dra by tot die wye verskeidenheid aktiwiteite in 'n moderne plaaslike gemeenskap (Davis en Blomstrom, 1971:6).

In baie gevalle vervul die kleinsakemanne leiersrolle deurdat hulle weet hoe om uitdagings te aanvaar en hoe om te organiseer. Daar bestaan 'n noue verband tussen die vooruitstrewendheid van 'n gemeenskap en die dinamiek van sy leiers (Hicks et al., 1975:65-114). Die kleinsakeonderneming is, net soos alle sosiale en ekonomiese instellings, gesetel in 'n maatskaplik-kulturele verband - 'n verband van waardes en norme.

Die wedersydse afhanklikheid tussen die kleinsakeonderneming en sy sosiale omgewing, en die vertroue wat moet ontstaan tussen werkgewer en werknemer, word in hierdie studie ondersoek.

Die bydrae wat die kleinsakeonderneming tot die gemeenskap lewer in die vorm van maatskaplike dienste, opleiding en werkverskaffing, is van deurslaggewende belang en die doel van hierdie studie is daarin gesetel om ten laaste riglyne daar te stel vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid deur die kleinsakeonderneming.

Sosiale verantwoordelikheid word ondermeer gesien as 'n strategiese konsep binne 'n pluralistiese gemeenskap. Ondernemings is nie meer alleen op wins ingestel nie. As gevolg van sosiale veranderinge, gerugsteun deur wetgewing, het verskillende belangegroeppe 'n invloed op die onderneming van vandag (Carroll, 1979:497-505).

1.2 Probleemstelling

Sakelui was dit eens dat bestuurders hul aandag uitsluitlik moes bepaal by die maksimering van die rentabiliteit van die kapitaal wat in die onderneming geïnvesteer is (Kroon, 1980:60). Die onderneming word hedendaags aanspreeklik gehou vir sekere nadelige gevolge wat vir die gemeenskap ontstaan het soos byvoorbeeld omgewingsdoelstellings. Dit word direk toegeskryf aan die optrede van die onderneming. Daar word in die jongste tyd ook van die onderneming verwag om 'n bydrae te maak tot die oplossing van sosiale probleme wat nie noodwendig deur sy toedoen ontstaan het nie (Kroon, 1980:61). Dit word beweer dat groterwordende dele van die gemeenskap tot die gevolgtrekking kom dat die sosiale en omgewingsprobleme van die gemeenskap nie sonder die hulp van die onderneming opgelos kan word nie (Anon., 1978:33). Bestuursdominante ondernemings lê meer klem op die nie-winsdoelstellings (Rudelius et al., 1976:38). 'n Onderneming kan sosiale verantwoordelikheid een van sy hoofdoelstellings maak omdat die nakoming daarvan op die langtermyn die wins sal maksimeer (Kroon, 1980:61). In enige land, en so ook in Suid-Afrika, waar die beginsels van die vryemarkstelsel onderskryf word, moet 'n aktiewe en dinamiese kleinsakesektor as 'n ideaal in die owerheid se ekonomiese beleid opgeneem word. Die bestaan van 'n sterk, gesonde kleinsakegemeenskap was nog altyd as die beste metode om mededinging in die gemeenskap te verseker, erken. Dit word as teenvoeter vir monopolievorming gesien en ook om die klant indirek die voordeel van beter pryse en gehalte-produkte te verseker (Steinhoff, 1982:4). Dit is opsigself genoegsame en gewigtige oorweging om 'n saak vir die behoefte aan 'n aktiewe kleinsakesektor uit te maak. Daar is egter in die hedendaagse sosiale opset, veral in 'n land soos Suid-Afrika, meer faktore wat in oorweging geneem kan word (Pretorius, 1985:78).

Sosiale verantwoordelikheid is 'n redelike onbekende en nuwe konsep in die sakewêreld in Suid-Afrika. Ten einde sosiale verantwoordelikheid na te kom en uit te brei, moet daar deurentyd van beide owerheidskant en die kant van die kleinsakesektor aandag hieraan gegee word. Ook Guttersohn (1977: 224-230) wys op die rol van kleinsakeondernemings in die bevordering van 'n vryemarkstelsel en die gevolglike rol wat dit in die ekonomiese ontwikkeling van 'n land kan speel. Hy wys ook verder daarop dat, benewens die doeltreffendheid van die vryemarkstelsel, dit ook die meeste geleentheid vir groter sosiale geregtigheid en uiteindelik 'n verbeterde lewenstandaard, bied. Guthersohn (1977:224-230) wys ook op die waarde van sakeondernemings in die ontwikkeling van minder-ontwikkelde gebiede en die besondere potensiaal van klein nywerhede in die verband.

Sosiale verantwoordelikheid vorm 'n integrale deel van die kleinsakeonderneming. Dit impliseer dat pertinente aandag geskenk gaan word aan riglyne vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid. In die tradisionele onderneming was daar 'n paar faktore wat 'n uitwerking en druk op die kleinsakeonderneming geplaas het. Vandag lyk die situasie anders en is daar 'n hele aantal faktore waarmee rekening gehou moet word om die sosiale verantwoordelikheid uit te leef. Kleinsakeondernemings bestaan nie vandag in 'n vakuum nie, maar in 'n wisselwerking met die omgewing, bronne en beperkings, terwyl hulle fokus op die sosiale omgewing vir winste en koopkrag. Die kleinsakeonderneming begin om wyer

te kyk as net die noue ekonomiese tunnel waarin hy hom bevind. Dit word deel van die omgewing en begin om sosiale norme in te bou. Entrepreneurskap is die metode tot selfverwesenliking. Deur suksesvolle innovasie kan vooruitgang gemaak word en kan werk meer lonend en produktief vir die gemeenskap word.

Vergelykende studie rakende sosiale verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings toon uit die studie, en ander navorsings dat daar nog heelwat verskille oor die onderwerp in die buiteland bestaan, en dat eenstemmigheid oor die implementering daarvan in die gemeenskap nog 'n probleem blyk te wees (Chrisman en Fry 1982:26). Bogenoemde skrywer meen voorts dat talle vrae oor sosiale verantwoordelikheid nog onbeantwoord is, veral die vraag na wat sosiale verantwoordelikheid in wese behels en hoe dit in die praktyk toegepas kan word.

Backman en Thompson (1986:3) meld dat die Amerikaanse Kongres 'n konferensie gehou het wat deur sowat 1813 afgevaardigdes bygewoon is. Die doel van die byeenkoms was om sekere riglyne neer te lê vir 'n beter toekoms van die kleinsakeonderneming.

Van die sowat vierhonderd neergelegde probleme, was onder andere ook die probleem met sosiale verantwoordelikheid en die doelgerigte uitlewing daarvan in die gemeenskap. Die konferensie deur die Amerikaanse Kongres toon, dat daar nog baie gedoen sal moet word om die kleinsakeonderneming sy regmatige plek in die sosiale omgewing te verseker, deurdat min riglyne bestaan vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid. Die vraag wat nou beantwoord moet word, is wat word algemeen aanvaar as die breë sosiale verantwoordelikheid? Koontz & O'Donnell (1972:76) definieer die konsep as *"...the obligation to pursue those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and value of society"*. Marx (1978:51) is van mening dat sosiale verantwoordelikheid nou 'n sekere mate van rypheid bereik het. Dit is deur die ontstaan van verbruikerswese verhaas. Daar word volgens Marx & Chure (1980:143) van die onderneming verwag om die belange van die verbruiker op die hart te dra, om te help met die bekamping van lug- en waterbesoedeling, om die verkwisting van natuurlike hulpbronne te voorkom, om die belange van minderheidsgroepe nie te verontagsaam nie, om rasseverhoudinge te help bevorder en om die plaaslike gemeenskap finansiële en andersins te ondersteun. Volgens Kroon (1980:62) blyk dit dat die omgewingswese 'n belangrike bestanddeel van sosiale verantwoordelikheid is. Omgewingswese het veral ten doel om die ekologiese omgewing te beskerm. Radel & Reynders (1980:117) omskryf die omgewingswese as: *"'n georganiseerde beweging van inwoners en owerheidsinstellings om die mens as natuurlike omgewing te beskerm."* Die versteuring van die ekologie verwys na besoedeling van die omgewing en die vernietiging van die plant- en dierelewe deur afval wat in riviere en lug gestort word. Verbruikers is volgens Radel & Reynders (1980:116) en Marx (1978:51) 'n sosialekrag in die omgewing wat deur middel van die uitoefening van wetlike, morele ekonomiese druk op sakelui die verbruiker beskerm teen alle moontlike vorme van uitbuiting of benadeling en hulle ook van inligting aangaande produkte voorsien.

Presies wat sosiale verantwoordelikheid is, is vir seker sakemanne 'n strikvraag. Sommige sakemanne stel die oogmerk om soveel geld moontlik vir aandeelhouers te maak, terwyl ander sakemanne langtermyn vooruitgang as hul sosiale verantwoordelikheid sien (Friedman, 1971:13). Die voorafgaande stelling toon die onkunde, selfs ook doelbewuste manipulasie van sosiale verantwoordelikheid, vir eie gewin wat bestaan rakende sosiale verantwoordelikheid en hoe dit in die gemeenskap geïmplementeer moet word. Smith (1978:174) beweer dat groei en ontwikkeling van

die kleinsakeonderneming, dikwels gestrem word as gevolg van sosiale probleme. Hierdie probleem hou verband met die karaktertrekke van die ondernemer as 'n individualistiese, eiegeregtigde, onafhanklike wese.

1.3

Aard en omvang van die probleem

Die laat twintigste eeu word as 'n periode van onrus en teenstrydighede op politieke, sosiale en ekonomiese gebied gekenmerk, en dwarsdeur die wêreld word veranderinge ondervind. Bestuur, as die skakel tussen die onderneming en die gemeenskap, sal van hierdie veranderinge moet kennis neem, en bewus word van die eise wat daar aan die onderneming gestel word (Nortje, 1979:30). Uit bogenoemde kan die afleiding gemaak word dat die hedendaagse kleinsakeonderneming nie slegs 'n deskundige kennis van sy onderneming en interne organisasie moet hê nie, maar dat hy ook oor die vermoë moet beskik om sy onderneming as deel van die gemeenskap te sien (Van Wyk, 1984:7). Volgens Van Wyk (1984:7) kan die ondernemingsverantwoordelikheid in werklikheid onderverdeel word in twee vlakke, naamlik die makro- en mikrovlak. Verantwoordelikheid op mikrovlak kan beskou word as hoofsaaklik interne verantwoordelikheid teenoor die werknemers van 'n onderneming, terwyl verantwoordelikheid op makrovlak beskou kan word as 'n breë verantwoordelikheid wat uitkring in die gemeenskap. Die ondergang van die kleinsakeonderneming word al vir die afgelope dekades voorspel. Desondanks vind 'n mens die tendens dat die tipe ondernemings wêreldwyd toeneem. Gedurende die afgelope dekade geniet die kleinsakeonderneming ongekende en hernieude belangstelling vanaf die kant van akademici, regerings en sakelui. Hierdie belangstelling spruit uit verskillende oorwegings wat in verband met die moderne vryemark ekonomie en die sinvolle ontplooiing van volkshuishouding staan (Smith, 1978:1).

Die verwagting van die gemeenskap het in sy totaliteit verander en dit is noodsaaklik dat 'n wedersydse begrip opgebou moet word. In die huidige ekonomiese klimaat is dit vir die kleinsakeonderneming noodsaaklik om die sosiale behoeftes van die gemeenskap te identifiseer en die sosiale behoeftes uit te bou. Die sosiale verwagtinge van die gemeenskap moet en kan nie deur die kleinsakeonderneming verontagsaam word nie. Met die veranderde gemeenskapsbehoefte is dit vir die kleinsakeonderneming nodig om vorentoe te beweeg na 'n meer sosiale aanvaarbare sakesin. In die proses van selfontwikkeling vervul die entrepreneur 'n sleutelrol. Dit is hierdie persone in 'n gemeenskap, met hul kenmerkende entoesiasme en die begeerte om vooruitgang te maak en hul lewensgehalte te verhoog, wat die geleenthede in die ekonomie raaksien en skep waar nodig is. Tesame met die skepping van ekonomiese aktiwiteite is dit vir die entrepreneur essensieel om sosiale verantwoordelikheid as 'n uitgangspunt te beskou.

Die publiek maak vandag al hoe meer daarop aanspraak dat die kleinsakeonderneming sosiaal betrokke moet wees, maar die kleinsakeonderneming staan hom blind deur die metodes wat hy moet aanwend om hierdie verantwoordelikheid uit te leef. Uit die geweldige groei van die kleinsakeondernemings se bedrywighede op die sosiale terrein, asook in die wêreld ekonomie, het die kleinsakeonderneming 'n prominente rol om te vervul op sosiale gebied. In die huidige tydsgewrig van die Suid-Afrikaanse proses van konstitusionele veranderinge, politieke aanpassings en sosiale ontwikkelings moet een aspek nie geignoreer word nie, naamlik dat sodanige veranderinge nie noodwendig sal plaasvind sonder gepaardgaande ekonomiese ontwikkeling nie, maar dat dit beslis daardeur vergemaklik sal word.

Ekonomiese ontwikkeling spruit primêr uit die kundigheid van 'n bevolking, en stimulerende maatreëls van owerheidsweë kan slegs binne grense 'n verandering ten opsigte van die kundigheidsvlak teweegbring. Hierdie kundigheidsvlak is gekoppel aan sosiale en kulturele faktore. Sosiale faktore is van kardinale belang by die ingesteldheid van 'n bevolking ten opsigte van ekonomiese ontwikkeling. Met gelykstelling van alle faktore is dit dus in die finale instansie ondernemingsgees wat van deurslaggewende belang is.

Hierdie ondernemingsgees het tot gevolg die sogenaamde entrepreneursgroep wat dan leiding neem in die ekonomiese en sosiale proses. Dit is egter so dat die begrippe sosiale verantwoordelikheid en ondernemingsukses hand aan hand loop. Die een is afhanklik van die ander as gevolg van die ineengeweepte en komplekse samestelling van die omgewing. Dit is in hierdie verband waar riglyne vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid neergelê moet word. Dit is juis op hierdie vlak waar duidelikheid verkry moet word oor wat sosiale verantwoordelikheid werklik beteken en hoe die ekonomiese vooruitgang van die kleinsakeman gekoppel is aan sy onmiddellike omgewing. Die omvang van die probleem word ook verder gevoer deur te probeer vasstel watter invloed die regering op die stimulering van kleinsake het en in watter mate dit positief beïnvloed word.

1.4 Doel van die navorsing

Daar word algemeen aanvaar dat die hoofdoelstelling van 'n onderneming is om wins te maak. Radel en Reynders (1980:2) definieer die onderneming se hoofdoelwitte as: *"Die strewe om met die laagste moontlike toevoer van produksiemiddele die hoogsmoontlike opbrengs te bereik"*. Kroon (1980:61) is van mening dat die onderneming sosiale verantwoordelikheid 'n hoofdoelstelling kan maak, omdat nakoming daarvan op die langtermyn die wins sal maksimeer.

Kobelinsky (1976:11) beklemtoon ook die bydrae van die kleinsakeonderneming tot die bevordering van die vryemarkstelsel en wys daarop dat die kleinsakeondernemings aan 'n behoefte voldoen wat die ekonomie van alle lande in gemeen het. Ook Guttersohn (1977:224) wys op die rol van die kleinsakeondernemings in die bevordering van 'n vryemarkstelsel en die gevolglike rol wat dit in die ekonomiese ontwikkeling van 'n land kan speel. Hy wys ook daarop dat, benewens die doeltreffendheid van die vryemarkstelsel, dit ook die meeste geleentheid vir groter geregtigheid en uiteindelik 'n verbeterde lewenstandaard, bied. Guthersohn (1977:224-228) wys ook op die waarde van kleinsakeondernemings in die ontwikkeling van minder ontwikkelde gebiede en die besondere potensiaal van klein nywerhede in hierdie verband. Daar bestaan 'n groeiende sosiale bewuswording onder sakelui in Suid-Afrika volgens Wagenaar (1979:93). Sakelui is volgens hom in 'n beter posisie as die owerheid om sosiale probleme te identifiseer en dit is van groot belang dat bestuurders voel hulle kan help om die probleem op te los. Bewuswording van die behoefte aan sosiale verantwoordelikheid, moet deel wees van die waardesistiem van die bestuur van sodanige kleinsakeonderneming. Volgens Reeser & Lopen (1978:474) kan sosiale verantwoordelikheid alleen 'n werklikheid word indien die bestuur daarin glo en sosiale doelstellings formuleer wat geïmplementeer kan word. Sosiale doelstellings moet stadig geïmplementeer word om die betrokkenes die geleentheid te gee om by die verandering aan te pas en dit te aanvaar (Kroon, 1980:68).

Die nuutgevonde belangstelling in die kleinsakesektor, die problematiek van die kleinsakeonderneming en die verskillende metodes wat aangewend word om kleinsakeondernemings te stimuleer, te ontwikkel en uit te bou, kan as 'n

motiveringsaspek gesien word vir hierdie studie. Die formulering van riglyne vir die uitleef van sosiale verantwoordelikheid en hoe dit in die praktyk aangebied kan word, is 'n verdere motief vir hierdie studie. Verder het skrywers, die media en televisie die afgelope jare feitlik daaglik die probleem en die soeke na oplossings vir die probleme van die kleinsakeonderneming vermeld.

Die doel van hierdie studie is daarom om kennis insake die kleinsakeonderneming te bekom. Dit impliseer dat aandag gegee sal word aan riglyne vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid, opleiding en identifisering van karaktereienskappe van die kleinsakeman. Verder sal die plek en die posisie van die kleinsakeman in die ekonomie sowel as die stimulering van entrepreneurskap van owerheidsweë behandel word.

Uit die navorsing reeds gedoen, het dit geblyk dat die kleinsakeman wel besef dat hy sosiaal moet optree, maar dat die metode van hoe die sosiale verantwoordelikheid in sy daaglikse doen en late aangewend moet word nie vir hom duidelik is nie en is dit dan juis hier waar die riglyne vir sosiale verantwoordelikheid opgestel sal word (Visagie, 1988:150).

In die R.S.A. bestaan daar tans feitlik geen gesistematiseerde studiemateriaal oor die sosiale verantwoordelikheid nie, en daar is gevolglik grootliks van oorsese studies gebruik gemaak. In ander lande is sosiale verantwoordelikheid 'n baie prominente studierigting, aangesien dit gesien word as waardevol vir die sukses van die kleinsakeonderneming.

1.5

Metode van ondersoek

Om die sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakeondernemings in die R.S.A. te bepaal, is vergelykbare kleinsakeondernemings by die ondersoek betrek. Die kleinsakeondernemings is verkry vanaf 'n adreslys van 4 300 intekenaars op die tydskrif "*entrepreneur*" wat as maandblad sirkuleer vir kleinsake in die R.S.A. Hierdie kleinsake verteenwoordig 'n wye spektrum van alle tipe kleinsakeondernemings. Probleme word ondervind om alle kleinsakeondernemings in Suid-Afrika te betrek op 'n steekproef-basis as gevolg van die volume en die finansiële implikasies daaraan verbonde. In hierdie ondersoek is hoofsaaklik van 'n vraelys as tegniek gebruik gemaak. Die vraelys is aan ongeveer 500 kleinsakeondernemings uitgestuur word. Hierdie groep intekenaars word as verteenwoordigend van die ongeveer 120 000 kleinsakeondernemings in die R.S.A., vir hierdie studie, beskou. Om die lede van die steekproef te kies is van 'n sistematiese steekproefneming gebruik gemaak word. Ewekansige trekking van die eerste lid is gedoen en dan elke k'de lid daarna om dan 500 vir die finale steekproef te bepaal. Die vraelys is in albei landstale gedruk en die verspreiding het per pos plaasgevind. In die lig hiervan is verskeie vrae in die vraelys vervat waarvan die wetenskaplike verteenwoordiging van die reaksie van die populasie getoets word. Van die vrae behels:

a) Biografiese gegewens

Om vergelykings te verkry van oorsese studie en hierdie studie is nodig om sekere gegewens te bekom van ouderdom, geslag en skoolopleiding.

b) Die hoofaktiwiteite van die onderneming

Die doel van die vraag is om uiteindelik te bepaal of die totale studiepopulasie 'n wye spektrum van ondernemings omvat.

c) Die aantal jare wat die onderneming besit word

Hieruit kan vasgestel word of die uiteindelijke studiepopulasie ondernemings van verskeie ouderdomme verteenwoordig om later die gevoel van sosiale verantwoordelikheid te bepaal.

d) Die sosiale verantwoordelikheid

Die gevoel van die ondernemings word getoets betreffende sosiale verantwoordelikheid asook wat hul van die gemeenskap verwag. Die persentasie van die omset wat aan sosiale verantwoordelikheid afgestaan word deur kleinsake, word bepaal, om daardeur riglyne te stel vir ander ondernemings.

Die statistiese Konsultasiediens aan die P.U.vir CHO het die vraelys en die geldigheid van die steekproef nagegaan en die resultaat aan die hand van die S.A.S (Statistical Analysis System) verwerk om die korrelasies sowel as die verspreiding te gee wat in die studie gebruik is.

1.6

Beskrywing van die vernaamste begrippe

1.6.1

Entrepreneurskap

Die omskrywing deur Casson (1982:23) bring twee hoofbenaderings van die entrepreneur na vore, naamlik die funksionele benadering en die aanduidende benadering. Die funksionele benadering sê baie eenvoudig, 'n entrepreneur is dit wat 'n entrepreneur doen. Die aantoonende funksie van 'n entrepreneur beskryf die entrepreneur ten opsigte van wetlike status, sy kontraktuele verhouding tot ander partye, en sy plek in die samelewing. Casson kom tot die slotsom dat die entrepreneur iemand is wat daarin spesialiseer om oordeelsbesluite te neem in verband met die koördinering van skaars verbruikersartikels.

Volgens Lee (1982:44) bestaan daar heelwat onkunde oor die begrip entrepreneurskap: "...*Entrepreneur is one of those magic buzzwords: everybody loves it, but few can spell it, less know what it means, and still less know what it entails. It conjures up images of tanned millionaires and casual clothes to work; creativity, independence, originality, shafting the taxman, living on expenses...except to those who have tried it*".

Kao (1986/87:12) omskryf die entrepreneur as volg: '*n Entrepreneur is 'n persoon wat 'n besigheid organiseer of bestuur. Ofskoon die definisie baie vernou is, ondersteun die literatuur in die verband die standpunt dat daar 'n wye reeks van interpretasies is. Die ekonome beskou die entrepreneur as 'n faktor in die produksie, terwyl party benadruk dat entrepreneurs risiko-ondernemers is. Party skrywers meen weer dat die entrepreneur nie 'n risiko-ondernemer is nie, maar dat die belegger die risikonemer is.*

McGraw-Hill (1965:759) sê "*A proprietor of a business enterprise who recognizes opportunities to introduce a new product, a new productive process, or an improved organization. He raises the necessary money, assembles the factors of production,*

and organises the management". Bogenoemde skrywer is dit eens dat 'n entrepreneur 'n persoon is wat geleentheid, nuwe produkte of 'n verbetering in besigheidsbestuur kan raaksien.

Die verklarende Hanboek van die Afrikaanse Taal definieer die begrip entrepreneur redelik bondig as volg: "Oprigter van 'n sakeonderneming; onderneming wat iets organiseer en bestuur, 'n nuwe rigting inslaan" (HAT, 1981:205).

Welsh & White (1983:34) beweer dat entrepreneurs verskil. In Frankryk word die benaming entrepreneur gebruik vir die eienaar van 'n baie klein besigheid, iemand wat minder as vyf mense in diens neem. Die Engelse taal gee 'n effe breër betekenis. Die woordvoerder of handelende persoon in die Horatio Alger verhale word beskou as 'n entrepreneur. Persone wat 'n eie besigheid begin en bedryf, word beskou as entrepreneurs. Dit is duidelik dat in 'n entrepreneursbesigheid dit die individu is wat die inisiatief neem, beheer uitoefen en beslissings maak. Die persoon wat rigtinggewend aan die onderneming is, word beskou as die entrepreneur.

Die definisie is nie uniform nie; vir sommige is dit 'n innoveerder, bestuurder van 'n onderneming, die draer van risiko of die mobiliseerder en allokeerder van kapitaal. Schumpeter (1934:18) het reeds in 1912 die mening uitgespreek dat die entrepreneur 'n innoveerder is en dus innovasie in produksie teweegbring. Dit was egter 'n periode toe die meeste entrepreneurs deur individue van stapel gestuur is. Die staatskorporasies was nog belangrik en het nog 'n beperkte rol in die ekonomie gespeel. Hierdie organisasie speel egter nog vandag, veral in die R.S.A., 'n belangrike rol in die ontwikkeling van die ekonomie. Hoselitz (1960:219) sê die volgende: "*Hence the individual, irrational visionary entrepreneur who Schumpeter saw as main carrier of economic progress has been replaced by a private or public, business leader whose action is largely on known and predictable principles, whose risk taking has been greatly reduced and whose activities are supported by a large corporate or governmental bureaucracy, among which many functions have become thoroughly routinized, so as to make the performance of the typical entrepreneurial function stipulated by Schumpeter either impossible or superfluous*". Volgens Hoselitz (1960:218) is daar drie soorte entrepreneurs, naamlik:

- Die innoveerder, wat nuwe produkte ontwikkel;
- die nabootsende entrepreneur, dit wil sê nabootsers van bestaande produkte en dienste, en
- professionele bedryfsleiers.

Dit is veral die laasgenoemde twee soorte entrepreneurs wat in ontwikkelende lande soos die R.S.A. na vore kom. Die nabootsende entrepreneur is veral aktief in klein en medium ondernemings, wat gewoonlik ontwikkel in ekonomiese onderontwikkelende lande (Brand, 1980:66).

Hoselitz (1960:240) meen ook dat die begrip entrepreneur 'n internasionale benaming is vir persone wat met ondernemingsaktiwiteite besig is, en konsensus bestaan dat die term entrepreneur afgelei is uit Frans "*entreprendre*" wat beteken "*om te onderneem*". In Europa tydens die vyftiende eeu was die term entrepreneur gebruik om persone wat ondernemend, leidinggewend en risikodraend optree, te beskryf, alhoewel hierdie persoon na wie as entrepreneur verwys word, nie noodwendig in die ekonomie bedrywig is nie. Selfs Karel Marx het die belangrike rol van die entrepreneur as die promotor van die ekonomiese krag wat tegniese vooruitgang en ekonomiese groei veroorsaak, erken. Sy kritiek het hy gehad teen die metode en die doelstellings van die entrepreneur (Pleitner, 1978:89). Van Der Wilde (1981:89)

verbreed die betekenis van die begrip entrepreneur met sy beredenering oor die veelheid en die verskeidenheid duidinge van die woord. Daar is ook die verskeidenheid funksies wat deur die een persoon uitgevoer kan word in die geval van die kleinsakeonderneming.

In hoofstuk 2 word die historiese verloop en die profiel behandel en is daar aan die einde van die hoofstuk opsommenderwys 'n eie siening van die entrepreneur gegee.

1.6.2 Bedryfsonderneming

Van Zijl (1976:8) sien die bedryfsonderneming soos volg: *"Die hedendaagse bedryfsonderneming moet sy eie belange met die van ander groepe, selfs buite die direkte ekonomiese sfeer, balanseer, soos byvoorbeeld opvoedkundige instellings, nie-winsgewende en welsynsorganisasies, openbare dienste, die pers die kerk en ander"*.

Radel & Reynders (1980:24) definieer die bedryfsonderneming as: *"... 'n selfstandige ekonomiese subjek wat ten doel het om die kapitaal wat daarin belê is, winsgewend te maak deur, in antisipasie op die vraag, goedere of dienste min of meer kontinue op die mark aan te bied en te verkoop met die kapitaalrisiko wat daaraan verbonde is"*.

Lindeque (1979:130-131) is van mening dat die begrip bedryf, onderneming, industrie en nywerheid meerendeels as wissel terme of alternerend gebruik word en maak verder die stelling dat bedryf 'n versamelwoord is wat sowel die nywerheid as die industrie en selfs die werkgroep insluit.

1.6.3 Kleinsakeonderneming

Deeks (1976:59) omskryf die kleinsakeonderneming soos volg: *"The principal factor distinguishing the small firm from the little business is that, whereas little business are owner - operated, small firms are ownermanaged"*.

Smith (1978:43) beweer dat die definisie vir 'n kleinsakeonderneming soos in die Westerse lande gebruik word nie 'n maklike taak is nie. Daar bestaan definitiewe graadverskille tussen die omskrywing van kleinsakeondernemings soos dit deur kundiges in verskeie lande hanteer word. Ten spyte van die feit dat kleinsakeondernemings dikwels die onderwerp van 'n bespreking is, word die noodsaaklikheid vir 'n internasionale aanvaarbare definisie nie altyd besef en aanvaar nie (Bulloch & Hertz, 1982:2).

Moolman (1984:125) is van mening dat die grootskaalse verwarring beklemtoon word deur die feit dat daar nie alleen verskille tussen lande bestaan nie, maar dat verskillende vertolkings van kleinsakeondernemings selfs binne dieselfde land aangetref word.

Dit word aan die volgende faktore toegeskryf:

- Ekonomiese en sosiale toestande van lande verskil;
- die doelstellings van die formuleerders en die gebruikers van doelstellings verskil, en
- die kleinsakesektor is heterogeen van aard en dek 'n wye spektrum van aktiwiteite.

Siropolis (1986:6) omskryf die begrip kleinsakeonderneming en beweer dat dit gekoppel kan word aan die sogenaamde *"mom-and-pop"*-ondernemings. General

--

Motors byvoorbeeld word as 'n groot onderneming beskou. Tussen die twee uiterstes is daar 'n afsnypunt wat groot- en kleinsakeondernemings van mekaar skei. Volgens bogenoemde skrywer is daar 'n paar faktore waardeur 'n mens kleinsakeondernemings kan identifiseer:

- totale bates byvoorbeeld kontant, goud, geboue en masjiene;
- die totale investering wat deur beleggers gemaak is;
- jaarlikse verkope;
- of dit onafhanklik besit word, en
- of dit onafhanklik bestuur word.

Bogenoemde skrywer, gee nie definitiewe waardes en bepaal die groottes in sy definisie nie, deurdat dit so van land tot land verskil. Hierdie stelling word onderskryf deur Moolman (1984:124) aangesien die vertolking van kleinsakeondernemings binne dieselfde land verskil en deur die definisie van kleinsakeondernemings 'n moeilike onderneming maak.

Wat vir die een land as 'n kleinsakeonderneming bestaan, sal nie noodwendig van toepassing op die volgende land wees nie, as gevolg van verskeie redes soos:

- Die kleinsakepopulasie van die land;
- hoe ekonomies aktief die land is;
- die selfstandigheid van die kleinsake, met ander woorde hoe word die sakeonderneming beïnvloed deur staatsinmenging;
- deregulering van die kleinsakeonderneming, en
- die sosiale samestelling van die gemeenskap.

Die definisie van die kleinsakeonderneming soos dit in die R.S.A. bestaan, kan nie in 'n enkele sin weergegee word nie, maar neem eerstens sekere ekonomiese kenmerke van kleinsakeondernemings en tweedens sekere statistiese maksimum waardes in ag.

Ferreira (1985:37) noem die volgende aspekte in sy beskrywing van die kleinsakeonderneming:

- 'n Kleinsakeonderneming is 'n selfstandige ekonomiese eenheid. Die onderneming word onafhanklik besit en bedryf en eienaarskap is in een persoon of 'n groep persone gesetel.
- 'n Kleinsakeonderneming het 'n eenvoudige organisasiestruktuur met veelvuldige funksies en verantwoordelikhede in een persoon gesetel.
- 'n Kleinsakeonderneming het 'n klein invloed op die mark. Dit beteken dat kleinsakeondernemings nie 'n beduidende invloed op pryse of die hoeveelheid goedere wat aangebied word, kan hê nie.
- In 'n kleinsakeonderneming gaan eienaars dikwels met die bestuur van die onderneming gepaard. In 'n groot bedryf word die funksie van eienaarskap en bestuur gewoonlik nie gekombineer nie en word die onderneming deur beroepsbestuurders bedryf.

Ferreira (1985:37) beklemtoon sekere basiese komponente in sy omskrywing van die kleinsakeonderneming.

"... 'n kleinsakeonderneming kan omskryf word as 'n outonome onderneming in die primêre of tersiêre sektor waarvan die kapitaal en beheer oorwegend in die hande van 'n enkele, familie of beperkte aantal persone is; wat nie meer as sowat 50 permanente werkers in diens het nie en wat 'n jaarlikse omset van minder as R1 miljoen per jaar het".

Die Adviesburo vir Kleinsakeondernemings (1984:20) het 'n ekonomiese sowel as statistiese riglyne daargestel wat as aanvaarbare definisie beskou kan word. Hulle sien ekonomies die kleinsakeonderneming as 'n onderneming wat beskou kan word as 'n kontinue selfstandige ekonomiese lewensvatbare onderneming wat ten doel het om kapitaal en risiko daaraan verbonde, winsgewend te verantwoord, wat privaat en onafhanklik besit word, individueel en onafhanklik bestuur word, en waarvan die eienaars die ondernemers, die beryfsvoerders, die besluitnemers en die winsdelers is.

Die vraag ontstaan gevolglik watter statistiese riglyne 'n kleinsakeonderneming inderdaad kenmerk. Dit is juis op hierdie terrein dat die verskillende interpretasies van wat 'n kleinsakeonderneming is, na vore tree. Daar moet in gedagte gehou word dat riglyne deeglik met die reeds gestelde omskrywing en kenmerke van die kleinsakeonderneming en die onlosmaaklike verbonde kleinsakeondernemer rekening moet hou. Die verskillende statistiese maksimum riglyne van die omset per jaar word vir verskillende bedryfstakke voorgestel.

Algemene handelaars en supermarkte	R3 miljoen
Dienste (kommissie, inkomste van agente)	R0,5 miljoen
Drankbedryf	R2 miljoen
Akkommodasie en spyseniering	R1 miljoen
Restaurante	R0,5 miljoen
Spesialiteitswinkels	R1 miljoen
Motorhandel	R3 miljoen
Groothandel	R5 miljoen
Konstruksie	R5 miljoen
Vervaardiging	R2 miljoen
Werknemers voltyds in diens van die onderneming	100

Bates (Huidige realistiese batewaarde), toerusting op huurbasis ingesluit, maar grond en geboue uitgesluit: R1 miljoen.

Opsommenderwys uit bogenoemde gegewens kan die kleinsakeonderneming soos volg gedefinieer word: *'n Onderneming word as klein beskou indien dit bestuur word, nie meer as R0,5 miljoen tot R5 miljoen per jaar omset realiseer nie (onafhanklik van die bedryf), nie meer as 100 werknemers in diens het nie, oor nie meer as R1 miljoen se bates beskik nie, en nie meer as vyf bedryfseenhede (takke) het nie. 'n Onderneming is klein as hy aan minstens vyf van die bogenoemde riglyne voldoen (A.B.K.S., 1984:20).*

Bulloch & Hertz (1982:11-16) omskryf die kwantitatiewe kriteria rakende kleinsakeondernemings soos volg:

- Die aantal werkers;
- omset;
- bates;
- netto batewaarde of totale bates;

- eienaarsbelang;
- netto inkome of wins;
- aandele uitgereik
- kapitaalbelegging;
- belegging en toerusting, en
- totale personeelvergoeding.

Afgesien van die bogenoemde kriteria is daar ook 'n duidelike verskil tussen kleinsakeondernemings en die grootsakeonderneming en is dit noodsaaklik dat die verskil in definisie uitgewys word vir die doel van die navorsing.

- Die kleinsake gaan gebuk onder heelwat bestuursgebreke en tekortkominge ten spyte van voortreflike eienskappe. In soverre byvoorbeeld veral die klein vervaardiger aanbetref, is daar die inherente beperkinge van een produk wat in een fabriek vervaardig word. Die kleinsake het dus beperkte alternatiewe en bestuur se besluite is normaalweg op beperkte inligting en op subjektiewe benadering soos byvoorbeeld intuitiewe aanvoeling, ondervinding en persoonlike ervaring gebaseer.
- Prysvasstelling is 'n verdere eienskap wat kleinsake van grootsake onderskei. Die grootsake is gewoonlik die bepaler en die kleinsake die navolger in soverre dit die prysvasstelling betref.
- Die omvang van grootsake gee meer geleentheid tot meer doeltreffende bestuur, vervaardigingsmetodes, besluitneming en besparings veral ten opsigte van kostes.
- Groot ondernemings is by magte om meer professionele bestuurders te gebruik en heel dikwels word aktiwiteite op 'n veelvuldige basis uitgevoer.
- Die alternatiewe vir die groot onderneming is normaalweg veelvoudig en bestuursbesluite word meerendeels op 'n onpartydige ontleding van feite op grond van koste-effektiwiteit en opbrengs gebaseer. Uit hierdie stelling moet die afleiding nie gemaak word dat alle groot ondernemings gesofistikeerd bestuur word nie. In teenstelling moet aanvaar word dat nie alle kleinsakeondernemings ondoeltreffend bestuur word nie (Richter et al., 1981:138-166).

Alhoewel al bogenoemde gegewens nie noodwendig in al die gevalle konsekwent voorkoms nie, gee dit 'n beeld van die omvang van kleinsakeondernemings en ook die verskil tussen die groot- en kleinsakeonderneming.

1.7

Enkele probleme ervaar met die navorsing

Navorsing en amptelike statistiek oor die kleinsakesektor openbaar sekere leemtes en veral op die terrein van sosiale verantwoordelikheid. In die R.S.A ontbreek byvoorbeeld amptelike statistiese gegewens oor die omvang van die kleinsakeonderneming, en hierdie leemte het tot gevolg dat heelwat buitelandse statistiek, omskrywings en gegewens in die studie gebruik word. Sosiale verantwoordelikheid is 'n begrip wat in die verlede nie in die R.S.A aanhang geniet het nie. Onder die kleinsakeondernemings het daar die afgelope tyd, 'n toenemende belangstelling ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid begin ontstaan. Spontane respons ontbreek by die respondente, siende dat die begrip nog onbekend is en hul in 'n mate onkundig is oor watter implikasies sosiale verantwoordelikheid vir die kleinsakeonderneming inhou.

Hoofstuk 2

HISTORIESE ONTWIKKELING VAN DIE ENTREPRENEUR

2.1 Inleiding

Na die periode rondom 1100 n.C. word allerweë verwys as die voorondernemingsera. Hierdie tydperk word gekenmerk deur feitlik geen handel soos dit vandag bekend staan nie, hoewel daar 'n mate van vervaardiging bestaan het. Argeoloë se bevinding deur die metale wat opgegrawe is, dui aan dat daar 'n handelsroete bestaan het vanaf die Midde-Ooste na Wes-Europa. Die Griekse volk wat as die mees gevorderde volk bekend gestaan het vir daardie tydperk, het handel aan die laer bevolkingsgroepe oorgelaat. Die Grieke het hulself meer as denkers beskou en nie as daders nie. Handel het hulle as 'n oorlas beskou (Harper, 1904:89).

Die ekonomiese problematiek van die Klein Middestandondernemings (KMO's) kan in historiese perspektief nie los gesien word van die sosiale betekenis en die sosiale beleid ten opsigte van die middestand en selfstandiges nie. Dit is immers uit hierdie bevolkingsgroep waaruit die meeste klein ondernemings in Europa ontstaan het. 'n Beleid gerig op 'n stimulering van nuwe ondernemerskap, moet dan ook noodsaaklik in verband staan met die beleid in sake, onder meer, die selfstandiges en die kredietverskaffing aan die selfstandiges. Naas die ekonomiese was daar ook nog heelwat ander fasette betrokke. Bowendien word die sakewêreld gekonfronteer met baie diep historiese wortels wat ook ideologies hoegenaamd nie neutraal is nie. Die belangrikste dogma's het immers uit die historiese toestande gegroei (Donckels et al., 1988:15-16).

2.1.1 Pre-industriële fase

Reeds in die middeleeue is die "*ondernemers*" (ambagslui en handeldrywers) as 'n spesifieke maatskaplike groep of klas beskou. Hulle is duidelik onderskei van die koninklikes, hoër geestelikes of die adel aan die een kant, en die slawe aan die ander kant. Die verloop van die geskiedenis toon ook aan dat daar reeds in die vroegste tye groot belangstelling binne die groep van die "*ondernemers*" bestaan het. Enersyds was daar ambagslui (voorlopers van die nyweraars, georganiseer in gildes en gerig op die beskerming van die aktiwiteite) en andersyds die handeldrywers of handelaars en finansiers. Uit hierdie groep het dan geleidelik en veral in die stede, die sogenaamde "*burgery*" ontstaan. Later het tot die burgery ook die "*intellektueles*" toegetree, namate die monopolie van die hoër geestelikes op die aktiwiteite van die intellektueles geleun het. In sommige lande het daar ook op die platteland 'n klas van vrye boere ontstaan. Hulle belange was duidelik te onderskei van sowel die grondbesitter as die grondlose landarbeiders (Donckels et. al., 1988:17).

Luthans et.al., (1984:29) wys in sy skrywe dat rondom 1100 n.C 'n tydperk was van klein kapitalisme. Klein kapitalisme word beskou as die begin van besigheid in die gemeenskap. Die rede vir die stelling is die feit dat kapitaalgoedere aan die gemeenskap verskaf is in ruil vir 'n betaalmiddel. Vanuit 'n sosiaal-verantwoordelike uitgangspunt is dit vir die gemeenskap 'n belangrike konsep, vanweë die verskaffing van krediet deur die onderneming aan die gemeenskap met dien verstande dat die

goedere op 'n gepaste wyse betaal sal word. Klein kapitalisme was gewoonlik winkeleienaars wat voorrade aankoop teen die laagste prys en dit van die hand sit teen die hoogste prys wat die gemeenskap kan absorbeer. Sakelui het dus rondom die onderneming gebly deurdat hul die omgewing en sy mense geken het. Produksielyste is beperk tot die items wat maklik hanteer kan word en waarvoor die vraag en wins die grootste is. Klein kapitalisme was geensins uitgesluit van sosiale verantwoordelikheid nie. Volgens bogenoemde skrywer het die Roomse kerk 'n baie groot invloed gehad op ondernemingsfilosofie. Gedurende die Rooms-Katolieke kerk se invloed in die tydperk het twee faktore na vore gekom, naamlik "*just price*", met ander woorde 'n billike prysstruktuur en "*usury*" wat woekerwinst of onreëlmatige winsneming beteken. Dit beteken billike prys soos opgeteken in die bybel: "*Alles wat julle wil hê dat die mens aan julle moet doen, moet julle aan hulle doen*" (Mat. 7:12). Klein kapitalisme het alles probeer doen om die kerk te ondermyn met bogenoemde twee reëls, maar die invloed was te groot en so het die onreëlmatighede nooit tot 'n werklikheid gekom nie. Met die verswakking van die kerk se inspraak en die herdefiniëring van woekerwinst, het die druk op die ondernemer verminder. Die definisie van sosiale verantwoordelikheid het nou momentum gekry (Luthans et al., 1984:30). Klein kapitalisme moes in die jare 1300-1800 plek maak vir die merkantilisme wat nie hul eie produk van die hand gesit het nie, maar agente gehuur het om die produk te verkoop in ander wêrelddele. Die Rooms-Katolieke kerk het in die jare sy invloed verloor en die Protestantse reformatie was in volle gang. Militêre en siviele gebeure in Europa het min tyd gelaat vir sosiale verantwoordelikheid.

Die ondernemerklas of derde stand het hulle sosiale posisie verwerf danksy ekonomiese mag. Soms was hulle ook die belangrikste belastingbetalers en hulle het dan ook na deelname aan die politieke mag gestrewe. In sommige lande het die ondernemer reeds aan die einde van die feodale stelsel daarin geslaag om 'n aandeel in die mag te verower. Dit het veral in die stede gegeld. Dikwels kon die ondernemer ofte wel die "*derde stand*" 'n politieke magposisie verower en konsolideer, deur gebruik te maak van die magstryd tussen die sentrale koninklikes, die adel en die hoër geestelikes. Andersyds was die handelaars, ambagslui en boere steeds die eerste slagoffers van die oorloë. Die skerper politieke teenstelling, die groeiende ekonomiese mag en ook die beter intellektuele opleiding van die lede van die derde stand, het in die meeste Wes-Europese lande gelei tot 'n oornamen van byna die volledige politieke mag in die 18de en 19de eeu. Deur die uitskakeling van die adel en hoër geestelikes as magsfaktore, is die *Ancient Regime* (ou heerskappy) beëindig en vervang deur 'n burgerlike bestuur. Die burgerlike bestuur het meesal 'n parlementêre karakter gehad, maar met 'n beperkte kiesreg. Die monargie is herlei tot 'n konstitusionele monargie of vervang met 'n Republiek (Donckels et al., 1988:18-19).

In die laat agtiende eeu het die Industriële Revolusie 'n effek op alle ondernemings gehad. Nuwe masjiene het ontstaan en die gevolg was 'n menigte van nuwe ondernemings wat die masjiene gebruik het. Die merkantiliste het die vermoë gehad om masjiene te bedryf, ondernemings te skep en hul kennis aan te wend om die nuwe ondernemings 'n sukses van te maak (Luthans et al., 1984:31). Volgens Donckels et al., (1988:19) is dit belangrik vir die verloop van die geskiedenis om te weet, dat die industriële revolusie en die *Ancient Regime* die armer lae van die plattelandse bevolking bevry het van die kwasie-verpligtinge om hul bestaan in die landbou te soek. Hulle het hul weg na die stede gevind, waar die armer bevolking deur die wet, Le Chapelier, ewe-eens bevry is, en 'n groter beroepsbeweeglikheid moontlik geword het.

2.1.2 Die Industriële revolusie en die periode daarna

Bestuurders in die tydvak 1800-1890 word beskou as die industriële kapitaliste en het hul invloed gebruik om mense hard te laat werk en die masjiene doelmatig te gebruik. Industriële kapitalisme was 'n verdediging van die natuurlike reg van eiendomsbesit wat omskryf word in *"Two Treatises of Government"* (Sabine, 1937:526-528). Smith se Laissez-fair en onsigbare hand wat geformuleer is in sy boek *"Wealth of Nations"* soos aangehaal deur Sabine (1937:526-528), meen verder dat die besit van grond en eiendom deur die Industriële kapitaliste 'n basis gevorm het vir groter ondernemings om te vestig. Alhoewel die Britse klassieke hul dogma's aanvul met heelwat sosiale korrelasies, het hul leer die grondslag gevorm van die Liberalisme, wat versterk is met die Industriële Revolusie en die politieke magsoorname deur die burgers teen die einde van die 18de begin 19de eeu. Die Liberalisme het dan ook die ideologiese grondslag gelewer vir die uitwerk van heelwat beskermende maatreëls ten gunste van sowel werknemers as klein selfstandiges en ondernemers. Hulle het beslis gekies vir industrialisering op basis van vrye konkurensie. Hierdie vrye konkurrensie is in die praktyk geïnterpreteer as die reg van die sterkste (Donckels et al., 1988: 19). Die groot industrie, wat op die arbeidsmark 'n soort oligopsonie gevorm het teenoor die oorvloedige aanbod van ongeskoolde arbeid en ook die ekonomiese en politieke mag agter hulle gehad het, kon baie drastiese loon- en arbeidsvoorwaardes oplê. Dit het op sy beurt gelei tot 'n proletarisering van loonarbeiders. Hierdie loonarbeiders het hul in die stedelike omstandighede egter veel minder geïsoleer as die vroeëre landarbeiders. Hulle het meer kontak met mekaar en met die belangrikste intellektuele en sosiale strominge van hulle tyd gehad. Hulle het ook spoedig 'n verzet georganiseer. Die proletariaat het bewus geword dat hulle tot 'n nuwe klas of die sogenaamde vierde stand behoort. En soos die derde stand van die vorige eeue, het hulle ook groter deelname aan die politieke en ekonomiese mag geëis. Die politieke stryd van arbeiders is soms met parlementêre middele gevoer. Soms het hulle ook revolusionêre metodes gebruik. Rusland is 'n klassieke voorbeeld, waar die vierde stand eintlik self die *Ancient Regime* omver gewerp het. Daar was in der waarheid geen burgerlike regering nie, behalwe die Kerensky-interim. In Duitsland waar die burgerlike staatsinstellings minder ontwikkel was as die van Wes-Europa in die 19de eeu, is 'n revolusionêre magsoorname deur die proletariaat na die Eerste wêreldoorlog, slegs ter elfder ure verdel (Donckles et al., 1988:17).

2.1.3 Karel Marx en die Laissez-Fair

Smith (1937:137) se konsep van laissez-fair het die idee van min staatsinmenging in die onderneming versterk. Volgens bogenoemde skrywer, is die rol van die staat slegs daar om die voortbestaan van die volk te verseker. Voortspruitend is dit duidelik dat die staat hom moet besig hou met openbare werk, wat nie deur enige persoon of instansie gedoen kan word nie. Die idee dat staatsintervensie verwerp moet word, is aan die einde van die 18de eeu deur die Britse Klassieke Skool aangeneem, met Adam Smith as eerste eksponent. Die basiese bekommernis oor die nasionale rykdom het bly voortbestaan. Die boek van Smith heet nie verniet, *"An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations"* nie. Hoewel aanvanklik sterk beïnvloed deur die fisiokratiese idees, het die Britse Klassieke die landbou as bron van alle waarde, vervang met die arbeidswaardeleer. Die idee van die Laissez-Fair is egter aangevul deur die van die *"onsigbare hand"*, dit is, die algemene belang word die beste gedien as elke individu voldoende ruimte kry om die eiebelang na te streef. Die rol van die owerheid in die ekonomiese lewe moet dan ook gereduseer word tot die van arbiter, wat veral moet sorg dat die individue mekaar nie met oneerlike middele gaan hinder met die nastrewe van eiebelang nie (Donckels et al.,

gedaal en het groot verkope van sekuriteit plaasgevind. Hoewel die effektebeurs in duie gestort het was dit nie 'n regstreekse oorsaak van die depressie nie, maar simptome van die moeilike tydperk waarin die wêreld was. Ooraanbod en lae vraag na produkte het die ekonomie in die V.S.A. gestagneer (Galbraith, 1972:140). Ten laaste het die Federale Regering in die V.S.A. 'n nuwe rigting ingeslaan. Die nuwe bevestigde program deur die Federale Regering en die verkiesing van Roosevelt as president in 1932, het tot gevolg gehad dat staatsbesteding en monetêre uitkyk baie gedoen het om die situasie te verbeter (Galbraith, 1972:191).

Die ekonomiese teorie van die onderneming en die analise van die markvorme, wat algemeen aanvaarding verkry het aan die begin van hierdie eeu, het uitgegaan van die hipotese van winsmaksimalisasie. Een van die resultate van hierdie analise was dat daar vir die bedrywe in optimale dimensie bestaan het. Dit kon, maar hoef nie noodsaaklik baie groot te wees nie. Hiermee is daar amptelike ekonomies-teories bevestig dat daar ruimte vir klein en middelgroot bedrywe naas die grote is.

Die idee dat die owerheid so weinig moontlik moes inmeng in die ekonomiese lewe is later, veral in die periode tussen die twee wêreldoorloë, verder bestry. Hierby is daar onder meer 'n belangrike rol gespeel deur die welvaartseconomie. Hiermee was die terrein voorberei vir Keynes, wat juis 'n aktiewe owerheidsbeleid voorgestaan het om die ekonomiese krisis op te los. In die periode van die jare 30 van hierdie eeu, is die insig algemeen versprei dat die optimale dimensie van 'n onderneming nie noodwendig groot hoef te wees nie, dat maatreëls wat konkurrensie bevorder tot 'n doeltreffende ekonomie kon lei, meer as absolute non-intervensionisme en dat die owerheid deur sy algemene ekonomiese beleid, die totale vraag in 'n belangrike mate kon beïnvloed en stimuleer. Hieruit het gevolg dat kleinondernemings bestaansreg gehad het in 'n doeltreffende ekonomie en die owerheid het die plig gehad om deur sy beleid hierdie bestaansreg te waarborg (Donckels et al., 1988:22-26).

Verder wys bogenoemde skrywer daarop, dat met die instandhouding en opbloeï van 'n groot groep kleinondernemings en beoefenaars van vrye beroepe en selfstandige landbouers, kon die teenstelling tussen kapitaal en arbeid oorbrug, en die Marxistiese logika deurbreek word. Bowendien, deur die uiters regse die pas af te sny, is die demokratiese regime gekonsolideer. Deur die groep van die klein burgers voldoende welstand te besorg, kon die spaarmotief ook gedemokratiseer word, het daar meer binnelandse investering gekom, en het daar ook 'n spesifieke mark vir verbruikersgoedere ontstaan. 'n Groot groep binnelandse ondernemings kon dus sorg vir 'n vooraf-beelding van die volkskapitalisme, wat die Marxistiese spook kon teenhou. Aanmoediging van die selftewerkstelling het ook die beter geskoolde onder die werknemersbevolking bevry van die dilemma tussen loonarbeid en werkloosheid. Die verburgerliking van bepaalde lae van die arbeidsklasse het ook, wat die kiesers betref, 'n nuwe mark opgelewer vir partye en groepe wat die markeconomie nie ongunstig gesind was nie. Ook die algemene ekonomiese belang van die klein burgers as groep, is na die jare 30 meer en meer onderskei en beklemtoon. Selfontwikkeling was konjunktoreel veel stabiel as vroeër en daar is besef dat tegniese vooruitgang en ekonomiese ontwikkeling, nie slegs 'n saak van kapitaalakkumulاسie is nie, maar ook van innovasie. Om innovasie te verseker is dit nie alleen noodsaaklik dat daar 'n aandeelhouer sal wees nie, maar ook 'n entrepreneur. Hierdie beleid het dus nie alleen om politieke redes nie, maar ook om suiwer ekonomiese redes belang by die instandhouding van 'n spesifieke ondernemersgroep, wat duidelik onderskei moet word van sowel die werknemers as grootkapitaal (Donckels et al., 1988:25-28).

2.2

Entrepreneurskap

Die bydrae van die mens as hulpbron of as produksiemiddel is in die literatuur oor entrepreneurskap as van sekondêre betekenis geag. Die oorsaak hiervan is die traagheid of onwilligheid van studente in entrepreneurskap om erkenning te gee aan die bydrae van die individu as bron. Onder meer word kreatiewe en produktiewe moontlikhede van die menslike toevoeging deur investering in entrepreneurskap nie genoegsaam gereken nie. Aktiwiteit van entrepreneurskap kan beter verstaan word as die betreklike belangrikheid van menslike hulpbronne deeglik geanaliseer word (Sharma, 1986/87:32-35). Entrepreneurs onderskei hulself van ander lede van 'n bevolking ten opsigte van bepaalde kenmerke. Met die oog op die ontwikkeling en bevordering van entrepreneurskap in 'n gemeenskap, is dit nodig dat ons meer weet van die entrepreneur (Pottas, 1985:20).

Die entrepreneur vereenselwig hom grootliks met sy kleinsakeonderneming. Andersom, die kleinsakeonderneming vorm 'n onafskeibare verbintenis met die persoon van die kleinondernemer. Die doelwitte van die kleinondernemer is dan ook dikwels die doelwit van die onderneming. Die sukses van die een is die sukses van die ander (Smith, 1978:115).

Die omskrywing van die wese van die entrepreneur bring twee hoofbenaderings na vore, naamlik die funksionele benadering en die aanduidende benadering. Die funksionele benadering se baie eenvoudig dat 'n entrepreneur is dit wat 'n entrepreneur doen. Die aanduidende funksie van 'n entrepreneur beskryf die entrepreneur ten opsigte van wetlike status, sy kontraktuele verhouding tot ander partye, en sy plek in die samelewing. Die ekonomiese teoretici het 'n funksionele benadering aanvaar terwyl die historici andersyds 'n meer aanduidende rol van die entrepreneur-konsep sien.

Die ekonomiese teorie stel 'n aantal konsepte en tegnieke voor, ten einde die toewysing om skraal bronne te ontgin. Tensy entrepreneurskap dus die uitvloeisel is van die sogenaamde skaars bronne, is dit van min ekonomiese belang, ofskoon dit tog van sosiale belang mag wees. Die primêre rol is in die ontwikkeling van 'n sistematiek eerder as 'n teorie. Dit is dus vanselfsprekend om eerder met definisies te werk, wat direk verwant is aan waarneembare en wat die belangrike tipe van ekonomiese saakwaarnemers in die praktyk opmerk. Die probleem met die teorie van entrepreneurskap is dat die twee benaderings nooit geïntegreer is nie. Die funksionele benadering moet die sigbaarwording van 'n besondere groep persone verpersoonlik, wat 'n unieke samestelling van eienskappe openbaar. As toegegee word dat sommige van die karaktertrekke waarneembaar is, kan dit die basis vorm vir 'n aanwysende definisie van die entrepreneur (Casson, 1982:23).

Die woord entrepreneur is spreekwoordelik in die huidige tydsbestek in die demokratiese wêreld en veral hier te lande op almal se lippe. Politici, akademici en die man op straat praat van entrepreneurs, maar wat maak hierdie begrip so uniek? Navorsing is gedoen oor tipiese eienskappe waarvoor entrepreneurs behoort te beskik en vervolgens sal van die opvallendste eienskappe bespreek word soos deur verskillende skrywers ervaar word.

2.2.2

Die Entrepreneur se lanseringvenster

Daar is drie prinsipiële komponente volgens Welsh en White (1983:28-29) om 'n nuwe onderneming te begin en te bedryf. Eerstens moet daar 'n bedrewe (bevoegde) entrepreneur wees. Die entrepreneur moet besondere fisiese vermoëns, verstandelike

vermoëns, persoonlikheid, gedragskodes en emosionele karraktereienskappe besit. Daardie persoon ontwikkel deur deeglike ondervinding en bedrewenheid en berei hom ook voor vir die teenspoed, wat onvermydelik is in die ontwikkeling van 'n onderneming. Tweedens moet daar 'n lewensvatbare sakekonsep bestaan. 'n Onderneming wat groeikrag besit, is nie maar 'n blink idee nie. Dit is eerder 'n voorgestelde reeks transaksies in terme van kostes, ruimte, toerusting, arbeid en promosie wat kristalliseer in 'n volledige finansiële verslag. Die tydsfaktor is ook belangrik; 'n oorhaastige begin kan sukses vertraag; om te lank te sloer kan die geleenthede laat verbygaan. Verandering in die ekonomiese klimaat en tegnologie wat steeds ontwikkel, is twee faktore wat 'n te langsame gesloer beïnvloed.

Derdens moet daar oor genoegsame (voldoende) aanvangskapitaal beskik word. Die kapitaal kom voor in verskillende vorme. Een van die vernaamste dele van insetkapitaal is die tyd en werkvermoë van die entrepreneur. 'n Ander vorm van die kapitaal is die krediet wat toegestaan word deur verhuurders, prokureurs, rekenmeesters en ander verskaffers. Uiteindelik bly daar tog die noodsaaklikheid oor vir harde kontant. Die kontantkapitaal wat bekom moet word, kan voorsien word deur eie bronne van die entrepreneur of 'n geldverskaffer of skuld of aandeelhouders. Die toeganklikheid tot kapitaal is ook gebonde aan omstandighede. Soms is dit geredelik bekombaar terwyl dit op 'n ander tydstip onbekombaar is.

2.2.2.1 Individu en entrepreneurskap

In die leesstof in verband met entrepreneurskap word erkenning aan die individu as die sleutelement in die skepping van 'n nuwe onderneming gegee. Daar word klem gelê op verbeelding, motivering en die riskante aspekte, as belangrike bydraes deur die ondernemer. Daar word deeglik klem op die verskil tussen entrepreneurskap en nie-entrepreneurskap gelê, as gevolg van die persoonlike en psigologiese eienskappe van die twee groepe. Die gevolgtrekking is dat die wêreld verdeel word tussen 'n ondernemende minderheidsegment en 'n nie-ondernemende meerderheid. Die ontwikkeling van die sentrale argument in die literatuur van entrepreneurskap, laat die skrywer toe om te praat van ondernemingsgees ten opsigte van ras en godsdiens. Hieruit vloei die sogenaamde "*Weberian Protestant ethic*". Ekonomie en bestuurs spesialiste het al verbeeldingsvlugte sover laat gaan om 'n verwantskap tussen godsdiens en 'n ondernemingsgees te tref (Lewis, 1985:27). Geen wonder dat Afrika dikwels getipeer word as 'n kontinent met 'n onontwikkelde arbeidsmag nie. Dele van Asië weer, die terrein van die Boeddhisme, is werktraag en staan neutraal teenoor materialisme. Dit is egter die mening van persone wat behoort aan die wêreld van "*Protestantse etiek*". Hierdie siening het egter tot niet gegaan weens 'n gebrek aan feite. Die opgang van lande soos Japan, Suid-Korea, Taiwan en Singapore en die agteruitgang van party van die ou geïndustrialiseerde lande, soos Argentinië en Engeland, in die hiërargie van industrialisasie, bewys die onwaarheid van die stelling (Sharma, 1986/87:33-35).

2.2.3 Die Entrepreneursprofiel

Welsh en White (1983:28-29) meld tereg dat daar drie prinsipiële komponente aanwesig moet wees ten einde 'n nuwe sakeonderneming te begin, waarvan moontlik die belangrikste die entrepreneur self is. Die hoofstuk 2 sal vervolgens beskouinge bevat van verskillende skrywers se sienswyses aangaande die entrepreneur en wat hul as die belangrikste karraktereienskappe beskou.

2.2.3.1 Broom en Longenecker

Broom en Longenecker (1983:109) sonder sekere eienskappe van suksesvolle entrepreneurs uit, wat gewoonlik nie in dieselfde mate by die gesalarieerde bedryfsleier aanwesig is nie, byvoorbeeld:

- onversadigde drang om iets tot stand te bring;
- besondere deursettingsvermoë;
- ambisie;
- aggressiewe inisiatief en 'n begeerte vir finansiële gewin;
- voortgesette entoesiasme en dryfkrag, en
- bereidwilligheid om uitdagings te aanvaar en risiko's te neem.

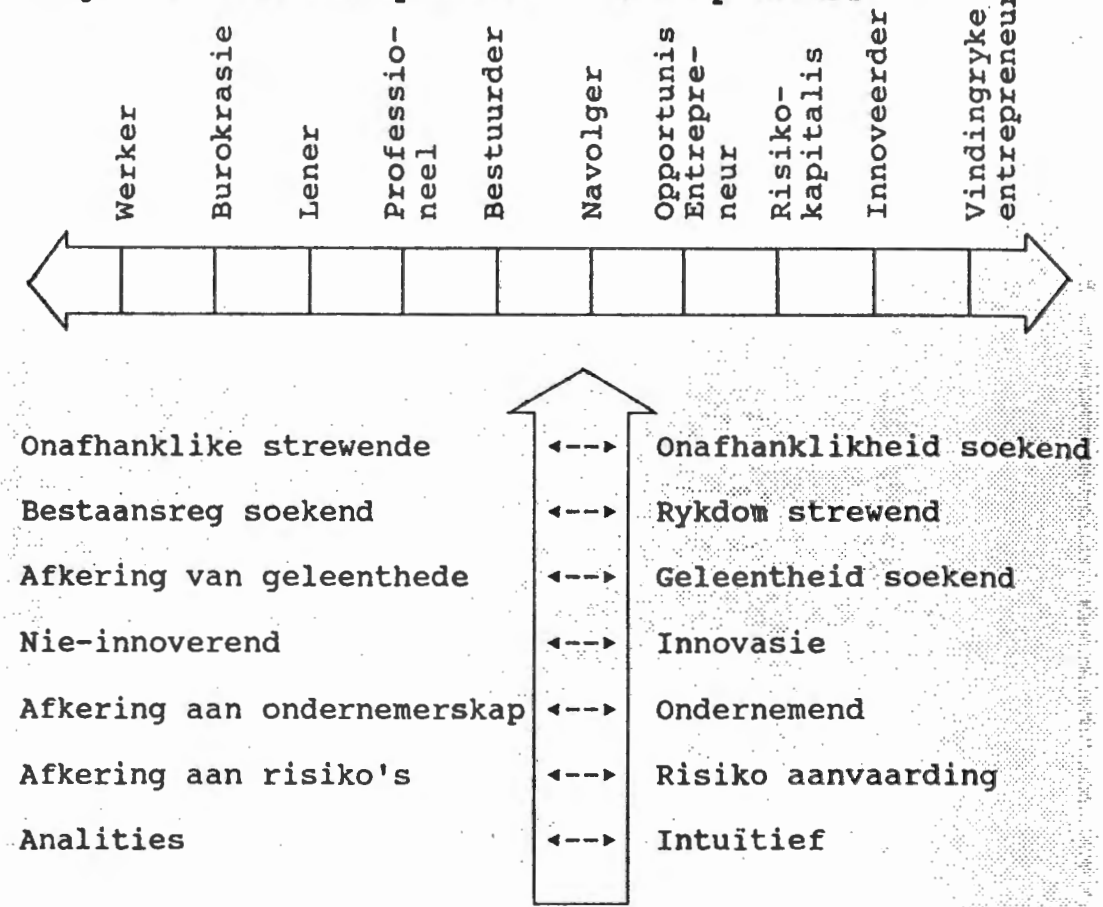
2.2.3.2 Burch

Burch (1986:15) het die eienskappe van entrepreneurs soos volg saamgevat:

- entrepreneurs twyfel nooit aan die uitvoerbaarheid van hulle idees nie;
- entrepreneurs is altyd op soek na sukses en word daardeur as "*werkoliste*" beskou;
- verantwoordelikheid en konsekwensies word altyd deur die kleinsakeman gedra;
- selfverwesenliking word altyd vooropgestel deur die entrepreneur, waarna wins as tweede motief gestel word;
- entrepreneurs is normaalweg besig om buitengewone, en kwaliteitprodukt aan te bied waarop hulle trots is;
- entrepreneurs toon 'n groot mate van geduld as dit kom by die lewensvatbaarheid van die kleinsakeonderneming;
- entrepreneurs is bereid om lang ure te werk, op te offer, en risiko's te dra, selfs al kom die beloning eers later, en
- entrepreneurs is gewoonlik goeie organiseerders wanneer dit kom by die uitvoering van take.

In figuur 1 word die entrepreneur en die nie-entrepreneur met mekaar vergelyk sover dit bogenoemde gegewens betref.

Figuur 1 Nie-entrepreneurs of entrepreneurs



Burch, 1986:31)

2.2.3.3 McClelland

McClelland (1976:205-256) toon in studies deur homself onderneem, dat die entrepreneurs 'n unieke persoon is, en tipiese eienskappe besit wat nie in die deursnee persoon aangetref word nie. Die volgende kenmerke word deur bogenoemde skrywer as van belang beskou by die bestudering van die entrepreneur:

- entrepreneurs is objektief in die keuse van werknemers vir spesifieke take en verkies liever 'n verdienstelike persoon wat die werk kan doen bo vriende;
- entrepreneurs toon 'n hoër mate van organisasievermoë ten opsigte van hul bedryf asook teenoor hul ondergeskiktes;
- entrepreneurs is aktief, en bestee baie tyd om sekere take te voltooi;
- entrepreneurs is gewoonlik bewus van die tydsaspek, en tyd stimuleer hulle om onafhanklik na hulle doel te streef;
- entrepreneurs toon 'n hoër mate van energie as die gewone man;
- entrepreneurs poog om 'n sukses te maak van sy kleinsakeonderneming deur die doel wat gestel is, te bereik;
- geld word nie as hoofdoel gesien nie maar selfverwesenliking;
- entrepreneurs aanvaar persoonlike verantwoordelikheid vir die uitvoering van hul uitdagings;

- entrepreneurs verkies om hul geldbronne op hul eie manier aan te wend tot die verwesenliking van 'n doel;
- entrepreneurs kan soms goed in groepe saamwerk, solank hul die resultate kan beïnvloed in die rigting wat hul dit graag wil laat sien gebeur;
- entrepreneurs is nie dobbelaars nie, maar gee voorkeur aan berekende risiko's;
- entrepreneurs se voorkeure is om doelwitte te stel wat hoë vereistes van hulle verg;
- die hoë vereistes word deur hulself as uitvoerbaar beskou en val binne hul vermoë;
- entrepreneurs word verder gestimuleer na hoe vlakke van sukses op grond van hul kennis wat opgedoen word met terugvoering en ervaring;
- 'n drang na sukses is 'n belangrike dryfveer agter kleinsakeondernemers en die uitvoering van 'n taak in entrepreneursterme is die verwesenliking van 'n redelike doel, en
- entrepreneurs dink vooruit en is optimisties oor die toekoms. Entrepreneurs soek na moontlikhede wat in die toekoms lê en bou dan na goeie dinge daarop.

2.2.3.4 Kao

Kao (1986/87:12) ondervind dat dit net so moeilik is om konsensus te bereik tussen skrywers en navorsers oor wie en wat 'n entrepreneur is, as om 'n kleinsakeonderneming te definieer. In die staat van Ontario, volgens Kao, word 'n entrepreneur soos volg gedefinieer: *'n Entrepreneur is 'n persoon wat 'n onderneming organiseer of bestuur.* Literatuur in die verband gee toe dat daar 'n wye reeks van interpretasies is van entrepreneurskap: Die ekonome beskou die entrepreneur as 'n faktor in die produksie, terwyl party benadruk dat entrepreneurs risikonemers is.

Kao (1986/87:13) som twee navorsers naamlik Gibb en Hornaday se bevindinge ten opsigte van entrepreneurs soos volg op in Tabel 1

Tabel 1 'n Samevatting van die karaktereenskappe van die entrepreneur

* Hornaday

- Selfversekerdheid
- Deursettingsvermoë en gedetermineerdheid
- Energiek en werkywer
- Optimisme
- Oorspronklikheid
- Vermoë om berekende risiko's te loop
- Behoefte om sukses te behaal
- Kreatiewiteit
- Inisiatief
- Buigbaarheid in siening
- Positiewe terugvoering tot verandering
- Onafhanklikheid
- Vooruitskouing
- Dinamiese leierskap
- Vermoë om met mense om te gaan

* Gibb

- Kreatiewiteit
- Inisiatief
- Hoë mikpuntstelling
- Matige risiko-ondernemer
- Leierskap
- Outonome optrede en onafhanklikheid
- Analitiese vermoë
- Hardewerkendheid
- Goeie kommunikasie vermoëns

- Terugvoering gee aan suggesties en kritiek
- Nastrewing van die winsmotief
- Waarnemingsvermoë

(Kao, 1986:13)

2.2.3.5 Pottas

Pottas (1985:21) wys daarop dat daar nie 'n volmaakte entrepreneur is nie, soos wat daar in die gebroke werklikheid aan hierdie kant van die graf ook nie 'n volmaakte mens is nie. Daar word na die "ideale" entrepreneur verwys. Indien individue bestudeer word, blyk dit dat hul onderling aansienlik varieer met betrekking tot die kombinasie van eienskappe waaroor hulle beskik, asook in die mate waarin hulle dit openbaar. Entrepreneurs onderskei hulself van ander lede van 'n bevolking deur kenmerkende eienskappe te besit en te openbaar wat soos volg saamgevat kan word:

- hulle eksploreer self hul omgewing op soek na geleenthede om ekonomies bedrywig te wees en 'n inkomste te verdien of te verhoog, en waar nodig skep hul sodanige geleentheid;
- hulle is bereid om hulle eie kapitaal, tyd, moeite, energie en reputasie te waag om die geleenthede te benut;
- hulle neem self die inisiatief om die hulpbronne wat benodig word, bymekaar te bring en te organiseer om 'n nuwe kleinsakeonderneming te skep, en
- hulle bestuur en bedryf self die kleinonderneming met oorgawe, groot ywer en toegewydheid om 'n sukses daarvan te maak.

2.2.3.6 Wessels

Wessels (1978:8) wys op 'n paar belangrike vereistes waaraan entrepreneurs moet voldoen:

- die kleinondernemer moet gespesialiseerde kundigheid bekom om die saak suksesvol te bestuur;
- kleinsakeondernemers moet behalwe hul gespesialiseerde kundigheid ook kundigheid verkry in die spesifieke bedryfstak waarin hulle hulle begewe;
- gespesialiseerde kundigheid kan die kleinsakeonderneming gedifferensieerde voordele bied;
- kleinsakeondernemings moet self deur die entrepreneur bestuur word. In selfbestuur en selfarbeid lê 'n verdere differensiële voordeel;
- 'n eienaar/bestuurder is gewoonlik bereid om harder te werk en meer opofferings te maak as 'n werknemer/bestuurder, en
- die suksesvolle kleinsakeonderneming is gewoonlik die een wat oor innovasie- en skeppingsvermoë beskik. Kleinsakeondernemings kan vanweë die aanpasbaarheid en veranderlikheid daarvan vinnig op te reëse in die mark reageer.

2.2.3.7 Hisrich

Hisrich (1986:3) vind in sy navorsing dat entrepreneurs hulself klassifiseer as:

- energievul;
- onafhanklik;
- mededingend;
- sosiaal;

- idealisties;
- selfversekerd;
- doelgeorieentend;
- aanpasbaar, en
- nie rigied nie.

(Hisrich, 1986:3)

2.2.3.8 Welsh en White

Welsh en White (1983:40-49) gee 'n omvattende beskrywing van die entrepreneur gebaseer op 'n studie deur hulle onderneem. In hulle studie word daar bevind dat entrepreneurs wat 'n suksesvolle besigheid bedryf en binne die bestek van vyf jaar op die aandelebeurs kan noteer, duidelik uitstaande individue is. Hulle vorm die as waarom die wiel draai.

Die suksesvolle entrepreneur is 'n persoon wat duidelik onderskeibaar is in die gemeenskap waarin hy/sy staan. Die profiel van die suksesvolle entrepreneur word soos volg deur bogenoemde skrywer saamgevat:

- beskik oor die vermoë om verlengde werktye te werk. Die werk is veeleisend en meedoenloos. As die werknemers na 'n dagskof voltooi het, werk die entrepreneur moontlik nog 'n paar uur om die werk te laat vlot.

In 'n ondersoek wat gestrek het oor vier jaar en waarby 64 seminare ingesluit is, is aan elke entrepreneur gevra wat die noodsaaklike karaktereenskappe vir 'n suksesvolle entrepreneur is. Die uitslag was dat onder die eerste vier eienskappe, goeie gesondheid aangewys is.

2.2.4 Sosiologiese faktore

Volgens Stevenson (1985:24) steun driemaal meer vrouens die skepping van besighede teenoor die getal mans in Kanada. Navorsers het tradisioneel net manlike entrepreneurs bestudeer. Nadat die behoefte geïdentifiseer is, het etlike studies die lig gesien, wat die verskil tussen persoonlikhede en demografiese agtergrond benadruk het. Nie een het egter die lewe en beroepsgeskiedenis van vroulike entrepreneurs ondersoek, wat die vraag wat vroue aanspoor om entrepreneurskap as beroep te aanvaar, beantwoord nie.

Henning en Jardim (1977:86) het 'n studie aangepak om 'n profiel saam te stel van die vroulike entrepreneur. 'n Herhaaldelike tema wat opduik in die studie van entrepreneurs is die bestaan van ander entrepreneurs in die lewe van die proefpersone. Bykans die helfte manlike entrepreneurs kom uit 'n familie waar die vader in eie diens was. Navorsing oor vroulike entrepreneurs het aangetoon dat hulle met 'n vader in eie diens, bo die gemiddeld was, naamlik 36%-64%. Belcourt (86/87:24) toon aan dat verskeie navorsers veranderlikes geïdentifiseer het wat betrekking het op beroepskeuse, naamlik sy/haar orde in die huisgesin, sosio-ekonomiese status, etniese status en opvoedingsvlak.

2.2.4.1 Rangorde in die huisgesin

Petrof (1980:22) beweer dat dit 'n algemeen-aanvaarde veronderstelling is dat die eersgeborene 'n spesifieke belangstelling van bloedverwante ontvang. Die entrepreneur is dan ook gewoonlik die eersgeborene.

Verder verwys bogenoemde skrywer na die gegewens ten opsigte van vroulike entrepreneurs en beweer dat dit dubbelsinnig is, want verskeie studies het die veronderstelling ondersteun dat vroulike entrepreneurs die oudste lid van die gesin is. Hisrich en Brush (1984:54) bevind in hulle ondersoek dat bogenoemde slegs waar is waar die huisgesin uit meer as twee kinders bestaan.

2.2.4.2 Sosio-ekonomiese status

Daar is 'n konstante verband opgemerk tussen die sosiale stand en die betrokkenes se beroepskeuse. Die gesin se sosio-ekonomiese status het meer as enige iets anders die beroepskeuse beïnvloed, alhoewel intelligensie ook bygedra het tot besondere verskille (Belcourt, 1986/87:25). Hierdie veralgemening is egter nie moontlik vir entrepreneurs nie, want die uitdrukking van entrepreneursbelangstelling is moontlik benewens 'n werksituasievlak. Die gegewens oor manlike entrepreneurs dui daarop dat sosio-ekonomiese status die tipe besigheid wat begin word, beïnvloed, maar dit vorm nie die besluitneming om 'n besigheid te begin nie. Die vakman-entrepreneur neig om uit die laer sosio-ekonomiese groep te kom, terwyl die opportunistiese entrepreneur neig om meer uit die middelgroep van die samelewing te kom (Litvak en Maule, 1976:37).

Donckels et al., (1988:159) toon dat kleinsakemanne of "starters" dikwels vertrouwd is met ondernemerskap, omdat hul vader 'n selfstandige aktiwiteit beoefen het. Ondersoeke deur bogenoemde skrywer gedoen, toon dat ongeveer 50% van die kleinsakemanne dieselfde aktiwiteit as hul vaders beoefen. Belcourt (1986/87:25) wys verder daarop dat vroulike entrepreneurs, en in besonder die minder tradisionele beroepskeuses, beïnvloed is deur die sosio-ekonomiese status. Dit blyk asof 'n hoë sosio-ekonomiese posisie meer bevorderlik vir 'n pionier is as 'n laer sosio-ekonomiese status en dat die meerderheid vroulike entrepreneurs uit die middelklas kom. Individue in die middelklas kan toegang he tot hulpbronne en 'n sin vir vooruitgang, wat dikwels ontbreek by die hoë en lae sosio-ekonomiese statusgroepe. Vroue het min beweegruimte in die sakewêreld. Bewyse hiervan is die feit dat so min vroue bestuurs- en uitvoerende poste beklee. Entrepreneurskap is egter 'n manier om die probleem te omseil en die vrou meer sosiale mobiliteit te gee. Die entrepreneur is afhanklik van die hoofstroom ondernemers vir ekonomiese ondersteuning. Op die wyse is daar 'n noodzaklike mate van integrasie met die nie-marginale groepe.

Swayne en Tucker (1973:97) ondervind 'n probleem met die marginale persoon-hipotese naamlik die veronderstelling dat talle tweede geslag Kanadese en Amerikaners wat nog bestempel word as etnies behorende tot 'n minderheidsgroep, hulself nie so kategoriseer nie. Die rede vir die opoffering is dat hulle meesal die onderneming wat hulle bedryf, geërf het.

2.2.4.3 Opvoeding

Belcourt (1986/87:25) wys in haar studie daarop dat opvoeding die primêre hoeksteen van beroepsbeweeglikheid is. Ofskoon die aard en hoeveelheid opvoeding 'n bepalende rol speel in beroepsbesluitneming, blyk dit dat by die entrepreneur dit anders gesteld is. Die kleinsake-entrepreneur het hoogstens 'n hoërskool- of tegniese loopbaan voltooi, terwyl 'n hoë-tegnologie entrepreneur nader na 'n magistersvlak beweeg.

'n Soortgelyke patroon weeg blykbaar nie op teen vroulike entrepreneurs nie. Dit wil voorkom of vroulike entrepreneurs opvoedkundig beter daaraan toe is as die res van die bevolking. Bogenoemde skrywer merk ook op dat daar 'n wisselvallige

verhouding waargeneem is ten opsigte van selfindiensneming by die vrou. Die bevinding neig na die verband tussen selfindiensneming en die peil van opvoeding. Die bewering word gesteun dat 'n groter persentasie van die entrepreneurs 'n lae opvoedkundige peil het, maar onder die hoogs-opgeleide entrepreneurs is die hoogste aantal selfwerkzaam of in eie diens.

2.2.4.4 Verband tussen beroepservaring en bedryfsaktiwiteit

Uit buitelandse ondersoeke blyk dit dat slegs 'n klein aantal ondernemers onmiddellik na die beindiging van hul studies met 'n eie saak begin. Hulle sal eers 'n aantal jare ervaring opdoen voor hulle selfstandig word. Op die manier raak hulle vertrouwd met die bedryfslewe. Die meerderheid kleinsake in die studie van Donckels het begin of in 'n privaatonderneming, of in 'n openbare instelling. In die studie van Donckels het dit na vore gekom dat niemand vanuit 'n selfstandige status tot ondernemerstatus gekom het nie (Donckels et al., 1988:162).

2.2.4.5 Sosiale marginaliteit

Donckels (et al., 1988:166) het met die teorie van die sosiale marginaliteit probeer verklaar waarom bepaalde persone 'n eie saak oprig. Sosiale marginaliteit word gedefinieer as 'n situasie waarin die persoonlike kenmerke van 'n individu verskil van sy sosiale omgewing in die samelewing. Om in so 'n sosiale omgewing ondernemer te word, moet so 'n persoon aan twee voorwaardes voldoen: Die individu moes in kontak gewees het met 'n ondernemerskultuur en daar moet ondernemersmoontlikhede aanwesig wees in die samelewing. Tipiese voorbeelde is die Jode, etniese minderheidsgroepe en die Viëtnam-veterane in die VSA.

2.2.5 Vroulike entrepreneurs teenoor suksesvolle manlike entrepreneurs

Volgens Changanti (1986:18) bevind twee keer soveel vroue kleinsakeondernemings hulle in die sakewêreld as hul manlike eweknieë. Vroulike entrepreneurs openbaar soms 'n ander soort gedrag as hul manlike eweknieë. Daar moet in gedagte gehou word dat vroue om 'n ander rede 'n kleinsakeonderneming begin as manlike entrepreneurs. Die rede word later in Tabel 2 saamgevat. Volgens Changanti (1986:21) is daar duidelike ooreenkomste tussen die karaktertrekke van 'n suksesvolle manlike entrepreneur en die van vroue.

Tabel 2 Vroulike entrepreneurs teenoor suksesvolle manlike entrepreneurs

Vroulike entrepreneurs

Sienswyses

- Beskeie mikpunt na wins, persoonlike benodigdhede.
- Verkies om klein te bly.

Strategie vir onderneming

- Bemark net produkte wat persoonlik aandag geniet en bly by lokale markte.
- Lae kapitaalondernemings word aangepak.

Struktuur en sisteem

- Informeel struktuur.
- Motivering is persoonlik en geldelike belonings is nie teenwoordig.
- Ondernemingskontrole is min in begin en bykans geen boekhoustelsel nie.

Werkers se vaardigheid

- Werkerskorps klein en huur gewoonlik nie opgeleide personeel.
- Gee voorkeur aan vroulike personeel.
- Onderneming bly ongeorganiseerd, veral finansies

Leierskapstyl

- Vriendelik, persoonlik en spangeoriënteerd
- Lae sin vir mag.
- Intuïtiewe en emosionele benadering tot probleemoplossing

Suksesvolle manlike entrepreneurs

Sienswyses

- Ambisieuse mikpunt na wins, stel dit hoër as net werkbevrediging
- Wil groot en suksesvol word.

Strategie vir onderneming

- Bemark verskeidenheid produkte en ding mee om groter markte.
- Begin met lae kapitaal maar leen sodra onderneming begin groei.

Struktuur en sisteem

- Informeel in begin maar word meer formeel
- Motivering is geldelik asook persoonlike belange maar word op geldelike geplaas
- Ondernemingskontrole min in begin, maar brei mettertyd uit.

Werkers se vaardigheid

- Werkerskorps groei met onderneming
- Meer mans word in diens geneem as gevolg van hul vaardigheid
- Aanvanklik ongeorganiseerd maar verbeter algaande

Leierskapstyl

- Vriendelik, persoonlik maar tog outokraties
- Entrepreneur is moedig en prestasiegeoriënteerd
- Besluitneming is intuïtief maar word rasioneel

Prestasie

-Wins en groei bly laag

Prestasie

-Wins en groei aanvanklik laag, maar groei algaande

(Changanti, 1986:21)

'n Poging is aangewend deur Henning en Jardim (1977:34) om sekere sleutelfaktore betreffende die Kanadese vroulike entrepreneur te staaf. Die groep van 36 entrepreneurs was bevoordeel ten opsigte van die groep wat ondernemings bedryf het met 'n effense hoër omset byvoorbeeld, verkope van \$2-5 miljoen, 'n groter personeel (11-20) meer jare in die bedryf (6-10) jaar en 'n hoër vergoedingspakket \$51000-\$80000 per jaar. Uit die groep was 58% alleenienaars, 17% was aandeelhouders en 17% was vennote saam met hulle eggenote.

Die resultate van bogenoemde ondersoek het aan die lig gebring dat 'n gedwonge selfbesluit nie noodwendig genoeg aansporing is om 'n onderneming te begin nie. Daar mag etlike omgewingsfaktore wees wat daardie behoefte benadruk. Die proporsies wat verwant is aan die demografiese of lewensgeskiedenis, is dat in die geval van 'n oudste lid van die huisgesin in die meer gegoede deel waar die vader ook 'n entrepreneur was, die aansporing was tot entrepreneurskap. Daar is in die studie aangetoon dat 19% die enigste kind en 25% die eersgeborene was. Van die respondente het 44% gerapporteer dat hulle 'n entrepreneur-vader gehad het. Drie van die vaders het entrepreneurssake begin nadat hulle vir 'n lang loopbaan as werknemers gewerk het. In totaal het 60% entrepreneurs-vaders gehad wat 'n eie sakeonderneming bedryf het.

Die meerderheid moeders, naamlik 64% in die opname, was huisvrou; 6% was entrepreneurs 6% bestuurders; 11% was professionele persone en die res, naamlik 14%, was werknemers.

Opsommend blyk dit dat daar 'n sterk korrelasie bestaan tussen die entrepreneurs wat ook entrepreneurs as vaders het. Die invloed van bloedverwante moeders is betekenisvol. Die studie toon dat die huisgesin as 'n "broeikas" vir entrepreneurs dien.

Tabel 3 Entrepreneurs en die betrokkenheid van leidende figure

Verwantskap	Frekwensie	Persentasie
Vader	21	60
Moeder	2	6
Broer	4	11
Suster	6	17
Broers en susters	1	3
Grootvaders	12	33
Grootmoeders	6	17
Eggenotes (a)	22	76
Kinders (b)	10	66

(Henning en Jardim, 1977:34-35)

(a) Verteenwoordig die gedeelte 22 van die 29 vroulike entrepreneurs wat getroud was.

(b) Verteenwoordig die gedeelte kinders wat in 'n familie-onderneming werk.

2.2.6 Prominente eienskappe van die entrepreneur

Uit al die voorafgaande skrywers se sienswyses is daar prominente eienskappe wat na vore kom en dit word vervolgens so saamgevat:

2.2.6.1 'n Basiese eienskap om te kontroleer en te bestuur

- Die entrepreneur funksioneer nie goed in 'n tradisionele gestruktueerde organisasie nie;
- hulle wil nie onder 'n hoof werk nie;
- hulle dink hulle kan die probleem beter hanteer;
- hulle wil maksimum verantwoordelikheid dra;
- die entrepreneur wil die vryheid he om 'n saak aan te pak in 'n rigting wat hy as korrek beskou;
- die entrepreneur floreer op vooruitgang en geniet sukses;
- mikpunte wat gerealiseer het, word opgevolg deur selfs hoër mikpunte, en
- die entrepreneur glo daarin dat hy die mikpunt wil bereik soos hy glo.

2.2.6.2 Selfvertroue

- Entrepreneurs pak probleme onmiddellik en direk aan;
- die entrepreneur staan sterk teenoor teëspoed;
- 'n geringe mate van sukses laat sy selfvertroue groei;
- die entrepreneur voel ongemaklik in 'n spansituasie, en
- verlies aan beheer lei tot frustrasie terwyl die teenoorgestelde situasie weer meer selfvertroue kweek.

2.2.6.3 'n Nimmereindigende dringendheid

- Dit wil voorkom of entrepreneurs 'n nimmereindigende gevoel van 'n behoefte om iets te doen het. Onaktiwiteit maak hulle ongeduldig, gespanne en ongemaklik;
- entrepreneurs geniet dan ook meer 'n individuele sportsoort eerder as spansport;
- hulle verkies 'n sportsoort waar denkvermoë en spierkrag direk die resultaat van die aktiwiteit beïnvloed, en
- dit lyk of die entrepreneur onvermoëid sy doelwit nastreef.

2.2.6.4 Uitgebreide bewustheid

- Suksesvolle entrepreneurs het 'n deeglike uitgebreide oorsig van die hele situasie as hy beplan;
- die entrepreneur het 'n konstante bewustheid oor die uitwerking van 'n enkele gebeurlikheid op die hele onderneming;
- hy het 'n verwyderde doelstelling maar verloor nooit die onmiddellike fokus op spesifieke besonderhede nie, en
- die entrepreneur is ook altyd bewus van die moontlikhede van alternatiewe.

2.2.6.5 Realisties

- Die entrepreneur aanvaar geleenthede soos hulle voorkom;
- dit mag idealisties wees maar selde onrealisties;
- nuus is vir die entrepreneur nie goed of sleg nie solank dit hom tydig bereik en dit ter sake is;
- die entrepreneur soek eerstehandse, persoonlike staving van besonderhede, en omseil liefs 'n organisatoriese struktuur;
- hy handel met mense soos met funksies en feite;
- die entrepreneur stel sy saak en neem aan dat die ander dit ook sal doen;
- die entrepreneur kan sy woord goed hou;
- hieruit spruit dat die entrepreneur eerlik en opreg is, en
- die entrepreneur aanvaar 'n stelling op die sigswaarde en hy neem aan dat die teenoorgestelde ook vir hom aanvaarbaar is.

2.2.6.6 Besondere begripsvermoë

- Die entrepreneur besit daardie besondere vermoë om te midde van 'n verwarrende situasie die kern vas te gryp. Hy besef die probleem gouer en soek na 'n spoedige oplossing. Omdat die entrepreneur uitstaan as leier is hulle gewoonlik gou om 'n probleem te identifiseer. Hierdie vermoë is hoofsaaklik van toepassing op probleme in die besigheid, maar in probleme met tussen-menslike verhoudings is hulle minder suksesvol.

2.2.6.7 Nie status bewus

- Die entrepreneur vind bevrediging in die sukses van die onderneming
- sy status word bevredig deur die vooruitgang van sy onderneming en nie die luukse kantoormeublement of die motorkar wat hy bestuur nie.

2.2.6.8 Objektiewe beskouing ten opsigte van wisselwerking tussen persone

- Entrepreneurs is meer besorgd oor persone se suksesse in hulle onderneming as oor die persoon self;
- hy vermy om persoonlik met ander persone verbind te word;
- die entrepreneur sal dan ook nie huiwer om 'n verbintenis te ontbind nie, as dit in sy pad staan nie, en
- die entrepreneur bedryf sy eie besigheid op so 'n wyse dat daar min geleentheid vir spanpogings bestaan. Daar is ook min geleentheid waarin hy mag delegeer.

2.2.6.9 Emosionele stabiliteit

- Entrepreneurs beskik oor 'n groot mate van selfbeheersing en is in staat om druk wat in die besigheidssituasie opduik te hanteer;
- die entrepreneur swig nie voor mislukking nie, maar aanvaar eerder uitdagings;
- die entrepreneur raak nie betrokke by 'n risikofaktor nie, maar stel ook nie belang in 'n lae risiko onderneming nie, en
- die entrepreneur sal ook nie die onderneming aanpak voordat die risiko bereken is nie.

2.2.7 Ontleding van entrepreneurskwaliteite

Tabel 4a Analise van die Entrepreneur se kwaliteite

	Self-kennis	Verbeelding	Praktiese vermoëns	Analitiese vermoëns	Navorsing bedrewe-nheid
Noodsaaklik vir alle besluite	X	X	X	X	X
Skaars en onegalig versprei		X		X	
Moeilik bekombaar	X	X			X
Kan verhoog word			X		
Nodig, skaars en moeilik om te bekom		X	X	X	X
Skaars, moeilik bekombaar, maar moontlikheid kan vermeerder word					

(Casson,1982:36)

Tabel 4b 'n Analise van die entrepreneur se kwaliteite

	Voorpeil-ling	Ramings-vaardig-heid	Kommunika-sie vermoë	Delegering vermoë	Organisa-toriese vermoë
Noodsaaklik vir alle besluite	X	X	X		
Skaars en onegalig versprei	X	X		X	X
Moeilik bekombaar	X		X	X	X
Kan verhoog word	X	X		X	X
Nodig, skaars en moeilik om te bekom	X				
Skaars, moeilik bekombaar, maar moontlikheid kan vermeerder word	X			X	

(Casson, 1982:36)

2.3

Ouderdomsanalise, huislike agtergrond en opvoeding

2.3.1

Sosio-ekonomiese status

Ofskoon sosio-ekonomiese status blykbaar nie die keuse van ondernemer as loopbaan vir manlike entrepreneurs beïnvloed het nie, het die sosio-ekonomiese status tog die tipe onderneming beïnvloed.

In die studiestuk van Henning en Jardim (1977:35) is die sosio-ekonomiese status ontleed ten opsigte van die vader se beroep en die opvoeding, die moeder se opvoeding en die kind wat 'n privaat of publieke skool bygewoon het. Die sosio-ekonomiese status van die 36 vroulike entrepreneurs is soos volg beoordeel:

Hoër sosio-ekonomiese groep: 8%, middel sosio-ekonomiese groep: 67%, en laer sosio-ekonomiese groep: 25%. Dit het bevestig dat, soos ander ondersoekers ook getoon het, die meeste vroulike entrepreneurs uit die middelklas kom.

Belcourt (1986/87:28) ontleed die gegewens van bogenoemde skrywer en bevind dat van die 67% middel sosio-ekonomiese groep vroue, daar 44% is wat hulle eggenotes onbetroubaar beskou as gevolg van die volgende gedragspatrone: alkoholisme (6%), val rond van een betrekking na 'n ander (11%), verhouding met ander vroue (6%), dobbelary (3%) en beledigend (3%). Die feit dat meer as die helfte van die getroude vroulike entrepreneurs se mans by hul werksaam was en hulle sosio-ekonomiese status dus laer was as die van hulle vrouens, kon aanleiding gee tot 'n groter sosiale beweeglikheid.

Henning en Jardim (1977:35) bevind in hulle ondersoek dat vroulike entrepreneurs oor die algemeen 'n hoër skoolvlak bereik het as die algemene publiek. Ofskoon die vlak van skoolonderrig hoog was, het dit geblyk dat die tipe onderrig irrelevant was ten opsigte van die beroepsrigting. Dit was die slotsom waartoe bogenoemde skrywers gekom het. Nie een van die entrepreneurs in die ondersoek het beskik oor 'n graad in die ekonomie of verwante grade nie. 'n Opname onder 60 van die mees suksesvolle vroulike entrepreneurs in die V.S.A het dieselfde neiging openbaar. Belcourt (1986/87:29) som die bevindings ten opsigte van vroulike entrepreneurs op deur te verwys na die volgende:

- Die belangrikste bevindings was dat vroulike entrepreneurs in 'n hoër mate dieselfde prestasie as manlike entrepreneurs behaal as die omgewingsfaktore in oorweging geneem word;
- albei groepe was eersgeborenes, afkomstig uit 'n gesin waar die vader self 'n eie saak bedryf;
- meeste entrepreneurs kom uit die middelklas van die samelewing,
- vroulike entrepreneurs blyk 'n hoër onderwysvlak te handhaaf as hulle eweknie onder die algemene publiek, en
- 'n hoër persentasie immigrante en godsdienisminderhede was teenwoordig in steekproewe by manlike en vroulike entrepreneurs. Die maatskappyvorming begin met 'n besluit wat beïnvloed is deur bogenoemde faktore.

Petrof (1980:23) beweer dat "keuses" miskien 'n verkeerde begrip is vir die besluit wat die vroulike entrepreneurs geneem het ten opsigte van hulle beroepe. Omgewingomlysting wat lei tot voorspelbare oriëntasies in die beroepswêreld sal seker 'n beter beskrywing wees. Die omgewingsagtergrond vir entrepreneurskap sluit die aanwesigheid van sleutelfigure in wat eerstelinge in die huisgesin is, goed geskool

en godsdienstig verskil van die meerderheid in die middelklas, met 'n bewyslewing van 'n verandering in die gesin se sosio-ekonomiese status. Erwee (1987:29) het 200 kleinsakevroue wat hul ingeskryf het vir die kompetisie van die kleinsakevrou van die jaar in die R.S.A, se besonderhede vergelyk met die van vroue van ander lande. Sy het tot die volgende gevolgtrekkings gekom soos saamgevat in Tabel 5

Tabel 5 Vergelyking tussen kleinsakevroue ten opsigte van status

	Amerika	R.S.A	Indië	Puerto Rico
Getroud %	50-60	73	70	57
Geskei %		12		17
Ongetroud %		8		
Weduwee %		7		

(Erwee, 1987:29)

Tabel 6 Status van kleinsakevroue

Geskei %	19
Huisvroue %	64
Bestuurders %	6
Werknemers %	14
Professionele persoon %	11
Weduwee %	3

(Henning en Jardim 1977:35)

Sowat die helfte van die Suid-Afrikaanse vroulike entrepreneurs het nie meer afhanklike kinders in die huis nie. Dit hou verband met die ouderdomsverspreiding van die deelnemers naamlik dat 48% ouer as 45 jaar is. Die meerderheid van die ondernemers, naamlik 36% se ouderdom varieer tussen 32-44 jaar, 26% is jonger as 30 jaar en 12% ouer as 57 jaar. As die verspreiding vergelyk word met dié wat in oorsese studies gerapporteer word, word gevind dat vroulike entrepreneurs op 'n jonger ouderdom in die R.S.A as hul oorsese eweknie 'n kleinsakeonderneming begin.

Hisrich (1986:3), 'n professor in entrepreneurskap aan die Universiteit van Tusa, het 'n navorsingsprojek aangepak waar hy die herkoms en die karaktertrekke van entrepreneurs probeer vasstel het. Om hierdie navorsing te doen, is 'n vraelys opgestel. Die vraelys het uit meervoudige keusevrae, rangordevrae, ouer-kindverhouding en opleiding van ouers gehandel. Daar het 217 persone op die vraelys, gereageer. As daar in die hoofstuk ook gekyk word na die studie van Gomolka, Erwee, Henning en Jardim is die inhoud van elk baie insiggewend en is daar heelwat ooreenkomste tussen die verskillende navorsers. Hisrich het bevind dat die gemiddelde ouderdom van entrepreneurs 35-40 jaar is, 60% entrepreneurs is getroud en het kinders terwyl 42% van die respondente die oudste kind in die gesin is. Henning en Jardim (1977:35) toon in hul studie aan dat slegs 19% van hul respondente die eersgeborene was. In 'n M-Com navorsing deur skrywer self in

1987 onderneem, is gevind dat 42% van die entrepreneurs in die ouderdomskategorie van 30-39 jaar val (Visagie, 1988:140-145).

Gomolka (1977:18) wys daarop dat die ouderdomsverspreiding van die entrepreneurs, soos saamgevat in Tabel 7, soos volg lyk: Die helfte van die persone is onder 45 jaar, waarvan die oorgrote meerderheid, naamlik 22,7% tussen 40-44 jaar oud is.

Tabel 7 Ouderdomsverspreiding van entrepreneurs

Ouderdom in jare	Entrepreneurs n = 220	Entrepreneurs (Collens en Moore navorsing n = 82)	Vlak van T-Toets
onder 30	5,0	0	0,2
30-34	8,6	1,2	0,0
35-39	15,0	7,3	N.S
40-44	22,7	12,2	0,05
45-49	17,7	22,0	N.S
50-54	16,8	29,3	0,05
55-59	5,0	14,6	0,02
60-64	4,5	4,9	N.S
65-69	3,2	6,1	N.S
70-	1,4	2,4	N.S

(Gomolka, 1977:18)

2.4 Entrepreneursopleiding

2.4.1 Opleiding van ouers van entrepreneurs

Volgens Hisrich (1986:3) is die meerderheid van die ouers van entrepreneurs in die V.S.A. blouboordjiewerkers. Die meeste ouers is volgens hom afkomstig uit die middelklas en die navorsing het aangetoon dat 43% van die manlike ouers nie formele opleiding gehad het nie, terwyl 28% wel formele opgelei is. Gomolka (1986:18) rapporteer die volgende resultate in verband met oueropleiding:

Tabel 8 Opleiding van entrepreneurs se ouers

Vader se opleiding	Minderheid entrepreneurs % n = 220	Meerderheid entrepreneurs Collens & Moore navorsing) n = 80	T-Toets
Ongeskoolde of semi-geeskoolde arbeider	27,3	18,0	N.S
Geskoolde arbeider	14,5	12,0	N.S
Boer	8,2	19,0	0,02
Klerk of verkoopsman	3,6	6,0	N.S
Besit eie kleinsake-onderneming	16,4	25,0	N.S
Besit 'n groot onderneming	0	1,0	N.S
Professionele persoon	12,3	6,0	N.S
Ander	6,4	6,0	N.S

(Gomolka, 1977:18)

2.4.2 Kleinsakeonderneming-opleiding

In 'n vorige navorsing deur die skrywer onderneem is gevind dat skoolopleiding van die respondente gewissel het van 27,4% wat standerd 6-8 geslaag het, 39,3% wat standerd 9-10 geslaag het, 20,3% wat gevorder het tot op kollegevlak en 11,9% wat hulle studie aan 'n universiteit voltooi het (Visagie, 1988:140-145). Die ooreenstemmende bevindinge van Gomolka (1977:18) word in onderstaande tabel aangegee.

Tabel 9 Skoolopleiding

Opleiding	%
Minder as hoërskoolopleiding	1,8
Vorm van hoërskoolopleiding	1,8
Formele hoërskoolopleiding	7,3
Kollegeopleiding	20,9
universiteitsopleiding	68,2

(Gomolka, 1977:18)

Donckels (et al., 1988:164) gee in die onderstaande tabel die bevindinge ten opsigte van skoolopleiding soos gevind in sy studie van kleinsakeondernemings wat vergelyk kan word met Gomolka wat reeds aangehaal is.

Tabel 10 Skoolopleiding van kleinsakeondernemers

Opleiding	%
Laer onderwys	9%
Laer sekondêre onderwys	21%
Hoër sekondêre onderwys	38%
Nie universiteitsopleiding	19%
Universiteitsopleiding	13%

(Donckels et al., 1988:164)

Smith (1977:126) het in sy navorsing 158 entrepreneurs in die R.S.A ondervra waartydens gevind is dat 21,5% gegradueerd is; 22,8% het naskoolse opleiding ondergaan en die grootste groep, naamlik 37,3%, beskik slegs oor 'n matrieksertifikaat en 18,4% het nie matriek behaal nie. Smith en Gomolka (1977:21) se studies toon 'n groot ooreenkoms ten opsigte van die opleiding van entrepreneurs en albei is dit eens dat die kleinsakeondernemer oor min akademiese opleiding beskik. Donckels (et al., 1988:164) skryf in sy studie dat buitelandse ondersoeke aangetoon het dat die deursnee ondernemer gekenmerk word deur 'n lae akademiese opleidingsvlak en veral beskik oor tegniese-georiënteerde vaardighede. Daar bestaan geen korrelasie tussen die vlak van die ontvangte opleiding en die sukses van sy onderneming nie. Wel blyk daar 'n verband te bestaan tussen die opleiding en die aard van die bedryfsaktiwiteit.

Ondernemers met 'n hoëre opleiding word veral in die dienssektor teruggevind. Dit is allerweë bekend dat akademiese kwalifikasies 'n belangrike sleutel tot sukses in die samelewing kan wees. Volgens Smith (1978:127) wil dit egter voorkom asof die bedryf van 'n kleinsakeonderneming en die sukses wat daarmee behaal word, nie in verband gebring kan word met die opvoedkundige kwalifikasies van die entrepreneur nie. Die motivering vir die bedryf van 'n eie sakeonderneming en die sukses wat daarmee behaal word, lê dus eerder opgesluit in ander eienskappe. As daar terug gekyk word na die analise van die entrepreneur se kwaliteitetabel 4a en 4b (Casson, 1982:36), toon dit aan dat die entrepreneur oor veel ander kwaliteite moet beskik. So is daar ook in die opsomming van skrywers se sienswyses getoon, dat die entrepreneur 'n unieke persoon is met prominente karaktereieenskappe wat bestaan uit eienskappe soos om te kontroleer, selfvertroue, nimmereindigende dringendheid, besondere begripsvermoë, nie status bewus nie en handhaaf 'n objektiewe beskouing ten opsigte van wisselwerking tussen persone. In nie een van die skrywers se opsomming was die akademiese/opvoedkundige kwalifikasie as prominent gestel vir sukses in die kleinsakeonderneming nie.

Die antwoord moet moontlik gesoek word in die opvattinge en afleidings wat nader aan McClelland (1976:70) se bevindinge staan, naamlik in die prestasiemotief van die kleinsakeonderneming self, en sy omgewing: "...the achievement level of a society is variable significantly related to entrepreneurial economic activity in a culture, despite wide variations in social structure, in climate, means of subsistence and level of technological development".

2.5

Bestaanstyd van kleinsakeondernemings

Smith (1978:131) het by 158 kleinsakeondernemings 'n ondersoek oor die ouderdom van hul kleinsakeondernemings geloots. Tagtig van die persone, dit wil se 50,6% het bevestig dat hul die stigter van hul kleinsakeondernemings was, terwyl 49,4% hul kleinsakeondernemings op een of ander wyse van die vorige eienaar of stigter bekom het. 54,5% van die ondernemings was minder as 10 jaar oud, en 30,4% het minder as 5 jaar bestaan. Daarteenoor is dit ewe opvallend dat 57% van die ondernemers wat ondervra is, hul kleinsakeondernemings slegs 5 jaar en minder besit, terwyl 76% hul kleinsakeondernemings minder as 10 jaar besit het.

Erwee (1987:29), daarenteen, wys daarop dat die meerderheid vroue in R.S.A., naamlik 46%, se ondernemings 1 tot 3 jaar oud is. 'n Verdere 22% van die ondernemings het al 4 tot 6 jaar oorleef en 25% se ondernemings is tussen 7 en 15 jaar oud. 'n Geringe groep van 9% se ondernemings is ouer as 16 jaar.

Hierdie twee studies toon 'n duidelike ooreenkoms in bestaansduur van die ondernemings, met inagneming dat die twee navorsingsprojekte met tussenposes van 10 jaar uitgevoer is.

2.6

Samevatting

Reeds in die middeleeue is die ondernemers as 'n spesifieke maatskaplike of klas beskou. Hulle is duidelik onderskei van die koninklikes, hoër geestelikes of die adel, aan die een kant, en die slawe aan die ander kant. Later het die burgery ook die "intellektueles" toegetree, namate die monopolie van die hoër geestelikes op die aktiwiteite van die intellektueles geleun het. In sommige lande het daar ook op die platteland 'n klas van vrye boere ontstaan. Hulle belange was duidelik te onderskei van sowel die grondbesitters as die grondlose landarbeiders. Die katolieke kerk het 'n groot invloed gehad op ondernemingsfilosofie. In sommige lande het die ondernemer reeds aan die einde van die feodale stelsel daarin geslaag om 'n aandeel in die mag te verower.

Dit het veral in die stede gegeld. Dikwels kon die ondernemer of te wel die "derde stand" 'n politieke magposisie verower en konsolideer, deur gebruik te maak van die magstryd tussen die sentrale koninklikes, die adel en die hoër geestelikes.

In die laat agtiende eeu het die Industriële Revolusie 'n effek op alle ondernemings gehad. Die merkantiliste het die vermoë gehad om masjiene te bedryf, ondernemings te skep en hul kennis aan te wend om die nuwe ondernemings 'n sukses van te maak. Bestuurders in die tydperk 1800-1890 word beskou as die industriële kapitaliste en het hul invloed om mense te laat werk en masjiene doelmatig te gebruik aangemoedig. Alhoewel die Britse klassieke hul dogma's aanvul met heelwat sosiale korrelasies, het hul leer die grondslag gevorm van die Liberalisme, wat versterk is met die Industriële Revolusie en die politieke magsoorname deur die burgers teen die einde van die 18de begin 19de eeu. Die Liberalisme het dan ook die ideologiese grondslag gelewer vir die uitwerk van heelwat beskermende maatreëls ten gunste van sowel werknemers as klein selfstandiges en ondernemers. Die laissez-fair het die idee van min staatsinmenging in die onderneming versterk. Die idee dat staatsintervensie verwerp moet word, is aan die einde van die 18de eeu deur die Britse Klassieke skool aangeneem, met Adam Smith as eerste eksponent.

Die Marxistiese model is daar uiteraard weinig of geen plek vir die groep van die kleinburgery nie. Hulle is gedoem om as klas te verdwyn. Die lede van hierdie groep

lewer net eie werkzaamhede, dit wil sê hulle is dus, in teenstelling met die kapitaliste, produktief, maar word nie uitgebuit soos die lede van die proletariaat nie. Alhoewel die Marxistiese logika deur die latere ontwikkeling in die ekonomiese denke, gedeeltelik weerlê is en deur die latere aanhangers van die Marxisme op belangrike punte aangepas is, het die Marxistiese visie 'n enorme impak op die verloop van die geskiedenis gehad.

Na die jare dertig van die eeu, het dit geskyn of die meeste parlementêre demokrasie in Wes-Europa na 'n feitlike magsdeling tussen werknemers en hul organisasies aan die een kant en die verteenwoordigers van die grootkapitaal aan die anderkant. Die idee dat die owerheid so weinig moontlik moes inmeng in die ekonomiese lewe is later, veral in die periode tussen die twee wêreldoorloë, verder bestry.

Die bydrae van die menslike hulpbron is verder van sekondêre betekenis in die literatuur van entrepreneurskap. Onder meer word kreatiewe en produktiewe moontlikhede van die menslike toevoeging deur investering in entrepreneurskap nie genoegsaam gereken nie. Aktiwiteite van entrepreneurskap kan beter verstaan word as die betreklike belangrikheid van menslike hulpbronne deeglik geanaliseer word. Entrepreneurs onderskei hulself van ander lede van die bevolking ten opsigte van bepaalde kenmerke. Met die oog op die ontwikkeling en bevordering van entrepreneurskap in 'n gemeenskap, is dit nodig dat ons meer weet van die entrepreneur. Die woord entrepreneur is spreekwoordelik in die huidige tydsbestek in die demokratiese wêreld en veral hier te lande op almal se lippe. Navorsing is gedoen oor tipiese eienskappe waarvoor entrepreneurs behoort te beskik. Daar is tereg gesê dat daar drie prinsipiële komponente is om 'n nuwe besigheid te begin, bestaan, waarvan moontlik die belangrikste, die entrepreneur self is.

Samevattend kan die volgende uitstaande kenmerk van entrepreneurs as volg daar uitsien:

- Basiese eienskappe om te kontroleer en te bestuur;
- selfvertroue;
- 'n nimmereindigende gevoel van 'n behoefte om iets te doen;
- suksesvolle entrepreneurs het 'n deeglike uitgebreide oorsig van die hele situasie as hy beplan;
- die entrepreneur aanvaar geleenthede soos hulle voorkom;
- het 'n besondere begripsvermoë;
- nie status bewus;
- objektiewe beskouing ten opsigte van wisselwerking tussen persone, en
- entrepreneurs beskik oor 'n groot mate van selfbeheersing en is in staat om druk wat in die besigheidsituasie opduik, te hanteer.

In punt 2.2.6 word die kenmerkende eienskappe van die entrepreneur breedvoerig beskryf.

Die ouderdomsanalise, huislike agtergrond en opvoeding van entrepreneurs word ook verder behandel. Die vroulike entrepreneur word ook in die hoofstuk behandel, en word van die vernaamste kenmerke bespreek.

In die hoofstuk word daar heelwat aandag geskenk aan die entrepreneur se ouderdom, opvoeding, huislike agtergrond, skoolopleiding en talle kleiner kenmerke van 'n tipiese entrepreneur.

In hoofstuk 3 word veral aandag geskenk aan die kleinsakeonderneming as komponent van die ekonomie. Aandag word veral gegee aan die prominente aandeel

wat kleinsakeondernemings het in die plaaslike sowel as die internasionale ekonomie. Die kleinsakeonderneming kan 'n baie groter rol speel om 'n gebalanseerde ekonomie en sosiale ontwikkelingspatroon, as wat tans aan die orde is, daar te stel, en is dit veral hierdie aspek wat aandag geniet in hoofstuk 3.

Hoofstuk 3

KLEINSAKEONDERNEMINGS AS BELANGRIKE KOMPONENT VAN DIE EKONOMIE

3.1 Inleiding

Die grootste sytak wat die groeiende entrepreneursonderneming voed, is die onhanteerbaarheid van die neerdrukkende wêreld ekonomie na dekades van voorspoed. Ekonomie het geglo hulle kon gebeure manipuleer. Sosioloë was seker hulle het oplossings in die hand teen armoede en rassisme met ander woorde, hulle het geglo hulle het oplossings vir al die historiese probleme. Vervaardigers kon hulle produkte verkoop. Die ekonomie het afgekoel, die ambisieuse sosiale programme lê aan skerwe en bestuurders ondervind probleme. Daar word gesoek na iets meer werkbaar en dit lyk of entrepreneurskap iets bied om na uit te sien. Grootondernemings streef na produktiwiteit wat beteken hoer produksie met minder werknemers. Wat vir die grootonderneming 'n riskante proposisie geword het, het vir die kleinsakeonderneming 'n gulde geleentheid geword (Shapiro, 1985:1-3).

'n Tweede stroom wat die belangstelling in entrepreneurskap gevoed het, is die feit dat die grootonderneming feitlik beperk word deur groot beleggings. Grootondernemings voel bedreig dat hulle vasgevang word deur hulle omvang. Groot kapitale investering maak bestuur die gyselaar van uitgediende produkte en tegnologie. Daar word meer gesoek na die bestuur van kleiner eenhede wat winsgewend bedryf kan word, want die ondernemer is bewus van die feit dat groot eenhede sy vryheid van onderneming beperk. Klein ondernemers daarenteen voel nie so 'n bedreiging nie. As dit misluk sal die owerheid moontlik meer geneë wees om te help. Verder is die kleinsakeonderneming 'n persoonlike onderneming. Die kleinsakeonderneming is die produk van die omgewing en word bedryf in belang van die gemeenskap (Shapiro, 1985:1-3).

'n Derde rede vir die belangstelling in entrepreneurskap is 'n klemverskuiwing in waardes. Die entrepreneur wil eerder onafhanklik leef, as om te deel in die moontlikhede van verplasings en die insluiting in die burokratiese omgewing. Die entrepreneur is meer geïnteresseerd in selfuiting, persoonlike ontwikkeling en onafhanklikheid van groot instellings (Shapiro, 1985:1-3).

Naumes (1978:170-175) bevind dat entrepreneurs hul soms oorgee aan die genade van die omgewing, omdat hul van mening is dat hul nie die omgewing kan beïnvloed nie. Die gedagte by entrepreneurs is dat hul klein en onbeduidend is in die ekonomie en daardeur geen invloed op die makro-ekonomie het nie. Hierdie is volgens bogenoemde skrywer nie waar nie, deurdat hierdie siening vir die onderneming sowel as vir die ekonomie in geheel, nadelig kan wees. Alle sektore in die ekonomie word nie ewe veel geraak deur skommeling nie, en is dit vir die entrepreneur van belang om die gemeenskap te ken, en behoeftes te bepaal. Volgens bogenoemde skrywer het die entrepreneur 'n onlosmaaklike aandeel in die ekonomie, as gevolg van sy uniekheid ten opsigte van indiensneming, produksiemetodes, bestuur, innovasie en as 'n persoon wat die groter onderneming bystaan. Saam vorm hul die hartklop van die ekonomie in die omgewing waarin hulle handel dryf.

Storey (1982:21) het in sy ondersoek bevind dat die vestiging van 'n nuwe onderneming in 'n groot mate voorsien in werkskepping en so word die omgewing gestimuleer. Kleinsakeondernemings het die voordeel bo die grootonderneming, dat hy van arbeid uit die plaaslike gemeenskap kan gebruik maak. Die groter onderneming in teenstelling, moet sy topbestuur van buite die gemeenskap trek, behuising aanbied en sekere voordele daarstel om dit aanloklik vir die persone te maak. Hierdie bevinding wys op die belangrikheid van die kleinsakeonderneming in die plaaslike ekonomie.

Robinson en Pearce (1984:128-137) wys daarop dat die belangrikheid van kleinsakeondernemings en entrepreneursondernemings in die V.S.A., weereens bevestig is deur die kleinsakeonderneming se betrokkenheid in die land se dienste, handel en konstruksiesektore. Daarbenewens is die rou stowwe wat deur 'n beduidende hoeveelheid vervaardigers aangekoop word, groot. Nog 'n belangrike bydrae wat die kleinsakeonderneming tot die ekonomie lewer is dat besighede met 'n jaarlikse verkope van minder as 5 miljoen dollar 60%, van die werksmense in die private sektor in diens neem.

Roger Gordino van die Europese Instituut vir Bedryfsadministrasie in Parys, voorspel dat meer as 75% van die wêreld se sake voor die einde van die eeu deur 500 maatskappye beheer sal word (Rupert, 1981:88).

3.2 Enkele navorsingsperspektiewe

3.2.1 Rupert

Rupert (1981:88) glo dat die vrye ondernemingstelsel as 'n bolwerk teen kommunisme sy plek in die ekonomie verdien. 'n Mens is deeglik bewus daarvan dat, indien die gekleurde bevolking hier te lande, nie ook in kleiner sakeondernemings kan vestig nie, ons lot dié sal wees van mense wat alles wil behou, maar ook alles kan verloor.

Rupert wys ook daarop dat daar heelwat belangstelling in die kleinsakeonderneming by akademici en sakelui is. Volgens Rupert is daar een opvatting wat geheel en al foutief bewys is, naamlik dat die moderne ekonomie geen plek vir die klein, onafhanklike sakeonderneming het nie.

3.2.2 Galbraith

Galbraith (1974:56), 'n Amerikaanse ekonoom, kom tot die gevolgtrekking dat die moderne kapitalistiese ekonomie, globaal gesien, uit drie dele saamgestel word, naamlik die groot-, klein- en middelgroot of onafhanklike bedrywe. Die grootbedryf vorm die "*beplanningsstelsel*" en kleinsakeondernemings, die "*marksstelsel*". Galbraith (1974:67) wys verder daarop dat die begrip "*beplanningsstelsel*" verwys na die belangrikheid en die vermoë van die grootbedryf om sy aktiwiteite te beplan, met ander woorde die aktiwiteit van bestuur, produksie, kapitaalvorming en bemaking. Die vervaardiging van gekompliseerde tegniese produkte deur die grootbedryf, word deur navorsing en ontwikkeling voorafgegaan wat aansienlike kapitaalinvesterings vereis. Die grootbedryf beplan en beheer ook in 'n mate die bemaking van hierdie produkte. Die beplanningsstelsel trag nie slegs om die verbruiker en verbruikerspryse te beïnvloed en bepaal nie, maar ook om beheer te verkry oor grondstowwe en produksiefaktore. Galbraith stel dit duidelik dat hy geen grondige rede kan sien, waarom die voortbestaan van die kleinsakeonderneming, nie verseker is nie.

3.2.3 Masten en Russel

Masten en Russel (1986:68-78) wys daarop dat die rol van die kleinsakeman in die onderhoud van die ekonomie, maar onlangs deur die Verenigde State van Amerika se beleidsmakers erken is. Bogenoemde skrywer toon aan dat die waarde van kleinsakeondernemings in die ekonomie as indiensnemer, van onskatbare waarde vir die Derde Wêreld is. Masten en Russel (1986:68-78) is ook van mening dat die kleinsakeonderneming 'n bydrae aan die ekonomie lewer deur hul vermoë om te produseer en uit te voer deur 'n nis wat passend is by die produksie omstandighede.

3.2.4 Staley en Morse

Staley en Morse(1965:230) wys op die volgende bydraes wat kleinsakeondernemings in die ekonomie van 'n land teweegbring:

3.2.4.1 Verhoging van die doeltreffendheid van die industriële sisteem

'n Moderne vervaardigingseconomie is nie volledig sonder groot sowel as klein nyweraars nie. Die groot nyweraar behoort nie alle neweprosesse in sy produksieproses om te skakel nie, maar moet die klein nyweraar toelaat om hierdie neweprosesse uit te voer. 'n Doeltreffende klein nywerheid kan die doeltreffendheid van 'n groot nywerheid verhoog en daardeur ook die doeltreffendheid van die hele ekonomie bewerkstellig.

3.2.4.2 Kleinsakeondernemings en die ontwikkeling van bestuurders

Bogenoemde skrywers wys daarop dat ekonomiese groei, persone met inisiatief, leierskap en ondervinding vereis. Die kleinsakeonderneming dra dus in 'n groot mate by tot opleiding van bestuurders.

3.2.4.3 Kleinsakeondernemings en kapitaalkvorming

Kleinsakeondernemings is 'n belangrike meganisme van kapitaalkvorming, want dit trek fondse uit bronne wat vir die grootonderneming nie toeganklik is nie. Die kleinsakemanne neem dus spaargeld en plaas dit in die ekonomie en stimulerende vind daardeur plaas (Staley en Morse, 1965:230).

3.3 Die rol van kleinsakeondernemings in die wêreld ekonomie

Die OECD (Organisasie vir Ekonomiese Samewerking en Ontwikkeling) het in Mei 1971 'n verslag in Parys gepubliseer, waarin gepoog is om 'n wêreldbeeld van die rol en omvang van kleinsakeondernemings in die ekonomie, te illustreer. Die verslag is gebaseer op gegewens wat van 16 lidlande verkry is, te wete: Kanada, België, Oostenryk, Denemarke, Finland, Noorwee, Portugal, Swede, Switserland, Groot-Brittanje en die Verenigde State van Amerika.

Vogens hierdie verslag van die OECD het meer as 90% van alle industriële ondernemings in Oostenryk, België, Denemarke, Japan, Noorweë, Switserland en Swede minder as 50 persone in diens. In Finland het 97% van die ondernemings in die nywerheid minder as 100 persone in diens. In Ierland employeer 60% van alle nywerhede minder as 20 persone, Portugal het 85% van alle ondernemings tussen 3 en 20 persone in diens (Smith, 1978:69). Volgens Pretorius (1985:97-102) kom dit na vore dat daar in 1981, 46787 kleinsakeondernemings in Suid-Afrika was. Indien

werknemers as maatstaf gebruik word, blyk dit dat 99,6% van alle kleinsakeondernemings as 'n kleinsake beskou kan word. Indien die aanname gemaak word dat 5 persone die gemiddelde aantal werknemers in 'n kleinhandelonderneming is, word daar aan ongeveer 230000 persone werk deur die kleinsakeonderneming (handel) verskaf (FME, 1978:10).

Die aantal persone in diens van die kleinsakesektor in September 1982 word as 376400 aangegee (Sentrale statistiekdiens, 1984:8.4). Pretorius (1985:95) beweer dat die aandeel aan werkverskaffing van die kleinsakesektor op 61% geskat word, wat ooreenstem met die getal wat die Nasionale Mannekragkommissie in 'n interne werksmemorandum in Junie 1982 bepaal het, ooreen. Klepppe (1973:48) wys daarop dat in die Verenigde State van Amerika 50% van die arbeidsmag uit kleinsakeondernemings bestaan. Kleinsakeondernemings het soveel as 43% van die Bruto Nasionale Produk gegenereer. Volgens Wilson (1980:47) was daar in 1973 ten opsigte van die Verenigde Koninkryk 20,7% van die totale nywerheidskorps by kleinsakenywerhede, elk met minder as 200 werkers. In Kanada verteenwoordig kleinsakeondernemings 49% van die totale industriële arbeidsmag en lewer 40% van die industriële produksie van die land (Meredith, 1973:2). Japan het volgens Kishida (1977:5) ongeveer 5,36 miljoen kleinsakeondernemings wat werk aan 31,5 miljoen mense verskaf. Kleinsakeondernemings is verantwoordelik vir 55% van die groothandelsomset en ongeveer 80% van die kleinhandelsomset.

Kleinsakeondernemings met minder as 100 werkers in diens, is vir meer as die helfte van die nywerheidsindiensneming in die ontwikkelde lande van die wêreld verantwoordelik, aldus Mersden (1982:342). Conradie (1980:3) beweer dat die kleinsakeondernemings die volgende rol in werkverskaffing in die onderskeie wêrelddele speel soos saamgevat in tabel 11.

Tabel 11 Werkverskaffing in verskillende wêrelddele

Land	Persentasie
Kanada	30
Korea	46
Japan	80
Wes-Duitsland	66
Nederland	21
Verenigde State	58

(Conradie, 1980:3)

Die kleinsakeonderneming het hom reeds in die sestigerjare in verskeie wêrelddele as belangrike werkverskaffer onderskei. Volgens tabel 12 was die kleinsakeonderneming in lande soos Australië, Switserland, Noorweë en Italië vir meer as 60% van die totale werkverskaffing in vervaadigersondernemings verantwoordelik.

Tabel 12 Werkverskaffing deur vervaardigingsondernemings

Land	Jaar	Persentasie
VK	1963	31
Duitsland	1963	34
VSA	1963	39
Kanada	1968	47
België	1962	51
Frankryk	1963	51
Swede	1965	53
Japan	1966	54
Nederland	1962	58
Australië	1963	60
Switserland	1965	61
Noorweë	1967	64
Italië	1961	66

(Bolton, 1971:68)

Die kleinsakeonderneming is besonder arbeidintensief. Bradley (1982:38) skryf die arbeidintensiewe aard van die kleinsakeonderneming self, aan ondoeltreffende arbeidsbenutting toe. Alhoewel Bradley hier veralgemeen, kan die arbeidsintensiewe aard van kleinsakeondernemings nie onderskat word nie.

Volgens die fabrieksensus van 1978, wat in die R.S.A gehou is het kleinnywerheidsondernemings met 1-99 werknemers 19% van die bruto opbrengs gelever. Kleinsakeondernemings maak dus 82,5% van alle ondernemings in die fabriekswese-sektor uit, dit het 22,3% van die industriële arbeidsmag in diens en betaal 22% van die salarisse en lone in die betrokke sektor. In die kategorie 1-99 werkgeleenthede word 82,5% van alle werkende eienaars in die nywerheidssektor aangetref (Fabrieksensus, 1976). Smith (1978:82) sê dat hoewel statistiek aanvegbaar is, is dit duidelik dat die aandeel van die kleinsakeonderneming in die ekonomie van die R.S.A geensins gering is nie. In beide die kleinhandel en die nywerhede oorheers die kleinsakeonderneming in getalle, maar nie in ooreenstemmende bydrae wat omset betref nie.

Kleinnyweraars speel 'n sleutelrol in die streeksnywerheidsontwikkelingsaksie, aldus De Beer (1983:19), voorsitter van die Desentralisasieraad. Gedurende die elf maande tussen 1 April 1982 en 28 Februarie 1983 het die Desentralisasieraad 701 aansoeke van nyweraars vir die uitbreiding van fabriek, of die vestiging van nuwe ondernemings goedkeur. Hierby was R1254 miljoen se beleggings betrokke en sal daar, indien al die ondernemings wel sou vestig, ongeveer 56000 nuwe werkgeleenthede geskep word. Hierdie getalle het net op die R.S.A en selfregerende nasionale state betrekking (De Beer, 1983:19).

Tans is die aanduidings daar dat daar 'n klemverskuiwing van werkverskaffing na werkgeleenthed skepping is (Van Den Berg, 1983:218). In die verband het kleinnywerhede 'n al hoe groter rol begin speel. Daar word beraam dat 45000 nuwe werkgeleenthede tot aan die einde van 1980 deur die Ontwikkelingskorporasie se betrokkenheid geskep is. Die aanname kan met redelike sekerheid gemaak word dat kleinsakeondernemings se aandeel redelik groot is en dat in die lig van bogenoemde

klemverskuiwing, dit 'n toenemende belangrike rol in die toekoms sal speel (Van Den Berg, 1983:213).

Volgens Gorden (1979:4) skep kleinsakeondernemings meer wekgeleentheid per eenheid geïnvesteerde kapitaal as groter ondernemings, en hierdie werkskeppingseffek neig om te verhoog namate die produksievlak afneem. Alhoewel die effek van produk tot produk en ook tussen nywerhede verskil, bly dit betreklik konstant.

Die Nasionale State (TBVC) in Suid-Afrika word deur 'n lae verhouding plaaslike tot trekarbeid gekenmerk. Alhoewel hierdie trekarbeid die landelike gebied van die Nasionale State by wyse van kontantinkomste bevoordeel, skep dit ernstige ongunstige sosiale toestande. Daar word in hierdie gebied ook 'n wanbalans tussen indiensneming deur die regeringsinstellings en die privaatsektor ondervind. In Transkei is die handel, nywerheid en toerisme byvoorbeeld vir slegs 20% van indiensneming verantwoordelik (Robinson, 1981:395).

Die bydrae van die kleinsakeonderneming in die formele sektor is moeilik bepaalbaar, gedeeltelik as gevolg van onvoldoende inligting en die moeilike omskryfbaarheid van kleinsakeondernemings. Soos reeds aangetoon by die omskrywing van enkele begrippe, het die kleinsakeonderneming nie meer as 100 werkers nie en 'n omset van nie groter as R1 miljoen nie (Nasionale Mannekragkommissie, 1984:8).

Tabel 13 Norme vir kleinsakeonderneming in die industriële sektor

($\leq$ kleiner as)	Aantal werkers	Omset in rand (miljoen)
Mynbou	<100	<1
Vervaardiging	< 50	<1
Konstruksie	< 50	<1
Private vervoer	< 20	<1
Groothandel	< 50	<5
Kleinhandel	< 50	<1
Motorhandel	< 50	<1
Voedsel (spyseniering)	< 20	<0,05
Verblyf	< 20	<0,05

(Nasionale Mannekragkommissie, 1984:8)

In 1970 was daar tussen 112 987 en 118781 kleinsakeondernemings in die R.S.A. Dit impliseer dat 90-95% van die land se 125092 industriële ondernemings, geklasifiseer kan word as kleinsakeondernemings. In die voedselbedryf en kleinhandel is kleinsakeondernemings vandag algemene verskynsel. Ondernemings in privaatvervoer neem ook geweldig toe in die informele sektor.

Tabel 14 Kleinsakevestiging deur industriële sektor 1976/79

	Werknemers		Omset	
	No	%	No	%
Mynbou	531	71	506	68
Vervaardiging	10820	70	12519	81
Konstruksie	10488	88	11367	96
Privaattransport	15342	93	16362	99
Groothandel	9116	90	9635	95
Kleinhandel	54954	99	54533	98
Motorhandel	7480	96	6987	89
Voedsel	2634	60	4390	100
Verblyf	1615	62	2482	96
Alle sektore	112978	90	118781	95

(Nasionale Mannekragskommissie, 1984:8)

In Tabel 14 kan gesien word dat die kleinnywerhede en kommersiële vestiging verantwoordelik is vir tussen 25% en 27% van die R.S.A se werknemeskorps. Kleinsakeondernemings vul na raming 75% van die werkgeleenthede in die kleinhandel en tussen 62% en 74% van alle werkgeleenthede in die motorindustrie.

Die mees arbeidintensiewe sektor word gevind in die mynbou, vervaardiging- en konstruksiebedryf waar elke kleinsakeonderneming tussen 11 en 36 werkgeleenthede skep. In kontras hiermee skep 'n privaatvervoerbedryf werkgeleentheid aan ongeveer 6 persone en die kleinhandel aan 5 persone respektiewelik. Die 55000 kleinsakeondernemings in 1976/77 het werkgeleentheid aan 30000 persone verskaf (Nasionale Mannekragskommissie, 1984:8).

Bocher (1983:33) gee die volgende statistieke ten opsigte van kleinsakeondernemings in Kanada, die R.S.A en die Verenigde State van Amerika.

Tabel 15 Verspreiding van kleinsakeondernemings

Land	Totale hoeveelheid kleinsake	Totale populasie	Verhouding
	(A)	(B)	(A/B)
Kanada	1 210 000	25 000 000	21
Suid-Afrika	75 000	25 000 000	333
V.S.A	14 000 000	225 000 000	16

(Bocher, 1983:33)

Kirby (1986:37) is dit eens dat daar 'n definitiewe potensiaal vir kleinsakeondernemings in die R.S.A is. Met die stigting van die verskillende rade

deur die Regering, kan die sektor groei tot een van die steunpilare van die Suid-Afrikaanse ekonomie.

3.4 Kleinsakeondernemings in die ekonomie

Tradisionele ekonomiese teorieë oor die bevordering van ekonomiese ontwikkeling in ontwikkelde en ontwikkelende ekonomieë, dui, op die belangrikheid van grootskaalse kapitaal-intensiewe metodes van produksie-uitset, deur kleinsakeondernemings (Storey, 1982:21).

Met die huidige ekonomiese resessie en stygende rentes en energiekostes, het daar 'n toenemende bewustheid ontstaan van die belangrikheid van kleinsakeondernemings in die ontwikkelende lande (Kirby, 1986:36). In die R.S.A geld 'n toestand, soos Kirby (1986:33) beskryf, terug na 1970 en by name die premie wat die destydse Eerste Minister met die Carleton-beraad, op kleinsakontwikkeling geplaas het. Sedert daardie stadium het die Suid-afrikaanse Regering alles in sy vermoë gedoen om die vryemarksisstème te bevorder. Du Toit (1981:168) glo dat dit die enigste weg is tot stimulering van die ekonomie. Dit is duidelik volgens McCarthy (1982:5) dat dit baie moeilik sal wees om alle werkers in die tydperk wat kom, te kan akkommodeer en op te neem in die werkerskorps. Indien die kleinsakesektor voortgaan om soos in die jare 1967-1977 ongeveer in 12% van die totale aantal werkgeleenthede te voorsien, en elke kleinsaak tussen 8 en 11 werkgeleenthede daarstel, sal daar ongeveer 4690 tot 6450 nuwe kleinsakeondernemings per jaar tot stand gebring moet word, om in die projeksie van 430 000 nuwe werkgeleenthede in die jaar 2000 te kan voorsien.

In die huidige ekonomie is dit om twee redes baie moeilik om vas te stel watter bydrae die kleinsakeondernemings tot die landse ekonomie maak: eerstens omdat daar 'n tekort aan behoorlike statistiek bestaan, en tweedens omdat die R.S.A 'n ontwikkelende land is met relatiewe groot dinamiek en 'n gesofistikeerde moderne sektor, wat selfstandig funksioneer (McCarthy, 1982:4).

kirby (1986:37) wys daarop dat die informele sektor 'n groot rol te speel het in die ekonomie van die Derde Wêreld, maar dat dit baie moeilik is om die wesenlike bydrae van die sektor te bepaal, aangesien navorsing 'n verskeidenheid van resultate getoon het.

3.4.1 Broom

Broom (et al., 1983:28) wys in sy ondersoek daarop dat kleinsakeondernemings in alle sektore van die ekonomie voorkom. Die verskil wat voorkom in teenstelling met die groot bedryf, is dat die omvang en bestuurstyl verskil. Kleinsakeondernemings se bydrae in die ekonomie kom oor 'n wye spektrum voor.

3.4.1.1 Groothandel

Die groothandelaar vorm die skakel tussen die vervaardiger en die kleinhandelaar. Kleinsakeondernemings is dominant in groothandel en dra ruim by tot die ekonomiese bedrywighede.

3.4.1.2 Konstruksiebedryf

Hoewel groot projekte deur groot ondernemings beplan en gebou word, speel die kleinsakeonderneming 'n uitnemende rol as spesialiskontrakteur byvoorbeeld as

elektronikus, elektrisiën of loodgieters. Kleinsakeondernemings het in die konstruksiebedryf 'n groot ekonomiese rol om te vervul.

3.4.1.3 Kleinhandelaars

Kleinsakeondernemings kom in groot getalle voor in die kleinhandel. 'n Alleeneienaar is gewoonlik teenwoordig en dit is ook een van die talle kenmerke van kleinsakeondernemings. Kenmerkende kleinhandelaars is supermarkte en hardewarewinkels.

3.4.1.4 Dienstebedrywe

Kleinsakeondernemings is ingegrawe in die dienstebedrywe soos apteke, argitekte en prokureurs. Dienstebedrywe kan nie oor die hoof gesien word, as 'n bydraende faktor tot die ekonomiese bedrywighede in enige landseksonomie nie.

3.4.1.5 Finansiële en versekeringsbedryf

Klein banke, versekeraars en makelaars kom algemeen voor as kleinsakeondernemings

3.4.1.6 Vervoer en publieke aangeleenthede

Transportkontraakteurs is veral vandag alom teenwoordig onder kleinsakeondernemings en lewer 'n groot bydrae met die vervoer van verbruikersgoedere aan afgeleë plekke.

3.4.1.7 Vervaardiging

Hoewel die vervaardiging oorheers word deur groot ondernemings, is daar ook plek vir die kleinsake om sy aandeel in die vervaardiging te maak en daardeur 'n bydrae te maak tot die vooruitgang van die gemeenskap.

Kleinsakeondernemings maak verskeie en unieke bydraes tot die ekonomie, Aangesien kleinsakeondernemings so geweldig toeneem in getalle, skep dit werkgeleentheid aan baie persone. Kleinsakeondernemings dra ruim by tot die vooruitgang van die ekonomie en stel 'n gesonde besigheidsgrondslag daar.

Tabel 16 Persentasie kleinsakeondernemings in verskillende bedrywe

Bedrywe	%
Alle industrieë	39,7%
Groothandelaars	73,0%
Konstruksie	71,8%
Kleinhandelaars	54,4%
Dienste	50,3%
Finansiële- en versekering	36,2%
Mynbou	29,8%
Vervoer	23,1%
Vervaardiging	17,0%

(Broom et al., 1983:32)

3.5 Bevordering van kleinsake

Die belangstelling in die kleinsakesektor in Suid-Afrika, het veral sedert 1980 dramaties toegeneem (Richter et al., 1981:157). Volgens Conradie (1983:22) het hierdie belangstelling op die instelling van verskeie hulpprogramme vir die bevordering van kleinsake uitgeloop. Afsien van toenemende mate van hulp wat die kleinsakesektor ontvang het, was daar ook volgens hom 'n dramatiese tempo-versnelling in veranderinge wat in die sakewêreld plaasvind.

Hierdie snelle verandering maak dit vir die kleinsakeman wat uitsluitlik op eie kennis, inisiatief en intuïsie staatmaak, bykans onmoontlik om sy onderneming suksesvol te bedryf (Conradie, 1983:23).

Soos dit in 1986 gefunksioneer het, was daar privaat- sowel as staatsbetrokkenheid. Die kleinsakeontwikkelingskorporasie (K.S.O.K) is 'n gesamentlike poging tussen private en publieke sektor. Hierdie aksie het op 3 Februarie 1981 tot stand gekom, met die verantwoordelikheid vir die promosie van die *"volgehoue ontwikkeling van entrepreneurs tussen alle populasiegroepe in Suid-Afrika"* (K.S.O.K., 1985:3).

3.5.1 Goeie Hoop-beraad

Op 12 November 1981 het 'n reeks samesprekings gevolg ten tye van die Goeie Hoop-beraad en het dit duidelik geblyk, dat die ontwikkeling van minder-ontwikkelde gebiede op 'n streeksgrondslag bevorder moes word. Suid-Afrika is vir hierdie doel in gedefinieerde ontwikkelingstreke ingedeel (Raad vir die Desentralisasie van Nywerhede, 1983:2). Die owerheid is dit eens dat die waarde van die kleinsakeonderneming toegeneem het, en dat betrokkenheid van staatsweë onuitwisbaar is. Die staat het sy rol hervat met die instelling van die desentralisasiebeleid om daardeur verwante sake te ondersoek rakende die sakeondernemings.

3.5.2 K.S.O.K

Die K.S.O.K is een van die bronne van finansiering wat tot die beskikking van die kleinsakeman gestel word. Die volgende riglyne word deur die K.S.O.K (1985:5) by die oorweging van finansiering toegepas:

- Die onderneming moet ekonomies lewensvatbaar wees;
- toepaslike ondervinding, bestuursvermoë en ondernemingsgees wat aan die dag gelê word, word as belangrik geag;
- redelike waarborg moet beskikbaar wees;
- klandisiewaarde word by die aankoop van onderneming nie gefinansier nie;
- bedrae van meer as R300 000 word slegs by uitsondering oorweeg, en
- waar die aansoeker se batewaarde 'n bedrag van R750 00 oorskry, word finansiering by uitsondering oorweeg.

3.5.3 RBKS

Die RBKS (Raad vir die Bevordering van Kleinsake) is op 11 Februarie 1981 deur die Minister van Nywerheidswese, Handel en Toerisme in die lewe geroep. Die RBKS was daarop ingestel om probleemareas te identifiseer, wat die bevordering van die kleinsakeondernemings belemmer asook om aanbevelings in verband met 'n omvattende beleid, ter aanmoediging van kleinsakeondernemings in Suid-Afrika, te maak (Fourie, 1983:11).

Volgens bogenoemde skrywer is die K.S.O.K 'n goeie voorbeeld van samewerking tussen die private en openbare sektor en is dit 'n sprekende voorbeeld van die private sektor se betrokkenheid by kleinsakeontwikkeling. McCarty (1982:7) wys daarop dat die finansiële hulp deur kleinsakeontwikkelingskorporasie grootliks aan die sogenaamde tweede-fase-ondernemings toegeken is, met ander woorde, 'n onderneming met 'n geskiedenis waar inligting beskikbaar is. Bogenoemde skrywer toon verder aan, dat die kleinsakeontwikkelingskorporasie 'n verskeidenheid finansiële sowel as ander hulp aan kleinsakeondernemings verleen het, en hierdeur 'n stimulering van die ekonomie gegenereer het. Die funksie van die Raad vir Bevordering van Kleinsake is daarop toegespits om diens te lewer, soos: opleiding, konsultasiedienste, navorsing en advies. Die raad se taak is om probleme te identifiseer rakende die vooruitgang van kleinsakeondernemings (McCarty, 1982:27). Die Raad vir die Bevordering van Kleinsakeondernemings het 11 universiteite gekies waar daar institute vir kleinsake gevestig is. Van al die institute is die Adviesburo vir Kleinsakeondernemings aan die Potchefstroomse Universiteit vir C.H.O die grootste: dit beskik oor 'n personeel van 43, waarvan 33 opgeleide konsultante is, asook 'n opleidingsafdeling waar gereelde kursusse rakende kleinsake aangebied word (Kirby, 1986:44).

Die doel van hierdie institute is om entrepreneurskap te bevorder, om doeltreffendheid van kleinsakeondernemings te verhoog, en om 'n gesonde doeltreffende en gebalanseerde kleinsasektor te stimuleer en te ontwikkel. Hierdie sektor moet as een van die hoekstene van 'n vryemark ekonomie behoue kan bly, deur middel regstreekse hulpverlening, of deur middel van ander dienste deur die privaatsektor, owerheidinstellings, opvoedkundige inrigtings en ander organisasies, om 'n gesonde en mededingende sake- en gemeenskapsklimaat te bevorder.

3.5.4

R.K.S

Vroeg in Januarie 1987 is die Raad vir Kleinsake (R.K.S) in die lewe geroep, wat die Raad vir die Bevordering van Kleinsake (RBKS) vervang het. Hierdie nuwe raad het het opdrag om kleinsake uit te brei. Die raad het die volgende ten doel:

- om die regering ten opsigte van alle beleidsmaatreëls met betrekking tot kleinsakeontwikkeling te adviseer;
- om die implementering van sodanige beleidmaatreëls te koördineer;
- om opleiding-, konsultasie-, advies-, nasorg- en navorsingsdienste bewillig is, asook vir die beheer oor die doeltreffende aanwending van hierdie fondse, te aanvaar;
- om 'n empiriese databasis ten opsigte van kleinsakeaktiwiteite, wat vir die evaluering van kleinsakeontwikkeling aangewend kan word, te skep en in stand te hou;
- om bestaande en voorgestelde wetgewing te evalueer ten einde beperkende implikasies vir die kleinsakeonderneming te identifiseer, en om die Raad op Mededinging te adviseer, en
- om enige ander saak rakende die ontwikkeling van kleinsakeondernemings te oorweeg.

By herhaling is die Regering se erns ten opsigte van kleinsakeontwikkeling beklemtoon en die volgende verbandhoudende riglyne van die Presidentsraad, as stawende bewys hiervan aangehaal:

- ondernemerskap sal 'n algemene benadering tot die ekonomiese beleid wees en dat daar voortdurend oorweging geskenk sal word, aan die uitwerking wat beleidmaatreëls op kleinsake sal hê;
- die beginsel van minimum standaarde en beheer sal konsekwent toegepas word;
- niemand sal op grond van ras of velkleur in sy ekonomiese deelname beperk word nie, en
- ekonomiese deregulering met betrekking tot die kleinsakesektor sal voorrang geniet (Naude, 1987:6).

Die konsepwetsontwerp wat in die staatskoerant gepubliseer is, is 'n positiewe stap om tot die hart van vrye ondernemingskap deur te dring. Ingevolge die wetsontwerp word vir die smous op straat voorsiening gemaak, en is lisensies nie meer nodig nie (Anon, 1989:11). Bogenoemde is 'n stap in die regte rigting om die informele sektor te bevorder en met die baie regulasies weg te doen, wat 'n remmende faktor was in die handelsdryf van die informele sektor.

3.6 Die owerheid en kleinsakeondernemings

Die kleinsakeondernemings het volgens Smith (1978:96) 'n besondere funksie en rol te vervul in die huidige ekonomiese bestel. Bolton (1971:344) meen dat die belangrikheid van kleinsakeondernemings so sterk is, dat dit onomwonde verklaar: *"If small firms did not exist it would be necessary to invent them"*. Dit is belangrik om ekonomiese sowel as politieke redes, dat soveel individue moontlik hul eie toekoms bepaal. Die staat kan die ontwikkeling van privaatinisiatief stimuleer deur 'n bepaalde beleid neer te lê. 'n Primêre vereiste vir die bevordering en handhawing van kleinsakeondernemings in die moderne ekonomie, is dus 'n ondubbelsinnige beleidsaanvaarding deur die owerheid. Die beleid moet gerig wees op die plek, posisie en toekoms van die kleinsakeondernemings in die ekonomie van die betrokke land. Enige maatreël ten einde kleinsake-ontwikkeling te stimuleer, moet binne die raamwerk van die vryemarkstelsel en teen die agtergrond van die owerheid se breër ekonomiese beleidsoogmerk beoordeel word. Die owerheid se stimuleringsmaatreëls vervang nie die werking van die markkragte nie, maar vervul dit slegs aan in daardie mate wat die vryemarkstelsel bepaalde leemtes toon (De Beer, 1983:17).

3.6.1 Bolton

Bolton (1971:355) wys verder op die volgende owerheidstake:

- effektiewe engeregverdigde mededinging in die ekonomie bevorder;
- in die breë voorsiening moet maak vir die skepping en handhawing van gunstige ekonomiese klimaat, en
- gelyke behandeling ten opsigte van elke aspek van regeringskant.

Verder noem bogenoemde skrywer dat die owerheid regstreeks of onregstreeks verantwoordelikheid moet aanvaar vir die kleinsakesektor.

3.6.2 Van Der Wilde

Van Der Wilde (1979:4) bepleit in sy referaat dat die owerheid finansiële hulp aan kleinsakeondernemings moet verskaf, as 'n kernpunt in owerheidbeleid. Daarby is dit noodsaaklik dat die erkenning van die moontlikhede van die kleinsakeondernemings, in ag geneem moet word in die besluitneming van die regering.

3.6.3 Swart

Swart (1971:57) sien die owerheid se taak ten opsigte van die vasstelling van die beleid soos volg:

- die beskerming van die verbruiker of openbare belang;
- uitskakeling van sekere ekonomiese ordes deur regstreekse reëling, en
- onregstreekse beëindiging van die mededingingsstruktuur, deur onregstreekse hulpverlening aan sekere sektore in die ekonomie, om sodoende ewewigtige ontwikkeling in die struktuur te help ontwikkel.

Swart (1971:57) is 'n groot voorstander van 'n owerheidsbeleid met gelyke kanse in die kleinbedryf. Dit is voor-die-hand-liggend dat owerheidsbeleid aangaande die kleinsakeonderneming van land tot land sal verskil

3.7 Voordele van kleinsakeondernemings

Die kleinsakeonderneming het wees sekere inherente eienskappe belangrike voordele bo groot ondernemings. Rae (1969:162) noem die volgende 16 voordele van die kleinsakeondernemings, met verdere toeligting deur andere:

3.7.1 Invoere van nuwighede

Moolman (1984:135) wys op die uniekheid van die kleinsakeonderneming, wat hom uitstekend leen tot die rol van uitvinder van nuwe produkte, idees en tegnieke. Die kleinsakeonderneming beskik oor meer vryheid en eie inisiatief om homself uit te leef. Hierbenewens dien die kleinsakeman ook sy eie belange, en is hy nie bloot 'n wektuig van die groot bedryf nie. Hy is dus meer gemotiveerd en strewe altyd na beter. Hierdie groter gemotiveerdheid kan daartoe bydra dat alle verbeeldingryke bemarking en selfs administrasie, die lig sien.

Nuwe produkte wat hul oorsprong in die laboratorium van groot ondernemings het, maak 'n bydrae tot 'n beter leefstandaard. Die SBI Innovation Program is in die VSA tot stand gebring, wat uitsluitlik op hulpprogramme met betrekking tot innovasie deur kleinsakeondernemings gerig is. Innovasie is gekenmerk tot 1970 deur onafhanklike uitvinders en individue in in nywerhede. Later het die patente 'n afname getoon en die stigting van die organisasie moet hierdie tendens teenwerk. Om sakeondernemings te motiveer om met nuwe uitvindings voorendag te kom, word daar selfs spesiale konsessies ontwikkel, terwyl 'n wye spektrum van hulpverleningsprogramme ook beskikbaar gestel word (Udel, 1979:9).

Moolman (1984:136) is van mening dat die kleinsakeonderneming dus oor skeppingsvermoë beskik wat stimulerend op die ontwikkeling van ondernemings, die bevolking en uiteindelik die ekonomiese ontwikkeling van 'n gebied kan inwerk. Hierdie skeppingsvermoë is van die allergrootste belang vir die doeltreffende uitvoering van 'n desentralisasiegebied.

Innovasie word algemeen aanvaar as 'n belangrike stimulering tot die skep van werkgeleenthede. In die VSA word bereken dat kleinsake, soveel as 24 maal meer as grootsake met nuwe uitvindings voorendag kom (Anon, 1984:300-317). Innovasie, volgens Schumann et al., (1957:402), is 'n onafhanklike inherente faktor, wat grootliks verantwoordelik is vir sy teorie van ekonomiese ontwikkeling. Daardeer beskou hy innovasie as 'n voorvereiste en nie as 'n gevolg van ekonomiese

voortgang nie. Die Raad voor het Midden- en Kleinbedryf in Den Haag (1976:46) sonder die Middel- en Kleinbedryf in hulle studies as uitmuntende innoveerders.

3.7.2 Spesialisasie

Kleinsakeondernemings kan gespesialiseerde diens lewer, terwyl die grootonderneming tot standaardisasie gedwing word. Die kleinsakeonderneming moet egter, ten einde 'n toekoms te verseker, die betrokke marksegment kan definieer en dan poog om op 'n doeltreffende wyse die sektor te dien.

3.7.3 Persoonlike bevrediging

In die VSA bestaan daar 'n parallelle ooreenkoms tussen die aspirasies van die Amerikaanse publiek en die verwagting van individuele persone, wat 'n toekoms deur entrepreneurskap sien, en daarin ook die selfbevrediging probeer vind. Die deursnee persoon se ideaal is om vryheid te hê van spraak, godsdiens, werk of andersins om 'n bestaan met 'n minimum betrokkenheid van ander, te maak asook 'n individuele vervulling van sy lewe te vind. Die kleinsakeman het by tye die meerderheid van die Bruto Nasionale Produk voorsien. Kleinsakeondernemings het nie alleen die opwaartse en ekonomiese mobiliteit nagestreef van hul persoonlike sukses nie, maar het met hul visie, produksie en dienslewering 'n substansiële bydrae tot die kwaliteit van die lewe in die VSA gelewer. Die persoonlike bevrediging wat kleinsakeondernemings put uit sy diensleweringsvryheid, is vir die gemeenskap belangrik. Baie persone verkies ook om vir 'n kleinsakeonderneming te werk, waar persoonlike kontak tussen werknemer en bestuurder nog moontlik is en 'n minder formele atmosfeer dus heers (Tootelian en Gaedeke, 1985:9).

3.7.4 Ekonomiese perspektief

Soos reeds aangetoon, is kleinsakeondernemings die enkele belangrike element in die ekonomie. Kleinsake bestaan uit, vervaardigers, prosesseerders, versenders en verbruikers. Die kleinsake lewer 'n diens aan die verbruiker en voorsien in ander ondernemings se behoeftes, hetsy groot of klein. Kleinsake koop van ander ondernemings en skep 'n mark vir sekere produkte in die ekonomie (Tootelian en Gaedeke, 1985:9-10). Gesonde vrye mededinging is een van die belangrikste elemente van die vrye ekonomiese stelsels. Die stelsel kom dan ook nêrens beter tot uitdrukking as in die kleinsakeonderneming nie. Nie alleen bied dit die entrepreneur die geleentheid om uit eie keuse tot die vrye ekonomie toe te tree nie, maar stel hom in staat om sy persoonlike inisiatief aan te wend en uit te leef. Hy word in 'n posisie gestel om sy eie kleinsakeonderneming te begin en te bedryf volgens sy eie voorkeure, met die risiko en vergoeding daaraan verbonde, tot voordeel van welvaartskepping vir homself sowel as vir die gemeenskap.

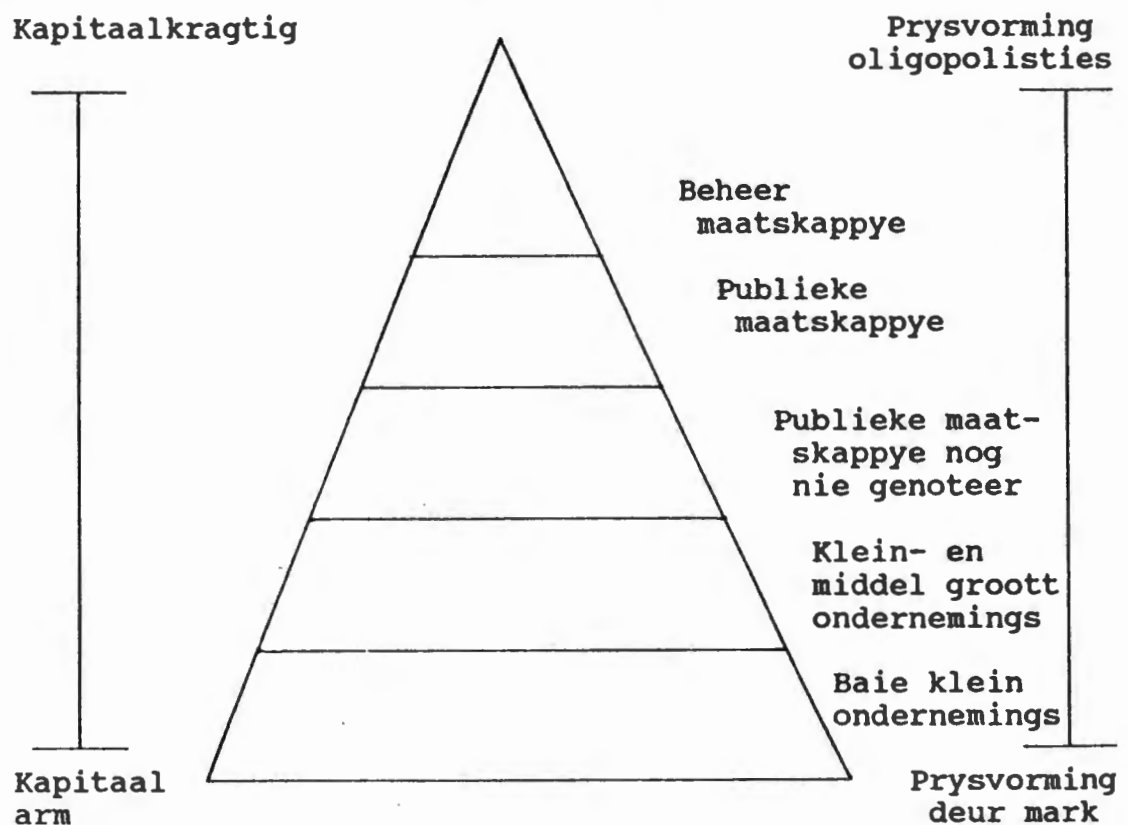
'n Vrye markmeganisme bly steeds een van die fundamentele kenmerke van die moderne kapitalisme. In 'n vryemarkstelsel is gesonde onderlinge mededinging, die regulerende element wat produksiedoeltreffendheid en markte bepaal en misbruik van ekonomiese mag aan band lê. In 'n stelsel van onbelemmerde mededinging, is nog altyd die moontlikheid gesien van verkryging van 'n maksimum welvaart vir die gemeenskap (Gutersohn, 1977:224-230). Volgens Tootelian en Gaedke (1985:9) kan gesê word dat die kleinsakeonderneming 'n onlosmaaklike bydrae in die voortbestaan van die ekonomie lewer. Kleinsakeondernemings lewer 'n onskatbare bydrae tot die vryemarkstelsel. Kleinsake voorsien in feitlik alle kompetisies wat bestaan in die vryemarkstelsel. Selfs die foute wat kleinsakeondernemings maak, word as

waardevol beskou in die ekonomie, want daardeur leer ander instansies en kan vroegtydig voorsorg getref word.

Smith (1978:53-56) verwys na 'n Japanese ekonoom Itoh van die Keio Universiteit van Tokio, wat die moderne kapitalisme as 'n stratifikasie van individuele kapitaal en ondernemings, na gelang van die grootte van die onderneming, sien. Die piramiede word as basis gebruik, om aan te dui dat kleinsakeondernemings teen die prysvormingskonsentrasie van die groter ondernemers "trek". Die basis van die piramiede verteenwoordig die baie klein sakeonderneming, naamlik van die selfarbeidsame familietipe sakeondernemings, met bykans geen kapitaal nie. Aan die bopunt van die piramiede word die mark toenemend monopolisties/oligopolisties. Teenoorgestelde pole van kapitaalstruktuur en prysvorming, word dus tussen die basis en die bopunt van die ekonomiese piramiede, aangetref. Die beginsel word in Figuur 2 uitgebeeld.

Die vryemarkstelsel is in hierdie stadium vir die Swart gemeenskap nog vreemd, vanweë 'n gebrek aan eie ekonomiese identiteit, van watter aard ookal (Nieuwenhuizen, 1982:30). 'n Studie wat deur Viljoen (1982:409) onderneem is, toon dat enkele persone self bepleit, dat die ontwikkelingsgebeid op 'n breër basis as die huidige desentralisasiebeleid gebaseer moet word. in die lig van die besondere rol van die kleinsakeonderneming in die handhawing van 'n vrye ondernemingstelsel, asook die waarde daarvan in die ontwikkeling van minder-ontwikkelde gebiede, rus daar 'n besondere verantwoordelikheid op die owerheid. Riglyne vir die korrekte rol van die ondernemings, sowel as die owerheid in 'n vrye ekonomie, sal bepaal moet word (Moolman, 1984:141).

Figuur 2 Die ekonomiese piramiede van Itoh (Itoh, 1972:41)



3.7.5 Kleinheid self

Die kleinsakeonderneming kan volgens Broom en Longenecker (1968:109) sy eintlike kleinheid op die volgende maniere benut:

- die grootte van kleinsakeondernemings maak hulle buigbaar en gunstige plaaslike toestande, of korttermyn veranderinge kan benut word;
- eweneens kan probleme voorsien word en kan gou gereageer word;
- ohoofse uitgawes is laer vir die kleinsakeonderneming, wat dus teoreties goedere goedkoper kan verkoop;
- die pryse van 'n kleinsakeonderneming kan egter hoër wees deurdat die onderneming soms spesialiseer in 'n besondere veld, en daardeur kan mededingers dit dus onprakties of onekonomies vind om mee te ding in die spesifieke produk, en
- 'n belangrike voorwaarde vir die voortbestaan van kleinsakeondernemings is egter, dat inherente voordele ten volle benut moet word.

3.7.6 Risiko

Die kleinsakeonderneming bied 'n geleentheid aan entrepreneurs 'n om risiko te neem en geleenthede te benut. In groot ondernemings met baie aandeelhouders, moet die risiko so vër moontlik vermy word en innovasie word selde aangemoedig. Die voordele wat kleinsakeondernemings het, behoort dus groei aan te moedig. Indien die kleinsakeonderneming nie in staat is om sy inherente voordele en mededingingspotensiaal te benut nie, kan onderneming nooit optimaal benut word nie.

3.7.7 Ontwikkeling van bestuurders

Staley en Morse (1965:230) sê dat die ontwikkeling van menslike hulpbronne, groot voordele inhou vir die kleinsakeondernemer. Ekonomiese groei vereis bestuurders en hierdie bestuurders word gekweek en opgelei in die kleinsakeonderneming.

3.7.8 Kleinsakeondernemings en kapitaalkvorming

Kleinsakeondernemings is 'n belangrike meganisme van kapitaalkvorming, want dit trek eerstens fondse uit bronne wat die groot nyweraar nie kan bekostig nie, naamlik die eienaar se eie spaargeld en lenings van familie en vriende. Die kleinsakeonderneming maak dus hierdie kapitaal meer produktief as wat andersins die geval sou gewees het. Die kapitaal wat dus in kleinsakeondernemings geïnvesteer word, is addisionele kapitaal wat andersins nie na die sakektor gekanaliseer sou word nie (Staley en Morse, 1965:231).

3.7.9 Kleinsakeondernemings en besparing

Kapitaal is een van die skaars hulpbronne en moet spaarsaam aangewend word. Industrialisasie kan byvoorbeeld deur kleinnywerheidsontwikkeling verkry word en kan ook lei tot besparing van kapitaal, aangesien die onderneming weens beperkte beperkte fondse selde kapitaal-intensief is (Staley en Morse, 1965:231).

3.7.10 Kleinsake en indiensneming

Werkloosheid kan verminder word en werkgeleenthede geskep word deur ekonomiese ontwikkeling en groei. Kleinsakeondernemings kan hier 'n nuttige rol

vervul, maar dit moet eerder gesien word in hul bydrae tot ontwikkeling, as in die skep van werkgeleenthede (Staley en Morse, 1965:232). In Suid-Afrika met sy unieke volksamestelling, is die vraagstuk van werkloosheid en die skepping van indiensneming, of die skep van werkgeleenthede teen 'n tempo van ongeveer 1500 per dag, ten einde die groeiende arbeidsmag te akkommodeer, 'n besondere uitdaging (Schutte, 1981:3).

3.7.11 Kleinsakeondernemings en sosio-, politieke-, ekonomiese ontwikkeling

Die ontwikkeling van kleinsakeondernemings kan behalwe ekonomiese ontwikkeling, ook bydra tot die sosiale en politieke ontwikkeling van 'n land of streek. Indien daar aktiewe kleinsakeondernemings bestaan, kan dit 'n bydrae maak tot 'n mededingende privaatsektor wat vry van monopolieë is. Verder baan die kleinsakeonderneming 'n weg vir sosiale mobiliteit. Die ambagsman word byvoorbeeld beïnvloed om as kleinnyweraar tot die ekonomie toe te tree, om so sosiaal vooruit te kan gaan. Dit lei ook tot die ontstaan van die middelklas van entrepreneursbestuurders, wat inisiatief kan neem en weet hoe om te organiseer (Staley en Morse, 1965:232). Moolman (1984:142) beweer dat kleinsakeondernemings voorsien in die behoeftes van die gemeenskappe. Oor die belangrikheid kan daar weinig twyfel bestaan. Die gemeenskap is die basiese eenheid van sosiale en ekonomiese lewe. Geen gemeenskap is homogeen nie en selfs individue binne die gemeenskap stem nie heeltemal ooreen nie. Verskillende gewoontes, smake, voorkeure en behoeftes moet bevredig word. Vir die onderneming, wat dikwels groot gebiede bedien, is dit bykans onmoontlik om sodanig te fragmenteer, dat behoeftes van individue bevredig word. Hierdie faktore dra by tot die ontplooiing van kleinsakeondernemings binne 'n bepaalde ekonomie. Die sosio-ekonomiese bydrae tot die gemeenskappe kom veral op twee maniere tot uiting naamlik, uit 'n wye keuse en hoë standaard van persoonlike diens en produkte aan die gemeenskap. 'n Bykomstige kenmerk van die kleinsakeonderneming is die bereidwilligheid van sy eienaar of bestuurder, om in die gemeenskap terug te ploeg wat daaruit geneem word (Bolton, 1971:26).

3.7.12 Arbeid en sosiale verhoudinge in die kleinsakeonderneming

Kleinsakeondernemings bring nuwe probleme in menslike verhoudinge mee. Die oorspronklike verhouding in die kleinsakeonderneming vervang die verhouding in die tradisionele gemeenskap in 'n ontwikkelende land. Die kleinsakeonderneming verseker egter 'n meer persoonlike verhouding tussen werknemer en werkgever. Weens die meer persoonlike verhouding wat bestaan tussen werkgever en werknemer, is arbeidsverhoudinge in kleinsakeondernemings gewoonlik beter as in die grootbedryf (Smith, 1978:667). Kleinsake het 'n stabiliserende uitwerking op die arbeidsmark. Volgens waarnemings in die klein ambagte en dienstebedrywe van die arbeidsituasie, gedurende die tydperk 1959-1977, blyk dit duidelik dat in tye van ekonomiese insinking en krisis, die verhouding van werknemers wat afgedank word in die grootbedryf, aansienlik hoër is as in die kleinbedryf. Gedurende die resessie van 1966/67 het nywerhede byvoorbeeld respektiewelik 0,9% en 6,5% van hul arbeidsmag afgedank. Die ambagte en diensbedrywe daarenteen, het gedurende dieselfde periode van 0,2% (1966) en 'n daling van slegs 1,4% (1967) in arbeidsmag getoon (Beckermann, 1978:8).

3.7.13 Vryemarkte ekonomie deur gesonde verspreiding van aktiwiteite

'n Vryemarkmeganisme bly steeds een van die fundamentele kenmerke van die moderne kapitalisme. In 'n vryemarkstelsel is gesonde onderlinge mededinging die regulerende element, wat produksiedoeltreffendheid en markte bepaal en misbruik van ekonomiese mag aan bande lê. In 'n stelsel van vrye onbelemmerde mededinging, is nog altyd die moontlikheid gesien van die verkryging van maksimum welvaart vir die gemeenskap (Gutersohn, 1977:224-230). Die kleinsakeonderneming se bydrae tot ekonomiese stabiliteit, lê verder in die doelmatige en planmatige benutting van hulpbronne opgesluit. Dit lei tot 'n verhoging in produksie, reële inkome en 'n verhoogde lewensstandaard van die gemeenskap. So is die kleinsakeonderneming in 'n posisie om ontwikkelingskapitaal te kanaliseer, wat andersins vir die kapitaalvormingsproses verlore sou wees. Hierdie ontwikkelingskapitaal sluit hoofsaaklik persoonlike kapitaal van die entrepreneur en sy familie in. Weens die relatief minder kapitaalintensiewe aard van die kleinsakeonderneming, staan hierdie kapitaal tot die ontwikkeling van die gedesentraliseerde gebiede egter nie onlosmaaklik nie (Moolman 1984:144). Volgens Bolton (1971:83-84) dra die kleinsakeonderneming ruim by tot die vryemarkte ekonomie en die gesonde verspreiding van ekonomiese en sosiale aktiwiteite. Bolton is van mening dat die kleinsakeonderneming betrokke is by die voorsiening van produksie moontlikhede, aan individue wat 'n sterk onafhanklikheidsgevoel besit. Die kleinsakeonderneming dien as 'n verskaffer van produkte, wat nie deur die groot bedryf voorsien kan word nie en bied mededinging aan groter ondernemings, wat andersins onmoontlik verbruikers kon uitbuit. Uit die uniekheid van die kleinsakeonderneming, bied dit geleentheid aan entrepreneurskapontwikkeling en is dit die plek waar potensiele groot ondernemings gevorm word, asook die ontwikkeling van nuwe nywerhede deur die toepassing van innovasie.

3.7.14 Verskeidenheid van dienste en produkte

Die kleinsakeonderneming is by uitstek toegerus om spesialiteitsgoedere, besondere dienste, nie-massaprodukte en outentieke waarde aan die verbruiker te bied. Die rol wat die kleinsakeonderneming kan speel, om die verbruiker te lei en te adviseer om 'n verantwoordelike keuse ten opsigte van goedere en dienste te maak, is onvervangbaar (Ponsen, 1974:128). Omrede die kleinsakeonderneming nie massaproduksie kan toepas nie, kan 'n meer persoonlike verhouding met die verbruiker gehandhaaf word, en kan sorg gedra word dat hy die beste waarde vir geld ontvang. Weens die grootte en eenvoud van die kleinsakeondernemings, is hulle gewoonlik in staat om vinnig by omgewingsomstandighede en veranderinge aan te pas asook met toepaslike besluitneming. Met betrekking tot produksie, is hulle dikwels ook in staat om vinnig op te tree ten tye van vraagveranderinge en veranderde produksietegnieke. Richter et al., (1981:143) merk op dat kleinsakeondernemings 'n baie kort kommunikasiekanaal het en besluitneming daardeur vinnig kan plaasvind om minder gebuk te gaan onder reëls en regulasies.

Moolman (1984:146) is van mening, dat kleinsakeondernemings dit soms moeilik vind weens hulle eenvoud van produksie en bestuurstyl om by plaaslike gemeenskappe aan te pas. Die kleinsakeonderneming se kort, doeltreffende kommunikasiekanale bied dikwels ook voordele. Hulle is dikwels nie net in staat nie, maar soms selfs gretig om van standaardgoedere of -dienste af te wyk. Hulle is dikwels ook bereid om 'n enkele klant van 'n betreklike klein hoeveelheid goedere, of 'n heel ongewone diens te voorsien. Die buigsaamheid van die kleinsakeonderneming word hier

3.7.13 Vryemarkteconomie deur gesonde verspreiding van aktiwiteite

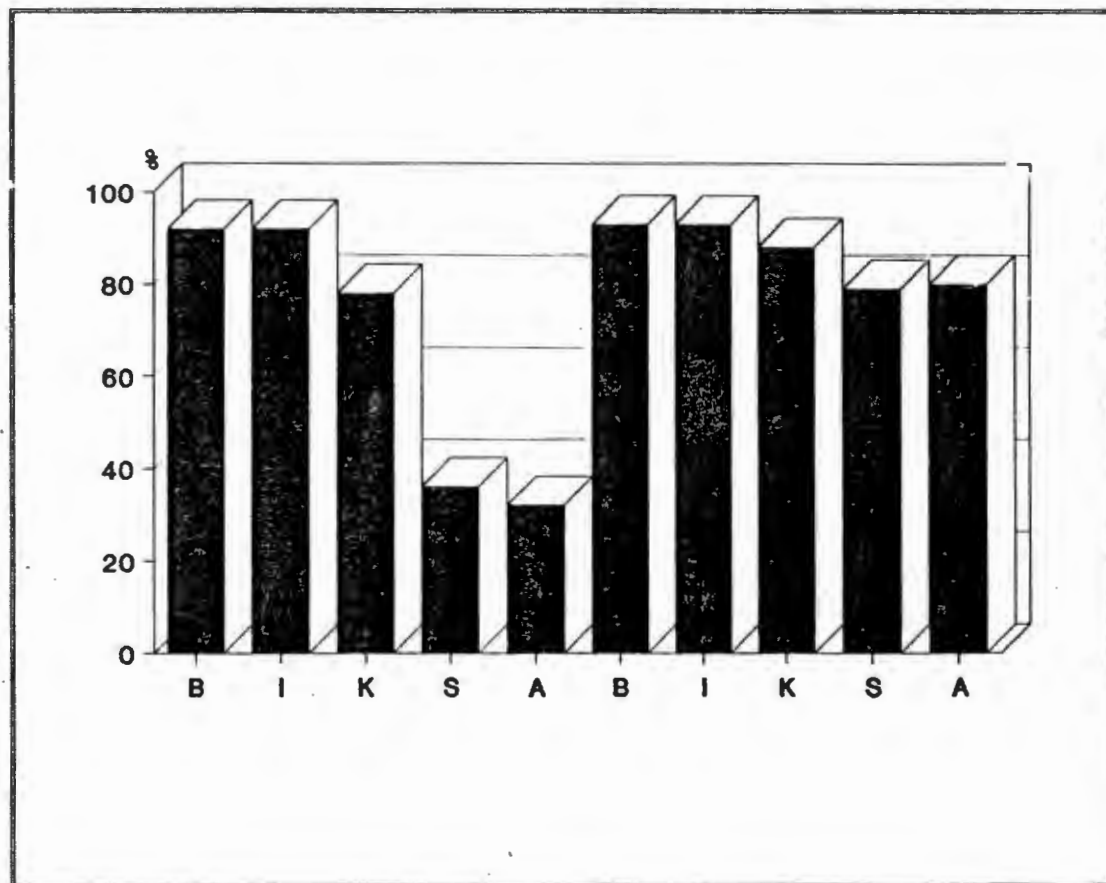
'n Vryemarkmeganisme bly steeds een van die fundamentele kenmerke van die moderne kapitalisme. In 'n vryemarkstelsel is gesonde onderlinge mededinging die regulerende element, wat produksiedoeltreffendheid en markte bepaal en misbruik van ekonomiese mag aan bande lê. In 'n stelsel van vrye onbelemmerde mededinging, is nog altyd die moontlikheid gesien van die verkryging van maksimum welvaart vir die gemeenskap (Gutersohn, 1977:224-230). Die kleinsakeonderneming se bydrae tot ekonomiese stabiliteit, lê verder in die doelmatige en planmatige benutting van hulpbronne opgesluit. Dit lei tot 'n verhoging in produksie, reële inkome en 'n verhoogde lewensstandaard van die gemeenskap. So is die kleinsakeonderneming in 'n posisie om ontwikkelingskapitaal te kanaliseer, wat andersins vir die kapitaalvormingsproses verlore sou wees. Hierdie ontwikkelingskapitaal sluit hoofsaaklik persoonlike kapitaal van die entrepreneur en sy familie in. Weens die relatief minder kapitaalintensiewe aard van die kleinsakeonderneming, staan hierdie kapitaal tot die ontwikkeling van die gedesentraliseerde gebiede egter nie onlosmaaklik nie (Moolman 1984:144). Volgens Bolton (1971:83-84) dra die kleinsakeonderneming ruim by tot die vryemarkteconomie en die gesonde verspreiding van ekonomiese en sosiale aktiwiteite. Bolton is van mening dat die kleinsakeonderneming betrokke is by die voorsiening van produksiemoontlikhede, aan individue wat 'n sterk onafhanklikheidsgevoel besit. Die kleinsakeonderneming dien as 'n verskaffer van produkte, wat nie deur die groot bedryf voorsien kan word nie en bied mededinging aan groter ondernemings, wat andersins onmoontlik verbruikers kon uitbuit. Uit die uniekheid van die kleinsakeonderneming, bied dit geleentheid aan entrepreneurskapontwikkeling en is dit die plek waar potensiële groot ondernemings gevorm word, asook die ontwikkeling van nuwe nywerhede deur die toepassing van innovasie.

3.7.14 Verskeidenheid van dienste en produkte

Die kleinsakeonderneming is by uitstek toegerus om spesialiteitsgoedere, besondere dienste, nie-massaprodukte en outentieke waarde aan die verbruiker te bied. Die rol wat die kleinsakeonderneming kan speel, om die verbruiker te lei en te adviseer om 'n verantwoordelike keuse ten opsigte van goedere en dienste te maak, is onvervangbaar (Ponsen, 1974:128). Omrede die kleinsakeonderneming nie massaproduksie kan toepas nie, kan 'n meer persoonlike verhouding met die verbruiker gehandhaaf word, en kan sorg gedra word dat hy die beste waarde vir geld ontvang. Weens die grootte en eenvoud van die kleinsakeondernemings, is hul gewoonlik in staat om vinnig by omgewingsomstandighede en veranderinge aan te pas asook met toepaslike besluitneming. Met betrekking tot produksie, is hul dikwels ook in staat om vinnig op te tree ten tye van vraagveranderinge en veranderde produksietegnieke. Richter et al., (1981:143) merk op dat kleinsakeondernemings 'n baie kort kommunikasiekanaal het en besluitneming daardeur vinnig kan plaasvind om minder gebuk te gaan onder reëls en regulasies.

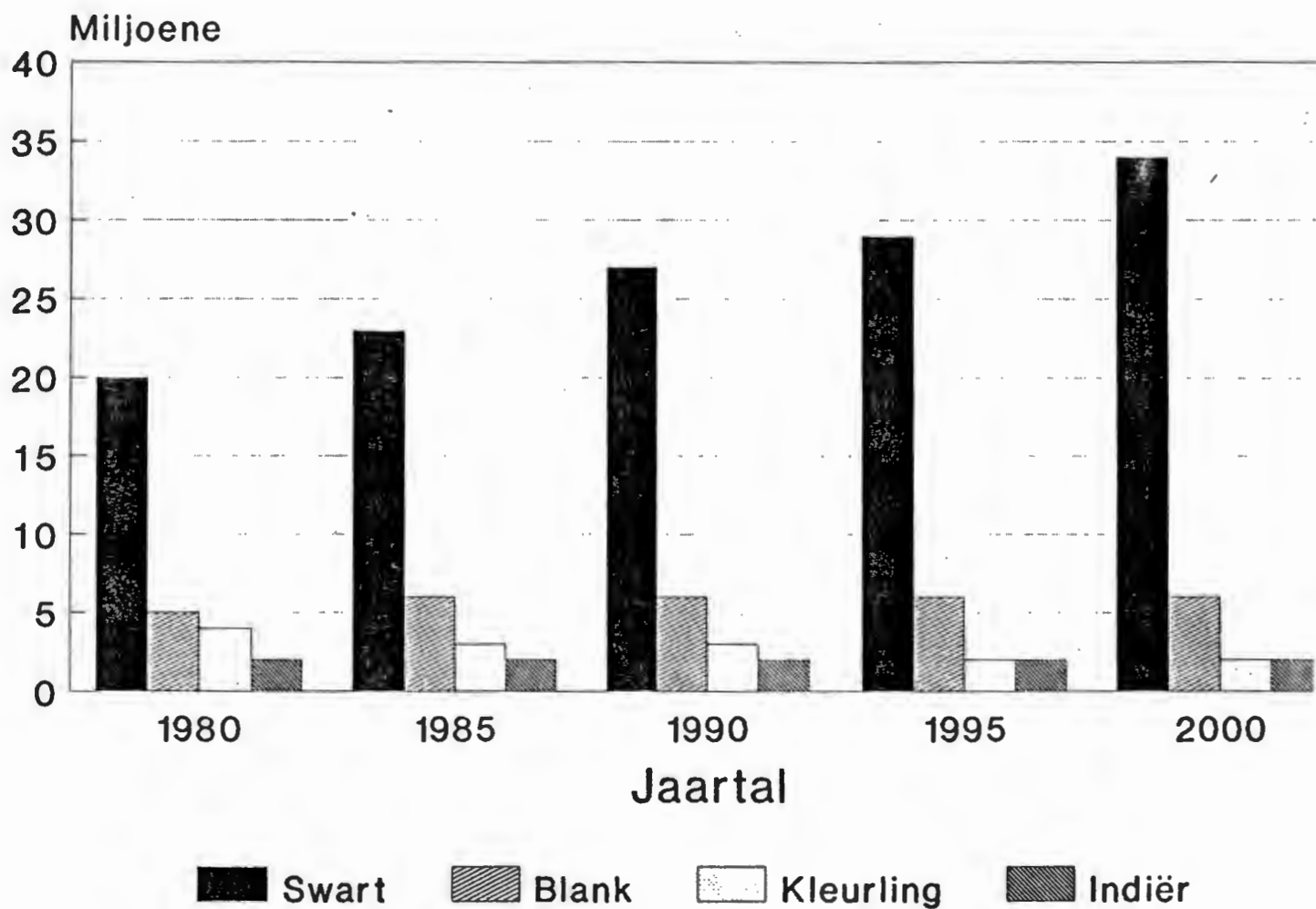
Moolman (1984:146) is van mening, dat kleinsakeondernemings dit soms moeilik vind weens hul eenvoud van produksie en bestuurstyl om by plaaslike gemeenskappe aan te pas. Die kleinsakeonderneming se kort, doeltreffende kommunikasiëkanale bied dikwels ook voordele. Hulle is dikwels nie net in staat nie, maar soms selfs gretig om van standaardgoedere of -dienste af te wyk. Hulle is dikwels ook bereid om 'n enkele klant van 'n betreklike klein hoeveelheid goedere, of 'n heel ongewone diens te voorsien. Die buigzaamheid van die kleinsakeonderneming word hier

Histogram 1 Demografiese verskuiwing



B = Blank
I = Indiër
K = Kleurling
S = Swart
A = Alle rasse

Van der Merwe (1976:62)

Histogram 2 RSA bevolkingsgroei

(Mercabank, 1987:33)

Tabel 19 Demografiese kenmerke

	Totaal	Blank	Kleur- ling	Asiërs	Swart
Bevolkingsamestel- ling %	100,0	17,8	10,3	3,0	68,7
Jaarlikse groei- koers 1980-1985	2,2	1,4	2,4	2,0	2,4
Bevolkingstoename % toename 1980-1985	11,1	7,0	12,4	10,0	12,1
Geboortekoers - geboortes per 1000 persone	21,1	16,1	29,2	23,0	40,0
Sterfkoers sterf- koers per 1000 persone	7,5	7,5	7,9	5,8	12,0
Geslag % manlikes	49,4	49,3	48,6	49,5	49,5
Gemiddelde ouder- dom -jare	25,7	31,2	24,3	25,3	24,3
Bejaardes- % 65 jaar en ouer	4,7	8,5	3,4	2,8	4,0
Kinders - 14 jaar en jonger	30,0	26,5	35,9	33,0	37,5
Stedelike bevol- king %	55,9	89,6	77,8	93,4	39,6
Nie-stedelike bevolking %	44,1	10,4	22,2	6,6	60,4

(Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing, 1985)

weerspieël, in vergelyking met die groot onderneming wat soms hierdie tipe van aanvraag van die hand wys, deurdat dit ten eerste te koste-intensief kan wees. Groot ondernemings met die langer kommunikasiekanaal, vind dit moeilik om vinnig te reageer ten opsigte van vraagverskil, terwyl die kleinsakeonderneming onmiddellik in die vraag kan voorsien. Soveel as 51% van die waarde van komponente wat gebruik word om naaimasjiene in Japan te vervaardig, word deur kleinsakeondernemings voorsien, en 97% van hierdie kleinsake beskik oor 'n kapitaal van meer as 30 000 Australiese dollars (Meredith, 1973:10). Die kleinsakeonderneming is in staat tot konkurente sowel as samewerking met die groot ondernemings. Die klein ondernemer kan dus die voordeel van samewerking sowel as die konkurensie geniet (Havenga, 1978:10).

3.7.15 Die maatskaplike en sosiale lewe

Kleinsakeondernemings is van ekonomiese en maatskaplike belang. Die maatskaplike bydrae word breedvoerig in hoofstuk 4 behandel. Die twee faktore kan nie van mekaar geskei word nie. Die kleinsakeonderneming vorm 'n integrale deel van die maatskaplike omgewing asook die sosio-ekonomiese stabiliteit; dit help die sakeman om sy dorp of stad te ontwikkel; hy lewer 'n bydrae tot die wel en weë van die verbruiker; hy verskaf dikwels afleiding en 'n plek van ontmoeting aan die verbruiker, en raak nou betrokke by 'n verskeidenheid maatskaplike aktiwiteite in sy omgewing, veral in relatief geslote gemeenskappe soos wat in yler bevolkte gebiede aangetref word (Smith, 1978:63).

3.7.16 Belangrike werkverskaffer

Rupert (1981:98) voel dat indien die persoonlikheidselement behoue moet bly, en menswaardige gemeenskappe gebou wil word, die belangrikheid van die kleinsakeonderneming daadwerklik gevestig moet word. Die vraagstuk van ontwikkeling is, volgens hom, ook nie uitsluitlik net aan groter investerings gekoppel nie. 'n Meer aanvaarbare en blywende oplossing vir die skep van meer werkgeleenthede, is werk wat by die vaardigheid en kundigheid van 'n betrokke gemeenskap inskakel. Een van die belangrikste voordele van die kleinsakeonderneming, aldus Rupert, is dan veral die sektor se onbetwisbare vermoë om werkgeleentheid te skep (Rupert, 1981:98). Die geografiese verspreiding van kleinsake bring werkgeleentheid in baie gevalle nader aan die werkerskorps. Die noue en meer kontak van die kleinsakeonderneming, met sy werkerskorps, is 'n belangrike voordeel van die kleinsakesektor as werkverskaffer (Pretorius, 1985:84-86).

Die dispariteit met betrekking tot die omskrywing van 'n kleinsakeonderneming, bemoeilik vergelykings tussen verskillende lande sover dit werkverskaffing aangaan. Lawlor en Boulden (1980:6) het 500 en minder werknemers in die tabel as 'n maatstaf geneem. Bevindinge word in Tabel 17 saamgevat, waardeur die relatiewe belangrikheid van die kleinsakesektor se aandeel as werkverskaffer in die vervaardigingsbedryf aangedui word.

Tabel 17 Werkverskaffing deur kleinsakeondernemings

Land	%
Frankryk	41,2
Duitsland	43,1
Verenigde Koningkryk	44,3
Italië	53,5
Japan	54,4
Nederland	56,0
Oostenryk	58,0
V.S.A	58,0
Swede	59,1
Denemarke	65,0
Kanada	65,3
Switserland	70,3
Australië	72,9

(Lawlor en Boulden, 1980:4)

Kleinsakeondernemings kan 'n baie groter rol speel om 'n meer gebalanseerde ekonomiese en sosiale ontwikkelingspatroon, as wat tans aan die orde is, daar te stel, mits die werkverskaffing as 'n basiese uitgangspunt geneem word. Saam met die sosiale verantwoordelikheid, wat in 'n latere hoofstuk behandel word, word ook die kwessie van werkverskaffing aan die gemeenskap as 'n verantwoordelikheid op die skouers van die onderneming geplaas.

Hoofstuk 4

KLEINSAKEONDERNEMINGS EN SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID

"Forty years ago it seems clear that the sole objective of running a business was to make money... Nowadays it is generally but not universally accepted that companies are justified in making contributions from their funds to all sorts of purposes outside their direct sphere of operations... Directors of companies more and more are coming to accept a measure of responsibility for the environment in which they operate" (Perlman, 1987:16).

4.1

Inleiding

In baie opsigte is die entrepreneur 'n produk van die sosiale omgewing en kultuur. Entrepreneurskap is die metode tot selfaktualisering en selfverwesenliking. Entrepreneurs se optrede word beïnvloed deur verlede, opvoeding, geskooltheid en die sosiale omgewing waarin hy hom bevind. Daar bestaan 'n groot ooreenkoms tussen die entrepreneur se sukses en die sosiale vooruitgang in die gemeenskap. Die entrepreneur is 'n innoveerder en 'n risikonemer gekombineer met versienheid ten opsigte van sukses en vaardighede. Deur suksesvolle implementering van innovasie kan hy die leiding neem met die vooruitgang van die gemeenskap. Dit word gedoen deur werk meer produktief en lonend te maak. Kleinsakeondernemings word gesien as een van die hoofbronne van werkskepping in die gemeenskap (Chong, 1986:21). Die sosiale verantwoordelikheid van die persoon op straat, word omskryf as die kleinsakeonderneming se positiewe verantwoordelikheid wat uitgeleef moet word, sonder om die omgewing waarin hy hom bevind te versteur. Die realiteit is dat 'n sosio-ekonomiese sisteem 'n komplekse lewensisteem van interverhoudinge tussen die kleinsakeonderneming en die sosiale omgewing is (Tucker, 1986:23-29). Sosiale verantwoordelikheid is gekompliseerd omdat dit gedoen moet word deur sekere vereistes wat die gemeenskap stel, in gedagte te hou. Van die faktore wat by besluitneming in gedagte gehou moet word, is:

- Wette en kodes ingestel deur regering;
- belasting, prysvasstelling en omkopery;
- beheer van lug, afval, water, geraas, grondbewaring en chemiese besoedeling;
- opvoeding;
- veiligheidstandaarde;
- gelyke geleenthede vir rasse, geslag of geloof;
- werkloosheid;
- onvoldoende onderwys, en
- produkveiligheid.

Indien die faktore geëvalueer word by besluitneming, is dit noodsaaklik dat die bestuurder in voeling bly met die behoeftes en norme van die gemeenskap (Anderson, 1987:22-27).

4.2 Die evolusie van sosiale verantwoordelikheid

4.2.1 Vrywillige goed doen

Vir baie jare het die persepsie bestaan dat sosiale verantwoordelikheid eintlik net 'n barmhartigheidsdiens was. Hierdie plig was onderneem deur 'n publiek geïnspireerde korporasie, maar met die kenteken dat die winste verminder is deur die verbruiker van hulpbronne. Daar is nog populêre literatuur wat nog die konsep voortsit dat sosiale verantwoordelikheid begin en eindig deur goed te doen aan die gemeenskap. Hierdie goed doen het na die VSA oorgewaaai teen die begin van die 20 ste eeu. Dit is gevolg deur inisiatiewe van besigheidsmagnate en die eise van die wat beïnvloed is deur industrie.

Die eerste uitdrukking van sosiale verantwoordelikheid in meeste sakeondernemings was met 'n filantropiese gesindheid. Ofskoon meeste van die filantropiese houdinge direk gerig was op belange van besigheidsleiers of ten voordeel van hulle werknemers, het eienaars en werknemers gevoel dat sakeondernemings iets "weggee".

Omdat die soort liefdadigheid oorbodig was, is die logiese uitvloeisel dat die filantropiese houding beskou was, bloot as 'n vermindering van inkomste uit die onderneming. Die onmiddellike kon aansienlik verbeter word as hierdie toegewings nie gemaak was nie.

Party bestuurders het hierdie filantropiese pogings beskou as 'n kompeterende plan om korporatiewe bronne te bestee. In party gevalle het aandeelhouers die filantropie beskou as 'n poging om te kompeteer vir dividende. Ofskoon heelwat goeds hieruit gevloei het, het dit ook dubbelsinnigheid in die houding ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid bevorder (Stroup, et al., 1987:22-23).

4.2.2 Verpligte sosiale verantwoordelikheid

Soos die twintigste eeu gevorder het, was besighede verplig om meer gehoor te gee aan gemeenskapsverwagtinge as wat die vrywillige denkwyse voorgesê het. Uiteindelik het belangegroeppe so ontevrede geword met die vrywillige of ongedwonge besluitneming deur bestuurders, dat op 'n verskeidenheid maniere druk uitgeoefen is. Die waarheid kom hierop neer dat in 'n vrye gemeenskap enige besigheid kan opereer of bestaan, net so lank as wat die gemeenskap dit wil toelaat. Soms was dwang, eerder as 'n keuse, die primêre katalisator om erkenning te verkry. Verpligte aksies tot optrede, kon beskou word as onafwendbare uitgawes om besigheid te bedryf. Anders as met filantropie en ander vrywillige aktiwiteite, het regulerende aksies uitgawes versprei na alle deelnemers. Die uitgawes kon dus oorgedra word na die verbruiker. As pogings tot sosiale verantwoordelikheid verby filantropie beweeg het, kon die argumente betreffende kompetisie weer geopper word. Deur die laaste helfte van die twintigste eeu, het die gewaarwording van kompeterende mededingende bestuurders in 'n meerdere mate die proses beïnvloed, byvoorbeeld gelyke diensvoorwaardes. Hierdie siening het deel geword van die hoofstuk van sosiale verantwoordelikheid (Neubert, 1987:23).

4.2.3 Doen beter deur goed te doen

Ofskoon daar algemeen aanvaar is dat sosiale betrokkenheid gespruit het uit vrywillige bydraes is daar in mindere mate erken dat sosiale betrokkenheid 'n belegging is, wat die langtermynvertoning van 'n handelsaak verbeter. Vrywillige en

verpligtende reaksie ten opsigte van gemeenskapsverantwoordelikheid word hier bedoel. Dit word herhaaldelik opgemerk dat gemeenskapsbetrokkenheid nie gereken word as 'n belegging nie. Mettertyd het dit toenemend belangrik geword om die persepsie te verander, dat sosiale verantwoordelike bestuur, finansiële skadelik is vir die sakeonderneming. Sakemanne het besef dat om te oorleef, moet hulle wegbeweeg van, deur goed te doen na 'n toestand van beter te doen. Die besef het stadigaan posgevat dat langtermyn groei van die onderneming, die onderneming op sosiale verantwoordelike wyse, van baie meer belang is as korttermyn kostes (Stroup, et al., 1987:24).

4.3 Omvang van sosiale verantwoordelikheid

Kleinsakeondernemings en individuele mense besef, in 'n demokrasie is baie vryhede wat beoefen kan word, maar met sekere beperkings. Om vryhede te geniet, is dit nie nodig om inbreuk te maak op ander persone se leefwyses nie. Daar moet in so 'n mate opgetree word, dat ander in ag geneem word. Kleinsakeondernemings moet dus in dieselfde mate optree teenoor hul omgewing. Sosiale verantwoordelikheid is 'n filosofie wat toon dat, as 'n bestuurder besluite neem, hy die omgewing sal ken en dat hy die gevolg van die besluit sal kan dra. Om die sosiale verantwoordelikheid te verwesenlik, moet elke kleinsakeman daarop ingestel wees of dit aanvaarbaar is vir die sosiale omgewing (Hicks et al., 1976:142).

4.3.1 Omskrywing en beskouing van sosiale verantwoordelikheid

Carp (1972:42) is van mening dat sosiale verantwoordelikheid baie wyer strek as bloot die verantwoordelikheid van 'n onderneming, en dat sosiale verantwoordelikheid reeds sy oorsprong het by die gesins- en familie verband. Hy is ook van mening dat die individu sosiaal verantwoordelik moet wees in sy optrede teenoor ander persone.

Drucker (1951:204) sien die verantwoordelikheid van die bedryfsonderneming soos volg:

- Die bedryfsonderneming is 'n gemeenskapsinstelling wat welvaart skep;
- vooruitgang aan sy werkers bied;
- nie sy werkers mag uitbuit of volledig op hulle beslag lê nie, en
- 'n bydrae moet lewer tot stabiliteit in die gemeenskap.

Sosiale verantwoordelikheid word soos volg deur Carroll (1977:47) omskryf:

"Social responsibility implies that business decision maker of serving his own business interests is obliged to take and also to protect and enhance society's interests. The net effect is to improve the quality of life in the broadest possible way, however quality of life is defined by society".

Beesly en Evans (1978:13) sê dat sosiale verantwoordelikheid verskeie betekenisse verkry het. Die mees algemene houding is, dat die sosiale verantwoordelikheid vanaf die staat na die privaatondernemers verskuif en dat hul moet toesien dat die gemeenskap gedien word, en dat daar omgesien moet word na hulle welvaart.

Hicks et al., (1976:142) beskryf die sosiale verantwoordelikheid in die lig van die feit dat elke persoon in 'n demokratiese opset lewe en dat daar baie vryhede is, maar binne sekere beperkinge wat uitgeleef kan word. Om vryhede te mag hê moet daar so geleef word dat daar nie inbreuk op ander mense se leefwyses gemaak word nie.

Sosiale verantwoordelikheid is 'n filosofie wat toon dat besigheidsmense se besluite van so 'n aard sal wees, dat die gemeenskap ten alle koste geken sal word in die besluitnemingsproses.

Carroll (1977:47) verwys ook na sosiale verantwoordelikheid as *"...objectives or motives that should be given weight by business in addition to those dealing with economic performance...progress designed to improve the quality of life"*.

Die belangrikheid van kleinsakeondernemings in die gemeenskap behels twee basiese aspekte. Die eerste is die impak van die kleinonderneming op die omgewing, en tweedens die vraag tot watter voordeel die kleinsakeonderneming vir die gemeenskap is. Verder word beweer dat die onderneming nie, vandat daar 'n sosiale verantwoordelikheid op sy skouers geplaas word, moet weg beweeg van die tradisionele besigheidsin en die maak van wins nie (Van der Merwe, 1976:24).

Vir sekere besigheidsmanne is sosiale verantwoordelikheid 'n strikvraag. Volgens sommige is die primêre oogmerk ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid om soveel geld vir aandeelhouders moontlik te maak, terwyl ander sakemanne langtermyn vooruitgang as hulle sosiale verantwoordelikheid sien (Friedman, 1971:27).

"A company has a threefold responsibility: towards its shareholders, towards its personnel, and towards the community in which it exists and from it derives its success" (Rupert, 1973:3).

Die verantwoordelikheid van die kleinsakeonderneming in die gemeenskap, is om 'n balans te handhaaf tussen verbruiker en die verskaffer die personeel en die aandeelhouders, asook om die hoogste wins te maak ten spyte van bogenoemde. Die kleinonderneming se sosiale verantwoordelikheid is nie grensloos nie en hy kan nie verantwoordelikheid aanvaar vir alle sosiale verwagtinge van die gemeenskap nie. Ondernemings moet niteenstaande probleme, tog 'n oor hê vir die gemeenskap en daaruit neem wat voordelig is vir lang- en korttermyn (Parsons, 1975:14).

Bosch et al., (1982:85) huldig die standpunt, aansluitend by die omskrywingsprobleem dat daar nie eenstemmigheid is oor waar die sosiale verantwoordelikheid van die onderneming begin of waar dit ophou nie. Die sienswyse van Parsons (1975:14) het hierdie feit gestaaf deur te sê dat sosiale verantwoordelikheid nie grensloos is nie. Net soos daar mense is wat beweer dat die sakewêreld in 'n vryemarkomgewing niks meer moet doen as om wins te maksimaliseer nie, is daar ander wat die ver linkse siening van sosiale verantwoordelikheid ondersteun. Hulle pleit dat die onderneming ekstern gesien moet word, as 'n orgaan wat primêr die belange van die gemeenskap moet dien.

Jacoby (1973:198) beweer dat *"Those economists and businessmen who assert that the purpose of business and not social do-gooding are as much in error as radicals of the New Left who would compel business to concentrate on social improvement"*.

Opsommend kan gesê word dat sosiale verantwoordelikheid uit verskillende fasette bestaan, naamlik dat die staat nie alleen verantwoordelik is vir die instandhouding van die gemeenskap nie, maar dat die kleinsakemanne asook die grootsakemanne daarvoor ten dele verantwoordelik moet wees. Sakemanne moet ten alle tye die gemeenskapbehoefte in ag neem by besluitneming. Kleinsakemanne moet ten alle tye hul besluite meet aan die sosiale aanvaarbaarheid daarvan en watter implikasies so 'n besluit tot gevolg kan hê in die sosiale gemeenskap waarin hy hom bevind. Kleinsakeondernemings werk ook vir die gemeenskap deurdat hul geld en energie

daarin belê. Die belegging van die kleinsakeman kan nuwe produkte asook nuwe werkgeleenthede genereer. Om die kleinsakeonderneming werklik tot sy reg te laat kom, is dit nodig om die werkers se behoeftes asook die van die totale gemeenskap waarin die kleinonderneming hom bevind, te bevredig (Siropolis, 1986:601).

4.4

Kleinsakeondernemings se posisie in die gemeenskap

Ginter en Sturdivant (1977:30-39) het 'n studie in die V.S.A. aangepak om die posisie van die kleinsakeondernemings in die gemeenskap, asook aspekte soos opleiding en werksekuriteit vas te stel. In die studie is gebruik gemaak van 136 werkgewers van kleinsakeondernemings.

Tydens die studie is ondervind dat die tegnologiese vooruitgang nie net gekoppel kan word aan groot ondernemings nie, maar dat kleinsakeondernemings hier ook sterk staan. Inligting wat Ginter en Sturdivant (1977:30-39) versamel het, wys op die belangrike bydrae wat die kleinsakeonderneming tot die oplos van sosiale probleme kan maak. Vergelykende bydrae van kleinsakeondernemings en grootsakeondernemings ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid moet nog nagevors word. Groot ondernemings gee in 'n meerdere mate gehoor aan sosiale oproepe en sosiale vereistes as die kleinsakeondernemings. Die industriële klimaat in kleinsakeondernemings staan in verhouding tot faktore en spesifieke karaktertrekke van die arbeidsmark.

■ Metodologiese Aspekte

Om die sosiale verantwoordelikheid van werkgewers vas te stel, is daar in 1984 'n vraelys deur die Atlantic Provinces Chamber of Commerce na al sy lede gestuur. Voltooide vraelyste van 136 ondernemings is terug ontvang, wat persentasiegewys op 'n respons van 37 persent dui.

Om die effek van ondernemingsgrootte en die houding van besture te toets, is daar gebruik gemaak van drie kategorieë. Kleinondernemings het 32 persent van die groep uit gemaak. Die onderneming het 10 werknemers en minder. Die volgende groep het 48 persent van die totaal verteenwoordig, en laastens is ondernemings met 100 werkers en meer, wat 20 persent van die totaal uitgemaak het. Ginter en Sturdivant (1977:30-39) het in 'n empiriese studie 'n beduidende korrelasie tussen ondernemingsgrootte en sosiale verantwoordelikheid ondervind.

■ Ontleding van ingesamelde gegewens

Die respondente is gevra oor hul houding ten opsigte van gegewens soos die koste van opleiding, heropleiding van werkers, die huur van onervare werkers, werklose jeug en die werksekuriteit wat gebied word. Die respondente is ook verder gevra of hulle verkies dat die werknemers alleen, die koste vir hul opleiding moet dra.

In Tabel 18 kan gesien word hoe die verspreiding gele het met die beantwoording van vrae in die drie kategorieë.

Tabel 18 Opleiding en heropleiding

	Totaal %	Klein %	Medium %	Groot %
Werknemer moet betaal vir opleiding/heropleiding	57	45	64	72
Vorige werkgever moet betaal vir heropleiding van afbetaalde werkers alleen of in samewerking met staat	22	31	22	28
Werkgever moet betaal vir nuwe werker se opleiding	44	43	47	33
Werk vir jeug	73	69	76	61
Ooreenkoms met permanente werknemers	42	45	42	22
Ooreenkoms met primêre verdieners	76	75	82	61

(Staber en Schaefer, 1985/86: 45-49)

■ Gevolgtrekking

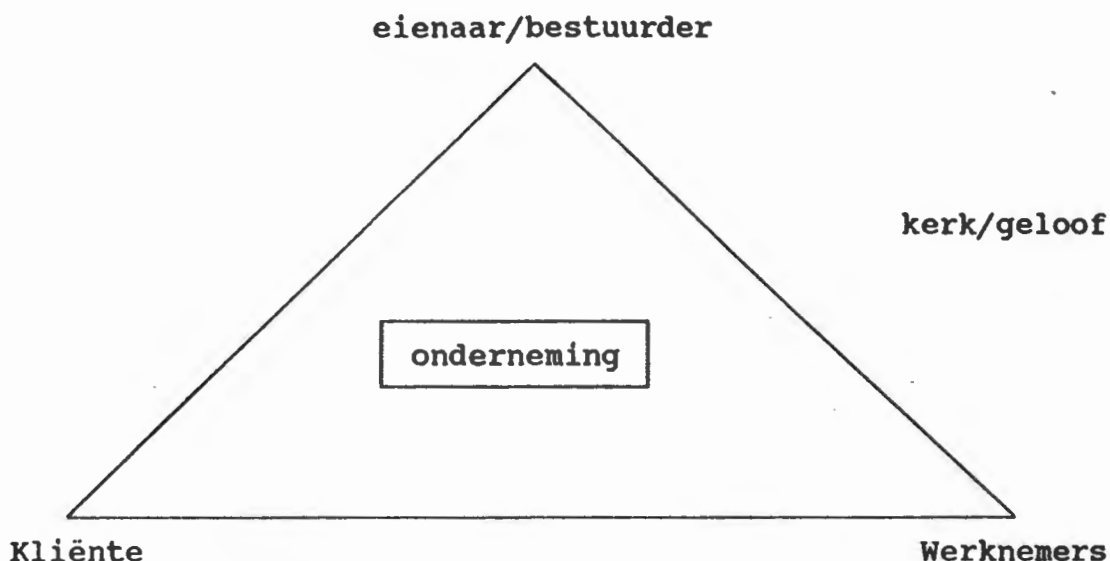
Die meerderheid van die ondervraagde ondernemings stem saam dat ondernemings die koste moet dra vir die werknemerskorps se voortbestaan in die werkplek. Dit is duidelik dat sosiale verantwoordelikheid een van die primêre elemente in bestuur is.

Die bevindinge in die studie wys dat kleinsakeondernemings meer sosiaal verantwoordelik is as groter ondernemings. Kleinsakeondernemings is dus nie net klein en aantreklik nie, maar ook sosiaal verantwoordelik (Staber en Schaefer, 1985/86:43-49).

4.5

Groepe wat die kleinsakeman moet dien

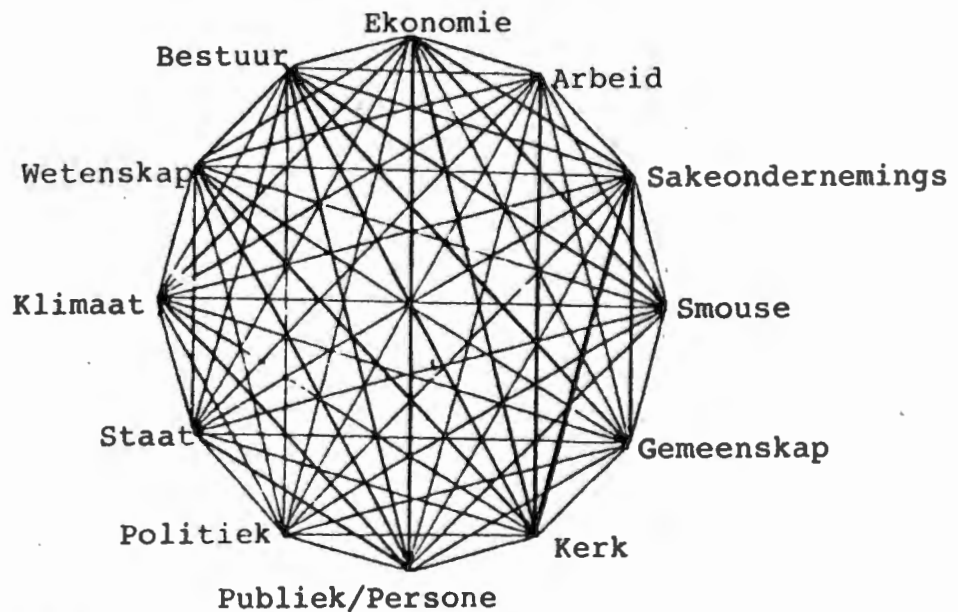
Om die kleinsakeonderneming se verantwoordelikheid te bepaal, moet die onderneming beïnvloed en geïdentifiseer word. In figure 3 en 4 en kan gesien word met watter kompleksiteit die sakeman te doen het. Daar word ook aangetoon met wie die kleinsakeonderneming 'n interaksie het. Figuur 4 wys hoe die onderneming vandag daar uitsien en figuur 3 toon die tradisionele onderneming. Uit figuur 3 en 4 kan afgelei word dat die werksaamhede en die interaksie veelvoudig is in vandag se onderneming vergeleke met die tradisionele. Uit hierdie kokende pot van samestellings wat die sakeman beïnvloed, is daar tog nog die motief en wil om die sosiale omgewing te oorreed tot positiewe navolging vir 'n beter toekoms vir albei partye (Stoner, 1982: 60-70)

Figuur 3 Die tradisionele onderneming

(Davis en Blomstrom, 1971:57)

Ten spyte van die moeilike besluitneming, moet die kleinsakeman nog verantwoordelik optree in belang van die betrokke partye. Daar bestaan geen kitsformule vir sosiale besluitnemings nie. Ondernemings moet self uitklaar wat hulle onder sosiale verantwoordelikheid verstaan. Die kleinsakeonderneming moet onder geen omstandighede alleen 'n ekonomiese besluit, of omgekeer, alleen 'n sosiale besluit neem nie. 'n Alleen-sosiale verantwoordelike besluit kan die ekonomiese sy laat verlore gaan. Ondernemings moet bedag wees daarop om besluite vir lang- sowel as korttermyn te neem en daarvolgens te beplan. Hierdie tipe besluitneming gee die sosiale omgewing ook die geleentheid om langtermynbeplanning te doen (Schollhammer en Kuriloff, 1979:20).

Soos gesien in figuur 4 wys Hicks et al., (1976:64) ook op verskillende elemente in die omgewing, byvoorbeeld persone, bronne, klimaat, ekonomiese en markkondisies, houdings en wette wat die kleinsakeonderneming moet gehoorsaam. Al die elemente affekteer die onderneming in een of ander wyse en bemoeilik die sosiale verantwoordelikheid. Van die elemente is belangrik deurdadig die objektiwiteit van die onderneming help behou, en sommige daarvan in die pad van vooruitgang staan.

Figuur 4 Hedendaagse onderneming

(Hicks et al., 1976:64)

Persone of die gemeenskap bewerkstellig 'n interaksie tussen die onderneming en die omgewing. In 'n gemeenskap kan 'n fabriek alleen geslaagd wees indien die gemeenskap arbeid verskaf. Die publiek bepaal die bekombaarheid van ander bronne wat betrokke is by die onderneming se voortbestaan. Hicks et al., (1976:64) wys verder daarop dat hulpbronne en klimaat die besigheidsposisie van die onderneming bepaal en dat die kleinsakeonderneming daarmee moet saamleef. Kleinsakeondernemings moet dus die rou materiaal beskikbaar kry uit die omgewing om die produk te kan vervaardig.

Die beskikbaarheid van fasiliteite en geboue is aspekte waarmee rekening gehou moet word. Sonder die geboue kan die produk nie verwerk word nie. Fasiliteite soos parking het 'n merkbare effek op die kleinsakeonderneming en kan moontlik 'n afname in vraag verwag. Klimaat is 'n faktor wat 'n groot rol speel by die vooruitgang en is dit so dat die kleinsakeonderneming hierdie belangrike natuurelemente moet inwerk by sy beplanning en keuse van die onderneming.

Hicks et al., (1976:65) wys verder op die ekonomie in die land en die vooruitstrewendheid van die omgewing waarin hy hom bevind as 'n element wat die kleinsakeonderneming moet dien. Die ekonomie is 'n bepalende faktor vir die voortbestaan van die kleinsakeonderneming in die gemeenskap. Uit die ekonomiese omstandighede kan die vraag gevra word of die publiek die produk kan bekostig en of die produk lewensvatbaar is. Kleinsakeondernemings moet ook bedag wees op die sosiale, kulturele en politieke gedrag van die gemeenskap. Al die houdings het 'n invloed op die onderneming, en dit is vir die kleinsakeonderneming nodig om die elemente te monitor en daarop te reageer, om die guns van die gemeenskap te behou en daardeur 'n interaksie te bewerkstellig.

4.6 Verwaarlosing van sosiale verantwoordelikheid

Die kleinsakeonderneming word blootgestel aan talryke probleme, fluktuasies en onsekerhede van die sakesektor in sy geheel. Die kleinsakeonderneming vorm 'n integrale deel van die ekonomiese bedrywighede van die volkshuishouding, en die algemene probleme en kwellinge van sowel die nasionale as die internasionale sakegemeenskap, sal ook 'n invloed op die kleinsakeonderneming uitoefen (Smit, 1978:141).

Sosiale verantwoordelikheid word in 'n groot mate verwaarloos as gevolg van verkeie interne probleme sowel as faktore van buite die onderneming. Sommige van die probleme is buite die beheer en mag van die kleinsakebestuur, maar van die interne probleme is soms toe te skryf aan die bestuur se eie onvermoë.

4.6.1 Interne probleme

Onder interne probleme word die probleme wat met die bestuur en bedryfsvoering van die kleinsakeonderneming verband hou, verstaan. Dit is dus probleme wat wel met die omvang van die onderneming verband hou, maar waarop die ondernemer tog wel 'n invloed kan uitoefen.

4.6.1.1 Bestuursbeplanning

Smith (1978:154) bevind dat uit 'n totaal van 239 kleinsakeondernemings 155 oftewel 64,85% nie bestuursbeplanning op 'n bevredigende wyse uitvoer nie en dat van die probleme of ongunstige resultate van die ondernemings, juis as gevolg van die tekortkoming voorkom.

Allen (1973:64) beweer dat die bepaling van toekomstige aksies en take om daardeur 'n sekere doelwit te bereik die motief van bestuursbeplanning moet wees. Bestuursbeplanning van kleinsakeondernemings kumileer in die formulering van besigheidsdoelwitte, programme wat opgestel word van hoe hierdie doelwitte bereik sal word, opstel van beleidsrigtings wat riglyne neerlê en bepaling van prosedures wat in die uitvoering van die plan toegepas sal word.

Smith (1978:158) is van mening dat hierdie probleemveld by so baie kleinsakeondernemings aangetref is, daarin te vinde, dat kleinsakeondernemings oor die algemeen nie oor in diepte bestuurskennis beskik nie en kan dus aangevoer word dat die sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakeonderneming terughou as gevolg van die bestuursprobleem.

4.6.1.2 Swak beheer

Kleinsakeondernemings word te dikwels deur hulle ondernemings beheer in stede daarvan dat hulle in bevel van die onderneming is. Dit spruit uit onvermoë om die basiese bestuursfunksies toe te pas, asook 'n onverskilligheid teenoor die administratiewe aspekte van bestuur (Moolman, 1986:719).

4.6.1.3 Bestuursinligting

Volgens Luthans, et al., (1984:384) word bedoel met bestuursinligting daardie feitlike, op datum, gegewens wat noodsaaklik is vir die neem van bestuursbesluite. Volgens Smith (1978:154) word hierdie probleem die tweede meeste aangetref by kleinsakeondernemings en bemoeilik dit die bepaling van fondse vir sosiale verantwoordelikheid.

4.6.1.4 Kapitaaltekort

Foulke (1968:389-390) beweer dat alhoewel swak finansiële bestuur dikwels vir die finansieringsprobleme van die kleinsakeondernemings verantwoordelik is, is dit 'n erkende feit dat die kleinsakeonderneming 'n voordurende kapitaaltekort ondervind. Hierdie stelling word gestaaf deur die ondersoek van Smith (1978:154), waar gesê word dat ongeveer 28,87% van die 239 respondente probleme in die verband ondervind. Foulke sê verder dat te veel kleinsakeondernemings met ontoereikende kapitaal, ondernemings begin. Hierdie tekort aan kapitaal is een van die hoof interne oorsake wat sosiale verantwoordelikheid in die kleinsakeonderneming knou. Die uitleef na buite word daardeur bemoeilik.

4.6.1.5 Administrasie

Enige doeltreffende sakeonderneming moet oor 'n goeie administrasie beskik om die normale administratiewe pligte te vervul en verder ook die nodige bestuursinligting te versamel, te verwerk en in bruikbare vorm aan die bestuur voor te lê. Volgens Smith (1978:154) was hierdie tekorkoming by 25,94% respondente teenwoordig tydens sy ondersoek.

4.6.1.6 Organisasiestruktuur

Allen (1973:65) beskryf dit so: Om te organiseer behels in kort om alles wat gedoen moet word, om die ondernemingsdoelwit te bereik, so te rangskik, te kombineer en te koördineer, dat dit op die mees doeltreffende wyse gedoen kan word deur mense. Organiserings kan alleen plaasvind as elke lid van die onderneming weet waar hy sy insette moet lewer. Kleinsakeondernemings skiet hier ver tekort deurdat daar selde 'n behoorlike organisasiestruktuur teenwoordig is, en weens dié tekortkoming vind sosiale verantwoordelikheid nie plaas nie.

4.6.1.7 Personeel

Bolton (1971:21) beweer dat in die algemeen aanvaar kan word dat arbeidsverhoudinge in die kleinondernemings gewoonlik beter is as in groot ondernemings. Dit spruit hoofsaaklik voort uit die meer intieme persoonlike verhoudinge tussen werkgewer en werknemer. Tog is dit ook bekend dat die klein ondernemer dit moeiliker vind omvoldoende bekwame en opgeleide personeel te kry en te behou. Personeel wat so belangrik is kan die sosiale verantwoordelikheid wat deur bestuur gestel word, baie skaad deur nie uiting daaraan te gee nie. Deurdat kleinsakeondernemings nie 'n groot personeel het nie, kan alle tipe vaardighede nie geakkommodeer word nie. Die onderneming moet bewus wees van tekortkominge en vaardighede in sy onderneming. Hierdie tekortkominge kan aangevul word deur opleiding en die gebruikmaking van kundige buitestaanders. Indien die kleinondernemer en sy personeel nie sekere vaardighede het nie, kan die onderneming riskant wees (Anon., 1984:301).

4.6.2 Eksterne faktore

Gedurende die afgelope kwarteeu het die sakewêreld 'n drastiese verandering ondergaan. Hierdie veranderinge was progressief en ook intens. Die individu het 'n emansipasie beleef wat gekenmerk was deur vrye denke, nuwe waardes en meer kritiese beskouing ten opsigte van die moderne ekonomie en praktyke wat daarin voorkom.

Kwantifisering van eksterne faktore wat 'n invloed uitoefen op die voortbestaan van 'n individuele eenheid binne 'n bepaalde omgewing, vereis in die eerste plek wetenskaplike gefundeerde studie en navorsing (Smit, 1978:142).

4.6.2.1 Veranderde distribusiepatroon

Strydom (1978:40) wys daarop dat die meeste lande van die wêreld, die afgelope dekade dinamiese veranderinge in distribusiehandel beleef het. Hierdie veranderinge word tans geïllustreer deur die vestiging van nuwe inkoopentrums buite die stadskern, modernisering en verandering van bestaande geboue en sentrums, en die opkoms van die hipermarkte. Gemelde ontwikkeling bied weliswaar ook nuwe geleenthede aan die kleinsakeonderneming, maar andere, wat dikwels gebind is aan hul bestaande ligging en geboue, word nadelig deur hierdie ontwikkeling getref. Die kleinsakeonderneming maak kontak met sy klante, maar is nie altyd in staat om projeksies van totale verandering of tendense te kan maak nie.

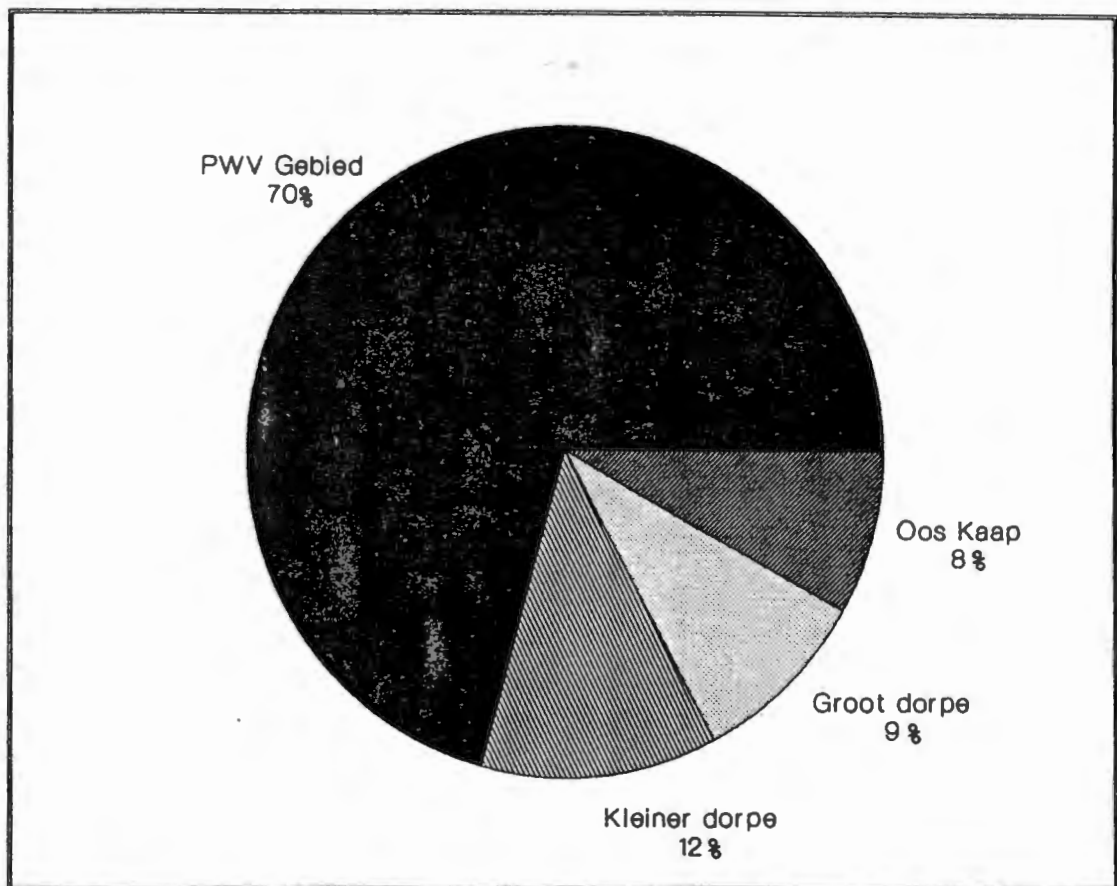
4.6.2.2 Demografiese verandering

Demografiese verandering konstitueer 'n besondere probleem vir die kleinsakeonderneming. Volgens Van der Merwe (1976:61) neem die bevolking van die platteland af, of handhaaf 'n relatief laer groeikoers as die stedelike gebied, terwyl 'n verandering in die samestelling van die plattelandse bevolking intree. Boere verminder in absolute sin, jongmense soek 'n heenkome in stede en professionele praktyke en diensbedrywe verskuif na groter sentra.

Kleinsakeondernemings wat noodsaaklike goedere en dienste moet voorsien, ervaar besondere probleme in hierdie omgewingsomstandighede. Histogram 1 is saamgestel, en wys daarin die projeksie van demografiese verskuiwing in verskillende rasse.

Die afgelope bevolkingsensus van 1985 toon die volgende demografiese kenmerke. Dit is duidelik dat indien Van der Merwe (1976:62) se demografiese verskuiwing in ag geneem word en daar word gekyk na die demografiese kenmerke soos saamgestel deur die R.G.N. (Tabel 19), is daar 'n definitiewe ooreenkoms tussen die demografiese gegewens. Verskeie beramings, berekenings, opnames en projekte is al van die totale bevolking van die RSA gemaak. Alhoewel navorsers oor die aannames van sommige verskil, is daar eenstemmigheid oor die feit dat daar met die Swart bevolking rekening gehou moet word.

Figuur 5 Projeksie van die Swart bevolking vir 2000

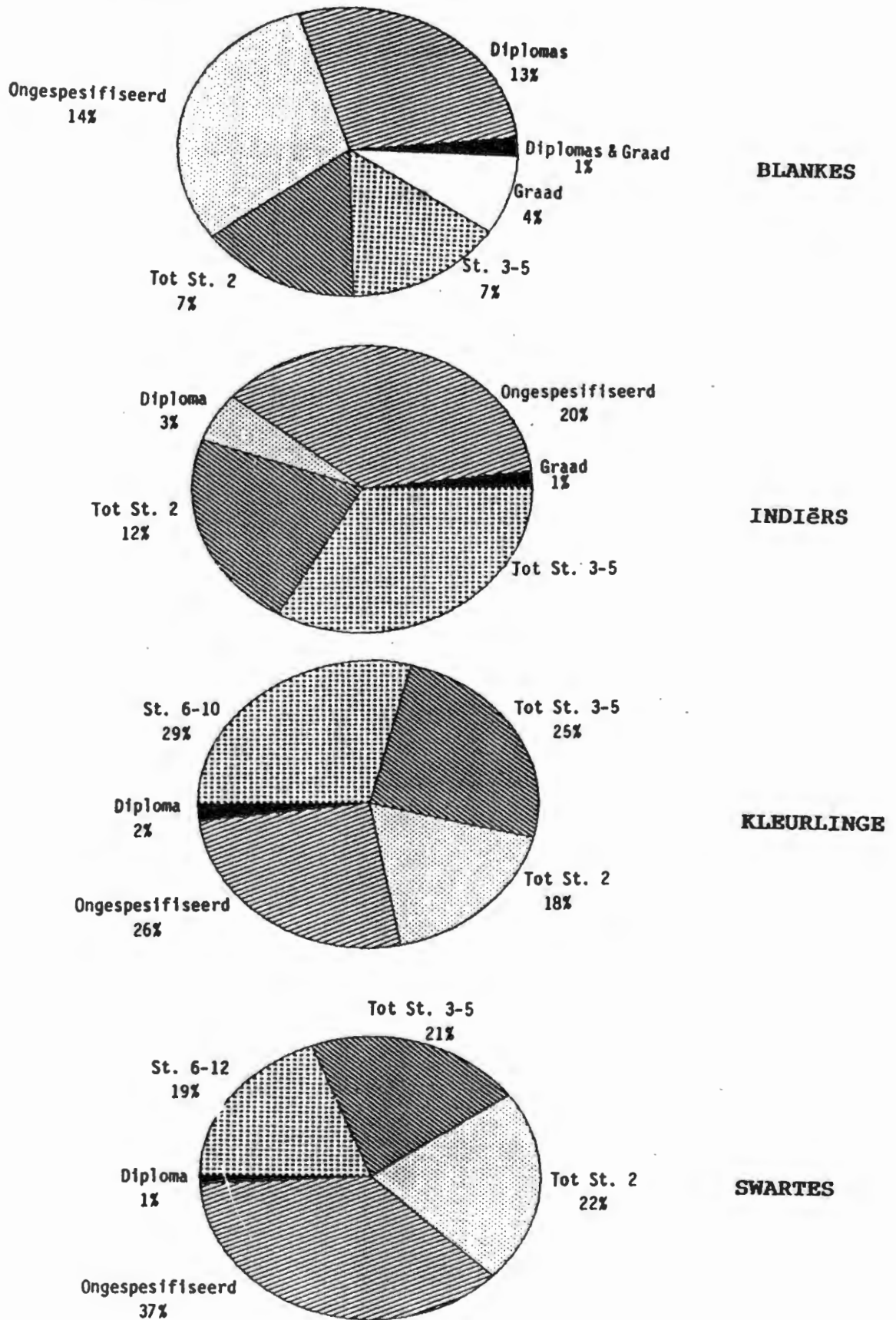


(Berkowitz et al., 1986:5)

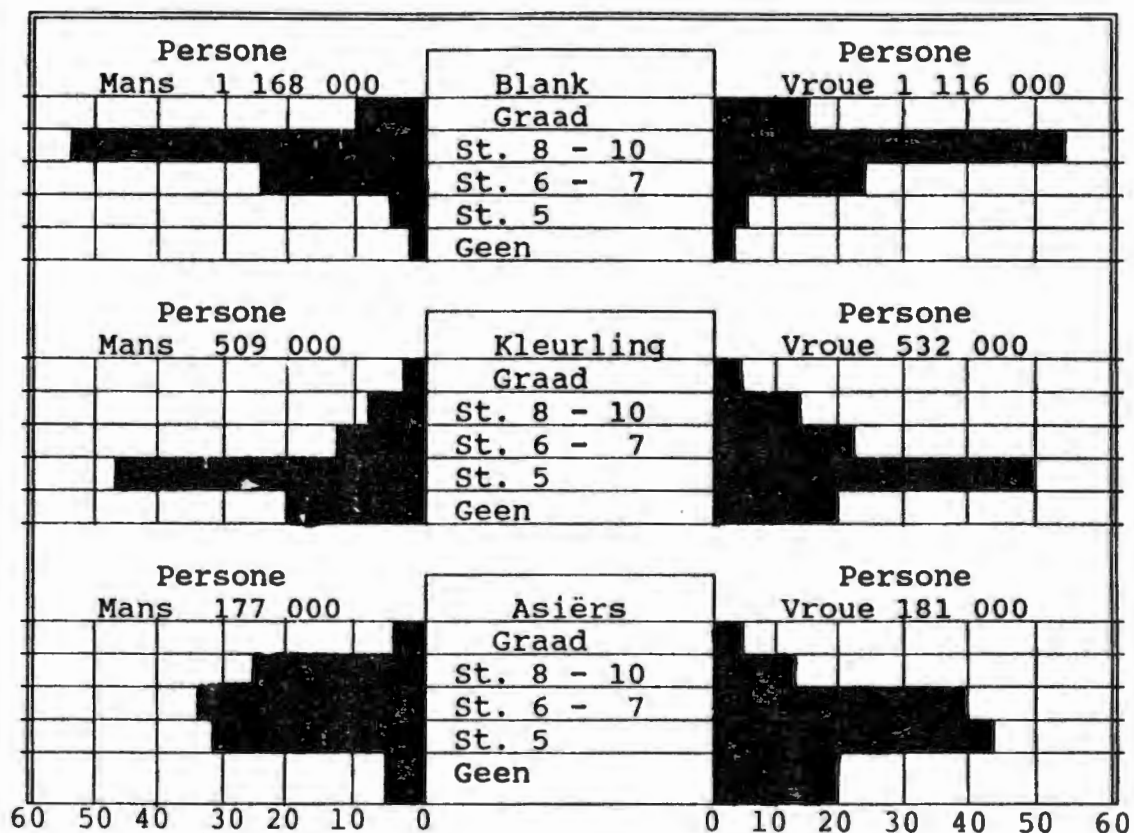
4.6.2.3 Opvoeding

Die Opleidingspeil van die Blanke populasie in die ekonomies aktiewe gedeelte van die land, in die ouderdom 25-64 jaar, is hoër as enige van die ander populasiegroepe. In 1970 het ongeveer 70% van die 1,2 miljoen Blanke burgers standerd 8 geslaag (10 jaar skoolopleiding). Die Asiërs het 26% standerd 8 geslaag. Die Kleurlingbevolking toon dat 66% van die manlike persone nie verder as standerd 5 gekom het nie. Die probleem met die lae opvoedingspeil is dat, om 'n onderneming suksesvol te kan bedryf, daar een of ander mate van geskooldheid moet wees. Dit is dan juis hier waar die Swart bevolking 'n groot agterstand het (Van der Merwe, 1976:64-65).

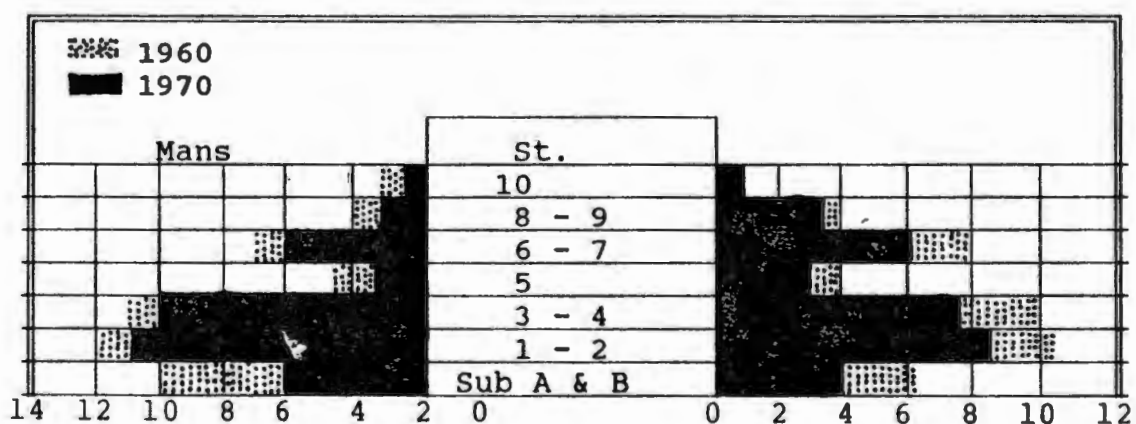
Die bevolkingsensus van 1985 toon aan ons die onderwyspeil van die verskillende bevolkingsgroepe. Van der Merwe (1976:64) het in haar studie die bevolkingsopleidingspeil nagevors. Die vernaamste bevindinge daarvan is saamgevat in Figuur 6.

Figuur 6 Onderwyspeil

Figuur 7 Opleidingsprofiel van ouderdom 15-64 jaar



OPLEIDINGSPROFIEL VAN SWART POPULASIE 1960 - 1970



(Van der Merwe, 1976:64)

Tabel 20 Onderwys - primêr

	1960	1970	1980	1981	1982
Blank	461789	543811	609291	613522	614703
Kleurling	9656	16483	26069	26986	28050
Asiërs	3963	6057	8730	8965	9199
Swart	26644	45953	74208	82121	91994

(Sentrale Statistiekdiens, 1983)

Tabel 21 Onderwys - sekonder

	1960	1970	1980	1981	1982
Blank	245647	310602	350131	353221	360711
Kleurling	28595	59027	136775	141768	147977
Asiërs	16841	40082	67371	70533	72514
Swart	47598	122489	555138	597920	562891

(Sentrale Statistiekdiens, 1983)

Tabel 22 Onderwys - tersier (Technikons en Tegniese kollege)

	1970	1980	1981	1982	1987	1988
Blank	52579	85957	89350	95972	82401	86529
Kleurling	3705	6911	9040	10738	7476	8461
Asiërs	6642	4741	3944	3967	5381	8424
Swart	3652	3145	3558	3786	12444	15613

(Sentrale Statistiekdiens, 1983)

(Sentrale Statistiekdiens, 1989)

Tabel 23 Onderwys - tersiër (Universiteit)

	1970	1980	1981	1982	1987	1988
Blank	80777	132924	126907	128194	164634	167553
Kleurling	4411	12887	12300	12944	24012	26527
Asiërs	4303	12872	13098	13873	19802	20750
Swart	12035	33641	33396	35736	82675	104397

(Sentrale Statistiekdiens, 1983)

(Sentrale Statistiekdiens, 1989)

4.6.2.4 Politieke en wetlike omgewing

Kleinsakeondernemings is relatief sensitief ten opsigte van regeringsbeleid en wetlike verpligtinge. In die breë word beleid deur die sentrale regering geformuleer, maar ordonansies en regulasies word deur plaaslike en streeksowerhede bepaal. 'n Beleid en optrede wat daarop gemik is om entrepreneurskap te prikkel, bevorder en ontwikkel en in die algemeen simpatiek staan teenoor die kleinsakeonderneming, kan veel daartoe bydra om groei in hierdie sektor van die ekonomie te stimuleer (Smit, 1978:144).

Volgens Bolton (1971:75) kan die agteruitgang van die kleinsakeondernemings in Groot Brittanje gesien word in die lig van "...an increasingly hostile environment...". Plaaslike en streeksowerhede kan veel daartoe bydra dat fasiliteite en geriewe geskep word om ontwikkeling van kleinsakeondernemings in 'n dorp of gebied te bevorder (Smit, 1978:144).

4.6.2.5 Algemene ekonomiese klimaat

Kleinsakeondernemings word byvoorbeeld eerste ingeperk in tye van kredietbeperkings. Dit is so dat finansieringsinstellings en algemene banke in sodanige tye die meer riskante en swakker gekapitaliseerde kleinonderneming eerste gaan beperk, alvorens krediet aan nasionaal-bekende, stabiele, grootbedrywe, ontsê word.

'n Tekort aan eienaarskapitaal en -reserwes by kleinsakeondernemings, verminder daarby ook die kanse om 'n resessie te oorleef (Smit, 1978:144).

Die uitwerking van die ongunstige ekonomiese klimaat op kleinsakeondernemings, word duidelik weerspieël in die 1975-jaarverslag van die Amerikaanse Small Business Administration. Bedryfsmislukkings het vanaf 1974 met 13,5% tot 11076 gestyg, terwyl die stigting van nuwe ondernemings afgeneem het tot dieselfde vlak as die jaar vantevore (Small Business Administration, 1975:13).

Die kleinsakeonderneming bevind hom in 'n nuwe era en nuwe uitdagings, en daar is probleme wat hul moet oorkom. Eerstens moet die kleinsakeonderneming besluit hoe om sy uitvoerstrategie te bepaal. Indien 'n onderneming nie sodanige besluit kan neem nie, word daar aan die hand gedoen, dat iemand wat dit wel kan doen in dien geneem moet word. Die kleinsakeonderneming moet ook die struikelblok van verskillende tale en kulture van ander lande oorkom. Finansieringskennis is in enige onderneming van belang, en die kleinsakeonderneming moet hom hierin bekwaam (Anon., 1984:300).

4.6.2.6 Algemene kleinsakeondernemingsprobleme in die V.S.A:

- Taal en kultuur
- Bemaking
- Markinformasie
- Buitelandse distribusiepatroon
- Naverkopedienste
- Spesifikasie van goedere
- Finansiering
- Tariefbepalings
- Buitelandse wette

Bogenoemde is 'n paar van die probleme en struikelblokke wat in die V.S.A. geïdentifiseer is (Anon., 1984:300-314).

'n Onderzoek wat deur Smith (1978:154) in die R.S.A. gedoen is op 239 kleinsakeondernemings, word van die probleme waaraan hul blootgestel word, uitgewys in Tabel 24.

Tabel 24 Probleme by kleinsakeondernemings

	Aantal probleme	% van 239
Ekonomiese omstandighede	21	8,79
Demografiese verandering	7	2,93
Verskerpte konkurrensie	17	7,11
Geen bestaansregverdigheid	6	2,51
Sosiale probleme	11	4,60
Bestuursbepaling	155	64,85
Organisasiestruktuur	38	15,90
Personeel	35	14,64
Ligging	16	6,69
Voorkoms en uitleg	72	30,13
Bemaking	101	42,26
Administrasie	62	25,94
Bestuursinligting	118	49,37
Voorraadbepanning en beheer	79	33,05
Aankope	37	15,48
Bruto wins	108	45,19
Kostestruktuur	93	38,19
Kredietbeheer	46	19,25
Kapitaaltekort en finansiering	69	28,87
Finansiële bestuur	104	43,51

(Smit, 1978:154)

4.7 Die wisselwerking tussen kleinsakeondernemings en die gemeenskap

Die bedryf is, net soos alle sosiale instellings, gesetel in 'n maatskaplik-kulturele verband van waardes en norme, waarin kragte van die verlede deurwerk en waarop hedendaagse opvattinge, gekombineer met toekomsdele, 'n rigtinggewende en -vormende invloed uitoefen. *"Slechts in door deze maatschappijk-culturele samenhang kan de problematiek van het bedrijf ten volle worden begrepen"* (Odendorff, 1972:127).

Volgens Parker et al., (1968:62-70) wend die bedryfsonderneming op verkeie terreine 'n poging aan om die gemeenskap te beïnvloed.

4.7.1 Verhoudinge

Doelgerigte pogings van die ondernemingsbelange om die gemeenskap te beïnvloed vind gedurig plaas. Die onderneming wil 'n gunstige indruk maak op die

gemeenskap, en hy moet dus rekening hou met die openbare mening en sy eie openbare beleid.

Arbeids- en bestuursverhoudinge word gewoonlik gesien as 'n interne aangeleentheid, maar wanneer vertroebelde verhoudinge ontwikkel tot die punt van 'n staking of uitsluiting, word die gemeenskap waarby die kleinsakeonderneming ingesluit is, deeglik daardeur geraak. Sedert die begin van grootskaalse mynbouwerkzaamhede in Suid-Afrika, het groot getalle trekarbeiders uit naburige lande na die R.S.A. gekom. Die migrasie is 'n toonbeeld van die tekort aanbetalende werkgeleenthede en die lae inkomste in die sodanige lande. Die mynstaking van 1987 beklemtoon die feit dat sommige lande die stakings in terme van geld, nie kan bekostig nie, as daar gekyk word na die bedrae geld wat die land verdien uit mynbou.

In 1986 is altesame R501,3 miljoen uitbetaal aan agtergehoue salarisse, oormaking, spaargeld en uitbetaling van voordele aan Swart mynwerkers (Anon, 1987:2). Uit bogenoemde is dit duidelik dat baie fasette van die lande se ekonomie deur hierdie stakings en vertroebelende omstandighede geraak word. Van die bedrae geld wat uitbetaal is soos bo aangetoon, word groot gedeeltes in die kleinsakeonderneming gespandeer en word hy dus direk geraak as sodanige uitbetalings beïnvloed word deur stakings. Ons moet verder daarop let dat die kleinonderneming in sy werknemers nie met 'n aantal losstaande individue te make het nie, maar met verteenwoordigers van die sosiale omgewing. Die intrinsieke integrasie van die onderneming oefen dus ook 'n invloed uit op die ekstrasieke integrasie van die onderneming.

Die bedryfsonderneming en die gemeenskap is nie slegs wedersyds van mekaar afhanklik nie, beïnvloed mekaar nie slegs wedersyds nie, maar die onderneming het ook 'n verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap. Drucker (1951:30) en ander skrywers sien hierdie verantwoordelikheid van die onderneming soos volg:

4.7.2 Welvaartskepping

Die klein- en grootonderneming is die instellings in die gemeenskap wat welvaart skep. Deur genoegsame wins te genereer is die gemeenskap gevrywaar van wisselvallighede wat mag opduik. 'n Groot gedeelte van die arbeidsmag word deur kleinsakeondernemings in diens geneem. Dit geld veral in plattelandse gebiede waar die bevolking te klein is om grootondernemings te regverdig. Dit is veral aan hierdie besondere kenmerke van die kleinsakeonderneming te danke, dat 'n betekenisvolle sosio-ekonomiese rol in onderontwikkelde gebiede gespeel kan word (Moolman, 1986:703).

4.7.3 Werksekuriteit en werkverskaffing

Die kleinsakeonderneming bied vooruitgang en werksekuriteit vir sy werkers. Die belangrike rol van kleinsake in die verskaffing van werkgeleentheid het veral in die afgelope aantal jare na vore gekom.

Birch (1979:9) beweer dat tussen 1960 en 1976 daar ongeveer 66% van alle werkgeleenthede in die VSA met minder as 20 werknemers deur die kleinsakeonderneming verskaf is.

4.7.4 Werkverryking

Die klein onderneming mag sy werkers nie uitbuit of volledig beslag lê op hulle privaatheid nie, maar moet dit wat hy aan die kleinsakeonderneming bied ten volle gebruik en ontwikkel. Dit gebeur onder andere deurentyd, dat werknemers sonder kundigheid by 'n kleinsakeonderneming diens aanvaar, en dan besondere vaardighede bekom onder leiding van 'n entrepreneur. Deur vasberadenheid en deurstellingsvermoë wat soms aan hardkoppigheid grens, bring die entrepreneur deur innovasie en vindingrykheid baie van sy probleme onder die knie en word tekortkominge heel dikwels tot voordele omskep (Pretorius, 1985:49).

4.7.5 Gemeenskapstabiliteit

Die kleinsakeonderneming dra by tot die lewer van stabiliteit en standvastigheid in die gemeenskap. Die kleinsakeonderneming voorsien in 'n groot mate in die behoeftes van die gemeenskap. Geen gemeenskap, of selfs individue binne die gemeenskap, is dieselfde nie. Verskillende gewoontes, smake, voorkeure en behoeftes moet bevredig word. Die sosio-ekonomiese bydrae tot gemeenskappe kom veral op twee maniere tot uiting, volgens Bolton (1971:1) naamlik dat die kleinsakeonderneming 'n wye keuse en hoë standaard van persoonlike diens en produkte aan die gemeenskap verskaf, verder, om dit wat uit die gemeenskap geput word, weer terug te plaas in die vorm van die toepassing van sosiale verantwoordelikheid.

4.8 Sosiale verantwoordelikheid in die V.S.A

Die studies van Wilson, Krishman en Fry word breedvoerig bespreek om in 'n latere hoofstuk duidelike korrelasies te verkry, asook riglyne vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid. Wilson (1980:23) beweer dat sosiale verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings die afgelope jare 'n belangrike faset geword het. Ten spyte van die ondersoek, is daar 'n tekort aan literatuur in die verband. Gedagtig aan die feit dat die grootonderneming kapitaal-sterk is en makliker sekere take kan vervul, is dit so dat heelwat meer oor die grootsaak geskryf is. In die V.S.A. is daar 'n aanslag om die sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakeonderneming te ondersoek. Die doel van die studie was, om insae te verkry in die idees en houdings van kleinsakemanne en die algemene publiek in 'n gemiddelde stad ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. In hierdie studie van Wilson (1980:17-24) is 180 kleinsakeondernemings betrek. Aan elkeen is die basiese vraag gevra, naamlik: Hoe sien u die sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakesektor? Op grond van haar navorsing het sy tot die slotsom gekom dat kleinsake in twee groepe verdeel kan word: Tipe P waar die besigheidsmense winsgeoriënteerd is, en groep V, wat bekommerd is oor die waarde van addisionele winste. Hierdie groep mense sien die omgewing as net so goed as die wins wat hulle maak. Wilson (1980:24) bevind dat slegs 12% van die 180 kleinsake tot Tipe V gereken kan word, en dat 88% Tipe P-georiënteerd is. Bogenoemde skrywer se studie was van belang vir verdere navorsing op die sosiale verantwoordelike terrein.

Een van die doelstellings van Wilson (1980:25) se studie is om 'n vergelyking tussen kleinsakeondernemings en grootsakeondernemings, met die inaggenome sosiale verantwoordelikheid, te vind. Grunig (1979:748-764) se studie bring aan die lig dat grootondernemings nie 'n hoë waarde aan sosiale verantwoordelikheid toeken nie. Areas soos produkkwaliteit, gelyke geleenthede en besoedeling, is aspekte wat as verantwoordelike aspekte beskou kan word, terwyl die kleinondernemer nie by omgewing en algemene sosiale probleemareas betrokke moet raak nie.

Die ongewilde houding ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid, word verder deur Harris (1980:31) geïllustreer. Die resultaat wys dat die meeste van die publiek vertroue verloor het in sosiale verantwoordelikheid. In 1966 het 55% 'n positiewe verwagting ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid geopenbaar terwyl die syfer in 1980 na 15% gedaal het.

Krishman en Fry (1982:20-24) kom na vore met 'n ondersoek waar 209 topbestuurders ondervra is. Hulle wys daarop dat die oorgrote meerderheid besef dat hulle 'n sosiale verantwoordelikheid het, gepaardgaande met die maak van wins. Die gevolgtrekking van die skrywers is, dat die ondernemingverantwoordelikheid en die van publiek dieselfde is. Albei groepe sit verantwoordelikheid bo-aan die prioriteitslys, tog is daar bestuurders wat wins hoog aanskryf.

■ Metode van navorsing

Krishman en Fry (1982:23-24) se studie is gebaseer op 'n ewekansige opname, wat telefonies plaasgevind het in 'n gemiddelde grootte Amerikaanse stad gedurende Julie 1981. Respons is verkry van twee groepe besigheidseienaars, asook van besigheidsbestuurders en individuele persone, wat nie direk verbind is tot 'n besigheid nie. Vyf-en-sestig sulke individuele en 51 besigheidspersone is direk betrek. Die oorgrote meerderheid is deur middel van ewekansige getalle betrek. Vyf persone is deur middel van persoonlike onderhoude ondervra. Die helfte van die ondernemings is gekies met behulp van die ewekansige opname uit die telefoongids. Die ander helfte was ook verkry deur middel van 'n ewekansige opname van persone, wat betrokke was by die Bradley University's Small Business Institute program. Die vraelys vir die ondersoek was so saamgestel, dat dit die houding van albei groepe toets. Daar was sewe vrae ingebou in die vraelys, waarvan vier hier bespreek word met die oog daarop om dit later met eie bevindinge, sowel as bevindinge in 'n vorige studie te vergelyk, om daardeur 'n korrelasie te bepaal. Vraag een was daarop gemik om onderskeid tussen die twee groepe te bepaal, en vraag twee op die respondente se siening van sosiale verantwoordelikhede. Die derde vraag probeer die verskil tussen kleinsakeondernemings-verantwoordelikheid en verbonde verantwoordelikheid vasstel. Elke groep is gevra of hulle 'n sosiale verantwoordelikheid ervaar. Die sesde vraag was 'n reeks vrae wat hul in rangorde van 1-10 moet plaas, inagnemend hul taak ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. Die items was verdeel in vier groepe, naamlik:

- i) verantwoordelikheid ten opsigte van die kliënt;
- ii) ten opsigte van werknemers;
- iii) gemeenskapsbetrokkenheid;
- iv) die plek van winste in die onderneming.

■ Resultaat van die studie

Die eerste vraag wat deur Krishman en Fry (1982:21) gevra is, dui op die definisie van sosiale verantwoordelikheid. Die resultaat toon dat besigheidseienaars en besigheidsbestuurders 'n meer komplekse begrip van sosiale verantwoordelikheid het. Slegs 16% van die 51 besigheidsmense, en 26% van die 65 individue het nie die vraag beantwoord nie. Verder blyk dit uit die opname, dat besigheidsmense die vraag baie meer volledig beantwoord as hul nie-besigheidsmense. Daar is 'n beduidende verskil te bespeur tussen die twee groepe. Die rede kan wees dat die kleinsakeonderneming meer bewus is van sy sosiale verantwoordelikheid ten opsigte van die gemeenskap. Hierdie feit kom ook voor in 'n vorige studie naamlik dat kleinsakeondernemings wel sekere van hul sosiale verantwoordelikhede nakom, ten

spyte van sekere beperkinge op hul gelê. Die herhaling van komponente genoem in definisies van sosiale verantwoordelikheid, stem ooreen met resultate van Wilson (1980:17-24) se studie. Sosiale verantwoordelikheid was duidelik in albei studies. Een van die toetspersone het gesê: *"Small business (as well as large) have the responsibility of bringing to their customers the best quality product they can, at a price that is as competitive as they can make it"*. Besigheidsmense definieer sosiale verantwoordelikheid as *"delivering to the customer what we advertise and promise"*. Dit is duidelik dat verantwoordelikheid aan die verbruiker baie belangrik is. Die enigste beduidende frekwensieverskil tussen die twee groepe soos aangetoon in die ondersoek, toon dat die sosiale verantwoordelikheid grootliks in die onderneming self lê.

In enige gegewe samelewing is daar meer kleinsake as grootondernemings, en is dit belangrik om te kyk wat die publiek se sienswyse is ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid in die groot- en kleinsakeonderneming. Die vraag word gevra of daar 'n verskil tussen die sosiale verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings en grootondernemings is. Die respons van die vraag word in meegaande Tabel 25 saamgevat.

Tabel 25 Groot- en kleinsakeondernemings se gevoel ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid

Geen Respons N=1	Versameling % N=115	Besigheids % N=50	Individuele N=65
Ja	44,7	36,0	50,8
Nee	55,7	64,0	49,2

Uit die tabel 25 kan afgelei word dat daar 'n klein verskil in die verantwoordelikheid van die klein- en grootsakeonderneming is. 'n Beduidende verskil tussen die opinies van die twee groepe kan egter aangedui word. Nie-besigheidsmense verskil oor bogenoemde stelling, maar is geneig om positief te antwoord. Soos voorheen gesê, blyk dit uit die ondersoek van Krishman en Fry (1982:21) dat ondernemings nie heeltemal hul sosiale verantwoordelikheid nakom nie. Daar bestaan tog 'n mate van twyfel by die respondente wat sosiale verantwoordelikheid werklik is.

Krishman en Fry (1982:23) ondersoek verder of kleinsakeondernemings wel hul sosiale verantwoordelikheid nakom. Die resultaat toon egter dat 87,4% kleinsakeondernemings van mening is dat sosiale verantwoordelikheid wel deur die kleinsakeman nagekom word, terwyl 12,6% glo dat daar nog baie gedoen moet word om sosiale verantwoordelikheid na te kom.

Die vraag is ook aan grootondernemings gevra, of sosiale verantwoordelikheid na hul mening nagekom word. Dit beteken dat die klein-, en grootsakeonderneming die hele besigheidsektor in hul vertrouwe het. Hierdie vertrouwe is veral bespeur by kleinsakeondernemings, as in aanmerking geneem word dat 87,4% aandui dat sosiale verantwoordelikheid wel nagekom word. Grootondernemings het wel 'n aanvaarbare resultaat getoon, naamlik 71,8% wat voel dat sosiale verantwoordelikheid nagekom word, maar tog is dit 'n laer tendens as by kleinsakeondernemings. Die twee aspekte wat na vore kom is:

- Dat kleinsakeondernemings minder vertroue in hul eie optrede het as wat die publiek het. Die rede vir die sienswyse is dat die publiek kleinsakeondernemings sien as 'n onderneming met 'n plafon, en dat hulle dus nie sulke hoe verwagtinge koester as van die groter sakeondernemings nie.
- Verder gaan die kleinsakeonderneming van die standpunt uit dat hul so vasgevang is in dag-tot-dag-gebeure, dat hulle nie tyd vir die sosiale verantwoordelikheid het wat op hul skouers geplaas is nie.

■ Gevolgtrekking

In hoofstuk 6 sal daar 'n vergelyking tussen bevindinge van bogenoemde navorser en hierdie studie getrek word. Die belangrikste bydrae in hierdie ondersoek van Krishman en Fry (1982:24) is, dat dit 'n beter begrip van die komplekse sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakesektor na vore bring. Vergelykings tussen die kleinsakesektor en ander individuele persoonlikhede, het verskeie sleutelaspekte sowel as gebiede in beide groepe, wat meer aandag verg, na vore gebring. Kleinsakeondernemings is volgens bogenoemde skrywer meer in voeling met die verwagtinge van hulle omgewing en is ook meer krities met betrekking tot hul vermoë. Daar is groot verskille in hierdie studie, vergeleke met soortgelyke studies in die verlede. Die moontlike rede vir die verskille is dat sakeondernemings die afgelope jare meer bewus geword het van hul verantwoordelikheid en dat ondernemings meer realisties geword het ten opsigte van hul verwagtinge. Wilson (1982:17-24) vermeld dat die al groter wordende behoefte aan opvoeding van kleinsakeondernemings en die algemene publiek, ten opsigte van die rol wat hul moet speel in die omgewing waarin hulle hul bevind, van deurslaggewende belang is.

4.9

Investering benodig beplanning -- sosiaal verantwoordelike uitkyk

Stroup et al., (1987:22-35) beweer in hul studie dat die uitgawes wat aangegaan is vir sosiale verantwoordelikheid 'n belegging is. Dit is moontlik om in sosiale verantwoordelike aksies te belê. Daar moet eerder konserwatief vooruit oorweeg word wat ons verstaan onder sosiaal-verantwoordelik. Die bestaande hulpbronne moet liefies aangewend word om toekomstige sake te versterk. 'n Aantal ondernemings het betekenisvolle stappe geneem met die beleggingsfilosofie in gedagte. Vroeër was die gee van werkvoordele aan werknemers onbekend, selfs verlof was beskou as 'n verlies aan tyd. Geleidelik het die persepsie van voordele aan werknemers egter gegroei totdat dit eerder as 'n belegging beskou is. Werksomstandighede wat die gesondheidstoestande van werknemers bevorder, en vakansieverlof is weldra beskou as normale uitgawes wat op sy beurt weer nuwe waardes in die onderneming teruggeploeg het. Die ontwikkeling van sosiale verantwoordelikheid vanaf 'n vrywillige na 'n verpligtende basis om te belê, sal steeds voortgaan teen verskillende tempo's. 'n Onderneming sal die meeste voordeel trek, as hy die verpligtende stadium oorskry en direk na aksie van belegging in die toekoms oorgaan. Dit vereis 'n siening dat 'n wydverspreide sakebedryf verhoog kan word, as erkenning gegee word aan moontlikhede asook aan die beperkinge wat die sosiale koers vereis.

4.10

Kan sosiale verantwoordelikheid beskou word as korporatiewe belegging

In die vorige punt (4.9) het Stroup probeer aantoon hoekom hy die definisie van sosiale verantwoordelikheid as uitgedien beskou. Anderson (1987:24) bevestig dit in

sy ondersoek dat hy twyfel of alle maatskappye sosiale verantwoordelijkheid as 'n belegging beskou.

Ofskoon die konsep van die skrywers aan te beveel is en ook verkieslik is, is dit tog nie vry van strikvalle nie en ook nie die uiteindelijke oplossing vir sosiale probleme nie. Miskien is die siening ook ooroptimisties dat meeste sakeondernemings dit kan implementeer.

4.11 Belegging bepaal toekomstige winste

Meeste woordeboeke omskryf belegging as die aanwending van geld of kapitaal vir die aankoop van eiendom of 'n sakeprojek, met die verwagting dat dit wins sal afwerp. Daarom is enige belegging, per definisie, 'n handeling wat moet uitloop op wins vir die onderneming. Die vraag ontstaan: kan alle sosiale verantwoordelike handelinge, afgesien van die feit hoe oordeelkundig aangepak, uitloop op 'n verhoogde wins?. Is dit die beste plek om geld te belê of kan 'n beter kontraprestasie elders verkry word. Stroup et al., (1987:25) is van mening dat die vrae eers verantwoord word ten opsigte van handels groei en oorlewing.

4.12 Besluitneming en sosiale implikasies

Volgens Buffa en Pletcher (1980:78) moet kleinsakeondernemings betrokke wees by besluitneming oor sosiale verantwoordelijkheid, om verskeie redes:

- Ondernemings speel 'n beduidende rol in die voortbring van probleme wat 'n wye sosiale betekenis vir werknemer, kliënt en publiek het;
- daar is kort- en langtermyn voordele wat betrokkenheid deur die kleinsakeonderneming put uit betrokkenheid, en
- menslikheid is belangrik en die implikasies is van kardinale belang in beide gemeenskap en onderneming, vir die doelmatige uitleef van sosiale verantwoordelijkheid.

Die interverhouding tussen kleinsakeonderneming en die gemeenskap was nog nooit so groot soos vandag nie. Die besluite wat geneem is kan byvoorbeeld leefwyses en voorspoed van 'n gemeenskap beïnvloed. Op nasionale vlak het dit ook verreikende gevolge.

4.12.1 Wat is 'n sosiaal-verantwoordelike besluit

Die kern van sosiale verantwoordelijkheid ontstaan uit die betrokkenheid en gevolge van die een se optrede en die invloed wat dit mag meebring in die ander se voortbestaan. Hierdie idee word opgeneem in die meeste gelowe en filosofie van die wêreld, maar is daar limiete in die aanwending van persoon tot persoon teenwoordig. Sosiale verantwoordelijkheid beweeg vorentoe deur die insluiting van institusionele optredes en die effek op die sosiale sisteem in geheel. Sonder hierdie addisionele stap, sal persoonlike en institusionele optredes geskei wees. Besigheidsmanne kan 'n model lewe lei maar moet ook voortgaan met die rasionalisering van sy onderneming, deurdat geen direkte en persoonlike gevolge betrokke is nie. Rivierbesoedeling kan as 'n publieke probleem gesien word, wat opgelos kan word deur 'n publieke of gemeenskapsaksie. Die idee van sosiale verantwoordelijkheid lê daarin, dat hy sy optrede sal oorweeg in terme van die hele gemeenskap. Sosiale verantwoordelijkheid verbreed sakemanne se sienswyses en handelinge tot 'n breë

uitkyk op die totale besigheidssisteem. Die idee van sosiale verantwoordelikheid lê daarin opgesluit, dat elke persoon verbind is tot 'n verlengde sosiale sisteem waarop hul ten dele kan steun.

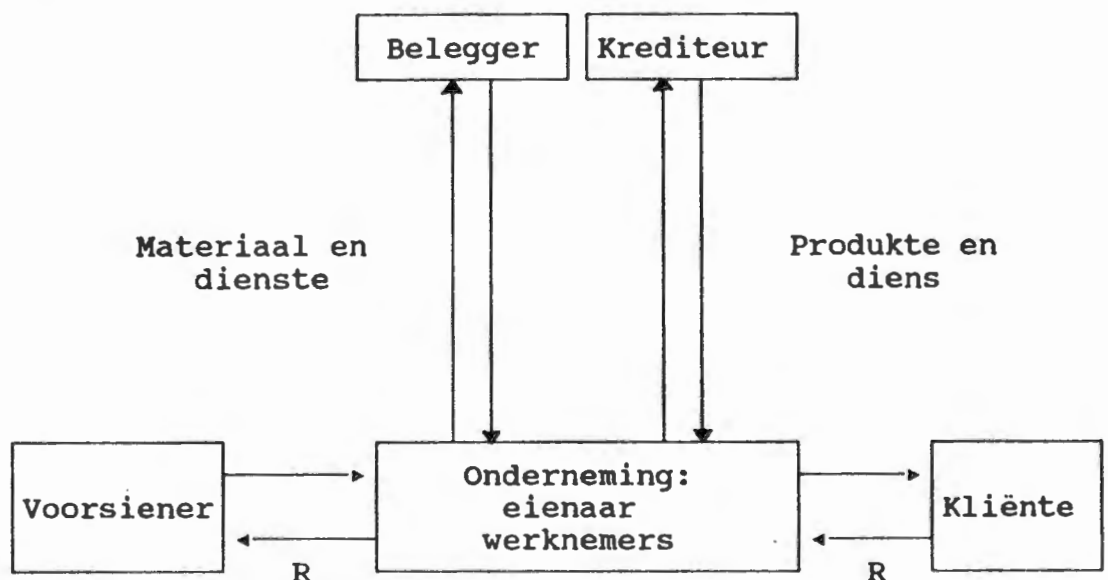
Sakemanne wend sosiale verantwoordelikheid aan sodra hul die behoefte sien asook die effek wat dit op ander het. Sosiale verantwoordelikheid is die besorgdheid van die sakeman oor die publieke welvaart. Deur die besorgdheid van sakemanne teenoor die omgewing, skep hul 'n atmosfeer van welwillendheid. Die kleinsakeman begin om wyer te kyk as net die noue ekonomiese tonnel waarin hy hom bevind. Hy word deel van die omgewing en begin om sosiale norme in te weef in sy onderneming se strategie.

Davis en Blomstrom (1971:39) is van mening dat vanwee die vinnige veranderde tegnologie, markte, boikot van die buiteland en koopgewoontes, die sakeman hom in 'n omgewing bevind waar die kliënt nog die belangrikste deel van sy onderneming is. Maar ondervind egter probleme om altyd sy ooreenkoms na te kom.

4.12.2 Mens as omgewingselement

Buffa en Pletcher (1980:33) beweer dat in die ekonomiese sisteem daar altyd mense teenwoordig sal wees. So is daar krediteurs, kliënte, werkers, werknemers, werkverskaffers en eienaars wat betrokke is in die kleinsakeonderneming. Indien daar na 'n gemeenskap gekyk word, kan verwantskap sorg vir interverhouding tussen werksaamhede en besluitneming. Soos gestel is deur bogenoemde skrywer, speel die mens deurgaans 'n onuitwisbare rol as omgewingselement. Hicks en Gullett (1975:64) is van mening dat die eerste element in die omgewing die mens is. Sonder die mens is die bestaan van die kleinsakeonderneming ondenkbaar. Vervaardiging kan alleen bestaan as die omgewing, waarin hy hom bevind hom kan voorsien van opgeleide werkers. Mense bepaal die bekombaarheid van ander bronne en die verwerking daarvan.

Figuur 8 Die onderneming en sy omgewing



(Buffa en Pletcher, 1980:33)

4.12.3 Hulpbronne

Hulpbronne bepaal soms die posisie van die onderneming, enige kleinsakeonderneming moet voorsien word van die roumateriaal om te kan voortbestaan. Kleinsakeondernemings moet oor die nodige fasiliteite beskik wat so na moontlik aan sy hulpbron geleë is. Klimaat speel 'n rol by die posisie van die onderneming, byvoorbeeld 'n vakansieoord waar motorbote welkom is, moet naby water geleë wees en die klimaat van so 'n aard wees dat dit aantreklik is (Hicks et al., 1976:64).

Radel en Reynders (1971:22) sien dit so: om die menigvuldige behoeftes van die gemeenskap te bevredig, moet produksie plaasvind, dit wil sê, moet ekonomiese nut geskep word. Produksie omvat egter nie fisiese voortbrenging van goedere en dienste nie, maar ook al daardie bedrywighede wat hierdie goedere en dienste oorbring na die verbruiker. Maar nou kan die produksie alleen plaasvind deur die samewerking van die verskillende produksiefaktore. Hierdie produksiefaktore is die natuurbronne, arbeid, kapitaal en ondernemingsgees. Buffa en Pletcher (1980:34) sien die produksiefaktore as deel van die hulpbronne wat aangewend kan word vir die verwesenliking van sosiale verantwoordelikheid, deurdat uit die ontginning van die hulpbronne daar sekere nut, soos voorheen gesê, gevind word. Die produksiefaktore, deur bogenoemde skrywers vermeld, word deur hulle aangewys as grond, kapitaal, arbeid en entrepreneurskap. Die grond is 'n vaste bron wat dien vir baie aktiwiteite byvoorbeeld landbou, mynbou en plek vir die voorsiening van behuising. Arbeid sluit elke persoon in vanaf die eienaar van 'n kleinsakeonderneming tot die laagste werker, en elk van hierdie persone lewer 'n bydrae tot die sukses van die onderneming en die welvaart van die gemeenskap. Kapitaal word deur elke onderneming benodig hetsy groot- of kleinonderneming. Sonder kapitaal in die onderneming kan daar geen produksie of dienste voorsien word nie. Die produksiefaktore is nutteloos as die entrepreneur dit nie bymekaarbring om 'n suksesvolle besigheid te begin nie. Die kern van produksiefaktore en sosiale implikasies lê daarin, dat besluitneming gedoen word deur die eienaar of entrepreneur. Die aanwending van die produksiefaktore kan verreikende gevolge meebring, hetsy voorspoed of teenspoed. Hoe die entrepreneur hierdie bronne gaan aanwend tot sy voordeel, om uiteraard wins te maak en ook sosiaal aanvaarbare besluite te neem, is van belang vir die voortbestaan van die kleinsakeonderneming.

4.12.4 Houdings en persepsies

Hicks en Gullet (1975:66) is van mening dat houdings as 'n omgewingsfaktor nie altyd na waarde geag word nie, omdat die houding so verstrengel is in die moderne lewensuitkyk.

Vandat ondernemings 'n rol speel in die generering van sosiale probleme, is daar geen verandering in die werkloosheid nie. Daar sal dus kort en langtermyn voordele voortspruit vir die onderneming, deur sy hulp aan die oplossing van sosiale probleme. Elke instansie en persoon het 'n aandeel in menslikheid as dit kom by houdings en persepsies ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. Elke mens en gemeenskap is deel van die omgewing en die interaksie. Elke persoon drink dieselfde water, asem dieselfde lug in, word blootgestel aan gevaarlike afval. Almal het inherent 'n belangrike rol om te vervul in die gemeenskap as innoveerder, kliënt en besigheidsmens (Buffa en Pletcher, 1980:60).

4.12.8 Sosiale verantwoordelikheid van die mens

Die soeke na sosiale aanvaarbare gedagtes kom in 'n groot mate van die individu, werknemers, kliënte en inwoners van 'n gebied. Die bewering word gemaak dat die gemeenskap regte het, wat teruggevoer kan word na die ekonomiese sisteem. Van die regte gekoppel aan die ekonomiese sisteem is:

- Die reg tot veiligheid;
- die reg om ingelig te wees;
- die reg om eie keuses uit te oefen, en
- die reg om spraak.

Die individu verwag dat 'n ander persoon sal beswaar aanteken teen 'n onaanvaarbare besluit van die onderneming, maar dit is elke persoon se reg en sosiale verantwoordelikheid om op te tree, indien besluitneming deur die onderneming nie aanvaarbaar vir die gemeenskap is nie. Verbruikers word soms gekonfronteer met lastige vrae wat deur die ondernemings gevra word om die produkkwaliteit te bepaal. Hierdie vrae strek egter tot die voordeel van die gemeenskap en is dit die verbruiker se plig om te reageer, siende dat dit toekoms besluitneming van die kleinsakeonderneming kan beïnvloed (Buffa en Pletcher, 1980:75-76).

4.12.9 Aanvaarbaarheid van besluite is belangrik

Vir 'n besluit om sosiaal-aanvaarbaar te wees, moet dit die algemene publiek se goedkeuring wegdra. Die besluit moet in sy oorsprong sosiaal-aanvaarbaar wees. Indien besluitneming deur die onderneming nie die algemene publiek se gevoel in gedagte hou nie, kan die besluitnemers nie daarop aanspraak maak dat hulle die omgewing geken het in hul optrede nie. Die teendeel is ook waar, dat die besluite nie altyd die publieke gevoel wegdra nie. Besluite as gevolg van swak oordeel van bestuur, of deur onvoorsienighede, kan dan teenstrydig wees met algemene verwagtinge van die gemeenskap. Dit is dus belangrik dat die werklike resultate en voorstelle die omgewing sal dien.

4.12.10 Werknemer se regte in die sosiale omgewing

Kleinsakeondernemings is nie by magte om die werkers te beveel na watter kerk hy moet gaan, in watter gebied hy moet vestig of 'n huiskoop nie, teenoor watter politieke party hy lojaal moet wees nie, by watter buiteklub hy moet gholf speel en wat die werknemer moet doen as hy tuis is nie. Die staat gee elke inwoner sekere regte en voordele wat hy mag uitoefen. Soms is dit so dat 'n werker sekere vryhede sal moet opoffer sodra hy by 'n sekere onderneming begin werk. Soms is dit nodig om vryheid van spraak op te gee, indien daar onder 'n hoof gewerk gaan word in die sakeonderneming.

4.13 Samevatting

Entrepreneurs se optrede word beïnvloed deur verlede, opvoeding, geskooldheid en die sosiale omgewing waarin hy hom bevind. Kleinsakeondernemings word gesien as een van die hoofbronne van werkskepping in die gemeenskap. Die sosiale verantwoordelikheid van die persoon op straat, word omskryf as die kleinsakeonderneming se positiewe verantwoordelikheid wat uitgeleef moet word, sonder om die omgewing waarin hy hom bevind te versteur.

Vir baie jare het die persepsie bestaan dat sosiale verantwoordelikheid eintlik net 'n barmhartigheidsdiens was. Daar is populêre literatuur wat nog die konsep voortsit dat sosiale verantwoordelikheid begin en eindig deur goed te doen aan die gemeenskap. Die eerste uitdrukking van sosiale verantwoordelikheid in meeste sakeondernemings was met 'n filantropiese gesindheid. Omdat dié soort liefdadigheid oorbodig was, is die logiese uitvloeisel dat die filantropiese houding beskou was, bloot as 'n vermindering van inkomste uit die onderneming. As pogings tot sosiale verantwoordelikheid verby filantropie beweeg het, kon die argumente betreffende kompetisie weer geopper word. Sakemanne het besef dat om te oorleef, moet hulle wegbeweeg van, deur goed te doen. Die besef het stadigaan posgevat dat langtermyn groei van die onderneming, die onderneming op sosiale verantwoordelike wyse, van baie meer belang is as korttermyn kostes.

Sosiale verantwoordelikheid is 'n filosofie wat toon dat, as 'n bestuurder besluite neem, hy die omgewing sal ken en dat hy die gevolg van 'n besluit sal kan dra.

Sosiale verantwoordelikheid strek baie wyer as bloot die verantwoordelikheid van 'n onderneming, en dat sosiale verantwoordelikheid reeds sy oorsprong het by die gesins- en familie verband. Skrywers som sosiale verantwoordelikheid op as volg:

- Die bedryfsonderneming is 'n gemeenskapsinstelling wat welvaart skep;
- vooruitgang aan sy werkers bied;
- nie sy werkers mag uitbuit of volledig op hulle beslag lê nie, en
- 'n bydrae moet lewer tot stabiliteit in die gemeenskap.

Sosiale verantwoordelikheid het ook verskeie betekenisse verkry. Die mees algemene is, dat die sosiale verantwoordelikheid vanaf die staat na die privaatomerneming verskuif en dat hul moet toesien dat die gedien word, en dat daar omgesien moet word na hulle welvaart.

Tydens die studie is ondervind dat die tegnologiese vooruitgang nie net gekoppel kan word aan groot ondernemings nie, maar dat kleinsakeondernemings hier ook sterk staan. Vergelykende bydrae van kleinsakeondernemings en grootsakeondernemings ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid moet nog nagevors word.

Kleinsakeondernemings word blootgestel aan talryke probleme, fluktuasies en onsekerhede van die sakesektor in sy geheel. Die kleinsakeonderneming vorm 'n integrale deel van die ekonomiese bedrywighede van die volkshuishouding, en die algemene probleme en kwellinge van sowel die nasionale as die internasionale sakegemeenskap, sal ook 'n invloed op die kleinsakeonderneming uitoefen.

Onder interne probleme word die probleem wat die bestuur en bedryfsvoering van die kleinsakeonderneming verband hou, verstaan. Dit is dus probleme wat met die omvang van die onderneming verband hou, maar waarop die ondernemer tog wel 'n invloed kan uitoefen. Van die interne probleme is:

- bestuursbeplanning;
- swak beheer;
- kapitaalkort;
- administrasie;
- organisasiestruktuur, en
- personeel.

Eksterne probleme waarmee die kleinsakeonderneming rekening moet hou is:

- Veranderde distribusiepatroon;
- demografiese veranderinge;
- opvoeding;
- politieke en wetlike omgewing, en
- algemene ekonomiese klimaat.

Doelgerigte pogings van die ondernemingsbelange om die gemeenskap te beïnvloed vind gedurig plaas. Die onderneming wil 'n gunstige indruk maak op die gemeenskap, en moet dus rekening hou met die openbare mening en sy eie openbare beleid. Die bedryfsondernemings die gemeenskap is nie slegs wedersyds van mekaar afhanklik nie, beïnvloed mekaar nie slegs wedersyds nie, maar die onderneming het ook 'n verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap. Die kleinsakeonderneming bied vooruitgang en werksekuriteit vir sy werkers. Die belangrike rol van die kleinsakeonderneming in die verskaffing van werkgeleentheid het veral in die afgelope aantal jare na vore gekom.

Kleinsakeondernemings moet betrokke wees by sosiale verantwoordelikheid om verskillende redes:

- Ondernemings speel 'n beduidende rol in die voortbring van probleme wat 'n wye sosiale betekenis vir die werknemer, kliënt en publiek het, en
- menslikheid is belangrik en die implikasies is van kardinale belang in beide gemeenskap en onderneming, vir die doelmatige uitleef van sosiale verantwoordelikheid. Die kern van sosiale verantwoordelikheid ontstaan uit die betrokkenheid en gevolg van die een se optrede en die invloed wat dit mag meebring in die ander se voortbestaan. Sosiale verantwoordelikheid is die besorgdheid van die sakeman oor die publieke welvaart. Deur die besorgdheid van sakemanne teenoor die , omgewing skep hul 'n atmosfeer van welwillendheid. Sonder die mens is die bestaan van die kleinsakeonderneming ondenkbaar.

Wette beskerm sowel die sosiale omgewing as die sakeman van allerlei probleme en ongewenste invloed. Nuwe wette is soms die uitvloeisel van veranderde sosiale uitkyk, byvoorbeeld besoedeling deur uitlaatgasse van motors. Besluitneming word direk gemaak deur konkurente en daar moet deurgaans deur die eienaar of entrepreneur gepoog word om sy mededinger voor te wees, deur die gemeenskap se gevoel te toets en sy besluite so neem, dat dit sosiaal aanvaarbaar sal wees. Die soeke na sosiale aanvaarbare gedagtes kom in 'n groot mate van die individu, werknemers, kliënte en inwoners van 'n gebied.

Kleinsakeondernemings se betrokkenheid by sosiale verantwoordelikheid word veral in hoofstuk 5 beskryf. Die benadering tot sosiale verantwoordelikheid, sosiale verantwoordelikheid en sosiale mag is van die aspekte wat onder die loep geneem word. Daar word ook veral aandag gegee wat die invloed van die onderneming op die omgewing het, en omgekeer. Enkele perspektiewe vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid word as 'n belangrike gedeelte beskou in dié hoofstuk.

Hoofstuk 5

KLEINSAKEONDERNEMINGS SE BETROKKEN- HEID BY SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID

5.1 Inleiding

Sekere kleinsakeondernemings bevraagteken hul betrokkenheid ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. Daar word drie redes voorgelê vir die verskynsel. Eerstens verwag die publiek dat die ondernemer sosiaal verantwoordelik moet optree. Tweedens kan sosiale optredes vir die onderneming voordelig wees. Derdens baat die gemeenskap by 'n sosiaal verantwoordelike onderneming. Die publiek maak deesdae al meer daarop aanspraak dat die onderneming sosiaal betrokke moet wees. Die rede is dat die onderneming soveel mense se leefwyses beïnvloed. 'n Verdere rede wat aangevoer word, is dat 'n al hoe meer bewuswording van sosiale verantwoordelikheid vanaf die publiek se kant posvat, asook die groot impak wat besluitneming op die omgewing het. Die gemeenskap het vandag 'n groeiende behoefte aan skoon lug, natuurlewe en bewaring van sekere dinge wat vir hul saak maak. Dus moet die onderneming nou in so 'n rigting beweeg dat die gemeenskap se loyaliteit altyd behoue sal bly in sy voortbestaan (Davis en Blomstrom, 1971:89-90).

Die gedagtes van bogenoemde skrywer sluit in 'n groot mate by vorige skrywers aan, dat die onderneming met 'n groeiende behoeftes kan aanpas, manipuleer, skep en kombineer, om daardeur die gemeenskap te betrek om in die sosiale verwagtinge te kan voorsien.

5.2 Benaderings tot sosiale verantwoordelikheid

Monsen (1973:104) beweer dat bestuurders ten opsigte van basiese benaderings tot sosiale verantwoordelikheid verskillende perspektiewe openbaar. Die eerste is die tradisionele siening dat besighede se enigste doel is om winste te maksimaliseer vir aandeelhouders of eienaars. Hierdie klassieke siening is veral gehuldig deur Friedman (1962:133) in sy welbekende "*Chicago school of economics*". Die klassieke benadering is dat sosiale probleme nie die aandag van die onderneming verg nie, maar ontboei kan word deur die werking van die onpersoonlike markmeganismes. Indien die markmeganismes nie die sosiale probleem opgelos kry nie, moet dit deur wetgewing reggestel word. Hierdie klassieke benadering se byvoorbeeld, dat minderheidsgroepe gehuur moet word vir die take waarin hul die beste vaar en dan ook dienooreenkomstig betaal moet word. Indien die sisteem nie tot uitvoering kom nie, moet wetgewing dar: ingestel word om die sosiale probleem die hoof te bied.

Die tweede benadering is die korporatiewe sosiale benadering. Die benadering word veral deur groter ondernemings aanvaar, waar die hoofbestuurder die finale se het. Die bestuurder bekragtig alleen besluite en is net 'n persoon in die gemeenskap wat nie belange van die gemeenskap simpatiek hanteer nie. Die derde benadering wys daarop dat korporatiewe sosiale verantwoordelikheid tog aanvaar kan word deur 'n bestuurder. Besluite, in so 'n geval, word geneem met inagneming van die gemeenskap en hul gevoel. Hierdie laaste benadering is veral vandag baie ter sprake

in die R.S.A. as daaraan gedink word wat so 'n groot onderneming van die sakektor geniet.

Lipp (1989:8) sien sosiale verantwoordelikheid as drie pilare naamlik werkskepping, skoolopleiding en behuising. Volgens die skrywer moet daar belê word in die sosiale infrastruktuur van Suid-Afrika vir 'n beter toekoms. Bogenoemde skrywer se dat ongeveer 10% van Barlow's se bydrae tot die sosiale verantwoordelikheid aan die ontwikkeling van werksgeleentheid gaan. Werkskepping moet, volgens die skrywer, aangemoedig word in die kleinsakeonderneming, want sodoende kan entrepreneurskap aangemoedig word en in besit van 'n eie kleinsakeonderneming kom.

O'Dowd (1989:14-15) beweer dat die private sektor altyd betrokke moet wees by sosiale verantwoordelikheid in verskeie vorme. Waar die staat rigied, univormig en stadig bewegend is, in die voorsiening van dienste, moet die private sektor toonaangewend wees betreffende die sosiale verantwoordelikheid. O'Dowd (1989:14-15) beweer dat *"...when a company intends to continue to exist in the long term it has to concern itself with the environment in which it does business; the concern with the social environment of business is in the same spirit as ploughing profits back for investment, an attempt to take care of the future of the company"*.

5.3 Sosiale verantwoordelikheid en sosiale mag

Die sosiale verantwoordelikheid van ondernemings berus op die sosiale mag wat hulle besit. Die idee van verantwoordelikheid en mag gaan hand aan hand en is so oud soos die mens self. Indien gekyk word na die ou en hedendaagse geskiedenis, soos byvoorbeeld die van Rome en Engeland, merk ons 'n gebalanseerde verantwoordelikheid in hulle politieke sisteme en ander instellings. Persone wat minder akkuraat in gebalanseerde verantwoordelikheid is, kry swaar om hierdie balans van verantwoordelikheid en mag te handhaaf. Die gebalanseerde mag en verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings is 'n waardevolle ondersteuning in die Katolieke en Joodse gemeenskappe en is ook deel van hul besigheidsfilosofie (Clark, 1966:172).

Die gebalanseerde mag en sosiale verantwoordelikheid word soms deur diegene wat hulle die naleef van sosiale verantwoordelikheid ten doel stel, beoefen. Die probleem is dat doelstellings gewoonlik gebaseer is op 'n ekonomiese model en die markkragte forseer die onderneming om te beweeg in 'n rigting waarin die sosiale verantwoordelikheid afwesig is. Die nulhipotese van geen mag, geen sosiale verantwoordelikheid, is 'n teoretiese model van kompetisie. Aan die ander kant gee kleinsakeondernemings aan die minderontwikkelde voordele op grond van hul ekonomiese stabiliteit en bronne. Hierdie posisie kyk verby die komplekse omgewing, waar daar ook ander instellings is wat die gemeenskap moet dien. Kleinsakeondernemings is een van die fokuspunte wat in die ekonomie en samelewing bestaan. Werkers, beleggers en ander meelewende persone in die omgewing, neem uit vrye wil en nie as gedwonge slawe deel aan die omgewing. Mense in die omgewing lewe hul eie lewe, en die kleinsakeonderneming is hul steunpilaar om hul private behoeftes te bevestig (Davis en Blomstrom, 1971:49-50).

5.4 Die invloed van die omgewing op die onderneming

Die omgewingsfaktore beïnvloed die organisasie in twee opsigte, naamlik dat hulle uiterstes stel en dat hulle geleenthede en uitdagings bewerkstellig. Die uiterstes wat die omgewing stel, is norme en waardes. Die omgewing klou vas aan die sentiment

wat 'n gebou se vooraansig vir hul het, terwyl die kleinsakeman 'n finansiële voordeel kan kry indien die gebou se aansig gemoderniseer word. Om uiterstes te stel, gee die omgewing geleentheid aan die kleinsakeonderneming. So byvoorbeeld skep die omgewing 'n nuwe mark en is dit die geleentheid vir die kleinsakeman om uitdagings te aanvaar en uit te leef. Volgens Hicks et al., (1976:67) kan die kleinsakeonderneming negatiewe respons verwag indien die omgewing nie gedien word soos hulle verwag nie.

Die effek van die onderneming op die omgewing is van net soveel waarde as die effek van die omgewing op die onderneming. Die invloed wat die twee pole op mekaar het, is een wat gedurig in graad en intensiteit verander. Die kleinsakeonderneming bestaan in 'n bepaalde samelewing, en alle dienste, goedere en geld wat uit die onderneming kom, beïnvloed die omgewing. Daar is sekere omgewingsfaktore waaroor die onderneming 'n hoë mate van kontrole het. Soms skenk die kleinsakeonderneming glad nie aan hierdie kontroleerbare faktore aandag nie, of sien nie die belangrikheid daarvan in nie. Bewuswording van die omgewing, ten opsigte van hul behoeftes, kan die voortbestaan van kleinsakeondernemings op die lang duur verbeter (Hicks en Gullett, 1975:62).

Een van die redes wat moontlik meer prominent is, is die probleem wat die kleinsakeonderneming het om vas te stel wat die gemeenskap betreffende sosiale verantwoordelikheid vereis. Daar kan dan gesê word dat alle ondernemings, groot of klein, tog in 'n mate sosiaal verantwoordelik optree as daar gedink word aan besoedeling en gasse wat beperk word. Wanneer die gemeenskap deur een of ander aspek direk geraak word, word die vinger na die private onderneming gewys. Indien wetgewing al oplossing is om klein- en grootondernemings te dwing om so op te tree dat dit vir die gemeenskap aanvaarbaar is, moet die wetgewing toegepas word. Jong bestuurders van vandag is dikwels bewus van die verantwoordelikheid wat op hulle geplaas is, en dat hulle die bestuurstyl moet aanpas en toesien dat die kleinsakeonderneming so vër moontlik sosiaal verantwoordelik optree (Monsen, 1973:108).

5.5 Enkele perspektiewe vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid

"...It is a fallacy that business can prosper - or, indeed, even exist - without regard to broader social concerns" en verder, "...Indeed, a businessman can hardly find a better measure of his contribution to social welfare than his own profits" (Sethi, 1972:24).

Verskeie argumente ten gunste van sosiale betrokkenheid, sentreer om die potensiële voordele vir beide die gemeenskap en die onderneming. Deur op die gemeenskap se behoeftes te reageer, kan die onderneming help om 'n gunstige klimaat vir die bevredigende langtermynvoortsetting van sy besigheid te skep. Die argument is dat bestuurders nie hul aandag langer tot die eng ekonomiese aktiwiteite van hul onderneming kan beperk en hulleself vir die nood van die gemeenskap waarbinne besigheid gedoen word, blind kan hou nie. Die onderneming met sy substansiële bronne en mag, moet help met die oplossing van ten minste sommige probleme van die gemeenskap (Du Toit, 1988:22).

Kleinsakeondernemings raak om verskeie redes uit voeling met die gemeenskap. Een van die hooftake van kleinsakebestuur is om besluite te neem. Dikwels raak hulle egter so verdiep in besluitneming dat die ander take, wat net so belangrik is, vergete bly. Kleinsakebesture moet bewus wees van 'n wyer omgewing en moet positiewe

antwoorde op sekere gemeenskapsvrae verskaf. Die gemeenskap verwag van die kleinsakeonderneming om sy sienswyses aan te pas en die implikasies van hul besluite te evalueer. Indien die kleinsakeman sy winste wil maksimeer, moet sy beperkte perspektief plek maak vir 'n openhartige voeling met die gemeenskap waarin hy hom bevind (Monsen, 1973:108).

5.5.1 Onverbonde strukture

Verdere redes wat aangevoer kan word waarom kleinsakemanne soms uit pas optree, betreffende sosiale verantwoordelikheid, is die feit dat bestuurders soms 'n onaktiewe rol speel, deurdat hy bloot 'n bestuurder is en geen verbintenis met die gemeenskap het nie. Hierdie tipe bestuurder het geen bekommernis oor watter implikasies sy besluitneming op die gemeenskap het nie (Monsen, 1973:109).

5.5.2 Sosiaal-georiënteerde aktiwiteite van die kleinsakeonderneming

Volgens Hicks et al., (1976:71), het baie kleinsakeondernemings die afgelope jare hulle sosiale verantwoordelikheid toenemend besef. Sulke betrokkenheid is egter dikwels net skyn, aangesien die gemeenskap nie noodwendig in gedagte gehou is nie.

Sekere kleinsakeondernemings gee wel aandag aan die uitleef van sosiale verantwoordelikheid. Vervolgens word 'n paar voorbeelde saamgevat wat hierdie uitspraak staaf.

5.5.3 "Jobs program"

JOBS (Job Opportunities in Business Sector) is deur die Amerikaanse regering ingestel om ongeskoolde werkers vir sekere soort werk op te lei. Hoewel die opleiding nie altyd geslaagd was nie, het dit opleiding verskaf, aan 'n groot groep mense wat met vrug in die sakektor gebruik kan word (Hicks en Gullet, 1975:64).

5.5.4 Omgewingsaktiwiteite

In die tydskrif Business Week (Anon, 1970:166-167) word beskryf hoe kleinsakeondernemings in die V.S.A. betrokke raak by die omgewing, deur geldinsamelingsveldtogte te loods vir gestremdes. Die bestuur word nie net aangespoor om betrokke te raak by hulle sosiale omgewing nie, maar om ook intens daarin belang te stel. Uit hierdie belangstelling kan baie kontak gemaak word met behoeftes en tekorkominge wat in die gemeenskap bestaan.

5.5.5 Etiese kodes van kleinsakeondernemings

Purcell (1974:104) se dat etiese kodes vir 'n aantal jare reeds in kleinsakeondernemings bestaan. Die etiese norme wat gestel is, is daar om kleinsakeondernemings te lei in hul optrede. Die National Association of Manufacturers het byvoorbeeld die volgende etiese kodes voorgelê soos saamgevat deur die skrywer:

- "...We will strive at all time to conduct the affairs of this company to merit public confidence in American business and industry and faith in our free private competitive enterprise system."

- "...We will see that our employees are given every opportunity to progress with the company and are appropriately compensated for their work".
- "...We will deal with customers and suppliers and extend to them the same treatment we wish to receive ourselves."
- "...We will compete vigorously to serve our customers and expand our business, but we will avoid unfair or unethical practices."
- "...We will seek through sound management practice to produce the profit necessary to continued progress of the business and so fulfil our responsibilities to our stockholders, employees, customers, and nation". Volgens Purcell (1974:104) sal geen etiese kode geslaagd kan wees, indien die bestuur dit nie self nakom nie maar dit tog van sy werkers verwag.

5.5.6 Sosiale evaluering

Bauer en Fenn (1973:40-42) wys daarop dat sekere kleinsakeondernemings 'n sosiale evaluering ingestel het, om die effek van hul optrede te monitor en te evalueer. Hierdie evaluering is nie heeltemal waterdig nie, omdat soveel veranderlikes 'n bydrae lewer tot die sukses van sosiale verantwoordelikheid. Die gebruik van 'n meer effektiewe sosiale evaluering kan 'n bestuur motiveer om sy optrede te beplan om daardeur die gemeenskap te bevredig.

Volgens bogenoemde skrywers is dit dus 'n moeilike program om te ontwerp omrede vaste standaarde nie bestaan nie. Bauer en Fenn (1973:40-42) is van mening dat ten spyte van die probleme, die onderneming bereidwillig moet wees om hulle sosiale verantwoordelikheid na te kom, asook die prestasie te monitor om vas te stel hoe die kleinsakeonderneming presteer en waar hul kan verbeter.

5.5.7 Meting van sosiale verantwoordelikheid

Die mees omvattende meting van ekonomiese aktiwiteite is die Bruto Nasionale Produk (BNP). Vergelykenderwys is daar geen identiteit tussen ekonomiese aktiwiteite en sosiale voorspoed nie, hoewel daar tog raakpunte tussen die twee is (Morgenstein, 1975:21). Die beperkinge van die BNP lê daarin dat enige plesier uitgesluit is, sowel as die goedere en dienste wat nie 'n geldelike transaksie behels nie. Die bevrediging wat die werker in sy werkomgewing ondervind, is nie meetbaar nie. Die groeiende getal besighede, nywerhede en die toename in verstedeliking het aspekte na vore gebring soos besoedeling. Hoewel dit 'n sosio-maatskaplike aspek is word dit nie weerspieël in die BNP nie. Sosiale voorspoed is moeilik en so 'n kontroversiële aspek dat, sonder die oorkoming van die konseptuele probleme, die meting van sosiale voorspoed, wat wetenskaplik onveranderbaar is, nie gemeet kan word nie (Backman, 1975:8).

5.5.8 Verdediging van die konsep sosiale verantwoordelikheid

Petit (1967:12) is van mening dat die einde van die Laissez-fair en opkoming van die algemene welvaart 'n ondermynende effek op wins-etiek gehad het. Die nuwe bedeling beklemtoon samewerking eerder as kompetisie, sosiale afhanklikheid eerder as individualisme, die mens self eerder as bonatuurlike bron van sosiale en ekonomiese reëlins. Bogenoemde skrywer bespeur 'n morele krisis in besighedsbestuur wat lei tot "...a turning point in business ethics because the inadequacy of the profit ethic is becoming clearly recognized". Volgens bogenoemde

skrywer is daar 'n ideologiese en wetenskaplike onderbou neergele vir die etiek van sosiale verantwoordelikheid. Die bekommernis word uitgespreek dat indien die klein- en grootonderneming nie sosiale verantwoordelikheid as konsep eweredig opneem in hul bestuurstyl en onderneming nie, kan die gevaar bestaan dat hul hul aansien kan skaad "...to someone antagonistic to business management and free enterprise". In dele kan die verdediging van sosiale verantwoordelikheid tevergeefs wees, as gevolg van die feit dat die begrip sosiale verantwoordelikheid verskillende betekenisse het. Vir sommige beteken die term "*sosiale*" om eerlik, betroubaar en wetsgehoorsaam te wees. Ander sien die kwaliteite as belangrik maar sien eerder goeie besigheid, winsmaking as essensieel en wil niks met die konsep sosiale verantwoordelikheid te doen he nie. Vir sommige ondernemings is sosiale verantwoordelikheid 'n noue publieke aanspreeklikheid. Die gedagte is ook uitgespreek dat sosiale verantwoordelikheid 'n losstaande aktiwiteit is van die onderneming. Om hierdie stelling te staaf, sê die betrokke skrywer dat die gee van behuising nie sosiale verantwoordelikheid is nie, maar net goeie besigheidsin. Roodt (1987:6) gaan akkoord met Friedman (1962:133) se stellings wanneer laasgenoemde met sosiale verantwoordelikheid bedoel dat aandeelhouders se geld aan "...pet charities and schemes irrelevant to the enterprise" bestee word. Roodt skaar hom dan by ander outeurs ten gunste van 'n benadering van "*enlightened self-interest*", as die beste uitvoerbare besigheidstrategie ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid: "*As one of several key business areas, social responsibility needs to be balanced with other business objectives. It cannot be dealt with in isolation from the overall business strategy and operations. Neither is it simply an optional extra to our main business activities*" (Roodt, 1987:6).

5.5.9 Veranderde verwagtinge van die publiek teenoor die sakewêreld

Een van die mees algemene argumente vir sosiale verantwoordelikheid, is dat publieke verwagtinge ten opsigte van die kleinsakeondernemings verander het. Daar word aangevoer dat die kleinsakeonderneming alleen vir die gerief van die gemeenskap bestaan. Die gemeenskap gee die kleinsakeonderneming die reg om te bestaan, en hy kan die kleinsakeonderneming laat ophou bestaan, deur nie gebruik te maak van sy dienste nie. Dit is noodsaaklik, volgens Davis en Blomstrom, vir die sakeonderneming wat op die langtermyn wil bly voortbestaan, om die gemeenskap te dien en behoeftes raak te sien. Daar bestaan sekere basiese kragte wat sosiale verwagtinge op die lange duur in 'n rigting stuur, waar die kleinsakeonderneming genoodsaak word om sy winste in so 'n mate aan te wend, dat 'n positiewe respons verkry word (Davis en Blomstrom, 1971:23).

Maslow (1970:34) se hiërargie van verwagtinge, wat deel is van die motiveringsteorie, is ook hier ter sprake. Maslow sê dat die mens se verwagtinge ten opsigte van behoeftebevrediging in 'n sekere orde geplaas word. In Maslow se hiërargie word fisiese behoeftes bo-aan geplaas, gevolg deur sekuriteitsbehoeftes en sosiale behoeftes. Indien in ag geneem word dat fisiese sowel as sekuriteitsbehoeftes wel in vooruitstrewende lande bevredig word, is dit volgens Davis en Blomstrom (1971:24) duidelik dat die gemeenskap en sy mense hulle sal wend tot sosiale behoeftes. Openbare verwagtinge is fundamenteel, verreikend en belangrik, en die verwagtinge bly prominent tot tyd en wyl dit bevredig is. Die gemeenskap en sy mense beweeg nie almal ewe vinnig in die hiërargie van behoeftebevrediging nie, en hulle beleef die bevrediging verskillend. Gevolglik is daar verskillende menings ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. Indien bogenoemde opmerking in ag geneem word, is rasse-onrus en sosiale probleme nie die gevolg van sosiale verantwoordelikheid se verloop nie, maar is dit meer die invloed van fundamentele

faktore, wat verreikende veranderinge in die vewagtinge van die publiek en gemeenskap meebring. Sedert gemeenskapsbehoeftes verander het, is dit vir die kleinsakeonderneming nodig om vorentoe te beweeg na 'n meer sosiaal-aanvaarbare besigheidsin. Produksie is nie meer vandag die enigste fokuspunt in die sakewêreld nie, dit moet ook 'n plek afstaan aan lewensaktiwiteite. Gemeenskap en onderneming moet nader aan mekaar beweeg om daardeur 'n wedersydse begrip op te bou ten einde die lewenskwaliteit te verhoog (Davis en Blomstrom, 1971:24).

5.5.10 Hulpvaardigheid aan die gemeenskap

Om die gevoel van onbeholpenheid te oorkom, kan individuele entrepreneurs hul ten doel stel om aspekte soos skoon lug, veilige strate en die beveiliging van fabriek te bevorder. 'n Verdere sterk argument ten gunste van sosiale verantwoordelikheid is die indiensneming, waar moontlik, van gestremdes en werkloses (Siropolis, 1986:604).

5.5.11 Beter besigheidsomgewing

'n Verdere positiewe argument vir sosiale verantwoordelikheid is dat dit 'n gemeenskap skep wat hom vereenselwig met die kleinsakeondernemings. Die kleinsakeonderneming wat gestel is daarop om die gemeenskap se kwaliteit van lewe te verbeter, gaan 'n beter omgewing hê waarbinne hy kan funksioneer. 'n Werkerskorps kan uit die gemeenskap verkry word, en die kwaliteit van die gemeenskap se werkers word verbeter deur die opleiding wat die kleinsakeonderneming verskaf. Daar kan dus saam met Davis en Blomstrom (1971:23-36) gesê word dat 'n beter gemeenskap 'n beter besigheidsomgewing skep. Hierdie argumente kan beskou word as 'n gesofistikeerde langtermyn belegging wat gemaak word deur die onderneming.

5.5.12 Beeld na buite

Wanneer 'n kleinsakeonderneming sy sosiale verantwoordelikheid nakom, verbeter dit sy beeld na buite. Dit is die strewe van elke kleinsakeonderneming om 'n omgewing daar te stel waarin meer kliënte, beter werknemers en ander voordele verkry word. Hierdie gedrag is tradisioneel van die kleinsakeondernemings, daarom is dit maklik om die gemeenskap se sienswyse en die konsep daaraan gekoppel, tot uitvoering te bring ten opsigte van die verskeie sosiale doelwitte. Hieruit word daar nou 'n primêre plek aan die sosiale verantwoordelikheid gegee, en is dit vir die kleinsakeonderneming, wat die publieke oog wil behou, belangrik om te wys dat hy die nakoming van sosiale verantwoordelikheid steun (Monsen, 1973:108).

5.5.13 Openbare beeld

Sosiale doelstellings word 'n prioriteit wanneer die onderneming sy openbare beeld wil verbeter. Die onderneming kan advies en finansiële ondersteuning verleen om sy beeld te verbeter. So kry ons vandag dat talle sportbyeenkomste deur ondernemings geborg word. Produkte word ook aan vooraanstaande persone en instansies in die gemeenskap beskikbaar gestel. Dit dien dan as advertensie en verbeter ook die eksterne beeld van die onderneming. 'n Positiewe houding en die ondersteuning van die verbruiker, word sodoende verkry (Kroon, 1980:63). Vir Marx (1978:54) is deelname aan die breër sosiale verantwoordelikheid een van die beste metodes wat 'n onderneming kan gebruik om sy eksterne betrekkinge te bevorder en die publiek se goedgesindheid en ondersteuning te verwerf.

5.5.14 Vermydning van regeringsregulasies

Kleinsakeondernemings openbaar sosiale verantwoordelike gedrag wanneer hulle regulasies vryspring wat hulle buigsaamheid en besluitnemings skade kan laat ly. Uit 'n ondernemingsoogpunt is dit van wesenlike belang om vryheid te behou in besluitneming, om daardeur inisiatief ten opsigte van die mark en sosiale kragte te behou. Die voorkoming van meer staatsinmenging en staatskontrole, word deur alle vooraanstaande ondernemings onderskryf. Uit 'n besigheidsoogpunt is dit van pas om 'n besluit te neem so na as moontlik aan die punt waar die vraag ontstaan. Vir die kleinonderneming is dit goed om staatsinmenging aan bande te lê, deur eie sosiale verantwoordelikhede uit te leef en vir die reg van die gemeenskap op te tree.

5.5.15 Voorkoming van owerheidsregulasies

Kroon (1980:64) glo daar bestaan 'n gedurige wisselwerking tussen die onderneming en sy omgewing en hulle beïnvloed mekaar onderling. Daarom word daar geargumenteer dat die onderneming deur die aanvaarding van sosiale verantwoordelikheid kan verhoed dat die owerheid beperkende regulasies instel. Steiner en Miner(1977:181) sê sienswyse is soos volg: *"The less business is concerned with important social impacts of its actions, the more government interferes in economic life and the more likely are regulations on business"*. Die kern is, dat indien alle ondernemings sosiale verantwoordelikheid as prioriteit aanvaar, ten opsigte van byvoorbeeld indiensopleiding, kan owerheidsregulasies voorkom word.

5.5.16 Sosiaal kulturele norme

Die onderneming funksioneer onder dieselfde kulturele druk as enige ander persoon in die gemeenskap. Daar kan gesê word dat kulturele norme kragtig en gedragsbepalend is. Indien sosiale norme verander, verander die onderneming ook. Indien daar deur die gemeenskap vorentoe beweeg word ten opsigte van sosiale norme, word die kleinondernemer in dieselfde mate beïnvloed. Dit is wel so dat die kleinondernemer se besluite nie in die geheel beïnvloed word deur sosiale norme nie, maar sommige word tog as rigtinggewend gesien. Uit die nuttigheidsteorie wil die moderne kleinsakeondernemer meer as net winsbevrediging verkry.

5.5.17 Mededingingsvermoë

Baie nou gekoppel aan die beeld van die onderneming, word beweer dat deelname aan sosiale verantwoordelikheid die onderneming se mededingingsvermoë benadeel. Marx (1978:54) meen dat dit nie aanvaar kan word nie, aangesien sulke ondernemings wel 'n tydelike agterstand mag ondervind, maar op die langtermyn sal hulle aansienlike voordele behaal, vanwee die verbetering van hulle beeld na buite en die goeie gesindheid van die publiek.

5.5.18 Balans tussen verantwoordelikheid en mag

Kleinsakeondernemings se sosiale verantwoordelikheid moet nie gemeet word aan hulle mag nie. Dit is bekend dat kleinsakeondernemings, ten opsigte van hul sosiale verantwoordelikheid, in 'n magsposisie is. Grootondernemings weer, is geneig om kleiner en swakker ondernemings te oorheers en te manipuleer. Davis en Blomstrom (1971:23-36) is ook van mening dat indien elke instansie sy sosiale verantwoordelikheid met eerbaarheid nakom, die aspek van mag nie ter sprake sal wees nie.

5.5.19 Voorkoming van sosiale druk

Indien die kleinsakeonderneming hom onttrek van sosiale verantwoordelikheid, kan hy hom in 'n situasie bevind waar daar sterk sosiale druk sal wees, en hierdeur sal produksie en dienste vervaag vir die kleinsakeonderneming. Die kleinondernemer sal dus baat vind indien hy voorkomend, onmiddellik aandag gee aan sosiale probleme. Hy moet hom nie onttrek en wag tot die probleme sosiale argumente word nie (Davis en Blomstrom, 1971:23-36).

5.5.20 Sisteem-interafhanklikheid en sosiale bemoeienis

Suid-Afrikaanse besigheidsondernemers het sosiale verantwoordelikheid aanvaar en begin om dit toenemend deel te maak van hul besigheidsplan (Abratt en Urdang, 1985:17). Twintig jaar gelede het besigheidsmense nooit die woord sosiale verantwoordelikheid gebruik nie, maar vandag is dit op elke vergadering ter sprake en word daar gedurig gepoog om, via besluitneming, sosiale verantwoordelikheid na te kom (Charney, 1983:44). In die huidige komplekse situasie, het elke interne skuif en besluit van 'n kleinsakeondernemer 'n invloed op die buitewêreld. Vroeër jare, soos reeds genoem, het die kleinsakeonderneming sy besluite geneem sonder dat daar enige sprake van sosiale verantwoordelikheid was, en sonder dat daar enige effek op die gemeenskap waarneembaar was. Moderne kleinsakeondernemings is interafhanklik en dit is daarom nodig dat elke beoogde besluit, geneem sal word met inagneming van sosiale verantwoordelikheid.

5.5.21 Invloed op die gemeenskap

Tootelian en Gaedeke (1985:25-27) beweer dat die kleinsakeonderneming in 'n omgewing beweeg waar die bestuur in noue kontak met die gemeenskap is. Sosiale verantwoordelikheid kan makliker teenoor die gemeenskap nagekom word omdat die kleinsake ook op terreine beweeg waar dit vir die grootsake onmoontlik is om te beweeg. Die kleinsake voel dat dit sy plig is om met die gemeenskap te onderhandel met betrekking tot sosiale verantwoordelikheid en sodoende die vertroue van die gemeenskap te verower. Die argument word verder versterk deur die persoonlike benadering en invloed wat die onderneming op die gemeenskap het.

5.5.22 Realiteit ten opsigte van kompleksiteit

Die realiteit is dat die sosio-ekonomiese sisteem 'n hoogs gekompliseerde sisteem van interverhoudinge is. In so 'n sisteem is dit nie 'n kwessie van die oorlewing van individuele ondernemings nie, maar 'n vereenselwiging met komponente van beide die kleinsakeonderneming en die gemeenskap (Tucker, 1971:271).

5.5.23 Belange van die aandeelhouders

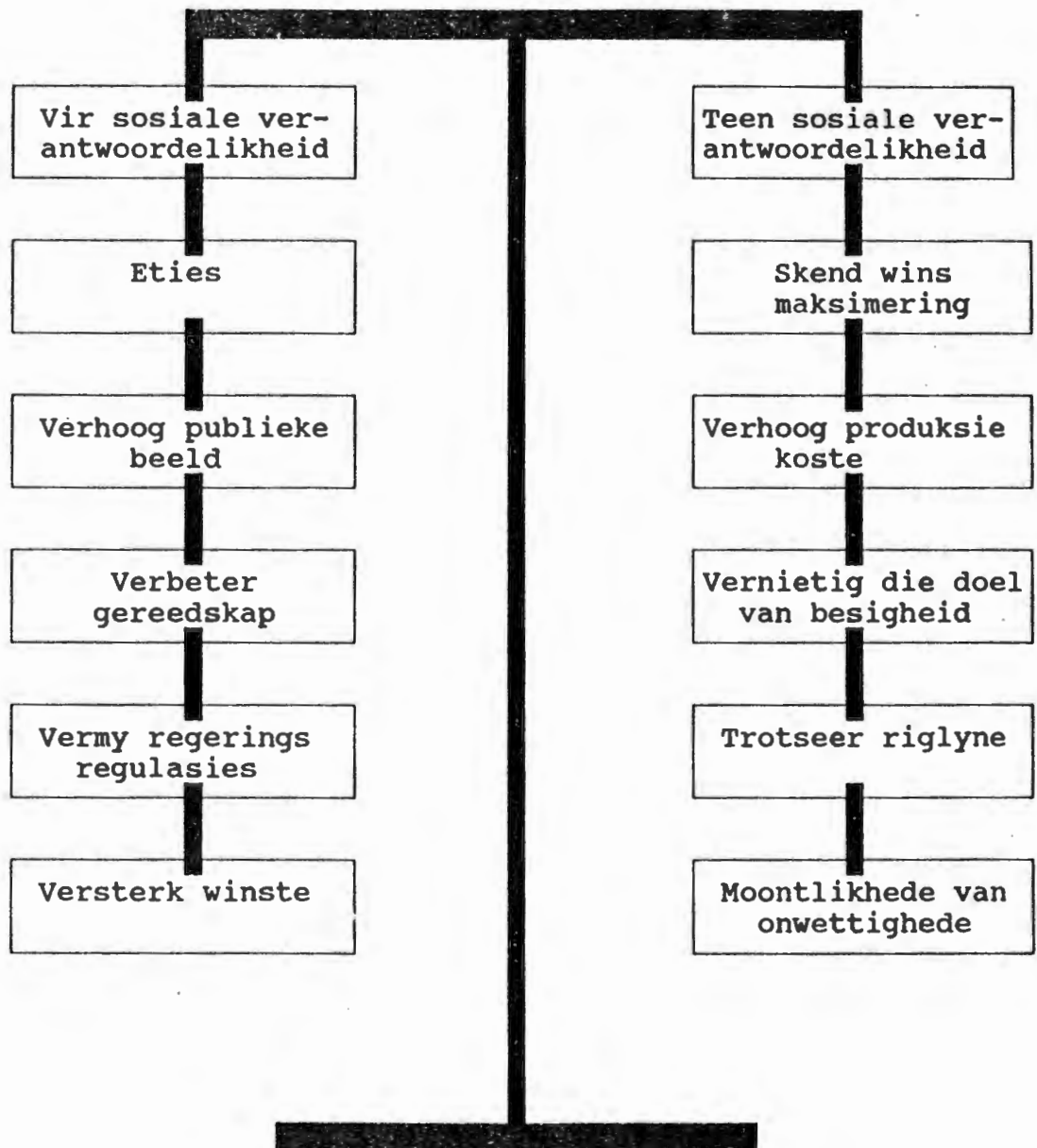
Volgens Roodt (1987:6) is dit 'n feit dat selfs Friedman daarvoor bekend is, dat hy besigheidsaksies op spesifieke sosiale terreine soos stedelike herontwikkeling, bevordering van gelyke geleenthede en anti-besoedelingsmetodes ondersteun. Hy stel as voorwaarde dat die besigheidsaksie uiteindelik tot die langtermynwingsgewendheid van die onderneming en aandeelhouders bydra. Die aanvaarding van sosiale verantwoordelikheid kan volgens Carroll (1977:39) nuwe geleenthede vir wins open. Tydens die sosiale betrokkenheid kom die bestuur op winsgewende geleenthede af, wat tot voordeel van die aandeelhouders benut kan word. Selfs idees vir nuwe produkte kan so verkry word.

5.5.24

Die bedryfsleier as menslike hulpbron

Volgens Marx (1977:53) beskik die bedryfsleier oor die bekwaamhede en gesag om aandag aan die gemeenskapsprobleme te skenk. Al beskik hulle nie oor politieke en sosiale vaardighede nie, word hulle tog deur die gemeenskap as leiers met hoë intelligensie en buitengewone bekwaamhede beskou. Die tekort aan fondse en fasiliteite, kan deur hulle aangevul word en hul kan help met beplanning, organisasie en leiding sodat daar positief en doelgerig opgetree word. As voorbeeld kan Suid-Afrika se nuwe politieke bedeling, naamlik die Presidentsraad, hier genoem word, waar bekwame sakeleiers benut word vir groter doeltreffendheid en effektiwiteit in die politieke masjien (Kroon, 1980:65).

Figuur 9 Sosiale verantwoordelikheid. Positiewe en negatiewe argumente



(Siropolis, 1986:600)

5.6 Enkele negatiewe tendense rakende sosiale verantwoordelikheid

Friedman (1971:13-14), 'n ekonoom, sien sosiale verantwoordelikheid in die lig van 'n vrye markstelsel, waarin die bestuurder van die onderneming primêr 'n werknemer is van die organisasie. Die bestuurder is direk verantwoordelik aan die eienaars. Hy het 'n direkte sosiale verantwoordelikheid aan sy werknemers. Hierdie sosiale verantwoordelikheid is om die onderneming te lei en laat voldoen aan die verlange van soveel wins en geld as moontlik. Insoverre die bestuurder se aksie akkoord gaan met sosiale verantwoordelikheid, realiseer dit in dividende wat aan die aandeelhouders spandeer word. Friedman is volgens bogenoemde argument glad nie 'n voorstander van sosiale verantwoordelikheid nie. Hernude belangstelling deur akademici ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid, geniet vandag aandag as gevolg van menigvuldige onbevredigende toestande in ondernemings. Die opvoedkundiges is in 'n tydperk van kurikulêre onsekerheid en ekonomiese druk wat nuwe vrae na vore bring. In die besigheidswêreld van die klein-, en grootsakeondernemings word ook kritiek aan die deur van sosiale verantwoordelikheid gehang, as gevolg van die energiekrisis, die versnelde inflasie en die agteruitgang van die ekonomie (Backman, 1975:29).

Friedman (1962:133) is van mening *"...there is one and only one social responsibility of business - to use its resources and engage in activities design to increase its profits so long as it stay within the rules of the game"*. Friedman is van mening dat die markstelsel die mees effektiewe metode is vir die verspreiding en kontrole van kostes, wat die bolwerk van ekonomiese vryheid is. Friedman opponeer sosiale verantwoordelikheid as gevolg van die aanmoediging en intervering in die funksionering van die markstelsel. Die inmenging lei tot onverantwoordelike optredes ten opsigte van winste, ten voordeel van sosiale verantwoordelikheid. Friedman se uitsprake is nie ten volle sosiaal aanvaarbaar nie as dit vergelyk word met al die argumente, tot dusver, ten gunste van sosiale verantwoordelikheid.

5.6.1 Arbeid

Deurdadig kleinsakeondernemings nie langtermynsekeriteit aan werkers in sommige gevalle bied nie, is dit vir die kleinsakeonderneming 'n moeilike taak om die personeel te motiveer om sosiaal op te tree in die gemeenskap. Smith (1978:170) staaf hierdie feit deur te wys op die swak bevorderingsmoontlikhede in die kleinsakeonderneming, min geleentheid vir opleiding en min personeelvoordele. 'n Werker het nooit die geleentheid in 'n kleinsakeonderneming om op gelyke voet met sy werkgewer te kom nie, en bekwaame personeel wil nie na afgeleë plekke verhuis nie. Uit hierdie skrywe van Smith kan die afleiding gemaak word dat die personeel nie gemotiveerd is om sosiaal aanvaarbaar op te tree nie as gevolg van die talle werksprobleme wat hul ondervind.

5.6.2 Verswakking van die kleinsakeonderneming se primêre doelstelling

Die argument word aangevoer dat betrokkenheid by sosiale doelstellings, aanleiding gee tot afname van die kleinondernemer se beklemtoning van ekonomiese produktiwiteit en 'n verdeling in die belange van 'n bestuurder. Uit 'n kleinondernemersoogpunt is dit so dat indien die onderneming nie slaag in sy ekonomiese of sosiale verantwoordelikheid nie, die aansien van die klein- of grootonderneming daal. Uit hierdie oogpunt kan 'n meer sosiale verantwoordelike kleinondernemer na vore kom om die gaping te vul (Davis en Blomstrom, 1971:36).

Volgens die kleinsakemanne is die sakewêreld of industrie niks verskuldig aan die samelewing of gemeenskap nie. Drucker (1977:16) sê "...under any circumstances, we are moving in the direction of demanding that our institutions take responsibility beyond their own performance and beyond business enterprise but of all other institutions as well the university and the hospital, the government agency and the school". Om in sosiale verantwoordelike rigting te beweeg, beteken fundamentele veranderinge vir die kleinsakeonderneming. Ford (1921:3) sien sosiale verantwoordelikheid so "...As I see it, there is no longer anything to reconcile, if there ever was, between the social conscience and profit motive". Die sukses van die kleinondernemer as bestuurder oorheers die gedagte van sosiale verantwoordelikheid. Die argument word aangevoer dat te veel tyd daarmee in beslag geneem word (Drucker, 1977:263). 'n Dekade gelede het kleinondernemers, wat nou sosiale verantwoordelikheid aanmoedig, geglo dat die regering verantwoordelik is vir die oplossing van alle sosiale probleme. Daar is in die meeste lande druk op die regering vir meer regeringshulp en programme, maar daar is ook weerstand teen te veel staatsbesteding op kleinsake en gevolglik word kleinsakeondernemings se sosiale verantwoordelikheid vertraag (Drucker, 1977:263).

5.6.3 **Ontoereikende vaardighede**

Die oplos van gemeenskapsprobleme behoort nie die taak van die ondernemer te wees nie, aangesien hy nie oor die nodige vaardighede ten opsigte van politiek en sosiale verantwoordelikheid beskik nie. Dit plaas 'n swaar las op die skouers van een groep mense en dit kan lei tot 'n te groot konsentrasie van gesag en verantwoordelikheid (Marx, 1978:52).

5.6.4 **Houding jeens gemeenskap**

Siropolis (1986:601) is van mening dat kleinsake na aan die gemeenskap geplaas moet word. Die feit is egter dat groot ondernemings teensinnig is om die gemeenskap as prioriteit te sien. As gevolg van die negatiewe houding het 'n vyandigheid teenoor die kleinsake ontstaan.

5.6.5 **Slaggate vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid**

Stroup et al., (1987:23-26) beweer dat die konsep wat hulle voorstaan, eers die volkome steun van die topbestuur en ook die hele hiërargie van die onderneming moet verkry. Dit mag 'n aantal jare neem om deur te werk. Sosiale verantwoordelikheid is 'n langtermynopvoedingsproses. As die konsep nie heelhartig deur die hele onderneming gesteun word nie, is dit gedoem. Die aandeelhouders moet ook op die hoogte gehou word, anders kan die totale program van sosiale verantwoordelikheid op mislukking afstuur. In die hedendaagse konteks waar individue en ander inrigtings 'n groot aandeelhouding en seggenskap in ondernemings het, word allerlei werkswyses aangewend om korttermynwinste op te stoot, dikwels ten nadele van langtermynwinste en 'n meer gebalanseerde groei. Volgens bogenoemde skrywers sou die beleggingskonsep wat hulle voorstaan, die langtermyn vertoning verbeter. As die onderneming se vertoning egter afneem, sal al die moeite tevergeefs wees. Om die interne prioriteit van die onderneming op 'n gesonde voet te plaas en tog 'n sin van sosiale verantwoordelikheid behou, word dus 'n uiters delikate balanseeroefening. Om die onderneming aan die gang te hou deur werknemers in diens te hou en tog 'n redelike wins te genereer vir die aandeelhouders, moet die primêre bekommernis van die onderneming wees. Daar word geen liefdadigheid betoon ter wille van liefdadigheid as sodanig nie, deur die onderneming se geld uit te gee of om van die onderneming se werknemers te vra om van hulle tyd

af te staan aan die besigheid nie. Bogenoemde skrywers is dit eens dat die deursnee kleinsakeonderneming slaggate het wat oorbrug moet word, alvorens hy sosiale verantwoordelikheid as primêr kan sien.

5.6.6 Gemeenskapskoste en enkele ander relevante aspekte

Die gemeenskap is verantwoordelik vir 'n groot deel van sosiale verantwoordelike aktiwiteite. Die vraag ontstaan of die gemeenskap uit hul beperkte bronne by magte is om hierdie sosiale verantwoordelikheid te kan dra. Davis en Blomstrom (1971:36) wys verder op sommige van die belangrike punte. Die minimum bronne wat beskikbaar is, vereis dat sosiale prioriteite daargestel word. Baie sosiale verantwoordelike opterdes is drome wat nooit bewaarheid word nie en baie van die idees is veels te koste-intensief vir die gemeenskap (Davis en Blomstrom, 1971:36).

Stroup et al., (1987:25-26) stel die belangrike voorwaarde naamlik dat die publiek moet verstaan wat in die onderneming of industrie aan die gang is. Die publiek het eweneens 'n verantwoordelikheid om die sosiale ekonomiese proses te begryp. Die gemeenskap is soms van mening dat kleinsakeondernemings sekere koste moet absorbeer, asook winste in 'n mate afstaan om die voordeel te laat deurvloei na die verbruiker. Hierdie stelling wat gemaak word deur Davis en Blomstrom (1971:36) is nie altyd uitvoerbaar en prakties moontlik nie.

Siropolis (1986:601) beweer dat die kleinsakeonderneming veral aandadig is aan die swak beeld wat daar ten opsigte van sosiale aanvaarbaarheid bestaan. Hulle ywerigheid om produkte van die hand te sit skep die indruk dat hul net materialisties ingestel is. Die Amerikaanse sakemannne is goeie verkopers maar sodra die sosiale verantwoordelikheid ter sprake kom, ontwyk hulle die gedagte. Van die kleinsakeondernemings probeer vandag om die beeld te herstel, maar dit is 'n moeilike taak, volgens bogenoemde skrywer.

Drucker (1977:16) beweer dat die bestuur van 'n kleinsakeonderneming nie altyd die nodige kennis en ondervinding het, om sosiale aangeleenthede effektief te hanteer nie. Daar word gesê dat die kleinsakeondernemer se uitkyk ekonomies van aard is en dat hul lewenstyl ook daarby aangepas het, in der mate, dat hulle glad nie inpas in sosiale verantwoordelike vraagstukke nie.

5.6.7 Sosiale probleme

In menige kleinsakeonderneming is die familie die onderneming, en die onderneming die familie; die sukses van die een is dan ook die aansien van die ander. Die kleinsakeonderneming-familie, net soos die individu, word dan die verpersoonliking van die onderneming. So kan die onderneming dan die gemeenskaplike faktor word wat die familie in 'n hegte band saamsmee. Ongelukkig kan die onderneming ook die faktor wees wat familielede, met uiteenlopende karaktertrekke en sienswyses, om ekonomiese redes, in 'n werkende eenheid vasgevang hou. Groei, sosiale verantwoordelikheid en ontwikkeling van kleinsakeondernemings, word dan ook dikwels gestrem, as gevolg van sosiale probleme wat om die eienaars en werkende familielede geweef is (Smith, 1978:173-174).

5.6.8 Winsmaksimering

Twee skrywers, naamlik Marx (1978:52), en Kroon (1980:64-65), is van mening dat die bestuurder 'n spesifieke taak het, naamlik om goedere en dienste tot beskikking van die verbruikers te stel. As die onderneming hierdie taak en verantwoordelikheid

nakom, het hulle hul bydrae gelewer en kan daar nie meer van hulle verwag word nie. Die bedryfsleier moet hierdie taak so doeltreffend as moontlik nakom en moet dus sy volle aandag en vermoë daaraan wy. Indien die bedryfsleiding ander verantwoordelikhede op hul neem, soos die aanvaarding van sosiale verantwoordelikheid, bestaan die gevaar dat hulle nie die primêre taak en verantwoordelikheid doelmatig sal kan nakom nie. Hulle is dit aan die gemeenskap verskuldig om doeltreffend te wees, aangesien hulle sodanig die skaars hulpbronne ten beste sal benut, die grootsmoontlike werkgeleenthede sal skep om sodoende 'n bydrae tot die welvaart van die gemeenskap te lewer. Dit is egter nie die geval nie, aangesien reeds daarop gewys is dat ondernemingshulpbronne doeltreffend aangewend kan word ter vervulling van sosiale verantwoordelikheid sonder, om die primêre taak te verwaarloos.

5.6.9 Koste verbonde aan sosiale verantwoordelikheid

Soos voorheen genoem is die doel van die studie om riglyne daar te stel vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid en te wys in welke mate die onderneming voordele uit die betrokkenheid kry. Sosiale doelstellings moet dus deur die onderneming gefinansier word. Ondernemings kan klein bedrae investeer in sosiale aangeleenthede. Volgens Carroll (1977:41) kan die hoë koste van nuwe toerusting, ondernemings dwing om van die mark te verdwyn. Dit is egter nie die geval nie, soos blyk uit die optrede van die Amerikaanse Kongres wat die sosiale rol van die onderneming erken het, deur 'n belastingaftrekking van tot vyf persent van die netto inkomste toe te laat (Steiner, 1969:176). In Suid Afrika kwalifiseer enige onderneming vir belastingvoordele sodra daar byvoorbeeld fondse vir opvoedkundige inrigtings beskikbaar gestel word. Die staat het hierdie maatreël ingestel om die moontlikheid van betrokkenheid by sakelui aan te wakker.

5.6.10 Algemene probleme

Die meeste handboeke wat handel oor kleinsakeondernemings, verwys na die algemene probleme van die kleinsakesektor. So vermeld Broom en Longenecker (1975:23-24), behalwe bestuurs- en finansiële probleme, die probleem van swak aanwending van die eienaar van die onderneming se tyd. As gevolg van die feit dat die eienaar sy aandag aan soveel take moet skenk, kom hy moeilik in die geleentheid om die werklike taak van bestuurder van die onderneming te verrig. Broom en Longenecker noem ook as 'n navorser probleemgebiede. Die kleinsakeonderneming kan beswaarlik bekostig om gespesialiseerde navorsing te doen. Marknavorsing word byvoorbeeld selde op 'n wetenskaplike wyse deur sakeondernemings aangepak. Baumbach et al., (1973:29) vestig die aandag op die onvermoë van die kleinsakeonderneming om sy uitvindings wat hy patenteer, teen groter ondernemings wat die patent namaak, in die howe te beveg. Hierdie probleme en ander diskriminerende faktore, soos die weiering van vervaardigers om goedere aan sekere ondernemings te verskaf, en beheer oor groot winkelsentrums, deur groot instellings, plaas die kleinsakeonderneming in 'n onbenydenswaardige swak posisie. Hierdie algemene probleme waarmee die kleinondernemer worstel, het 'n uitwerking op die sosiale verantwoordelikheid en die behoorlike uitleef daarvan.

5.7 Probleme met implementering van sosiale verantwoordelikheid

Kleinsakeondernemings word deur talryke probleme gekonfronteer. Eerstens word die kleinsakesektor ook aan al die probleme, fluktuasies en onsekerhede van die ekonomie blootgestel. Die kleinsakesektor vorm immers 'n integrale deel van die

ekonomiese bedrywighede van die volkshuishouding. Gevolglik oefen die algemene probleme en knelpunte van die nasionale en internasionale sakegemeenskap ook 'n invloed op die kleinsakesektor uit. Tweedens hou 'n aantal probleme van die kleinsakeonderneming met die besondere kenmerke en behoeftes van die kleinondernemer, en die grootte van die onderneming, verband (Moolman, 1986:713). Dit is vir die bestuurder van die kleinsakeonderneming moeilik om 'n besluit te neem wat kliënte, bestuurders, werknemers en die gemeenskap in die algemeen bevrediging gee, en wat bowendien die landswette gehoorsaam.

Om alle partye tevrede te stel, is dus 'n taak wat nie maklik nagekom kan word nie. Tweedens moet die bestuurder die effek van sy besluit ondersteun, wat soms moeilik is, deurdat die geslaagdheid nie vooraf bekend is nie. Derdens is die probleem dat alle partye in die sosiale omgewing se belange en behoeftes nie konstant is nie. Konflikerende behoeftes van die gemeenskap, skep vir die kleinsakeonderneming probleme met besluitneming. Kliënte wil goedere teen die laagste prys aankoop, terwyl die onderneming sy wins maksimaliseer. Heelparty konflik ontstaan as gevolg van die wisselvalligheid van die gemeenskap en die omgewing waarin die onderneming hom bevind. Laasgenoemde vind dit dan moeilik om sy sosiale verantwoordelikheid te implementeer en geredelik na te kom Hicks et al., 1976:152-153).

Ingrypende veranderings het in die sosiale en fisiese omgewing van die kleinsakeonderneming na die Tweede Wêreldoorlog plaasgevind. Die oorlog het nuwe sosiale houdings en waardes meegebring. Bestuurders en eienaars van kleinsakeondernemings sien nog steeds die gemeenskap as 'n statiese en onveranderde entiteit.

Basiese veranderinge het ingetree en die sakemanne het gou tot die besef gekom, dat sy voorspoed gekoppel is aan die houding van die gemeenskap. Indien die kleinsakeonderneming in gebreke bly om die verandering in gemeenskapshouding en behoeftes te evalueer, sal hy weldra besef dat sy winste besig is om te daal. Baie van die kleinsakeondernemings besit nie die vermoë om die gemeenskap te evalueer en 'n behoeftebepaling te doen nie, en dit is een van die groot redes waarom in gebreke gebly word om hulle sosiale verantwoordelikheid na te kom (Monsen, 1973:107).

5.8 Evaluering van die vernaamste standpunte

Die debat oor die nakom van sosiale verantwoordelikheid al dan nie, is lank nog nie ten einde nie, en sal waarskynlik voortgesit word. Daar is argumente teen en vir sosiale verantwoordelikheid wat grondig is.

Steiner en Miner (1977:62) meen dat die argumente teen die aanvaarding van sosiale verantwoordelikheid eintlik moeilik vergelykbaar is en wel om die volgende redes: Daar bestaan 'n oorbeklemtoning van die begrip sosiale verantwoordelikheid, wat ondernemings self op hul skouers neem en ook in die toekoms sal moet doen, die gemeenskap verwag soms ook dinge wat onredelik is vanaf die onderneming. Relly (1982:3) ondersteun die gedagte van sosiale verantwoordelikheid deur die onderneming. Ondernemers sal nie toelaat dat sosiale verantwoordelikheid soveel finansiële uitgawes verg, dat dit die voortbestaan van die onderneming bedreig nie. Abratt en Urdang (1985:17) is van mening dat sosiale verantwoordelikheid, oorhoofs gesien, inslag vind in vandag se ondernemings en dat dit deel uitmaak van die besigheidsplan van die ondernemings in Suid-Afrika.

5.9

Samevatting

Die mens beskik oor inherente eienskappe wat hom op die langtermyn in staat stel om sekere struikelblokke te oorkom, asook uitdagings te aanvaar, om vir homself en sy medemens daardie toekoms uit te bou en te bereik wat hy die moeite werd ag om na te streef. Die vraag word gevra waarom daar so 'n betrokkenheid moet wees ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid. Eerstens word aangevoer dat die publiek verwag dat die onderneming sosiaal moet optree. Die sosiale optredes kan vir die onderneming voordelig wees en in die laaste instansie baat die gemeenskap by 'n sosiaal verantwoordelike onderneming. Die basiese benadering tot sosiale verantwoordelikheid word in drie groepe verdeel naamlik: die tradisionele siening, die korporatiewe benadering en die korporatiewe sosiale benadering. Hierdie laaste benadering is veral vandag in die R.S.A. ter sprake veral onder die groot ondernemings.

Sosiale verantwoordelikheid word veral gesien as werkskeppend, die gee van skoolopleiding en die verskaffing van behuising. Daar moet volgens bogenoemde skrywers belê word in die infrastruktuur van Suid-Afrika vir 'n beter toekoms. Die private sektor moet altyd betrokke wees by sosiale verantwoordelikheid in verskeie vorme. Waar die staat rigied, univormig en stadig bewegend is, in die voorsiening van dienste, moet die private sektor toonaangewend wees.

Kleinsake word aan verskeie probleme, fluktuasies en onsekerhede blootgestel, en gevolglik vorm die internasionale probleme ook deel van die kleinsake se probleme. Dit is moeilik om alle partye se behoeftes te bevredig, aangesien dit nie konstant is nie. Sommige konflikte in kleinsake ontstaan as gevolg van die wisselvaligheid van die gemeenskap. Indien die kleinsakeonderneming in gebreke bly om die verandering in gemeenskapshouding en behoeftes te evalueer, sal hy weldra besef dat winste besig is om te daal. Gebalanseerde mag in die opset van sosiale verantwoordelikheid word soms deur belanghebbende outeurs en ondernemings nagestreef. Die omgewing beïnvloed die onderneming op twee wyses naamlik dat hulle uiterstes stel en dat hulle geleenthede en uitdagings bewerkstellig. Die uiterstes wat die omgewing stel is norme en waardes. Die effek van die onderneming op die omgewing is van net soveel waarde as die effek van die omgewing op die onderneming. Die invloed wat die twee pole op mekaar het, is een wat gedurig in graad en intensiteit verander. Bewuswording van die omgewing, tenopsigte van hul behoeftes, kan die voortbestaan van kleinsakeondernemings op die lang duur verbeter. Die toename in die gesondheidsbewustheid toon 'n stygende tendens die afgelope jare, beide op 'n per capita basis as 'n persentasie van die Bruto Binnelandse Produk. Hierdie groei word gereflekteer in die groei van die populasie. Die houding van die hedendaagse bestuurder is 'n wesenlike verskil van die entrepreneur van 'n dekade gelede. Die verdeling in bestuurstake en die eienaarskap het bestuurders 'n outonome bestuurstyl gegee. Die gedagte van wins alleen is verander en die sosiale verantwoordelikheid van die onderneming word uitgedra en nagekom. Sekere kleinsakeondernemings gee wel aandag aan die uitleef van sosiale verantwoordelikheid op verskillende maniere soos byvoorbeeld deur die *"Jobs program"*, omgewingsaktiwiteit en deur etiese gedragskodes daar te stel vir sakeondernemings.

Vergelykenderwys is daar geen identiteit tussen ekonomiese aktiwiteite en sosiale voorspoed nie, hoewel daar tog raakpunte tussen die twee is.

In hierdie hoofstuk is ook veral gelet op verskeie positiewe en negatiewe aspekte rakende sosiale verantwoordelikheid. Van die argumente vir sosiale verantwoordelikheid is:

- Verdediging van die konsep sosiale verantwoordelikheid;
- veranderde verwagtinge van die publiek teenoor die sakewêreld;
- hulpvaardigheid aan die gemeenskap;
- beter besigheidsomgewing;
- beeld na buite;
- openbare beeld;
- vermyding van regeringsregulasies;
- voorkoming van owerheidsregulasies;
- sosiaal kulturele norme;
- mededingingsvermoë;
- balans tussen verantwoordelikheid en mag;
- voorkoming;
- sisteem
- interafhanklikheid en sosiale bemoeienis;
- invloed op die gemeenskap;
- realiteit;
- belange van die aandeelhouders; en
- hulpbronne.

Verder is argumente teen sosiale verantwoordelikheid behandel en sommige van die argumente sluit in:

- Arbeid;
- verswakking van die kleinsakeonderneming se primêre doelstelling;
- ontoereikende vaardighede;
- negatiewe houding teenoor kleinsakeondernemings;
- slaggate vir die nakoming van sosiale verantwoordelikheid;
- gemeenskapskoste en enkele relevante aspekte;
- sosiale probleme;
- winsmaksimering;
- finansiële koste verbonde aan sosiale verantwoordelikheid, en
- algemene probleme.

Die debat oor die daadwerklike nakoming van sosiale verantwoordelikheid is lank nog nie afgehandel nie, en sal waarskynlik voortgesit word. Daar is gegronde argumente vir en teen sosiale verantwoordelikheid. Die toekoms sal nog vele voor- en nadele blootlê, wat geëvalueer sal moet word.

In Hoofstuk 6 word belangrike tendense wat empiries geverifieer is, ontleed en bespreek. Aan die hand van 'n vraelys is die nodige data bekom.

Hoofstuk 6

'N ONTLEDING EN BESPREKING VAN DIE VERNAAMSTE BEVINDINGE

6.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk word die vernaamste bevindinge bespreek rakende sosiale verantwoordelikheid. Bestaande teorie asook relevante buitelandse studies word as basis gebruik, en daar word vergelykings getref tussen die verskillende standpunte. Daar sal op ooreenkomste en verskille gekonsentreer word. Soos in hoofstuk 1 reeds vermeld, is die ondernemings wat in die ondersoek betrek is uit 169 verskillende dorpe op ewekansige wyse getrek. Hierdie kleinsake verteenwoordig 'n wye spektrum van alle tipe kleinsakeondernemings en beroepsgroepe in die R.S.A.

Die vraelys is aan 500 ondernemings uitgestuur, waarvan 151 (30,2%) respondente die vraelys beantwoord het. Die vraelys het ook 'n vraag bevat waar algemene opmerkings aangestip kan word. Hierdie vraag is met besondere geesdrif en krities beantwoord.

6.2 Algemene opmerkings uit vraelys

'n Oop vraag waar algemene opmerkings gegee kon word, het getoon dat daar 'n groot mate van onkunde bestaan oor die begrip sosiale verantwoordelikheid. Verskeie persone het gereageer op die vraag deur hul insette te lewer. Sommige respondente het aangedui op watter gebied hul wel sosiale verantwoordelikheid uitleef. Hierdie gegewens stem in 'n groot mate ooreen met 'n vorige studie, asook die studie van Chrisman en Fry (1982:26), dat heelwat verskille rakende die onderwerp in die buiteland bestaan, en dat eenstemmigheid oor die betekenis van sosiale verantwoordelikheid nog lank nie bereik is nie.

Ten spyte van bogenoemde onduidelikhede was die respondente oor die algemeen tog simpatiek teenoor die gemeenskap waarin hulle diens lewer. Van die persone se reaksie was die volgende:

- Sosiale verantwoordelikheid is nie van toepassing in hul omgewing nie, aangesien hul nie in die P.W.V gebied woonagtig is nie. Hierdie stelling dui op oningelikhede, deurdat gedink word dat sosiale verantwoordelikheid net in stede en groot sentras voorkom.
- Deur 'n kleinsakeman word verder aangevoer dat sy sosiale verantwoordelikheid eindig by sy werknemers, hy voel dat sy belastinginset genoeg is, en die staat verder in die gemeenskap moet belê.
- Van die respondente gaan van die gedagte uit, dat hulle onderneming te klein is om sosiale verantwoordelikheid na te kom.
- Sosiale verantwoordelikheid word verder as 'n individuele saak beskou. Die sogenaamde sosiale verantwoordelikheid van die onderneming, volgens die respondent, word as 'n mite beskou. Die persoon gaan verder om te beweer dat die Bybel die enigste norm vir kontak tussen mense op alle vlakke is.

Liefdadigheid word te dikwels as sosiale onverantwoordelikheid gesien. Die doel van besigheid is wins, om in die vooruitgang van die toekoms te belê. Die poging om enige ander oogmerk te bereik kom neer op die uitbuiting van die besigheid en kan niks anders as wrange vrugte lewer nie. Hierdie reponent se siening stem veral ooreen met Friedman (1962:133) wat sy klasieke uitlating maak dat besigheid net een doel het en dit is om die maksimum wins te genereer.

- Van die mees algemene argumente wat aangevoer word deur die respondente, is dat daar te min seminare, opleiding en te min inligting oorgedra word rakende sosiale verantwoordelikheid, en hoe dit geïmplementeer kan word in die sakeonderneming.
- 'n Verdere feit wat sterk na vore kom is dat die kleinsakeonderneming nie die nodige fondse vir sosiale verantwoordelikheid het nie, en daarom word daar min aandag aan gegee. Sosiale verantwoordelikheid kan, volgens die respondente, op geen ander manier werk nie, tensy gesinsbeplanning op alle rasse van toepassing word nie.
- 'n Belangrike argument wat aangevoer word, is dat sommige ondernemings suksel om sosiale verantwoordelikheid met reg deur te voer, asgevolg van vakbonde wat 'n stremming op die daaglikse omgang met werkers bewerkstellig.
- Sosiale verantwoordelikheid deur groot ondernemings, word vir eie, en politieke gewin gedoen en hulle tree dus nie eg in die verband op nie.
- Sommige respondente het negatief op die gevoel van sosiale verantwoordelikheid reageer, en bevestig dat hul meer wins sal wil genereer in hul onderneming.
- Ander respondente wat die vraeys ingevul het, is meer positief en voel die onderneming moet 'n persentasie van die normale wins neem en dit in die vorm van sosiale bystand na die omgewing waar dit geleë is, kanaliseer.
- In die geval van die kleinsakeonderneming wat uit slegs 'n paar aandeelhouders bestaan, is die gevoel dat hulle die eerste reg het op die wins en versigtig moet wees hoe hulle 'n gedeelte van die wins in die gemeenskap aanwend. Hierdie stelling van 'n kleinsakebestuur staaf die uitspraak voorheen gedoen, dat bestuurders of aandeelhouders wat nie direk betrokke is by die kleinsakeonderneming nie, 'n onsimpatieke houding ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid het, deurdat van hulle soms nie in dieselfde gemeenskap woonagtig is nie, en dus net die grootste moontlike wins wil bekom.
- Van die meer positiewe uitlatings deur respondente, het daar aspekte na vore gekom wat sosiale verantwoordelikheid in die hand kan werk. Daar word geglo dat die publiek, Suid-Afrikaans en handvervaardigde goedere moet koop. Hierdie stelling word verder versterk deurdat dit werkgeleentheidskepping in die hand werk. Hierdie stelling is 'n voortsetting van Pretorius (1985:65-80) se siening, waar die skrywer die kleinsakeonderneming as werkverskaffer en skepper van werkgeleentheid in Suid-Afrika sien.

Voortbouend op die vorige positiewe argument, word deur die persoon beweer dat hy dit sy taak as kleinsakeonderneming sien, om aan sy gemeenskap goeie gehalte goedere te verskaf. Deur die gehalte goedere aan die gemeenskap te verskaf, word 'n vertrouensposisie opgebou en is dit voordelig vir beide partye. Hierdie stelling word

versterk deur Visagie (1988:147) waar 82,7% van die respondente in die ondersoek dit as belangrik ag dat die produkkwaliteit, van hoë gehalte moet wees.

- Sommige respondente sien sendingwerk as 'n sosiale verantwoordelikheid, en glo dat daardie goedgesindheid wat bewerkstellig word met rente terug ontvang sal word in die onderneming.

6.3

Vraelysontleding

Werknemersopinie is uiteenlopend van aard betreffende sosiale verantwoordelikheid maar daar is tog 'n positiewe tendens. Sakeondernemings glo dat die onderneming 'n sosiale verantwoordelikheid het ten opsigte van die gemeenskap en werknemers.

Afdeling A van die vraelys toon die biografiese verspreiding van die ondernemings aan. Die respons van die kleinsakeondernemings was goed en dui op 'n groot belangstelling in die verband, hoewel sommige nog skepties staan en dit as 'n vreemde begrip sien. 79,9% van die respondente was manlik terwyl 20,1% vroulik was.

Tabel 26 toon die ouderdomsverspreiding van die respondente aan en kan daar gesien word dat die meeste persone wat die vraelys beantwoord het in die ouderdomsgroep 40-49 (35,7%) jaar val, gevolg deur die ouderdomsgroep 30-39 (27,3%) jaar.

Tabel 26 Ouderdomsverspreiding

Jare	N	%
Jonger as 20 jaar	2	1,4
20 - 29 jaar	21	14,7
30 - 39 jaar	39	27,3
40 - 49 jaar	51	35,7
50 - 59 jaar	26	18,2
ouer as 60 jaar	4	2,8

Tabel 27 Ouderdom van entrepreneurs

Jare	%
onder 21	3,0
21 - 25	11,0
26 - 30	21,0
31 - 35	20,0
36 - 40	18,0
41 - 45	11,0
46 - 50	9,0
51 - 55	4,0
56 - 60	2,0
oor 60	1,0

(Tootelian en Gaedeke, 1985:14)

Aansluitend by Gomolka toon Tabel 28 en 29 dat die meerderheid van die kleinsakeondernemers oor 'n hoë opvoedingspeil beskik. Die ooreenkomste tussen die twee studies is daarin geleë dat die Suid-Afrikaanse kleinsakeman ook 'n hoë skolasiese opleidingspeil handhaaf in vergelyking met ander lande. Tootelian en Gaedeke (1985:13) bevestig in hul studie dat die entrepreneur beter gekwalifiseer is as die deursnee populasie. Smith (1977:26) beweer dat 21,5% het naskoolse opleiding ondergaan en die grootste groep naamlik 37,35% beskik oor standerd 10 sertifikaat, terwyl 18,4% dit nie behaal het nie. Die gegewens verkry uit die studie bewys dat daar 'n definitiewe groei in die vlak van opleiding van die kleinsakebestuurder is. Die gehalte van opleiding, is dus volgens hierdie gegewens veel hoër as in die studie van Smith (1977:26). Dit wil dus voorkom, dat die kleinsakesektor tog oor 'n goed opgeleide akademiese groep mense beskik. Die studie toon verder dat die persone nie werklik spesifiek opgelei is vir die tipe beroep waarin hulle hul self bevind nie. Uit 'n vorige studie blyk dit dat 63,2% van die respondente wel in 'n mate opgelei is in 'n bepaalde rigting waarin hulle werk, terwyl 36,8% nie vir hul spesifieke taak opgelei is nie. Staber en Schaefer (1985/86:45-49) bevind dat opleiding van werkers die taak van die werkgewers is, en dat hul dit as sosiale verantwoordelike aspekte sien.

Opvallende statistiek is gevind oor die opleiding van die ouers van die kleinsakeondernemers. 46,3% Van die ouers het gevorder op skool van tussen standerd 6 - 8, verder het 28,7% opleiding ontvang tot en met standerd 10, slegs 25% het 'n naskoolse opleiding ontvang. Volgens Hisrich (1986:3) is die meerderheid van die ouers van entrepreneurs in die V.S.A. blouboortjie werkers. Die meeste ouers is volgens hom afkomstig uit die middelklas, en die navorser het getoon dat 43% van die manlike ouers nie formele opleiding gehad het nie, terwyl 28% wel formeel opgelei is. Hierdie gegewens stem ooreen met die gegewens uit hierdie opname asook Gomolka se bevindinge in Hoofstuk 2.

Opvallend is die ouderdom wat aangegee word as die toetredingsouderdom van die kleinsakemanne tot die sakesektor. Die opname wys dat die meeste kleinsakemanne hul onderneming begin het tussen die ouderdomme 20 - 29 jaar (39%), gevolg deur die groep 30 - 39 jaar (34%). Montagno (et al., 1986:27) bepaal in sy studie dat die meerderheid van sy respondente hul eie onderneming begin het op die ouderdom van tussen 31-40 jaar (30.0%) Die twee studies wys tog ooreenkomste wat hierdie ouderdom betref. Die klein verskil kan moontlik lê in die sosiale samestelling van die twee lande wat verskil. Inligting oor die ondernemings is ingesamel om statistiek te versamel rakende die tendense op die platteland sowel as in die stede. Aangesien sosiale verantwoordelikheid waarskynlik sal verskil op die platteland van die in stede, as gevolg van die sosiale samestelling, is dit tog belangrik om 'n algemene indruk te verkry. Tabel 31 toon die korrelasie rakende die verspreiding van die ondernemings, sowel as die tipe bedryf waarin die kleinsakeonderneming hom bevind.

Tabel 31 Ligging van onderneming teenoor tipe bedryf (N=151)

	Handel	Nywer- heid	Dienste	Ander	Totaal
Stad	7,69%	3,5%	3,5%	2,1%	16,78%
Voorstad	9,74%	2,8%	9,79%	0,7%	23,08%
Platteland	30,07%	12,59%	9,79%	6,29%	58,74%
Ander	0,70%	0,0%	0,7%	0,0%	1,4%
Totaal	48,25%	18,88%	23,78%	9,09%	100,0%

Tabel 31 dui aan dat ten opsigte van die korrelasie tussen die ligging van die bedryf en die tipe bedryf 30,7% van die respondente op die platteland in die handel gevind word, gevolg deur 12,59% nywerheidsbetrokkenheid.

Tabel 32 toon die hoeveelheid werkers in diens by kleinsakeondernemings. Indien daar gekyk word na die definisie van kleinsakeondernemings, val die meeste van die respondente wat die vraelys beantwoord het se ondernemings in hierdie kategorie.

Die gegewens, in verband met die aantal werknemers, verkry uit die vraelys stem ook ooreen met Montagno se Tabel 33, en is daar 'n beduidende ooreenkoms tussen die gegewens.

Tabel 32 Aantal werknemers in onderneming (N=151)

Werkers	Frekwensie	%
1 - 5 werkers	52	36,4
6 - 10 werkers	38	26,6
11 - 15 werkers	8	5,6
16 - 20 werkers	13	9,1
21 - 50 werkers	16	11,2
51 + werkers	16	11,2

Tabel 33 Aantal werknemers in onderneming

Werknemers	%
10 en minder	67,2
11 - 50	24,6
51 en meer	8,2

(Montagno et al., 1986:27)

Uit verdere gegewens versamel kom dit voor dat 95,1% van die respondente in beheer is van hulle eie kleinsakeonderneming. Die kleinsakeondernemings word ook in die meeste gevalle onafhanklik bestuur en besit.

Montagno et al., (1986:27) kom in hul studie tot die gevolgtrekking dat 36,7% ondernemers hul besigheid vir 5 jaar en minder besit het. Smith (1978:131) ondervind dat 30,4% van sy respondente hul onderneming vir meer as 5 jaar besit. In hierdie ondersoek is die bevinding dat 26,65% hul besigheid vir 5 - 10 jaar besit, terwyl 25,9% hul onderneming 10 jaar of langer bestuur. Montagno sê bevinding korreleer dus met die onderhawige studie in sover 26,7% hul besighede vir 11 - 20 jaar bestuur en onafhanklik besit.

Die jaarlikse omset van die respondente wissel, en dit word saamgevat in Tabel 34. Die doel van die verkryging van die omsetsyfers is om later te kan vasstel hoeveel die kleinsakeonderneming in persentasie uitgedruk, bereid is om af te staan aan sosiale verantwoordelikheid.

Tabel 34 Jaarlikse omset

Bedrag	%
Minder as R100 000	14,8
R100 000 - R500 000	48,2
R500 001 - R1 miljoen	15,3
Meer as R1 miljoen	21,9

Uit bogenoemde gegewens is dit duidelik dat 'n groot hoeveelheid (78,3%) van die kleinsakeondernemings betrek by die studie, relatief klein is, as gekyk word na hulle omset van R100 000 - R1 miljoen. Hierdie gegewens is in 'n groot mate ooreenstemmend met die definisie van kleinsakeondernemings. Die korrelasie vir die verskillende bedrywe is nie gedoen nie, omdat dit 'n studie opsigself regverdig, om die geldigheid van die definisie te toets.

Die kleinsakeondernemings se betrokkenheid by sosiale verantwoordelikheid is getoets deur verskillende vrae te vra. Onder hierdie hoof het elke respondent die geleentheid gehad om twee vrae te merk na sy keuse. Die respons ontvang word saamgevat in Tabel 35.

Tabel 35 Sosiale betrokkenheid (N=151)

Verwysing	Frekwensie	%
Gemeenskapsbetrokkenheid	60	39,7
Eties	11	7,2
Skep van werkgeleentheid	82	54,3
Doelmatige gebruik van hulpbronne	27	17,8
Verbetering van omgewing	24	15,8
Geldelike voordeel	49	32,4

Die uitslag van die betrokkenheid van kleinsakeondernemings by sosiale verantwoordelikheid is insiggewend:

- Soos gesien kan word in Tabel 35 is daar in 'n groot mate eenstemmigheid oor sekere aspekte rakende sosiale verantwoordelikheid.
- Die tabel toon duidelik dat die skep van werkgeleentheid (54,3%) die hoogste prioriteit by kleinsakeondernemings verkry. Die studie van Chrisman en Fry (1982:26) het getoon dat die etiese en kliënteverhouding die hoogste prioriteit is by die respondente.
- Dit word gevolg deur die gemeenskapsbetrokkenheid van die kleinsakeonderneming.

Die inligting korreleer met van die skrywers (Friedman, 1962:133 en Roodt, 1987:6 in Hoofstuk 5, waar wins nie alleen as die bepalende faktor in die kleinsakeonderneming gesien moet word nie.

- Dit is duidelik dat kleinsakeondernemings besef dat hul betrokkenheid ook in ander fasette van besigheid vervat moet word.
- Hoewel die oorgrote meerderheid van die respondente positief reageer op die sosiale verantwoordelikheid, wil dit voorkom asof die metode van die implementering van sosiale verantwoordelikheid nog onduidelik is.
- Alle kleinsakeondernemings besef dat daar 'n groot taak op hul skouers rus, rakende sosiale verantwoordelikheid, en dat hul wel hul deel kan bydra aan die gemeenskap. Dit is duidelik dat kleinsakeondernemings hierdie aspekte in die vraelys oorweeg, en waar moontlik, hul beleid aanpas om in 'n groter mate te kan voorsien in die behoeftes van die gemeenskap en die werknemers.

Die taak van die onderneming ten opsigte van die werkers word eweneens as belangrik deur die kleinsakeonderneming beskou. Daar is op verskillende vrae reageer rakende die verantwoordelikheid van die onderneming teenoor die werkers. Dit wil voorkom asof die respondente in 'n groot mate ooreenstem oor die insette wat gelewer moet word. Tabel 36 toon die gevoel van die werkgewers teenoor die werknemers aan.

Tabel 36 Verantwoordelikheid van werkgewers teenoor werknemers (N=151)

Verwysing	Frekwensie	%
Kompeterende salarisse	25	16,5
Opleiding	28	18,5
Gelyke kanse	20	13,24
Werkbevrediging	76	50,3
Werkomgewing	12	9,9

Uit die gegewens in tabel 36 kom dit voor asof die opleiding en werkbevrediging van werkers die hoogste prioriteit verkry by werkgewers teenoor hul werknemers. Dit is opvallend dat die werkomgewing waarin die werkers hul bevind nie vir die werkgewers so belangrik blyk te wees nie. In die algemeen gesien is die werkgewers besorg oor die werknemers, siende dat werknemers die hart van die onderneming se vooruitgang is. Chrisman en Fry (1982:25) het bevind dat die kleinsakeonderneming in 'n groot mate werkgeleenthede na die Tweede Wereldoorlog voorsien het. Hierdie stelling word bevestig deur Lawlor en Boulden (1980:6) en gegewens in hoofstuk 3, waar die ekonomiese bydrae van die kleinsakeonderneming onder die loep geneem word.

Die sosiale verantwoordelikheid van die onderneming word gesien as een wat aan verskeie eise moet voldoen, om suksesvol te kan wees. In Tabel 37 kan gesien word waar die onderneming sy aandag aan wil skenk, ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid.

Tabel 37 Sosiale verantwoordelikheid van die onderneming (N=151)

Verwysing	Frekwensie	%
Produk-kwaliteit	86	56,9
Produk-keuse	18	11,9
Kliënte verhouding	79	50,3
Goeie pryse	63	41,7
Korrekte reklame	18	11,9

Die siening van die gemeenskap, is van belang by die formulering van sosiale verantwoordelikheid. Dit is insiggewend om op te merk dat die gemeenskap die produkkwaliteit as baie belangrik sien. Dit val saam met die gedagte vroeër in die hoofstuk genoem. Dit kom dus daarop neer dat die gemeenskap by verskillende aspekte soos produkkeuse en goeie pryse verby kyk, solank die produkkwaliteit aan hulle behoeftes voldoen.

Een van die vrae wat as fundamenteel beskou kan word, is die vraag of daar in die onderneming se bestuursbeleid voorsiening gemaak word vir sosiale verantwoordelikheid. In 74,3% van die gevalle word daar volgens die respondente aangetoon dat hul wel voorsiening maak vir sosiale verantwoordelikheid, en 22,8% dit nie as nodig bestempel nie. In die studie voorheen gedoen, het dit sterk na vore gekom, dat die kleinsakeonderneming wel betrokke moet wees by die gemeenskap. Krisman en Fry (1982:23) bevind dat ongeveer 87,4% van die kleinsakeondernemings, sosiale verantwoordelikheid ingebou het in hul bestuursbeleid, en dat dit as van groot belang beskou kan word. Uit hoofde van die studie en bogenoemde skrywer word die stelling geregverdig, dat sosiale verantwoordelikheid wel deur die kleinsakeonderneming nagekom word, ten spyte van sekere probleme wat wel bestaan.

Tabel 38 Bedrae bestee aan sosiale verantwoordelikheid

Verwysing	Frekwensie	%
Geen	39	29,5
R1000 - 1500	49	37,1
R1501 - 2000	17	12,9
R2001 - 2500	10	7,6
R2501 - 3000	3	2,3
R3001 - 4000	2	1,5
R4001 +	12	9,1

70,5%

Uit bogenoemde tabel 38 kan vasgestel word dat die meeste kleinsakeondernemings ongeveer R1000 - R1500 per jaar spandeer aan sosiale verantwoordelikheid. Daar moet egter kennis geneem word van die tweede hoogste frekwensiesyfer van die ondernemings wat geen bydrae vir sosiale verantwoordelikheid gee nie, naamlik 39 (29,5%). Die gegewens versamel rakende die omset van die onderneming en gegewens in Tabel 38, korreleer met die bydrae deur die sakemanne. Dit wil egter voorkom asof die respondente eerlik is in hul opinie dat hulle hul sosiale

verantwoordelikheid in 'n minder of meerdere mate nakom. As na die bydrae gekyk word, word gevind dat 70,5% wel 'n bydrae maak van een of ander bedrag, terwyl net 29,5% geen bydrae maak nie.

Tabel 39 Persentasie spandeer aan sosiale verantwoordelikheid

Verwysing %	Frekwensie	%
1,0 - 2,0	102	79,1
2,1 - 3,0	20	15,5
3,1 - 4,0	4	3,1
4,1 - 5,0	1	0,8
5,1 +	2	1,6

Wat wel sprekend is, en korreleer mēt die bedrae gespandeer, is die feit dat 79,1% (tabel 39) van die respondente ongeveer tussen 1 - 2% van hul bruto inkomste aan sosiale verantwoordelikheid afstaan. Hierdie persentasie kan as 'n maatstaf dien vir die meeste kleinsakeondernemings. Hoe groter die omset, hoe meer sal die investering in sosiale verantwoordelikheid toeneem. By die samestelling van die bedryfskoste in die onderneming, kan die norm van tussen 1 - 2%, as basis vir die onderneming dien ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid.

Die kleinsakeondernemings is van mening dat die groot ondernemings hul sosiale verantwoordelikheid net gedeeltelik nakom. Die persentasie wat die mening huldig beloop soveel as 84,1% van die 151 respondente.

Die kleinsakeonderneming is gevra om na sy mening die beste beskrywing van sosiale verantwoordelikheid aan te stip. Die begrippe het 'n wye moontlikheid gegee en daar is goeie reaksie op verkry.

Sosiale verantwoordelikheid impliseer 'n balans tussen ondernemingswins en die bevrediging van werkersbehoefes. Hierdie benadering het die grootste aanhang gehad deurdat 98% van die respondente dit as belangrik beskou, as die ideale beskrywing van sosiale verantwoordelikheid. Volgens 11,2% van die respondente is dit van primere belang dat die onderneming die gemeenskap bo ondernemingswins stel. Hulle sien dit as die sprekende definisie van sosiale verantwoordelikheid. Verder is die vraag in hul midde gelê dat die onderneming maksimum wins bo die behoeftes van gemeenskap stel. Die respons was baie swak ten opsigte van hierdie vraag, slegs 3,9% van die respondente het dit belangrik geag. Dat die onderneming se sosiale verantwoordelikheid geleë is in die voorsiening van 'n werkseleentheid, is eweneens nie as ten volle aanvaarbaar beskou nie, en het alleen 16,5% van die respondente die omskrywing as belangrik gesien.

Dit is duidelik dat die kleinsakeonderneming 'n balans sien tussen die ondernemingswins en die bevrediging van werkbehoefes. Die onderneming wil blykbaar nie die die gemeenskap belas met te hoë winste nie, maar eerder die balans handhaaf. Verder wil die kleinsakeonderneming toesien dat daar behoorlike werkbevrediging moet wees in die gemeenskap.

Uit tabel 40 is dit duidelik dat daar tog probleme vir die kleinsakeonderneming bestaan rakende sosiale verantwoordelikheid. In volgorde van belangrikheid het 43,7% respondente beweer dat die staat te min belastingvoordele toestaan vir sosiale

verantwoordelikheid. Verder het 37,7% respondente aangedui dat 'n gebrek aan kapitaal vir die doelmatige instelling van sosiale verantwoordelikheid 'n remmende faktor is. 'n Gebrek aan genoegsame kennis van sosiale verantwoordelikheid is deur 31,1% respondenteas belangrik gesien in hul onderneming. Die ontoereikende kommunikasie tussen die gemeenskap en besigheid is deur 26,5% van die respondente as 'n probleem uitgewys rakende sosiale verantwoordelikheid. Die gedagte dat die onderneming te klein is om sosiale verantwoordelikheid uit te leef is deur 25,8% respondente ondersteun. Die laaste in volgorde van belangrikheid is die antwoorde oor die feit dat die personeel nie opgelei is nie, wat dit moeilik maak om sosiale verantwoordelikheid ten volle te kan uitleef.

Tabel 40 Probleme met die uitleef van sosiale verantwoordelikheid (N=151)

Beskrywing	Frekwensie	%
Ontoereikende kommunikasie tussen gemeenskap en besigheid	40	26,5
Te min belastingvoordeel deur die staat vir sosiale verantwoordelikheid	66	43,7
Nie genoegsame kennis van sosiale verantwoordelikheid	47	31,1
Weet nie hoe om sosiale verantwoordelikheid toe te pas nie.	22	14,6
Gebrek aan kapitaal in die onderneming	57	37,7
Personeelopleiding	30	19,8
Onderneming te klein om sosiale verantwoordelikheid toe te pas	39	25,8
Te min geleentheid vir die toepassing van sosiale verantwoordelikheid	10	6,6
Gebrek aan belangstelling by personeel	20	13,2
Gebrek aan belangstelling by bestuur	13	8,6
Te kapitaal intensief	9	5,9
Gebrek aan infrastruktuur	28	18,5

Tabel 41 Terrein waarin sosiale verantwoordelikheid uitgeleef kan word (N=151)

Beskrywing	Frekwensie	%
Volwasse opleiding aan werkers	74	49,0
Vervoer van werknemers na werk	16	10,6
Sportgeriewe vir werkers	12	7,9
Borg van sport byeenkomste	12	7,9
Fondse vir navorsing	11	7,2
Fondse vir maatskaplike dienste	27	17,9
Borg van noodsaaklike dienste	25	16,5
Gesondheid van gemeenskap	31	20,5
Bekamping van besoedeling	17	11,3
Beperking van lugbesoedeling	4	2,6
Beroepsveiligheid van werkers	19	12,6
Voorsiening van goedere aan gemeenskap	17	11,3
Gelyke kanse vir mans en vroue	25	16,5
Bekamping van werkloosheid	39	25,8
Indiensneming van gestremdes	13	8,6
Opheffing van gemeenskap	31	20,5
Voorsiening van studiebeurse aan gemeenskap	7	4,6

- Vir die grootste getal, naamlik 49,0% respondente, is die uitlewing van sosiale verantwoordelikheid daarin geleë dat dit die primêre taak van die onderneming is om toe te sien dat volwasse opleiding aan werkers verskaf moet word. Hierdie uiting deur so 'n groot hoeveelheid respondente versterk die regeringsbeleid dat die opheffing van werkers moet plaasvind tot voordeel van die hele gemeenskap.
- Dit is insiggewend dat die bespreking van lugbesoedeling hoog op die prioriteitslys staan.
- Die bekamping van werkloosheid is deur 25,8% van die respondente ondersteun.

- Die gesondheid van die gemeenskap asook die opheffing van die gemeenskap is deur sowat 20,5% respondente gesteun. Hierdie siening val baie nou saam met die vrae wat handel oor die volwasse opleiding van werkers.
- 17,9% Respondente was van mening dat fondse vir maatskaplike dienste wel op die terrein van kleinsakeondernemings lê.
- Die laaste aspekte in orde van belangrikheid is die borg van noodsaaklike dienste en gelyke kanse vir mans en vroue wat deur 16,5% respondente verteenwoordig word.
- Die meningsverskil tussen die respondente oor waar sosiale verantwoordelikheid uitgeleef kan word, verskil nie drasties met mekaar nie. Die terreine wat as belangrik beskou word, het ook groot maatskaplike gevolge as dit ten volle deur die kleinsakeondernemings uitgeleef word soos aangedui.

6.4 Samevatting

In hierdie studie is gevind dat kleinsakeondernemings 'n groot mate van belangstelling getoon het in die spesifieke onderwerp. Die begrip "*sosiale verantwoordelikheid*" blyk egter vir die meeste persone 'n onbekende aspek van sy besigheidstruktuur te wees. Die reaksie wat verkry is uit die vraelys, toon dat daar wel 'n intense belangstelling is in sosiale verantwoordelikheid. Gedurende die studie is daar definitiewe raakpunte bespeur tussen hierdie studie en gegewens versamel van oorsese studies. In 'n vorige studie onderneem, is ook gevind dat daar heelwat ooreenkomste is tussen die Suid-Afrikaanse situasie en die buiteland, ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings.

Van die ooreenkomste is reeds vervat in verskillende hoofstukke in hierdie verhandeling.

Om 'n beter gemeenskap te bewerkstellig, word aangedui dat 'n gedeelte of persentasie van die ondernemingswins aangewend moet word in die gemeenskap. Tog is daar teenstrydige gevoelens van die aandeelhouers wat nie direk betrokke is in die gemeenskap nie. Hierdie mense sal eerder 'n maksimum winsgedeelte wil bekom as om dit tot die voordeel van 'n vreemde gemeenskap aan te wend. Die teoretiese onderbou het duidelik aangetoon dat hierdie tendens een van die probleemareas is waarom sosiale verantwoordelikheid nie geredelik nagekom word nie.

Die skolastiese peiling van die kleinsakeondernemings in die studie, het getoon dat die kleinsakemanne en vroue hul goed bekwaam. Uit die studie word getoon dat 46,9% van die respondente oor 'n universiteitsgraad beskik. Hierdie bevinding sluit aan by Tootelian en Gaedeke (1985:14) dat die deursnee kleinsakebestuurder in 'n mate beter gekwalifiseer is as die deursnee populasie. Die gegewens toon dat daar 'n groei is in die opleiding deur kleinsakeondernemings, vergeleke met studies van ongeveer 10 jaar gelede. Wat wel nie bepaal is nie, is in watter mate hul vir die spesifieke taak opgelei is waarin hul werksaam is.

Ten opsigte van skolastiese opleiding het 46,3% van die ouers van kleinsakeondernemings gevorder tot op 'n vlak tussen standaard 6 - 8 en 28,7% tot standaard 10. Slegs 25% het 'n naskoolse opleiding en hoër ontvang. Ander skrywers toon in hul studies dat die meerderheid van die ouers blouboortjiewerkers is, en die meeste uit die middelklas afkomstig is.

Die ouderdom wat kleinsakebestuurders hul besigheid begin het, val in die ouderdomsgroep 20 - 29 jaar, terwyl 'n buitelandse studie toon dat die ouderdom tussen 31 - 40 jaar is.

Die inligting versamel, rakende die verspreiding van die kleinsakeonderneming en die tipe bedryf, het getoon dat 30,7% op die platteland in die handel werksaam is.

Die aantal werkers werksaam in die kleinsakeonderneming stem in 'n groot mate ooreen met die definisie vroer gestel vir die kleinsakeonderneming. Die meerderheid se werkerskorps was kleiner as 50 persone. So ook val die jaarlikse omsetsyfer soos verkry uit die vraelys van die kleinsakeondernemings in die ondersoek, in die meeste gevalle binne die raamwerk van die definisie soos in 'n vorige hoofstuk gestel.

Die betrokkenheid van kleinsakeondernemings by sosiale aangeleenthede het groot belangstelling ontlok. Die meeste respondente was dit eens dat die skep van werkgeleentheid die belangrikste sosiale verantwoordelikheid is, gevolg deur gemeenskapsbetrokkenheid. Die vraag toon dat die kleinsakebestuur besef dat hul verantwoordelikheid ook in ander fasette van besigheid lê, behalwe winsmaking. Een aspek wat deurgaans opvallend voorkom, is dat die gedagte van sosiale verantwoordelikheid deur almal aanvaar word, maar hoe om dit tot uitvoering te bring, nie duidelik is nie.

Die taak van die onderneming ten opsigte van die werkers word eweneens deur die kleinsakeonderneming hoë prioriteit gegee. Werkbevrediging word as die belangrikste aspek gesien, gevolg deur opleiding aan werkers. Vir die onderneming om suksesvol te kan wees, is daar sekere voorwaardes: Produkwaliteit is van groot belang, gevolg deur kliënteverhouding en goeie pryse.

Die meeste van die kleinsakebestuurders, naamlik 74,3%, het aangetoon dat hul voorsiening maak in hul bestuursbeleid vir die gedagte van sosial verantwoordelikheid. Net 22,8% toon dat dit vir hul nie belangrik is nie. Buitelandse studies toon dat kleinsakebestuur in 87,4% gevalle sosiale verantwoordelikheid in hul bestuursbeleid ingebou het.

Die meeste van die kleinsakebestuurders naamlik 37,1% spandeer ongeveer R1000 - R1500 per jaar aan sosiale verantwoordelikheid. Die gedagte wat hier duidelik na vore kom is die feit dat kleinsakeondernemings tussen 1 - 2% van hul bruto inkomste aan sosiale verantwoordelikheid bestee. Kleinsakebestuurders beweer dat groot ondernemings hul verantwoordelikheid net gedeeltelik nakom.

Die kleinsakebestuurder is gevra om na sy mening die beste begrip rakende sosiale verantwoordelikheid aan te stip soos deur die vraelys aangegee. 98% Van die respondente het getoon dat 'n balans tussen ondernemingswins en die bevrediging van werkersbehoefte vir hul sprekend is van sosiale verantwoordelikheid.

Wye reaksie is ontvang rakende die probleme in die uitleef van sosiale verantwoordelikheid. Tabel 40 toon die probleme: en te min belastingvoordeel deur die staat vir sosiale verantwoordelikheid is vir hul 'n behoefte, gevolg deur 'n gebrek aan kapitaal. Die uitleef van sosiale verantwoordelikheid is onder andere aangedui in Tabel 41. Dit is die primêre taak van die onderneming om volwasse opleiding aan werkers te verskaf.

Die vraelys het enkele onduidelikhede rakend sosiale verantwoordelikheid na vore gebring, veral aangaande die terrein waar dit gedoen kan word. In hoofstuk 7, word

bepaalde aanbevelings gedaan rakende aspecte wat sosiale verantwoordelikheid kan bevorder.

Hoofstuk 7

SAMEVATTENDE GEVOLGTREKKINGS, RIGLYNE EN SLOTPERSPEKTIEF

7.1

Inleiding

Die hoofdoel van hierdie ondersoek was om meer kennis aangaande 'n redelike onbekende aspek van die kleinsakeonderneming te bekom. Dit impliseer dat aandag gegee sal word aan riglyne vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid, opleiding en karaktereienskappe van die kleinsakeman. Verder word die plek en die posisie van die kleinsakeman in die ekonomie sowel as die stimulerings van owerheidsweë behandel.

Kleinsakeondernemings het 'n besondere rol om te vervul in die sosiale- en politieke sfere, ten spyte van die feit dat kleinsakeondernemings nie 'n absolute duidelike identifiseerbare sektor is nie. Dit het selfs 'n tegnologiese aspek: die omwenteling wat navorsing en tegnologiese ontwikkeling meebring, plaas druk op die kleinsakeonderneming en is vir die interne mededinging 'n uitdagende faktor, wat die kleinsakesektor voorop moet stel om te verwerk. Hier kom die gemeenskap en die sosiale opset, waarin besigheid gedoen word, ook sterk ter sprake. Wat die historiese, huidige of toekomstige plek en funksie van die kleinsakeonderneming in 'n land se ekonomie mag wees, is dit so dat die kleinsakeonderneming 'n manifestasie is van die vryemarkstelsel. Entrepreneurskap daarenteen is ook 'n diepsinnige, kragtige deurdringende menslike proses met belangrike moontlikhede in terme van onafhanklikheid, kreatiwiteit en personeeluitbreiding.

Maar dit is veral die wedersydse afhanklikheid tussen onderneming en die maatskaplike omgewing en die vertroue wat ontstaan tussen die groepe, wat die kern belangrike deel van hierdie studie vorm. Die bydrae wat die kleinsakeonderneming tot die gemeenskap lewer in die vorm van, byvoorbeeld, maatskaplike dienste, opleiding en werkverskaffing, is van deurslaggewende belang. Een van die hoofdoelstellings van die studie is om definitiewe riglyne daar te stel vir die praktisering van sosiale verantwoordelikheid deur die kleinsakesektor.

Die onderneming word hedendaags aanspreeklik gehou vir sekere nadelige gevolge wat vir die gemeenskap ontstaan het soos byvoorbeeld omgewingsdoelstellings. Dit word direk toegeskryf aan die optrede van die onderneming. Daar word in die jongste tyd ook van die onderneming verwag om 'n bydrae te maak tot die oplossing van sosiale vraagstukke, wat nie noodwendig deur sy toedoen ontstaan het nie.

Sosiale verantwoordelikheid is 'n relatiewe onbekende en nuwe begrip in die sakewêreld, en veral kleinsake-omgewing in Suid-Afrika. Ten einde sosiale verantwoordelikheid na te kom en uit te brei, moet deurentyd van beide owerheidskant en van die kant van die kleinsakesektor aandag hieraan gegee word. Die kleinsakeonderneming begin om wyer te kyk as net die nuwe ekonomiese tonnel waarin hy hom bevind. Dit word deel van die omgewing en begin om sosiale norme in te bou in hul besigheidsfilosofie.

'n Vergelykende studie met ondersoek in die buiteland, rakende sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakesektor, toon dat daar nog heelwat verskille oor die onderwerp in die buiteland bestaan, en dat eenstemmigheid oor die implementering daarvan in die gemeenskap, nog 'n probleem blyk te wees. Die hedendaagse kleinsakeonderneming moet nie slegs 'n deskundige kennis van sy onderneming en interne organisasie hê nie, maar hy moet ook oor die vermoë beskik om sy onderneming as deel van die gemeenskap te sien. Die verwagting van die gemeenskap het in sy totaliteit verander en dit is noodsaaklik dat 'n wedersydse begrip opgebou moet word. In die huidige ekonomiese klimaat is dit vir die kleinsakeonderneming noodsaaklik om die sosiale behoeftes uit te bou. Die sosiale behoeftes van die gemeenskap moet en kan nie deur die kleinsakeonderneming verontagsaam word nie. Met die veranderde gemeenskapsbehoeftes is dit vir die kleinsakeonderneming nodig om vorentoe te beweeg na 'n meer sosiaal-aanvaarbare sakesin.

Die publiek maak vandag al meer daarop aanspraak dat die kleinsakeonderneming sosiaal betrokke moet wees, maar die kleinsakeonderneming staan hom blind teen die metodes wat hy moet aanwend om hierdie verantwoordelikheid uit te leef. Dit is dan juis ook oor hierdie aspek wat daar deur hierdie studie meer duidelikheid aan die kleinsakeman gegee wil word. Bewuswording van die behoefte aan sosiale verantwoordelikheid, moet deel wees van die waardesisteem van die bestuurder van sodanige kleinsakeonderneming.

7.2 Samevattende oorsig en gevolgtrekkings

7.2.1 Werkwyses

Om die sosiale verantwoordelikheid in die R.S.A te bepaal, is vergelykbare kleinsakeondernemings by die studie betrek. Die kleinsakeondernemings, as teikengroep vir die ondersoek, is verkry vanaf die adreslys van intekenaars op die tydskrif die "*Entrepreneur*" wat as maandblad sirkuleer in die Republiek. Om die doelstelligs met die oog op riglyne te bereik, soos voorheen beskryf, is daar van 'n vraelys gebruik gemaak. Die vraelys het vrae bevat, waarop relevante inligting bekom is. Van die vrae wat behandel word, word in hoofkategorieë ingedeel, naamlik:

- Biografiese gegewens;
- die hoofaktiwiteit van die onderneming;
- die aantal jare wat die onderneming besit word en
- die sosiale verantwoordelikheid.

Na voltooiing van die vraelys, is die gegewens verwerk deur die Statistiese Konsultasiediens om die korrelasies sowel as die verspreiding te gee wat gevolg gee aan die gevolgtrekkings en riglyne vir sosiale verantwoordelikheid.

Om meer lig op die hoofdoelstelling te werp is verskillende ondernemingsbegrippe omskryf en verklaar:

Verskeie skrywers het die begrip entrepreneur en sy rolbesetting omskryf, en is daar verskillende standpunte gehuldig. Ofskoon die definisie soms baie vernou is, bewys die literatuur in die verband dat daar 'n wye reeks van interpretasies is. Die ekonome beskou die entrepreneur as 'n faktor in die produksie, terwyl ander benadruk dat entrepreneurs risiko-ondernemers is. Party skrywers meen weer dat die entrepreneur nie die risiko-belegger is nie, maar dat die belegger die risikonemer is.

Die begrip bedryfsonderneming word omskryf as 'n selfstandige ekonomiese subjek wat ten doel het om die kapitaal wat daarin belê is, winsgewend te maak deur, in antisipasie op die vraag, goedere of dienste min of meer kontinu op die mark aan te bied en te verkoop met die kapitaalrisiko wat daaraan verbonde is. Arbeid vorm ook 'n basiese komponent van die bedryf. Arbeid word deur mense verrig en is daarom 'n onderwerp van sosiale verantwoordelikheid.

Die definiering van kleinsakeonderneming as begrip is nie 'n maklike taak nie. Daar bestaan definitiewe graadverskille tussen die omskrywing van kleinsakeondernemings soos dit deur kundiges in verskeie lande hanteer word. Nie alleen is daar verwarring tussen lande nie, maar ook verskillende vertolkings van kleinsakeondernemings selfs binne dieselfde land. Dit word grootliks toegeskryf aan faktore soos:

- Ekonomiese en sosiale toestande van verskillende lande;
- die doelstellings van die formuleerders en die gebruikers van doelstellings verskil, en
- die kleinsakesektor is hetrogeen van aard en dek 'n wye spektrum van aktiwiteite.

Die kleinsakeonderneming is, bedryfsekonomies gesien, onafhanklik en vorm deel van die totale kleinsakesektor. Uit die verskillende definisies blyk dit dat daar in die definiering van die kleinsakeonderneming, rekening gehou moet word met ekonomiese sowel as statistiese aspekte. Hierdie aspekte behels dat die kleinsakeonderneming onafhanklik besit en bestuur word, en geen noemenswaardige invloed op die mark sal uitoefen nie. Die statistiese aspek van die definiering van kleinsakeondernemings word gebaseer op verskeie kwantifiseerbare elemente soos aantal werknemers, jaarlikse verkope of bruto inkomste, aantal bedryfseenhede, kapitaal, batewaardes, netto wins en aantal aandeelhouders.

Die voorlopige gevolgtrekking is: Die kleinsakeonderneming, anders as in groot bedrywe, maak hom meer vaartbelyn om effektief teenoor mense en die gemeenskap, in sosiale opset, op te tree.

7.2.2

Historiese oorsig en sosiale perspektief

Om die doelstellings van die ondersoek verder te benadruk is daar na die historiese perspektief van die kleinsakeonderneming gekyk. Die kleinsakeonderneming het 'n tradisie wat oor eeue strek, en is dit belangrik om ook na die ontwikkeling oor die jare te kyk, om vas te stel waarom kleinsakeondernemings 'n tipiese eie lewensfilosofie handhaaf en bevorder. Uit hierdie gegewens kan die optrede van die onderneming nagespoor word.

Reeds in die middeleeue is die ondernemers as 'n spesifieke maatskaplike groep of klas beskou. Hulle is duidelik onderskei van die koninklikes, hoër geestelikes of die adel, aan die een kant, en die slawe aan die ander kant. Rondom 1100 n.C was 'n tydvak wat bekend gestaan het as klein kapitalisme. Klein kapitalisme word beskou as die begin van besigheid in die gemeenskap. Die rede vir die stelling is die feit dat kapitaalgoedere aan die gemeenskap verskaf is in ruil vir 'n betaalmiddel. Klein kapitalisme was gewoonlik winkeleienaars wat voorrade aankoop vir die laagste prys en dit van die hand sit teen die hoogste prys wat die gemeenskap kan absorbeer. Bestuurders in die tydvak 1800-1890 word beskou as die industriële kapitaliste en het hul invloed gebruik om mense hard te laat werk en die masjiene doelmatig te gebruik. Alhoewel die Britse klassieke hul dogma's aanvul met heelwat sosiale korrelasies, het hul leer die grondslag gevorm van die Liberalisme. Dit is versterk met die Industriële Revolusie en die politieke magsoorname deur die burgers teen die

einde van die 18de begin 19de eeu. Alhoewel die Marxistiese logika deur latere ontwikkelinge in die ekonomiese denke, gedeeltelik weerlê is en deur die latere aanhangers van die Marxisme op belangrike punte aangepas is, het hierdie visie tog 'n enorme impak op die verloop van die geskiedenis gehad, veral as die gedagte van sosiale verantwoordelikheid in die vorm van staatsosialisme, in gedagte gehou word. Die Rooms-katolieke toon 'n sterk gevoel om by die vervaardiging te bly. Die protestante weer, het opwaarts beweeg in die hierargie van vaardighede en het daardeur die administratiewe posisie in die sosiale omgewing beman. Hulle het ook 'n wyer religieuse benadering teenoor die hele samelewing gehad, wat sosiale verantwoordelikheid ten goede sou kom. Na die jare 30 van die eeu, het dit geskyn of die meeste parlementêre demokrasieë in Wes-Europa ontwikkel na 'n feitlike magsdeling tussen werkers en hul organisasies aan die een kant, en die verteenwoordigers van die grootkapitaal aan die anderkant. Die instandhouding en opbloeï van 'n groot groep kleinondernemings en beoefenaars van vrye beroepe en selfstandige landbouers, kon die teenstelling tussen kapitaal en arbeid oorbrug, en die Marxistiese logika deurbreek.

Die gevolgtrekking is: Die uiteindelijke opbloeï van die kleinsake het met 'n ander sosiale doelstelling na vore gekom, anders in elk geval as die staatsosialisme van die Marxisme. Op die spesifieke doelstelling word teruggekom.

7.2.3

Die entrepreneur in die kleinsake-sosiale patroon

Die bydrae van die menslike hulpbron is wel bevorder tot 'n sekondêre betekenis in die literatuur van entrepreneurskap. En tog word die kreatiewe en produktiewe moontlikhede van die menslike toevoeging deur investering in entrepreneurskap, nie genoegsaam gereken nie. Daarom word die besettingsrol van die entrepreneur, ook ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid, weer eens beklemtoon. Aktiwiteite van entrepreneurskap kan beter verstaan word as die betreklike belangrikheid van menslike hulpbronne deegliker geanaliseer word.

Die entrepreneur vereenselwig hom grootliks met sy kleinsakeonderneming. Anders gestel, die kleinsakeonderneming vorm 'n onafskeidbare verbintenis met die persoon van die kleinsakeondernemer. Die woord entrepreneur is spreekwoordelik in die huidige tydbestek in die demokratiese wêreld en veral hier te lande op almal se lippe. Daar is drie prinsipiële komponente om 'n nuwe besigheid te begin en te bedryf. Eerstens moet daar 'n bedrewe entrepreneurpersoon wees, en hy moet oor die fisiese vermoë beskik en die nodige karaktereenskappe besit. Tweedens moet daar 'n lewensvatbare besigheidskonsep bestaan. Derdens moet daar genoegsame aanvangskapitaal bestaan. Leesstof in verband met entrepreneurskap erken individue as die sleutelement in die skepping van 'n nuwe onderneming.

Om die uiteindelijke doelstelling te bereik, en die rede vir die optrede van entrepreneurs te bepaal, was dit nodig om die entrepreneur se agtergrond en profiel van nader te beskou. Daar is uiteenlopende gedagtes oor die begrip entrepreneur soos in hoofstuk 2 behandel is. Die entrepreneur word as 'n unieke persoon beskryf, van wie tipiese eienskappe verwag word. Daar word beweer dat entrepreneurs objektief in die keuse van werknemers vir spesifieke take moet wees. 'n Verdienstelike persoon wat die werk behoort te doen word verkies bo vriende. Entrepreneurs toon 'n hoër mate van organisasievermoë ten opsigte van hul bedryf asook teenoor hul onderneming. 'n Drang na sukses is 'n belangrike dryfveer agter kleinsakeondernemings. Die uitvoering van 'n taak in entrepreneursterme is die verwesenliking van 'n redelike doel. Sekere skrywers wys daarop dat daar nie 'n volmaakte entrepreneur is nie, maar daar word na die ideale entrepreneur verwys. Kleinsakeondernemings moet self

deur die entrepreneur bestuur word. In selfbestuur en selfarbeid lê 'n verdere besondere voordeel. Die vroue-entrepreneur word ook onder die loep geneem en daar is 'n verskeidenheid sienswyses oor die vrou in hierdie pos. Uit die studies is dit duidelik dat daar 'n konstante verband is tussen die sosiale stand en die betrokkenes se beroepskeuse. Die familie se sosio-ekonomiese status het meer as enig iets anders die beroepskeuse beïnvloed, alhoewel intelligensie ook bygedra het tot besondere verskille. Die gegewens ingesamel oor manlike entrepreneurs, dui daarop dat sosio-ekonomiese status, die tipe besigheid wat begin word, beïnvloed, maar dit is nie noodwendig die dryfveer om 'n besigheid te begin nie. Ofskoon die aard en hoeveelheid opvoeding 'n bepaalde rol speel in die keuse van 'n beroep, blyk dit dat by die entrepreneur dit anders gesteld is. Prominente eienskappe van die entrepreneur, volgens die navorsing, is dat daar die basiese eienskap aanwesig moet wees naamlik, om te kontroleer en te bestuur. Dit ontbreek die entrepreneur geensins aan selfvertroue nie en hy het 'n nimmereindigende gevoel van 'n behoefte om iets te doen. 'n Suksesvolle entrepreneur het 'n deeglike uitgebreide oorsig van die hele situasie as hy beplan. Hy kom realisties voor in sy optrede en het 'n besondere begripsvermoë. Hy vind bevrediging in die sukses van die onderneming en jaag nie status na nie. Hy is objektief in die beskouing ten opsigte van wisselwerking tussen persone. Entrepreneurs beskik oor 'n groot mate van selfbeheersing en is in staat om druk wat in die besigheidssituasie opduik, te hanteer.

Gevolgtrekking: Uit hierdie samevattende, maar ook omvattende beeld van die entrepreneur, blyk dit voorlopig dat hy as besondere persoon en gesagsfiguur by magte is om dinamiese inisiatief te neem, waar akkers van sosiale verantwoordelikheid braak lê.

7.2.4

Die kleinsakeonderneming as struktuur in die sosiale opset

Die onhanteerbaarheid van die neerdrukkende wêreld ekonomie, na dekades van "bloei", het baie daartoe bygedra dat die kleinsakeonderneming net so 'n prominente rol begin vervul het in die ekonomie, as die grootsakeonderneming. Aangehaalde skrywers is dit eens dat die kleinsakeonderneming se vestiging in die gemeenskap, in 'n groot mate voorsien in werkskepping waardeur die sosiale omgewing terselfdetyd gestimuleer word. Daar word geglo dat die vrye ondernemingstelsel as 'n bolwerk teen kommunisme sy plek in die ekonomie verdien. Ekonomiese groei, vereis persone met inisiatief, leierskap en ondervinding. Die kleinsakeonderneming het onteenseglik 'n waardevolle rol in die wêreld ekonomie om te vervul. Volgens verslae van verskeie lande word die insette van die kleinsakeonderneming beklemtoon. Die onteenseglike voordeel wat hul vir die ekonomie het is bewys, deur verskillende statistieke aan te haal. Selfs in die R.S A word die aantal persone in diens van kleinsakeondernemings op ongeveer 376400 geskat. Daar word beweer, soos in 'n vorige hoofstuk genoem, dat 45000 nuwe werkgeleenthede tot aan die einde van 1980, deur die Ontwikkelingskorporasie se betrokkenheid, geskep is. Die stelling kan met redelike sekerheid gemaak word dat kleinsakeondernemings se aandeel redelik groot is, en dat in die lig van bogenoemde klemverskuiwing, dit 'n toenemende belangrike rol in die toekoms sal speel. Die bydrae van die kleinsakeonderneming in die formele sektor is moeilik bepaalbaar, gedeeltelik as gevolg van onvoldoende inligting en die moeilike onskryfbaarheid van kleinsakeondernemings. Tradisionele ekonomiese teorieë oor die bevordering van ekonomiese ontwikkeling in ontwikkelde en ontwikkelende ekonomieë, dui op die belangrikheid van grootskaalse kapitaal-intensiewe metodes van produksie-uitset, met name deur kleinsakeondernemings.

Die bevordering van, en belangstelling in kleinsakeondernemings het veral in Suid-Afrika, sedert 1980 dramaties toegeneem. Hierdie belangstelling het op die instelling

van verskeie hulpprogramme vir die bevordering van kleinsakeondernemings uitloop. Verskeie instansies is in Suid-Afrika in die lewe geroep onder andere: Die Kleinsake Ontwikkelingskorporasie (KSOK), die Goeie Hoop-beraad wat momentum gekry het, sowel as die Raad vir die Bevordering van Kleinsake. In 1987 is die Raad vir Kleinsake gestig wat spesifiek 'n rol speel in die bevordering van die kleinsake.

Die staat kan, volgens gesaghebbende skrywers, die ontwikkeling van privaatinisiatief, met name die besondere funksie van kleinsake, stimuleer deur 'n bepaalde beleid neer te lê. 'n Primêre vereiste vir die bevordering en handhawing van kleinsakeondernemings in die moderne ekonomie, is dus 'n ondubbelsinnige beleidsaanvaarding deur die owerheid. Die beleid moet gerig wees op die plek, posisie en toekoms van die kleinsakeondernemings in die ekonomie van die betrokke land.

Die kleinsakeonderneming het weens sekere inherente eienskappe, belangrike voordele bo groot ondernemings wat toegelig word in hoofstuk 3. Van die eienskappe is onder andere die invoer van nuwighede, spesialisasie, persoonlike bevrediging, ontwikkeling van bestuurders en die kleinsakeonderneming se sosio-, politieke en ekonomiese ontwikkeling.

Die struktuur van die kleinsakeonderneming is so sterk beklemtoon om tot die volgende gevolgtrekking te kom: Die kleinsakeonderneming het 'n voordeel bo die groot onderneming, sosiaal gesien. Eersgenoemde kan inherent meer doen aan sosiale aspekte van die personeel omdat persoonlike verhoudinge makliker opgebou en ondersteun kan word. Sosiale aksies na buite kan ook meer momentum kry vanweë die dinamiek en vaartbelyndheid van die soort onderneming. Organisasies, soos reeds genoem, kan op baie punte gelyktydig en flink diens aan die samelewing lewer.

7.2.5

Die wesensaard van die onderhawige sosiale taak

Om die begrip sosiale verantwoordelikheid nog beter te verstaan, en toe te lig met voorbeelde, is daar diepgaande na die wese van sosiale verantwoordelikheid gekyk.

Vir baie jare het die persepsie bestaan, dat sosiale verantwoordelikheid eintlik net 'n barmhartigheidsdiens was. Daar is populêre literatuur wat nog die konsep voortsit dat sosiale verantwoordelikheid begin en eindig deur goed te doen aan die gemeenskap. Die eerste uitdrukking van sosiale verantwoordelikheid in meeste sakeondernemings was net 'n filantropiese gesindheid. Ofskoon meeste van die filantropiese houdinge direk gerig was op belange van besigheidsleiers of ten voordeel van hulle werknemers, het eienaars en werknemers gevoel dat sakeondernemings slegs iets van die onderneming, weggee. Die soort liefdadigheid is algaande as oorbodig beskou. Die logiese uitvloeisel was dat die filantropiese houding gesien is, bloot as 'n vermindering van inkomste uit die onderneming. Hoewel daar algemeen aanvaar is dat sosiale betrokkenheid gespruit het uit vrywillige bydraes, is daar in mindere mate erken dat sosiale betrokkenheid 'n belegging is, wat die langtermynvertoning van 'n bepaalde handelsaak verbeter. Dit is dan ook op hierdie aspek van 'n *"belegging in die gemeenskap"* waarop die klem val in hierdie studie. Daar word in 'n breë sin gekyk hoe hierdie belegging moet lyk, en in watter vorm die belegging moet wees. Die algemene gevoel van die kleinsakeonderneming wat voortspruit uit die navorsing, is dat die onderneming hoofsaaklik in terme van 'n geldelike belegging dink, en alle ander moontlikhede word hoofsaaklik uitgesluit.

Omdat daar baie onsekerhede en verskil is oor wat "*belegging in die gemeenskap*" insluit, is dit nodig om ook aan die omvang en beperking van hierdie taak aandag te gee. Dit sou dan ook tot die wesenssaar van die sosiale verantwoordelikheid behoort om die vryhede van ander sektore in die samelewing in ag te neem. Met ander woorde, die sosiale taak van die onderneming mag nie die terreine van ander samelewingsvorme oorskry nie. Dit mag nie probeer doen wat daar deur die ander instansie self gedoen moet word nie. Om 'n voorbeeld te noem: 'n ekonomiese onderneming mag nie met sy in-diens-opleiding sover gaan, dat hy die taak van die opvoedkundige skool of tegniese opleiding oorneem nie. Sosiale verantwoordelikheid is 'n filosofie wat toon dat, as 'n bestuurder besluite neem, hy die omgewing en sy mense sal ken en dat hy die gevolge van sy besluit sal kan verantwoord. Om die sosiale verantwoordelikheid te verwesenlik, moet elke kleinsakeman daarop ingestel wees om vas te stel of dit vir die gemeenskap aanvaarbaar is en nie inbreuk maak op die gemeenskap se leefwyse en eie take nie.

Die sosiale verantwoordelikheid van die bedryfsonderneming word gesien as gemeenskapsinstelling wat welvaart skep, vooruitgang aan sy werkers bied, nie sy werkers of gemeenskap mag uitbuit nie, of volledig beslag op hul lê nie en 'n bydrae moet lewer tot stabiliteit in die gemeenskap. Hieruit vloei die gevolgtrekking: Die kleinsakeonderneming is self deel van die totale samelewing. Dit staan in interaksie met ander sektore van die samelewing. Dit het 'n sosiale taak teenoor verskillende instansies van die samelewing sonder om hul spesifieke take oor te neem. Die entrepreneur as besondere mens en gesagsdraer moet die inisiatief neem in hierdie uitwaartse beweging na die samelewing.

7.2.6

Probleme in die kleinsakesektor

Kleinsakeondernemings is blootgestel aan talryke probleme, fluktuasies en onsekerhede van die sakesektor in geheel. Sosiale verantwoordelikheid word in 'n groot mate verwaarloos as gevolg van verskeie interne probleme sowel as faktore van buite die onderneming. Sommige van die probleme is buite die beheer en mag van die kleinsakebestuur, maar van die interne probleme is soms toe te skryf aan die bestuur se eie onvermoë. Kleinsakeondernemings ondervind volgens die navorsing probleme met aspekte soos bestuursbeplanning, swak beheer oor administratiewe take, en daar is 'n groot kapitaalkort in die ondernemings te bespeur om dit te laat vlot. Normaalweg is die administrasie en die organisasiestruktuur vir die kleinonderneming 'n probleem.

Die kleinsakeonderneming word nie net gekonfronteer met interne probleme nie, maar die eksterne omgewing is ook vir hom 'n bron van onsekerheid. Gedurende die afgelope tyd het die sakewêreld ook 'n drastiese verandering ondergaan. Hierdie veranderings was progressief en ook intens. Die veranderde distribusiepatroon van goedere het die afgelope dekade dramaties verander. Demografiese verandering konstitueer 'n besondere probleem vir die kleinsakeonderneming. Die opleidingspeil, die politieke en wetlike omgewing en algemene ekonomiese klimaat speel vandag 'n groot rol in die voortbestaan van die kleinsakeonderneming. Kleinsakeondernemings is relatief sensitief ten opsigte van regeringsbeleid en wetlike verpligtinge. Daar is reeds veel gesê oor die entrepreneurpos in die kleinsake. Laat ons vasstel watter wesenlike rolbesetting hy vervul in die sosiale projeksie van die kleinsake. Daar bestaan 'n groot ooreenkoms tussen die entrepreneur se sukses en die sosiale vooruitgang in die gemeenskap. Dit hang saam met die selfaktualisering en selfverwesenliking van entrepreneurskap. Die entrepreneur is 'n innoveerder en 'n risikonemer gekombineer met versierendheid ten opsigte van sukses en vaardighede. 'n Beleid en optrede wat daarop gemik is om entrepreneurskap te prikkel, bevorder,

ontwikkel en in die algemeen simpatiek staan teenoor die kleinsakeonderneming, kan veel daartoe bydra om die vaardighede van 'n entrepreneur ook vir die samelewing diensbaar te maak. Die interne en eksterne invloed op die kleinsakeonderneming is 'n belangrike oorsaak van die gebrek aan sosiale verantwoordelikheid, en hoe dit in die praktyk aangewend kan word ten voordeel van albei partye.

Navorsing in die V.S.A het getoon dat die kleinsakeonderneming vasgevang is in hul dag-tot-dag-gebeure, dat hulle nie die tyd vir die sosiale verantwoordelikheid het wat op hul skouers geplaas is nie. Ten opsigte van die voorafgaande paragraaf kan tot die volgende gevolgtrekking gekom word: Wanneer probleme as uitdaging beskou word, kan dit met die regte prinsiep en gesindheid en met waagmoed oorkom word. Wanneer die interne sosiale struktuur die nodige aandag kry, sal ook die nodige samewerking van die bestuur en personeel verkry word. 'n Moedige doelgerigte entrepreneur kan baie doen om struikelblokke op weg na sosiale beplanning uit die weg te ruim. Hoe meer besture van ondernemings oortuig raak, vandie "wins" wat daar in die gemeenskapsdiens geleë is, hoe meer sal hulle georganiseer dit bevorder, (deur middel van bestaande organisasies) en hoe meer sal eksterne probleme opgelos word.

7.2.7 Betrokkenheid by besluitneming

Kleinsakeondernemings moet betrokke wees by besluitneming oor sosiale verantwoordelikheid, om verskeie redes:

- Ondernemings speel 'n beduidende rol in die na vore bring van probleme wat 'n wye sosiale betekenis vir die werknemer, kliënt en publiek het; probleme wat deur gesamentlike besluitneming opgelos kan word;
- daar is kort- en langtermyn voordele wat die kleinsakeonderneming put uit betrokkenheid, en -betrokkenheid by mens en menslikheid is belangrik en die implikasies is van kardinale belang vir beide gemeenskap en onderneming, vir die doelmatige uitleef van sosiale verantwoordelikheid.

Daar word beweer, dat bestuurders ten opsigte van basiese betrokkenheid by sosiale verantwoordelikheid in drie groepe verdeel kan word. Die eerste is die met die tradisionele siening, tweedens die met die korporatiewe benadering en laastens die met die korporatiewe sosiale benadering. Om alle partye te bevredig, is dus 'n taak wat nie maklik nagekom kan word nie.

'n Verdere feit wat aangevoer kan word is die probleem dat alle partye in die sosiale omgewing se behoeftes nie konstant is nie. Konflikerende behoeftes van die gemeenskap, skep vir die kleinsakeonderneming probleme met besluitneming oor betrokkenheid. Na die tweede wêreldoorlog het basiese veranderinge in die gemeenskapsbehoeftes ingetree en die sakemanne het gou tot die besef gekom, dat voorspoed gekoppel is aan die veranderde houding van die gemeenskap. Indien die onderneming in gebreke bly om die verandering in gemeenskapshouding en behoeftes te evalueer en die besluitnemende betrokkenheid aan te pas, sal hy weldra besef dat sy winste besig is om te daal.

Die sosiale verantwoordelikheid van ondernemings hang ook saam met die gedagte van hoeveel sosiale mag hul in besit het. Die idee van verantwoordelikheid en mag gaan hand aan hand en is so oud soos die mens self. Kleinsakeondernemings gee aan die minderontwikkelde voordele op grond van ekonomiese magstabiliteit en bronne. Hierdie bepaalde aard van betrokkenheid handhaaf die onderneming in die komplekse

omgewing, waar daar ook ander instellings is wat die gemeenskap moet dien. Die kleinsakeonderneming bestaan in 'n bepaalde samelewing en alle dienste, goedere en geld wat uit die onderneming kom, beïnvloed die omgewing. In verband met die bepaling van die hoe, en hoeveelheid van die gemeenskapsbetrokkenheid, kan baie probleme oorkom word as die bestuur inisiatief neem met betrokke besluitneming oor hierdie belangrike saak. Hy moet natuurlik primêr in ag neem hoe dit sy eie onderneming sal beïnvloed en baat. Die houding in besigheidsbestuur verskil in wese van die entrepreneur van 'n dekade gelede. Die verdeling in bestuurstake en eienaarskap het bestuurders 'n outonome bestuurstyl gegee. Die gedagte van wins alleen is verander sodat die sosiale doelstelling van die onderneming uitgedra en nagekom kan word. Besigheidsbestuurders bestaan nie alleen in 'n wêreld van koue ekonomie nie. Die bestuurder voel druk van binne homself, om deel te word van die gemeenskap. 'n Kritiese beskouing van sosiale verantwoordelikheid is vandag baie belangriker vanwee die veranderde ekonomiese omstandighede. Betrokkenheid by die gemeenskap moet daarom pertinente aandag van die hedendaagse bestuurder kry.

Gevolgtrekking: Vanuit die kommunikasiekunde en bedryfsosiologie word die begrip "*betrokkenheid*" sterk onder die aandag gebring. Die bestuur van die kleinsakeonderneming moet hiervan deeglik kennis neem. Dit impliseer dat genoemde onderneming betrokke moet wees by geleenthede van gesamentlike besluitneming oor en vir die gemeenskap, byvoorbeeld by skole en vergaderings van verteenwoordigers van die gemeenskap. Hulle moet ook teenwoordig wees by aksies wat deur die hele gemeenskap geloods word, byvoorbeeld, beplanning, hulpbronne, ontwikkelingsprojekte en feeste.

7.2.8

Negatiewe en positiewe standpunte

Daar is skrywers wat sterk klem lê op die negatiewe kant van sosiale verantwoordelikheid soos voorheen aangetoon, en wys op die volgende: Daar word beweer dat in die besigheidswêreld van die klein-, en grootsakeondernemings kritiek aan die deur van sosiale verantwoordelikheid hang as gevolg van die energiekrisis, die versnelde inflasie en die agteruitgang van die ekonomie.

- Deurdat kleinsakeondernemings nie langtermynsekuriteit aan werkers in sommige gevalle bied nie, is dit vir die kleinsakeonderneming 'n moeilike taak om die personeel te motiveer om sosiaal op te tree in die gemeenskap.
- Daar word aangevoer dat betrokkenheid by sosiale doelstellings, aanleiding gee tot afname van die kleinsakeonderneming se beklemtoning van ekonomiese produktiwiteit en 'n verdeling in die belange van 'n bestuurder.
- Daar word ook beweer dat die kleinsakeonderneming voor heelwat probleme staan aangaande sosiale verantwoordelikheid.
- Sosiale verantwoordelikheid is 'n langtermyn-opvoedingsproses. As die konsep nie heelhartig deur die onderneming gesteun word nie, is die proses gedoem, tot ondergang.

Die argumente van gesaghebbende outeurs wat die positiewe aspekte van sosiale verantwoordelikheid uitlig kan soos volg opgesom word:

- Dit verseker potensiële voordeel vir beide die gemeenskap en die onderneming.

- Deur op die gemeenskap se behoeftes te reageer, kan die onderneming help om 'n gunstige klimaat vir die bevredigende langtermynvoortsetting van sy besigheid te skep.
- Een van die mees algemene argumente vir sosiale verantwoordelikheid, is dat publieke verwagtinge ten opsigte van die kleinsakeonderneming verander het.
- Daar word aangevoer dat die kleinsakeonderneming hoofsaaklik vir die gerief van die gemeenskap bestaan.
- Dit is noodsaaklik vir die kleinsakeonderneming wat op die langtermyn wil voortbestaan, om die gemeenskap te dien en behoeftes raak te sien.
- Publieke verwagtinge is fundamenteel, verreikend en belangrik, en die verwagtinge bly prominent tot tyd en wyl dit bevredig is.
- Die hulpvaardigheid van die gemeenskap.
- 'n Beter besigheidsomgewing.
- Die verbeterde beeld na buite van die kleinsakeonderneming.
- Dit is die strewe van elke kleinsakeonderneming om 'n omgewing daar te stel waarin meer kliënte, beter werknemers- en ander voordele verkry word.
- 'n Ekonomiese magposisie in die samelewing, wat egter nie misbruik moet word nie.
- Indien die kleinsakeonderneming hom onttrek van sosiale verantwoordelikheid, kan hy hom in 'n situasie bevind waar daar sterk sosiale druk sal wees, en hierdeur sal produksie en dienste vervaag vir die kleinsakeonderneming.
- Die aanvaarding van sosiale verantwoordelikheid kan nuwe geleenthede vir wins open. Tydens die sosiale betrokkenheid kom die bestuur op winsgewende geleenthede af, wat tot voordeel van die aandeelhouders benut kan word.

Die gevolgtrekking is soos volg: Daar moet kennis geneem en rekening gehou word met die negatiewe kritiek. Indien daar volgens die regte uitgangspunt en norme gehandel word, kan baie van die negatiewe probleme oorbrug word. Die positiewe benadering van gesaghebbende skrywers oorheers nie alleen in getal nie, maar ook inhoudelik. Dit dui op 'n besondere verhouding tussen die onderneming en die publiek. Beide die onderneming en publiek baat daarby. Die winsmotief van die onderneming, in kleinsakehoedanigheid, het 'n breër basis in die verhouding met die gemeenskap.

7.3 Riglyne en aanbevelings

Die uiteindelijke doel van die studie is om riglyne daar te stel vir die uitlewing van sosiale verantwoordelikheid. Om die doel te bereik is enkele aanbevelings in die vorm van riglyne aan die belanghebbende partye voorgehou. Die riglyne, alhoewel omvangryk, dek nie die totale veld nie, maar konsentreer op die aspekte wat as basis en vertrekpunt, met die oog op verdere studie, gesien kan word. Die riglyne wat terselfdetyd aanbevelings is, bevat ook norme en waardes. Dit word ingedeel in algemene riglyne wat voortspruit uit die strukture van die sosiale samelewing, die

Suid-Afrikaanse kleinsakesektor, die staat en die mens. Daarna word afgesluit met spesifieke riglyne vir die sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakeonderneming.

7.3.1 Riglyne wat saamhang met basiese strukture

7.3.1.1 Die sosiale samelewing

Vroeër in hierdie ondersoek is aangedui hoe 'n bepaalde teorie, noem dit riglyne, aanleiding gegee het tot oorbeklemtoning van die staat in die maatskappy. Dit het gely tot staatsosialisme veral teenoor die ekonomiese ondernemings.

Daar is ook aangetoon dat die pendulum soms na die anderkant oorgeslaan het, naamlik die oorbeklemtoning van die mag van die ekonomiese groot onderneming teenoor die individu en die sosiale maatskappy. Hierdie welvaartsbeplanning is deur sommige "planning" genoem.

In hierdie studie word egter op 'n ander algemene riglyn gewys, wat rekening hou met die struktuur van die samelewing. Die riglyn kom hierop neer: Die samelewing bestaan uit samelewingsverbande soos die huisgesin, die staat, die ekonomiese bedryf, die kerklike instituut en die skool. Elkeen is soewerein in eie kring en het 'n eie struktuur, bevoegdheid en vryheid, wat deur die ander in ag geneem moet word. Maar daar is ook oorvleueling en 'n vervlegting, dit wil se interaksie tussen die samelewingsverbande.

Die bepaalde riglyn vir die kleinsakeonderneming is dus dat, behalwe die interne sosiale taak, hy in 'n sosiale interaksie met ander sektore in die samelewing moet wees, sonder om hulle selfstandige vryheid te bedreig. Hy het dus 'n ekonomies-bepaalde sosiale verantwoordelikheid teenoor verskillende instellings en organisasies in die samelewing.

7.3.1.2 Behoefte aan die kleinsakeonderneming in die sosiale samelewing.

Soos voorheen beklemtoon, is die kleinsakesektor die hart van die ekonomie. Daar is verskeie statistieke na vore gebring om hierdie feit te staaf.

Hierdie tipe onderneming beskik oor die struktuur om paraat te wees met dinamiese optrede na alle kante in die samelewing. Die riglyn-aanduidings in die verband is die kleiner omvang van die personeel, die kleiner omset van kapitaal, die belangrike rol van die entrepreneur en sy bestuur. 'n Sterk kleinsakesektor sal ook by magte wees om hulle sosiale verantwoordelikheid na te kom, aangesien hulle goed opgelei is in praktiese bestuur van hul onderneming.

Die reaksie op die vraelys, soos in hoofstuk 6 behandel, bring ook belangrike riglyne na vore of beklemtoon reeds aanvaarde riglyne:

- Die behoefte aan meer aandag aan kleinsake ondernemings blyk uit die positiewe belangstelling van die sakebestuurders en die spoedige positiewe reaksie. Heelwat meer as die vereiste persentasie, naamlik 30,2% (151 respondente), het feitlik onmiddellik ondersteunend gereageer. Genoemde behoefte blyk ook uit sommige antwoorde in die vraelys.
- Die biografiese gegewens vertoon 'n tendens dat die gemiddelde ouderdom van lewenskragtige entrepreneurs tussen 40 en 49 jaar lê.

- Die skoolopleiding van die kleinsakebestuur het insiggewende statistiek vertoon, waar aangedui is dat 46,9% universiteitopleiding ondergaan het. Die gevolgtrekking hieruit toon dat die kleinsakebestuur op 'n hoe akademiese vlak funksioneer, en dat dit van rigtinggewende belang is.
- Betreffende toetredingsouderdom van kleindsakemanne en vroue word aangetoon dat hul tussen die ouderdom 20-29 jaar hul verskyning op die kleinsaketoneel maak.
- Verder toon die gegewens ook dat die meeste kleinsakeondernemings op die platteland voorkom. Die stimulerende aksie moet dus daar toegespits word.
- Getrou aan die kleinsakeondernemingstradisie het die oorgrote meerderheid minder as 50 werknemers in diens, wat voldoen aan die algemene definisie van kleinsakeondernemings.
- Die omsetsyfer van kleinsakeondernemings toon dat die jaarlikse omset van R100 000 tot R1 miljoen ongeveer 78,3% van die totale kleinsake uitmaak wat die vraeys beantwoord het.
- Die persentasie winste wat afgestaan word aan sosiale verantwoordelikheid beloop ongeveer 1-2% per jaar van die bruto omset van die onderneming.
- Die skep van werkgeleentheid deur die kleinsakeonderneming word as prioriteit gesien, gevolg deur gemeenskapsbetrokkenheid.
- Die kleinsakeonderneming sien hul taak ook geleë in die eis, dat daar indiensopleiding aan die werkers as deel van sosiale verantwoordelikheid gegee moet word.
- Ten opsigte van verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap, word die gedagte gehuldig, deur die respondente, dat produktiwiteit een van die oorheersende faktore is.
- 74,3% Van die bestuur is dit eens dat sosiale verantwoordelikheid deur hul nagekom word, terwyl net 22,8% dit as onnodig sien. Sosiale verantwoordelikheid word deur die meeste kleinsakebestuur gesien as 'n balans tussen ondernemingswins en die bevrediging van werkbehoefte.
- Om hierdie balans te handhaaf, volgens die kleinsakebestuur, moet meer belastingvoordele verkry word vir sosiale verantwoordelikheid, asook die stimulering van eie kapitaal om die gedagte ten volle uit te leef.
- Die terrein waar sosiale verantwoordelikheid uitgeleëf kan word, is deur die respondente geïdentifiseer as volwasse opleiding aan werkers, gevolg deur die bekamping van werkloosheid.

7.3.1.3

Die taak van die owerheid teenoor kleinsake in die sosiale opset

Die owerheid het 'n eie spesifieke staatkundige taak in die samelewing. Maar as ordende deel van die samelewing het hy dan ook 'n ondersteunende taak teenoor die ekonomiese bedryf.

Tans bestaan daar tog 'n positiewe klimaat met betrekking tot kleinsakeondernemings en die ontwikkeling daarvan, wat behoue moet bly en op voortgebou moet word. Die betrokkenheid van die owerheid moet egter deurentyd op die agtergrond gehou, en die owerheid meer die rol van katalisator toegesê word.

Soos dit blyk uit die vraelys, moet die vryemarkstelsel nagestreef word ten alle koste. Die stimulering van die kleinsakesektor moet primêr op werkverskaffing, opleiding en die bekamping van werkloosheid toegespits wees.

Die owerheid moet die kleinsakesektor se bydrae tot die ekonomie nie onderskat, of daarteen diskrimineer nie, maar met groot omsigtigheid die vermoë aan die kleinsakesektor oorlaat om ten volle te ontwikkel.

Dit blyk uit die studie dat daar talryke probleme deur die kleinsakeonderneming ondervind word om ten volle deel te wees van die makro en mikro omgewing waarin hy/sy hom bevind. Die taak van die owerheid is om 'n bevorderingswetgewing vir ekonomiese kleinsake daar te stel, en om rigoristiese beperkende maatreëls van die wetboek te verwyder. Reëls en regulasies wat op kleinsake van toepassing is, moet meer in oorleg met hulle opgestel word.

Die owerheid is in 'n groot mate ingestel op die grootonderneming, terwyl daar op die kleinsakeonderneming in dieselfde mate aangepas moet word.

Die groeiende vraag na konsultasiedienste plaas 'n verantwoordelikheid op die staat, om daardie instansies wat wel bevoeg is om hierdie tipe probleem te hanteer, by te staan. Die gedagte van 'n liggaam wat bestaan uit kleinsakeondernemings moet in die lewe geroep word om die owerheid in te lig oor die situasie in die kleinsakesektor.

Van die groot tekortkominge, volgens die studie, waarom sosiale verantwoordelikheid nie ten volle uitgeleëf kan word nie, is die min belastingverligting wat toegestaan word vir die ontwikkeling van kleinsakeondernemings. Dit verg ernstige aandag.

Die kleinsakesektor moet gestimuleer word deur die staat, onder andere deur uitvoer te bevorder. Staatlike ampsleur (rompslomp), in die hantering van ekonomiese kleinsake, moet uitgeskakel word en daar moet gestreef word na meer vaartbelyning. Deregulering is op koers om die kleinsakesektor te stimuleer en hou sekere voordele in. Uit hierdie gedagte moet daar positiewe wetgewing voortvloei, wat die kleinsake tot voordeel kan aanwend in die landse ekonomie.

Deur sy ondersteunende rol teenoor die kleinsakeonderneming lewer die staat indirek, maar omvangryk, sy publiekregtelike bydrae teenoor die sosiale samelewing. Die verskillende staatsondersteunde institute wat in die meeste gevalle gesetel is op die universiteitskampusse, moet die klem laat val op opleiding. Die kleinsakebestuurder moet op alle moontlike vlakke deur middel van opleiding sy kundigheid verbeter. Die opleiding moet gegrond wees op sterk besigheidsbeginsels, en die suksesvolle hantering van 'n eie sakeonderneming.

Die owerheid se taak lê in die voorsiening van fondse tesame met skenkings uit die private sektor, om hierdie grootse taak tot uitvoering te laat kom.

Navorsing in verskillende vorme moet aan die institute oorgedra word, met die opdrag om aan die staat verslag te doen. Hierdie navorsingsprojekte kan positiewe

gevolge vir die kleinsakeonderneming inhou, deurdat sekere knelpunte vir hom opgeklaar kan word.

Die private sektor dra ook groot by tot die stimulering van die kleinsakesektor, terwyl die staat as die stimulant gesien moet word.

Optimale ekonomiese ontwikkeling met die kleinsakesektor as die hoeksteen van die nie-sosialistiese vryemarkstelsel, hou onder ander die volgende voordele in:

- Die skepping van ekonomiese aktiwiteite waar behoeftes mag ontstaan;
- die doelmatige bevrediging van bestaande behoeftes;
- werksverskaffing om die makro-ekonomiese doelwitte te ondersteun, maar terselfdetyd om op die mikro-vlak doelmatige bedryfsvoering moontlik te maak, en
- die verhoging van die algemene welvaart van die gemeenskap, 'n vorm van sosiale verantwoordelikheid.

7.3.1.4 Die struktuur van die mens as sosiale persoonlikheid

Geen sosiale lewe of samelewing is moontlik sonder rolbesetting van die mens in die verskillende sosiale sisteme nie. Die mens is nie bloot 'n individuele nommer nie. Hy behoort ook nie slegs tot 'n kollektiewe massa nie. Sy rolvervulling vind nie plaas in 'n vae massagemeenskap nie. Nee, hy vervul sy sosiale rol in 'n diversiteit van bepaalde sosiale gemeenskappe soos die huisgesin, kerk, ekonomiese bedryf en organisasies.

Die kleinonderneming moet dus die mens in sy interne struktuur hanteer as mens in 'n spesifieke sosiale opset, as 'n sosiale wese, met sosiale behoeftes. Maar hy moet hom ook hanteer as mens met eksterne rolvervulling in ander sosiale sisteme. Daarom het die kleinsakeonderneming ook verpligtinge teenoor ander lewensvorme en organisasies in die samelewing. Die diverse sosiale rolvervulling van die mens noop dus ook die kleinsake tot interaksie met ander sektore.

7.3.2 Spesifieke riglyne vir sosiale verantwoordelikheid

7.3.2.1 Algemene sosiale verantwoordelikheid

- As een van die komponente van die samelewingsisteme moet die kleinsakeonderneming bydra tot die algemene welvaart, die interne sosiale belange van die werknemers en interaksie met ander sosiale sisteme, ter wille van stabiliteit.
- Die kleinsakeondernemer se samestelling, byvoorbeeld grootte, doelstelling en beweeglikheid, maak hom uiters geskik vir sosiale interaksie. Hieraan moet bestuur gedurig aandag gee.
- Langtermyn-wins of winsmaksimalisering moet ten alle tye as fondamentsteen in die struktuur van die kleinsakeonderneming beskou word. Hoe belangrik ook al, moet die winsmotief egter nie oorskat word nie. Geld mag nie die hoogste waarde-meter wees nie. Wyd toegepas, beteken dit dat die ekonomiese sektor die samelewing nie mag oorheers soos die sogenaamde "ekonomiste" van die 19de

eeu nie. Die mens en die menslike samelewing (die sosiale) word dan gedegradeer. Die samelewing wat gedien moet word, word dan 'n prooi van die ekonomiese onderneming, markgerigtheid en konkurensie. Daar moet dus nie 'n teenstelling tussen verdien en dien wees nie, maar 'n ewewigtige balans.

- Die sosiale taak van die klein onderneming word wel beperk deur sy ekonomiese struktuur en doelstelling, maar sonder om sy sosiale taak aan bande te lê.
- Sosiale verantwoordelikheid moet 'n bydraende faktor wees in die gemeenskap, om stabiliteit en langtermynverwachting te bevredig.
- Sosiale aanvaarbaarheid moet hoog op die lys van prioriteite wees, sodra dit by besluitneming kom waarby die gemeenskap betrokke is.
- Kleinsakeondernemings moet sover moontlik in gesprek tree, sodra sekere besluite rakende die gemeenskap geneem word.
- Besluitneming moet nie alleen op die hede gerig wees nie, maar ook op die toekoms.

7.3.2.2 Sosiale verantwoordelikheid teenoor samelewing as geheel

- Sosiale verantwoordelikheid word ook beïnvloed deur die sosiale en politieke gedrag van die gemeenskap.
- Kleinsakeondernemings moet nie poog om te kompeteer met die korporatiewe ondernemings nie, aangesien hulle kapitaalkragtig is en op 'n eiesoortige sosiale verantwoordelikheid konsentreer anders as die kleinsakeman.
- Kleinsakebestuur kan die gedagte van sosiale verantwoordelikheid deel maak van die besigheidstrategie en beplanning.
- Die skep van werkgeleenthede deur die kleinsakeonderneming maak deel uit van die breë sosiale verantwoordelikheid in die gemeenskap.
- Etiese kliënteverhoudinge en produkkwaliteit is twee van die hoë prioriteite in sosiale verantwoordelikeheid.
- Kleinsakeondernemings kan veral ook betrokke wees by die bewaring van die omgewing en sy elemente.
- Deur die aktiewe sosiale betrokkenheid van die kleinsakeman in die gemeenskap, kan daar nuwe velde oopgaan vir die kleinsakeman en kan sowel hy as die gemeenskap die welvaart daarvan beleef.
- Vooruitstrewende kleinsakeondernemings sorg vir 'n groot aantal poste wat gevul moet word en dit voorsien op sy beurt in die behoeftes van die gemeenskap.
- Deur goeie winste te realiseer kan dit gedeeltelik teruggeploeg word in die gemeenskap om dit vir elkeen 'n beter leefbare omgewing te maak.
- In die huidige ekonomiese klimaat is dit vir die kleinsakeonderneming noodsaaklik om die sosiale behoefte van die gemeenskap te identifiseer en op die sosiale behoeftes te bou.

- Kleinsakeondernemings moet in gedagte hou dat hul geensins in kompetisie met die groot onderneming is rakende sosiale verantwoordelikheid is nie, en dat hul op 'n heel ander manier hul verantwoordelikheid kan uitleef.
- Sosiale verantwoordelikheid sal vanselfsprekend die lewenskwaliteit van die gemeenskap verbeter, mits besluitneming op sowel kwaliteit as aanvaarbaarheid gerig is.
- Die sosiale verwagting van die gemeenskap moet en kan nie deur die kleinsakeonderneming verontagsaam word nie.
- Met die veranderende gemeenskapsbehoefte en tegnologiese ontwikkeling, is dit nodig dat die kleinsakeonderneming aanpassend beweeg na 'n meer sosiale aanvaarbare besigheidsin. Dit verg 'n mensgerigte benadering, waarin die deelname van die onderneming en die gemeenskap in die besluitnemingsproses en onderlinge samewerking van kardinale belang is.
- Om 'n suksesvolle sosiale verantwoordelikheid te verwesenlik is dit nodig om ook die gevoel van die verbruikersgemeenskap te toets en hulle in te lig ten opsigte van vele aspekte. Produktiwiteit, produkkeuse kliënte verhoudinge, goeie pryse en die korrekte reklame is van die aspekte wat deur die kleinsakeonderneming as prioriteite gesien moet word by die formulering van sosiale verantwoordelikhedsstrategie. Kleinsakeondernemings moet gevolglik ook die ontoereikende kommunikasiegaping wat bestaan tussen die gemeenskap en die onderneming vul.
- Doelmatige infrastruktuur moet verseker word om te beantwoord aan die talryke behoeftes in die gemeenskap.
- Kleinsakeondernemings kan 1-2% van hul bruto inkomste as basis gebruik vir die investering in die gemeenskap. Hierdie bedrag kan deur die kleinsakeonderneming in hul belastingopgawe as deel van die aftrekbare bygevoeg word.

7.3.2.3

Intern teenoor bestuur en werknemers

- Van belang is ook hulp met behuising, subsidies en huistoelaes van werkers, en die algemene werkomstandighede van die werkerskorps. Laasgenoemde sluit in dat die persoon van die werknemer nie 'n masjiendeel sal wees soos in die groot en industrie nie. Verder dat sosiale vryhede erken sal word, vrye tydsbesteding en ontspanning.
- Die behoefte aan bestuursopleiding is in die meeste ontwikkelde lande baie dringend met die oog op 'n belangrike rolbesetting. Om die kleinsakeonderneming dan ook soveel as moontlik te betrek in die vind en voorsiening van opleidingsgeleenthede kan hoë waarde wees. Tot en met die vorige dekade was die opleiding van werkers hoofsaaklik opgedra aan die individuele werkers op 'n laissez fair basis. Loe tydens die vyf jaar was baie laag en die kwaliteit, kwantiteit en relevantheid tydens die periode het gewissel. Daar word egter vandag in 'n groot mate bestuursopleiding gedoen. Werknemers word geskool tydens seminare, kursusse ander indiensopleidingsprogramme. Indiensopleiding word vandag vir 'n bepaalde bestuurspos oorweeg, en seleksie hiervoor word ook baie effektiw en noukeurig gedoen.

- 'n Belangrike taak van die kleinsakeondernemer is dus om sy toesigfunksie te delegeer aan sy werkers. Deur aan so 'n persoon verantwoordelikheid te gee, verbeter sy produktiwiteit en prestasie, en is opgradering van werkvermoë bewerkstellig.
- Deur middel van indiensopleiding kan die werkgewer in 'n groot behoefte van die werknemer voorsien. Deur indiensopleiding is die werknemer nie beperk tot 'n spesifieke vakmanskap nie. Om 'n werknemer dus as 'n totale mens te help skool en nie bloot vir sy arbeid nie, sou dus van die werkgewer vereis om ook opvoed-32 kundig by te dra tot die vorming van die werker. Indien indiensopleiding alleen vakmanskap benadruk, sou 'n wanbalans in die totaliteit van die menswees die gevolg wees. Heropleiding in naskoolse sentrums soos, die Adviesburo vir Kleinsakeondernemings te Potchefstroom kan ook onderneem word.
- Daar is op hierdie stadium nog 'n gebrek aan kennis van die sosiale rolvervulling van die entrepreneur in die R.S.A. Dit moet toenemend meer aandag kry. Siende dat die entrepreneur 'n tipe persoonlikheid het wat innoverend is, wat vorentoe wil beweeg, moet daar vir hom 'n aansporing wees om die hoogste sport te bereik. Daar word 'n besondere klem geplaas op rolbesetting, deur die individu in staat te stel om 'n eie innoverende rol te vervul, asook om oor sy eie lewensomstandighede besluite te neem. Dit sal hom die nodige oefening gee en in staat stel om inisiatief te neem ten opsigte van sosiale projekte.
- Verder is dit moontlik deur die sakeonderneming dat daar fondse vir 'n maatskaplike en mediese diens geskenk word, borg vir noodsaaklike dienste, bekamping van besoedeling by fabriekke, beroepsveiligheid van werkers in die onderneming, bekamping van werkloosheid, indiensneming van gestremdes waar moontlik en die onbaatsugtige opheffing van die gemeenskap. Hierdie is maar enkele moontlikhede waar die kleinsakeonderneming in sy gemeenskap kan belê.
- Kulturele aspekte van die verskillende werknemers moet ook die aandag van die kleinsakeonderneming ontvang.
- Van die kleinsakeonderneming word ook selfskoling verwag in die nakoming van sy sosiale taak. Daar bestaan talryke kursusse by institute oor kliënteverhoudinge. Die Adviesburo vir Kleinsakeondernemings bied in hierdie veld insiggewende kursusse aan wat handel oor die bestuur en strukturering van kleinsakeondernemings, met inagneming van 'n bepaalde gemeenskap. Nie alleen help die tipe kursus die kleinsakeonderneming om sy onderneming op 'n beter grondslag te plaas nie, maar dit hou die verdere voordeel in van beter winste en beter sosiale dienste.

7.3.2.4 Gesindheid teenoor die staat

- 'n Positiewe gesindheid jeens die staatsowerheid is 'n witerste noodsaaklikheid. Die verbetering van sodanige verhoudinge lei tot gereelde kommunikasie tussen besighede en regering. Die uiteindelijke resultaat sal wees 'n winsgewende verhouding tussen kleinsakeondernemings, arbeid en die regering.
- Owerheidskontrole deur 'n komplekse stel wette mag nie die sosiale taak van die onderneming demp nie.

- Politieke leiding deur die bestuur aan hul werknemers, byvoorbeeld in verband met wetgewing en vakbondmagte, kan ook as 'n sosiale verantwoordelike taak gesien word. Politieke leiding mag egter nie partygebonde wees nie en geen voorkeur moet aan bepaalde kandidate van sekere partye voorgehou word nie. Die werk-gewer moet dus ten alle tye die politieke vryhede van werknemers respekteer en hulle nie in 'n bepaalde rigting manipuleer nie. Objektiewe inligting oor die politieke omgewing sowel as ontwikkeling wat kleinsakeondernemings se klimaat beïnvloed moet of behoort aan werkers deurgegee word. Op die manier kan die kleinsakeonderneming nog 'n bydrae lewer tot die gebalanseerde vorming van die werkers in die werksituasie en as totale mens.

7.3.2.5 Gesindheid teenoor die opvoedingsinrigtings, skool en verenigings

- Vir baie jare reeds bestaan daar 'n behoefte aan beter verhoudings tussen die kleinsakeonderneming, die bedryf en opvoedkundige inrigtings. Die kleinsakeonderneming het begin besef dat hy 'n gewichtige verantwoordelikheid het jeens skole, kolleges en universiteit, aangesien dit van sy bronne van geskoolde arbeid is. Bydraes tot opvoedkundige inrigtings en dus opvoeding as sodanig, word vandag op groot skaal gelewer en op 'n verskeidenheid wyses.

Dit mag wees dat die kerk 'n oproep tot noodleniging doen, waarop gereageer moet word deur die kleinsakeondernemings.

Veral verenigings wat liefdadigheid bewys, kan deur die kleinsakeonderneming ondersteun word.

7.4 'n Slotopmerking

Sosiale verantwoordelikheid van die kleinsakeonderneming is hedendaags in die R.S.A.-konteks net so belangrik as werkskepping, dienslewering en winsverdiens. Hierdie twee doelstellings, verdienste en diens, loop hand aan hand in die kleinsakeonderneming, ter wille van 'n stabiele, gelukkiger gemeenskap. Die kleinsakeonderneming moet gesien word as die mees ideale en mees dinamiese bedryfsstruktuur, om sosiale dienste te lewer teenoor sy beperkte werknemerskorps en die menigte sosiale sisteme waarmee hy in die samelewing vervleg is.

Die bestuur, en met name die entrepreneur en kleinsakeondernemer, moet ten diepste gedryf word deur 'n religieuse roepingsbesef teenoor die naaste in groepsverband.

Hy het dus nie net 'n ekonomiese taak en 'n sosiale verantwoordelikheid nie, maar ook 'n sosiale roeping.

BIBLIOGRAFIE

- ABKS (ADVIESBURO VIR KLEINSAKEONDERNEMINGS.) 1984. Riglyne en norme vir die kleinsakeman. Potchefstroom: PU vir CHO.
- ALLEN, L.L. 1973. Professional management: new concepts and proven practices. London: McGraw-Hill.
- ANDERSON, J.W. (jr.) 1987. Doing good, doing better: two views of social responsibility. Business horizons, 30(2):22-27, March/April.
- ANDERSON, J.W. (jr.) 1986. Social responsibility and the corporation. Business horizons, 29(4):11-12, May.
- ANON. 1989. Ondernemerskap word in nuwe Wet bevorder. Business horizons, 14, Apr.11.
- ANON. 1987. Mynstakings: 'n agtergrondstudie. Suid-Afrikaanse oorsig, 2, Aug.21.
- ANON. 1984. The state of small business: a report of the president transmitted to the Congress. Washington: United States Government Printing Office. p.300-317, March.
- ANON. 1978. Die groterwordende sosiale verantwoordelikheid van die onderneming in Suid -Afrika. Bedryfsleiding, 9(1): 33.
- ANON. 1970. Doing good works on company time. Business week: 166-167, May 13.
- ANON., 1968. The subject economic analyses. American economic review, 58(2):27-31, May.
- ARBATT, R. & URDANG, J. 1985. Business giving as a social responsibility in South African business. South African labour relations, 9(2):15-26, Jun.
- BACKMAN, R. & THOMPSON, J.H. 1986. The 1986 White House conference on small business. Journal of small business management, 25(1):3, Jan.
- BACKMAN, J. 1975. Social responsibility: the problem and its setting. (In Backman, J., red. Social responsibility and accountability. New York: University Press. p.3-18.
- BAUER, R.A. & FENN, D.H. 1973. What is corporate social audit. Harvard business review, 1(1):40-42, Jan/Feb.
- BECKERMAN, T.L. 1978. The craft trade as a stabilizing force in the labour market. (Referaat gelewer tydens die Rencontres de St-Gall. St-Gallen Swiss Research Institute of Small Business: Sept, p.27-31.
- BEESLEY, M. & EVENS, T. 1978. Corporate social responsibility. London: Croom Helm.
- BELCOURT, M. 1986/87. Sociological factors associated with female entrepreneurship. Small business and entrepreneurship, 4(3):22-25, Winter.

- BERKOWITZ, N. & AUBERT, M. 1986. Urbanization to the year 2000: threat or opportunity. IPB joernaal, 5(3):4-5, Jul.
- BIRCH, D.S. 1979. The job generation process. Cambridge, Mass.: M I T. (Program on neighborhood and regional change.)
- BOCHER, H.J. 1983. Small business today: Canada, South Africa and the United States, a comparison. Journal of small business Canada, 1(1):31, Summer.
- BOLTON, J.E. 1971. Report of the Committee of Inquiry on Small Firms. London: Her Majesty's Stationary Office.
- BOSCH, J.K & DU PLESSIS, A.P. 1982. An empirical investigation of the goals of listed firms on the Johannesburg Stock Exchange. South African journal of business management, 13(2): 85-90, Feb.
- BRADLEY, F. 1982. Small business: views, opportunities and challenges. Suid-Afrikaanse tydskrif vir bedryfsleiding, 13(1):38.
- BRAND, T.J. 1980. Enkele aspekte van die begrippe entrepreneur, leierskap en bestuur. Potchefstroom: PU vir CHO.
- BROOM, H.N., LONGENECKER, J.G. & MOORE, C.W. 1983. Small-business management. 6th ed. Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- BUFFA, E.S. & PLETCHER, B.A. 1980. Understanding business today. New York: Irwin.
- BULLOCH, J.F. & HERTZ, L. 1982. An international acceptable small business definition. (Paper delivered at the International Small Business Congress. Madrid. p.20-53.)
- BURCH, J.G. 1986. Entrepreneurship. New York: Wiley.
- CARP, F.M. 1972. Retirement. New York: Behavioral Publications.
- CARROL, A.B. 1977. Managing corporate social responsibility. Boston: Little Brown & Company.
- CARROL, A.B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. Academy of management review, 4(2):497-505, Aug.
- CASSON, M. C. 1982. The entrepreneur: an economic theory. London: Martin Robertson & Company.
- CHANGANTI, R. 1986. Management in womanowned enterprises. Journal of small business management, 24(4):18-24, Oct.
- CHARNEY, C. 1983. Community action is a growth industry. Management, 44-45, Apr.
- CHONG, L.C. 1986. The entrepreneur as a social person: implications for entrepreneurial promotions and development in Singapore. Journal of small business and entrepreneurship, 4(2):21-34, Fall.

CHRISMAN, J.J. & FRY, F.L. 1982. Public versus business expectations: two views on social responsibility for small business. Journal of small business management, 20(4):26, Jan.

CLARK, J.W. 1966. Religion and moral standards of American businessmen. Cincinnati: South-Western Publishing Company.

CONRADIE, W.M. 1980. Studietoerverslag. Potchefstroom: Adviesburo vir Klein Sakeondernemings.

CONRADIE, W.M. 1983. Kleinsake hulpprogram op 'n streeksgrondslag. (In Verrigtinge van die Eerste Nasionale Kleinsake Simposium (Suid-Afrika), Carlton Hotel, Johannesburg, 9-10 Mei 1983. Potchefstroom: PU vir CHO. p.21-27.)

DAVIS, K. & BLOMSTROM, R.L. 1971. Business, society and environment: social power and social response. New York: McGraw-Hill.

DE BEER, E.G. 1983. Hoe kleinsake deur streeksontwikkeling gestimuleer kan word. (In Verrigtinge van die Eerste Nasionale Kleinsake Simposium (Suid-Afrika), Carlton Hotel, Johannesburg, 9-10 Mei 1983. Potchefstroom: PU vir CHO. p.19.)

DEEKS, J. 1976. The small firm owner manager. New York: Praeger.

DONCKELS, R., DEGADT, J. & DUPONT, B. 1988. Kmo's in België: sociaal-economiese betekenis. Leuven: Acco.

DRUCKER, P.F. 1951. The new society. London: Heineman.

DRUCKER, P.F. 1977. An abridged and reversed version of: Management: tasks, responsibilities, and practices. New York: Hazell Watson & Viney.

DE TOIT, P.J.D. 1981. Guidelines for developing small business. Development studies South Africa, 3(2):168.

DU TOIT, N. 1988. Die voorsiening van behuising aan Swart werkersnemers as deel van die sosiale verantwoordelikheid van 'n korporatiewe onderneming. Potchefstroom. (Skripsie (MBA) - PU vir CHO.)

ERWEE, R. 1987. Baie kleinsakevroue maak groot geld. Finansies en tegniek, 39(7):29, Feb.

FABRIEKSENSUS.

kyk

Suid-Afrika. (Republiek)

FERREIRA, B. 1985. Kleinsakekultuur in diepte ondersoek. Volkshandel, 47(3):37, Mei.

F M E. (FEDERAL MINISTRY OF ECONOMICS.) 1978. Small business, efficiency and competition. Bonn-Duisdorf.

FORD, H. 1921. Quoted in company and community. Wilmington, Del: E. I du Pont de Nemours and Company.

FOULKE, R.A. 1968. Practical financial statement analysis. New York: McGraw-Hill.

- FOURIE, P.C. 1983. Kleinsake-ontwikkeling in Suid-Afrika. (In Verrigtinge van die Eerste Nasionale Kleinsake Simposium (Suid-Afrika), Carleton Hotel, Johannesburg, 9-10 Mei 1983. Potchefstroom. p.8-15.)
- FRIEDMAN, M. 1962. Capitalism and freedom. Chicago: The University of Chicago Press.
- FRIEDMAN, M. 1971. Does business have a social responsibility. (In Hicks, H.G. & Gullett, C.R. The management of organizations. London: McGraw-Hill. p.13-27.)
- GALBRAITH, J.K. 1972. The Great Crash. Boston: Houghton Mifflin.
- GALBRAITH, J.K. 1974. Economics and the public purpose. London: Andre Deutsch.
- GINTER, J & STURDIVANT, F. 1977. Corporate social responsiveness: management attitudes and economic performance. California management review, (19):30-39, May.
- GOMOLKA, E. 1977. Characteristics of minority entrepreneurs and small business enterprises. American journal of small business, 2(1):12-21, July.
- GORDEN, D.L. 1979. Creating linkages for worldwide development of small and medium enterprise. Journal of small business, 17(2):4.
- GREENWALD, D., red. 1965. The McGraw-Hill dictionary of modern economics. New York: McGraw-Hill.
- GRUNIG, E.J. 1979. New measure of public opinions on corporate social responsibility. Academy of management journal, 22(4):748-764, Dec.
- GUTERSOHN, A. 1977. The role of small business in promoting a free enterprise system for economic development. (Proceedings of the Fourth International Symposium on Small Business. Seoul, Korea: Federation of Small Business. p.224-230.)
- HARPER, R.F. 1904. The Code of Hammurabi, King of Babylon. Chicago: University of Chicago.
- HARRIS, L. 1980. The Harris Survey. (In Chrisman, J.J. & Fry, F.L. 1982. Public versus business expectations: Two views on social responsibility for small business. Journal of small business management, 20(1):19-30, Jan.)
- H A T, 1981.
kyk
VERKLARENDE HANDWOORDEBOEK VAN DIE AFRIKAANSE TAAL. 1981.
- HAVENGA, J.J.D. 1978. The relationship between small-medium firms and large enterprises. (Referaat gelewer tydens die Rencontres de St-Gallen Swiss Research Institute of Small Business, p.41-49.)
- HENNING, M. & JARDIM, A 1977. The managerial woman. New York: Anchor Press.
- HICKS, H.G., PRIDE, W.M., POWEL, J.D. & GULLETT, C.R. 1975. Business: an involvement approach. London: McGraw-Hill.

HICKS, H.G. & GULLETT, C.R. 1976. The management of organizations. London: McGraw-Hill.

HISRICH, R.D. & BRUSH, C. 1984. The woman entrepreneur: management skills and business problems. Journal of applied psychology, 58(3):54.

HISRICH, R.D. 1986. Characteristics of the minority entrepreneurs. Journal of small business management, 24(4):1-8, Oct.

HOSELITZ, B.F. 1960. Essays in economic thought. Chicago: Rand McNally

IRELAND, R.D. & VAN AUKEN, P.M. 1987. Entrepreneurship and small business research: An historical typology and directions for future research. American journal of small business, 11(4):22-27, Spring.

ITOH, T. 1972. Structural analysis of the problem of medium and small enterprises in contemporary Japan. Tokyo: Institute of Management and Labour Studies, Keio University.

JACOBY, N. H. 1973. Corporate power and social responsibility: a blueprint for the future. New York: Macmillan.

JOSEPHSON, M. 1934. The robber barons. New York: Harcourt Brace.

KAO, R.W.Y. 1986/87. Entrepreneurial decisionmaking behaviour compared with corporate managers in business management. Small business & entrepreneurship, 4(3):12-14, Winter.

KIRBY, D. 1986. Small firms in the economy of South Africa. International small business journal, 4(2):14, July.

KLEIN, P.A. 1977. An institutionalist view of development economic. Journal of economics issues, 11(4):17, Dec.

KLEINSAKE ONTWIKKELINGSKORPORASIE. 1985. Inligtingsbank: K.S.O.K, Bedrywighede 1981-1985. 2de Uitg. Johannesburg, Julie.

KLEPPE, T. 1973. Excerpts of remarks by Thomas S. Kleppe, administrator of the U.S. Small Business Administration, at the congress of the International Institute for Research on Middle Classes. Brussels. Belgium. p.48.

KOBELINSKI, M. P. 1976. Remarks at the International Symposium on Small Business. (In Moon, G.C. Proceedings of the International Symposium on Small Business. Washington D.C. p.11.)

KOONTZ, H. & O'DONNELL, C. 1972. Principles of managerial functions. New York: McGraw-Hill.

KROON, J. 1980. Ondernemingsdoelstellingen en sosiale verantwoordelikheid. Potchefstroom. (Verhandeling (MCom) -PU vir CHO.)

KRISHMAN, R. & FRY, F.L. 1982. Business philosophy and executive responsibility. Journal of small business, 20(1):20-24, Jan.

K.S.O.K
Kyk
KLEINSAKE ONTWIKKELINGSKORPORASIE

LAWLOR, A. & BOULDEN, G. 1980. Creating work in the 1980's. (A draft manuscript for the European management journal.)

LEE, P. 1982. Entrepreneurship: Go it alone. Style, :44-48. Jun.

LEWIS, W.A. 1985. Racial conflict and economic Development, Cambridge, Mass: Harvard University Press.

LINDEQUE, G.F. 1979. Enkele aspekte van die aard van arbeidsverhoudinge as multifaset fenomeen: 'n Sosiologiese, sistematiese beskouing. Potchefstroom. (Proefskrif (D.Phil) -PU vir CHO.

LIPP, C. 1989. Investing in the future (ICnÇ.G Corporate Social Responsibility. Supplement to Financial Mail, 3 Febr. p.9.)

LITVAK, I. & MAULE, C. 1976. Comparative technical entrepreneurs. Journal of internasional business studies, 7(1):37, Mar.

LUTHANS, F., HODGETTS, R.M. & THOMPSON, K.R. 1984. Social issues in business: Strategic and public policy perspectives. New York: Macmillan Publishing Company.

MARSDEN, K. 1982. Creating the right environment for small firms. Development studies South Africa. Pretoria: Benso, 4(3):342-350. April.

MARX, F.W. & CHURR, E.G. 1980. Grondbeginsels van bedryfseconomie. Pretoria: Haum.

MARX, F.W. 1978. Bedryfsleiding. Pretoria: Haum.

MASLOW, A.H. 1970. Motivation and personality. New York: Harper.

MASTEN, J. & RUSSELL, D. 1986. The influence of small business support systems on economic. International small business journal, 4(1):68-78.

McCARTHY, C.L. 1982. Aspects of small enterprise promotion in developing countries: The South African case. Development studies South Africa, 5(1):5.

McCLELLAND, D.C. 1976. The achieving society. New York: Irvington.

McGREGOR, D. 1960. The human side of enterprise. New York: McGraw-Hill.

Mc GRAW-HILL, 1965. Dictionary of modern economics. New York: Mc Graw-Hill.

MERCABANK. 1987. South Africa's growing urban population. Financial Mail, 103(8):33-34, Febr 20.

MEREDITH, G.G. 1973. Report on development programmes for small scale manufacturing enterprises. Sydney, Australia: Department of Secondary Industry.

MONSEN, R.J. 1973. Business and the changing environment. New York: McGraw-Hill.

MONTAGNO, R. V., KURATKO, D.F. & SCARCELLA, J.H. 1986. Perceptions of entrepreneurial success characteristics. Journal of small business, 10(3):25-32.

MOOLMAN, P.L. 1984. Die rol van die Suid-Afrikaansedesentralisasiebeleid in die ontwikkeling van kleinsakeondernemings. Potchefstroom. (Proefskrif (DCom.) PU vir CHO.)

MOOLMAN, P.L. 1986. Kleinsakebestuur. (ICnÇ Du Plessis P.G., red. Toegepaste beryfseksonomie 'n inleidende oorsig. Pretoria: Opvoedkundige Uitgewers. p.713-720.)

MORGENSTEIN, O. 1975. Does GNP measure growth and welfare. (In Backman, J., red. Social responsibility and accountability. New York: University Press. p.21.)

NASIONALE MANNEKRAGKOMMISSIE
Kyk
NATIONAL MANPOWER COMMISSION.

NATIONAL MANPOWER COMMISSION. 1984. Report on an investigation into the small business sector in the republic of South Africa, with specific reference to the factors that may retard the growth and development thereof. Pretoria: Council for the Promotion of Small Business.

NAUDE, I.O. 1987. Nuwe Raad kry vrye hand by die minister. Entrepreneur, 6(1):6-7, Jan.

NAUMES, W. 1978. The entrepreneurial manager in the small business. London: Addison-Wesley.

NEUBERT, R.L. 1987. Doing Good, Doing Better: Two views of social responsibility. Business horizons, 30(2):23-25, March/April.

NIEWENHUIZEN, P.J. 1982. Hef swartman in eie staat as sakeman op. Tegniek, 34(10):11, October.

NORTJE, J.D. 1979. Sosiale verantwoordelikheid: 'n mite of realiteit ? Suid-Afrikaanse tydskrif vir bedryfsleiding, 10(1):30-31.

O'DOWD, A. 1989. Future prospects. (In Corporate social responsibility. A survey supplement to Financial Mail, 3 Feb, p.4-15.)

OLDENDORFF, A. 1972. Organizatie van samewerking in het bedrijf. Utrecht: Bijleveld.

PARKER S.R., BROWN, R.K., CHILD, J. & SMITH, M. A. 1968. The sociology of industry. London: Allen and Unwin.

PARSONS, R. 1975. Does business have a social responsibility? (Address given at a seminar on Tomorrow's Executives. Johannesburg, p.14.)

PERLMAN, I. 1987. Social responsibility: the role of business in welfare. IPB joernaal, 5(20):16-17, Febr.

PETIT, T.A. 1967. The moral crisis in management. New York: McGraw-Hill.

PETROF, J.U. 1980. Entrepreneurial profile: a discriminant analysis. Journal of small business management, 18(4):22.

PLEITNER, H.J. 1978. The qualifications profile of successful entrepreneur in production and retail. St. Gall: Swiss Institute of Small Business.

PONSON, H.W. 1974. Producenten, consumenten in het midden-en kleinbedrijf. Kroniek van het ambacht/klein en middenbedryf, Den Haag, 28:128-129, March/June.

POTTAS, C. 1985. Die entrepreneur en sy rol in die ontwikkelingsproses. Die ekonoom, 1(2):20-35, Mrt/April.

PRETORIUS, J.B. 1985. Kleinsakeondernemings as werkverskaffers en skepper van werkgeleenthede in Suid-Afrika. Potchefstroom. (Proefskrif (D.B.A.) -PU vir CHO).

PURCELL, V.T. 1974. How GE measures managers in fair employment. Harvard business review, 4(4):104, Nov/Dec.

RAAD VIR DIE DESENTRALISASIE VAN NYWERHEDE. 1983. Verslag van werksaamhede van die Raad vir die tydperk 1 April 1982 tot 31 Maart 1983. Pretoria. 1983.

RAAD VOOR HET MIDDEN- EN KLEINBEDRIJF. (R.M.K). 1976. Het midden- en kleinbedrijf in de Nationale Economie. Den Haag.

RADEL, F.E. & REYNDERS, H.J.J. 1980. Inleiding tot die bedryfseconomie. Pretoria: Van Schaik.

RADEL, F.E. & REYNDERS, H.J.J. 1971. Inleiding tot die bedryfseconomie. Pretoria: Van Schaik.

RAE, C.G. 1969. Profitable marketing for the smaller company. London: Director Bookshelf.

REESER, C. en LOPEN, M. 1978. Management. The key to organizational effectiveness. Illinois: Foresman and Co.

RELLY, G. 1982. The work of the Anglo American and de Beer Chairman's Fund. (ICnÇ Collins, J. red. Social responsibility in South Africa. Johannesburg: Supplement to Optima:p.1-7, Oct.)

RICHTER, G.J., VAN DER KOOY, R.J.W., LOUW, S.J.H. & KOORNHOF, B.W. 1981. Die ontwikkeling van kleinsakeondernemings. (In Ontwikkelingstudies Suid - Afrika. Benso. Pretoria, 3(2):138-166, Jan.)

ROBINSON, P.S. 1981. Development planning in Transkei - a summary of the Hawkings report. (In Development studies South Africa. Benso. Pretoria, 3(4):395, July.)

ROBINSON, R.B. and PEARCE, J.A. 1984. Research thrusts in small firm strategic planning. Academy of management review, 9, p.128-137.

- ROODT, A. 1987. Social responsibility: a key strategic issue. IPB joernaal, 5(10):4-6, Feb.
- RUDELIUS, W., ERICKSEN, W.B. & BAKULA, W.J. 1976. An introduction to contemporary business. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- RUPERT, A.E. 1981. Prioriteit vir medebestaan. Kaapstad: Tafelberg Uitgewers.
- RUPERT, A.E. 1973. Twenty-Five years of progress through partnership. (Chairman's address at the 25th annual general meeting of the Rembrandt Group, Stellenbosch.)
- SABINE, G.H. 1937. A history of political theory. New York: Holt.
- SCHOLLHAMMER, H. & KURILOFF, A.H. 1979. Entrepreneurship and smallbusiness management. New York: Wiley.
- SCHUMANN, C.G.W., FRANZEN, E. & DE KOCK, A. 1967. Ekonomie: 'n Inleidende studie. Stellenbosch: Universiteitsuitgewers.
- SCHUMPETER, J. 1934. The theory of economic development. Cambridge, Mass. Harvard University Press.
- SCHUTTE, P.C. 1981. Werkgeleentheidskepping in Suid-Afrika: 'n Ondersoek na enkele alternatiewe metodewes en moontlikhede. Potchefstroom: PU vir CHO.
- SETHI, S.P. 1972. Corporate social policy in a dynamic society: Options available to business. California management review, 20(2):24, Winter.
- SHAPIRO, A. 1985. Why entrepreneurship? A worldwide perspective. Small business management, 23(4):2, Oct.
- SHARMA, B. 86/87. Human Resource as a strategic variable in venture creation. Journal of small business and entrepreneurship, Canada: 4(3):32-35, Winter.
- SIROPOLIS, N.C. 1986. Small business management. London: Houghton-Mifflin.
- SMALL BUSINESS ADMINISTRATION. 1975. Fiscal year 1975, Report. Washington. D.C. p.13.
- SMITH, A. 1937. An inquiry into the nature and cause of the wealth of nations. New York: Modern Library.
- SMITH, J.G. 1978. Die problematiek van die klein ondernemer met spesifieke verwysing na konsultasiedienste as metode tot hulpverlening aan klein sakeondernemings. Potchefstroom: (Proefskrif(D.B.A.)) PU vir CHO.
- SMITH, J.G. 1982. Small business: an important part of our economic. Potchefstroom: Adviesburo vir Klein Sakeondernemings.
- STABER, U. & SCHAEFER, N.V. 1985/86. Small is beautiful and bountiful: is it also social responsible? Journal of small business and entrepreneurship, 3(3):43-49, Winter.

STALEY, E & MORSE, R. 1965. Modern small industries for developing countries. New York: McGraw-Hill.

STATISTIESE NUUSBERIG

kyk

Suid-Afrika (Republiek). Departement van Statistiek.

STEVENSON, L. 1985. The study of entrepreneurship. Journal of Small business, Canada, 2(4):24, Mei.

SEINHOFF, D. 1982. Small business management fundamentals. New York: McGraw-Hill.

STEINER, G.A. & MINER, I.B. 1977. Management policy and strategy. New York:McMillan.

STONER J.A.F. 1982. Managment. London: Prentice Hall.

STOREY, D.J. 1982. The Small firm: an international survey. International labour review, 3(1):21.

STROUP, M.A., NEUBERT, R.L. & ANDERSON, J.W. (jr.) 1987. Doing good, doing better: two views of social responsibility. Business Horizons, 30(2):22-35, March/April.

STRYDOM, J.W. 1978. Die ontstaan en ontwikkeling van die hipermarkte in Europa en die opkoms en invloedsfeer van hipermarkte in Suid-Afrika. Potchefstroom. (Verhandeling (MBA)-PU vir CHO.)

SUID-AFRIKA (Republiek) Departement van Statistiek. 1976. Fabrieksensus. Pretoria.

SUID-AFRIKA (Republiek) Departement van statistiek. 1984. Statistiese nuusberig, p.8.4 Pretoria Feb.21.

SUID-AFRIKA (Republiek) Sentrale statistiekdiens. 1989. Kernstatistieke. Pretoria.

SUID-AFRIKA (Republiek) Sentrale statistiekdiens. 1983. Kernstaistieke. Pretoria.

SWART, N.J. 1971. Enkele maatreels ter bevordering van die produktiwiteit van die middel- en kleinbedryf in lande van die E.E.G., Verenigde State van Amerika en Suid-Afrika. Potchefstroom: PU vir CHO, Departement Bedryfseconomie.

SWAYNE, C.B. & TUCKER, W.R. 1973. The effective entrepreneur. New Jersey: General Learning.

TOOTELIAN, D.H. & GAEDEKE, R.M. 1985. Small business management. New York: Foresman and Company.

TUCKER, B. 1986. Business morality: company have a social responibility beyond making money. Financial week, 31(4):23-29, Oct.

UDEL, G.G 1979. The SBI innovation program: Involving students in the innovation process. Journal of small business management, 17(1).Jan.

VAN DEN BERG, S. 1983. Werkverskaffing aan tuislandwerkers deur die ontwikkelingskorporasie. (Ontwikkelingsstudies Suid-Afrika.) Benso, 5(2):205-221, Jan.)

VAN DEN BOGAERDE, F. 1976. Beginsels van die prysteorie. Pretoria: Van Schaik.

VAN DER MERWE, S. 1976. The environment of South African business. Cape Town: Maskew Miller.

VAN DER WILDE, J.P.I. 1979. Owerheidsbeleid in Middel- en kleinbedryf in die Westerse lande. (Referaat gelewer tydens die sektorale Handelskongres van die Afrikaanse Handelsinstituut, Johannesburg, Mei.)

VAN DER WILDE, J.P.I. 1981. Ondernemerschap in het Midden- en Kleinbedrijf. (Ongepubliseerde manuskrip.)

VAN WYK C DE WET, 1984. Die sosiale verantwoordelikheid van die bedryfsonderneming met betrekking tot aftredingsproblematiek. Potchefstroom. (Verhandeling (M.Com.)- PU vir CHO.)

VAN ZYL, A.S. 1976 Die sosiale betrokkenheid van die hedendaagse bedryfsonderneming in 'n pluralistiese gemeenskap. Potchefstroom: Wetenskaplike bydrae van die PU vir CHO.

VERKLARENDE HANDWOORDEBOEK VAN DIE AFRIKAANSE TAAL. 1981. Odendal, F.F., Schoonees, P.C., Swanepoel, C.J., du Toit, S.J. & Booysen, C.M. Perskor.

VILJOEN, F.V. 1982. Economic development within South Africa: a Delphi Study. (ICnÇ Development studies Southern Africa, Pretoria: Benso, 4(4):45.)

VISAGIE, J.C. 1988. Die sosiale verantwoordelikheid van kleinsakeondernemings met spesifieke verwysing na enkele vervaardigingsondernemings in Potchefstroom. Potchefstroom: (Verhandeling (M.Com.)- PU vir CHO.)

WAGENAAR, C.F. 1979. Social responsibility: the changing role of business in South Africa. Bedryfsleiding, 10(3):93.

WEBER, M. 1958. The protestant ethic and the spirit of capitalism. (Translated by Talcott Parsons.) New York: Scribner's.

WELSH, J. & WHITE, J.F. 1983. The entrepreneur's master planning guide. New York: Prentice-Hall.

WESSELS, A.J.J. 1978. Die toekoms van die klein sakektor in die ekonomie. (Referaat gelewer tydens die Johannesburgse Afrikaanse Sakekamer. Johannesburg. 13 Sept.)

WILSON, E. 1980. Social responsibility of business what are the small business perspectives. Journal of small business management, 20(1):17-24, July.

WILSON-NEWMAN, J. 1970. Improving the prospects of small business: the report of the presidents task force on improving the prospects of small business. Washington D.C: US Government Printing Office.

WYNGAARD, C.F. 1979. Social responsibility: the changing role of business in South Africa. Bedryfsleiding, 10(3):93.

ONDERSOEK NA SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID

SURVEY ON SOCIAL RESPONSIBILITY

VRAELYS NO

--	--	--	--

1-3

NB. Merk slegs met 'n x waar u toepaslike antwoord geld.
Mark only with a x where applicable.

AFDELING A: Biografiese gegewens

SECTION A: Biographic data

1. Geslag/Sex?

Manlik/Male	1	
Vroulik/Female	2	

4

2. Ouderdom/Age?

Jonger as/Younger than 20	1	
20 - 29 jaar/years	2	
30 - 39 jaar/years	3	
40 - 49 jaar/years	4	
50 - 59 jaar/years	5	
Ouer as/Older than 60	6	

5

3. Skoolopleiding/Secondary education

Standerd/Standard 6 - 8	1	
Standerd/Standard 9 - 10	2	

6

3.1 Naskoolse opleiding/Tertiary education

Tegniese kollege/Technical College	1	
Universiteit/University	2	
Onderwyskollege/Teachers training college	3	
Technikon/Techincon	4	

7

4. Wat is die hoogste kwalifikasie van u vader?
What is the highest qualification obtained by your father?

Standerd/Standard 6-8	1	
Standerd/Standard 9-10	2	
Tegniese kollege/Tecnical college	3	
Universiteit/University	4	
Onderwyskollege/Teachers training college	5	
Technikon/Technicon	6	

8

5. Op watter ouderdom het u 'n kleinsakeonderneming begin?
At what age did you start your own business?

20-29 jaar/years	1	
30-39 jaar/years	2	
40-49 jaar/years	3	
50-59 jaar/years	4	
Ouer as/Older than 60	5	

9

AFDELING B: Besonderhede ten opsigte van die onderneming
SECTION B: Details regarding the business

6. Waar is die onderneming geleë?/Where is your business situated.?

Stad/City	1	
Voorstad/Suburb	2	
Platteland/Country	3	
Ander/Other	4	

10

7. Aard van bedryf?/Type of business?

Handel/Trade	1	
Nywerheid/Industry	2	
Dienste/Services	3	
Ander/Other	4	

11

8. Hoeveel werkers is tans in diens?/How many employees are presently employed?

1 - 5 Werkers/Employees	1	
6 - 10 Werkers/Employees	2	
11 - 15 Werkers/Employees	3	
16 - 20 Werkers/Employees	4	
21 - 50 Werkers/Employees	5	
51 + Werkers/Employees	6	

12

9. Is die eienaar(s) regstreeks betrokke in die bestuur van die onderneming?/Is (are) the owner(s) directly involved in the management of the business?

Ja/Yes	1	
Nee/No	2	

1

10. Word die onderneming privaat en onafhanklik besit en bestuur (d.w.s. dit is nie 'n publieke maatskappy of 'n filiaal van 'n publieke en/of 'n ander groot onderneming nie?)/Is the business privately and independently owned (i.e. it is not a public company or a subsidiary of any other public or large business organisation?)

Ja/Yes	1	
Nee/No	2	

14

11. Vir hoeveel jaar besit die huidige eienaar(s) die onderneming?/For how many years has the present owner(s) owned the business?

Pas begin/Just started	1	
0 - 1 jaar/years	2	
1 - 3 jaar/years	3	
3 - 5 jaar/years	4	
5 - 10 jaar/years	5	
10 + jaar/years	6	

1

12. Jaarlikse omset?/Annual turnover?

Minder as/Less than R100 000	1	
R100 001 - R500 000	2	
R500 001 - R1 mil.	3	
Meer as/More than R1 mil.	4	

16

AFDELING C: SOSIALE VERANTWOORDELIKHEID
SECTION C: SOCIAL RESPONSIBILITY

- 13. Waarom sou u se moet kleinsakeondernemings betrokke wees by sosiale verantwoordelikheid? (merk slegs twee)/Why do you think businesses should be involved in social responsibility? (indicate only two)**

Gemeenskapsbetrokkenheid/community involvement	1		17
Eties/Ethics	2		18
Skep van werkgeleenthede/Providing job opportunities	3		19
Doelmatige gebruik van hulpbronne/Efficient use of resources	4		20
Verbetering van omgewing/Improvement of the environment	5		21
Geldelike voordeel/Financial advantages	6		22

- 14. Wat sou u se is die sosiale verantwoordelikheid van u onderneming ten opsigte van werknemers? (Merk slegs een)/What is the social responsibility of your business to employees? (Indicate only one)**

Kompeterende salarisse/Competitive salaries	1		23
Opleiding/Training	2		24
Gelyke kanse/Equal oppertunities	3		25
Werkbevrediging/Job satisfaction	4		26
Werkomgewing/Job environment	5		27

15. Kies in volgorde van belangrikheid enige DRIE van die aspekte wat u as die sosiale verantwoordelikheid van die onderneming sien./Which THREE of the following aspects in order of importance are in your opinion the social responsibility of the business?

Produk kwaliteit/Product quality	1		28
Produk keuse/Product choice	2		29
Kliënte verhouding/Customer relations	3		30
Goeie pryse/Fair prices	4		31
Korrekte reklame/Accurate advertising	5		32

16. Word daar in u onderneming se bestuursbeleid voorsiening gemaak vir die beginsel van sosiale verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap/werknemers?/Does the management policy in your business make provision for the principle of social responsibility towards the employees/Community?

Ja/Yes	1		33
Nee/No	2		

17. Watter bedrag word per jaar aan die gemeenskap bestee ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid?/What ammount does your business spend annually on social responsibility?

Geen/Nothing	1		34
R1000 - R1500	2		
R1501 - R2000	3		
R2001 - R2500	4		
R2501 - R3000	5		
R3001 - R4000	6		
R4001 +	7		

19. Glo u dat u klein sakeonderneming sy taak ten opsigte van sosiale verantwoordelikheid nakom?/Do you believe that your small business fulfils its task in respect of social responsibility?

Ja/Yes	1		35
Nee/No	2		

20. In welke mate voel u dat groot ondernemings hul sosiale verantwoordelikheid nakom?/To what extent do you believe that large businesses fulfil their social responsibility?

Ten volle/Totally	1		36
Gedeeltelik/Partially	2		
Glad nie/Not at all	3		

21. Watter persentasie van u bruto omset word aangewend vir sosiale verantwoordelikheid?/What percentage of your gross turnover is applied to social responsibility?

1.0 - 2,0%	1		37
2,1 - 3,0%	2		
3,1 - 4,0%	3		
4,1 - 5,0%	4		
5,1% +	5		

22. Watter EEN van die volgende is na u mening die beste omskrywing van sosiale verantwoordelikheid?/Which ONE of the following is to your mind the best definition of social responsibility?

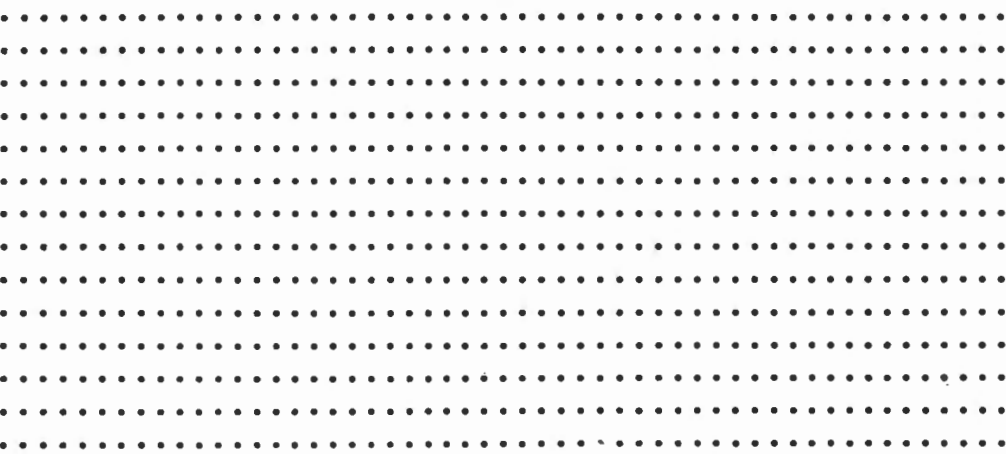
Die onderneming stel die gemeenskap se behoeftes bo ondernemingswins The business considers the needs of the community prior to profits	1		38
Sosiale verantwoordelikheid impliseer 'n balans tussen ondernemingswins en die bevrediging van werkersbehoefte Social responsibility implies a balance between profits and satisfying the needs of employees	2		39
Die onderneming stel maksimum wins bo die behoefte van die gemeenskap The business places maximum profits prior to the needs of the community	3		40
Die onderneming se sosiale verantwoordelikheid is geleë in die voorsiening van 'n werkseleentheid? Social responsibility merely implies the provision of job opportunities	4		41

23. Kies enige VYF in volgorde van belangrikheid waarmee u probleme ondervind in die uitlewing van sosiale verantwoordelikheid?
Which FIVE of the following aspects in order of importance are in your mind barriers to fulfil social responsibility?

Ontoereikende kommunikasie tussen gemeenskap en besigheid Insufficient communication between the community and the business	1	42
Te min belastingvoordeel deur staat vir sosiale verantwoordelikheid Insufficient tax incentives from government for social responsibility	2	43
Nie genoegsame kennis van sosiale verantwoordelikheid Insufficient knowledge of social responsibility	3	44
Weet nie hoe om sosiale verantwoordelikheid toe te pas nie Do not how know how to implement social responsibility	4	45
Gebrek aan kapitaal in onderneming Lack of capital in the business	5	46
Personeel nie opgelei Personnel not trained	6	47
Onderneming te klein om sosiale verantwoordelikheid toe te pas Business too small to implement social responsibility	7	48
Te min geleentheid vir die toepassing van sosiale verantwoordelikheid Insufficient opportunity to implement social responsibility	8	49
Gebrek aan belangstelling by personeel Lack of interest by personnel	9	50
Gebrek aan belangstelling by bestuur Lack of interest by management	10	51
Te kapitaalintensief Too capital intensive	11	52
Gebrek aan infrastruktuur Lack of infrastructure	12	53

24. Watter van die volgende VYF terreine in orde van belangrikheid beskou u as noodsaaklik om sosiale verantwoordelikheid in uit te leef?/Which FIVE areas in order of importance are to your mind essential to fulfil social responsibility ?

Volwasse opleiding aan werkers Adult education for workers	1	54
Vervoer van werknemers na werk Transport of employees to and from work	2	55
Sportgeriewe vir werkers/gemeenskap Sporting facilities for employees/community	3	56
Borg van sport byeenkomste Sponsoring sport activities	4	57
Fondse vir navorsing Funding research	5	58
Fondse vir maatskaplike dienste Funding social services	6	59
Borg van noodsaaklike dienste Sponsoring essential services	7	60
Gesondheid van gemeenskap Community health	8	61
Bekamping van besoedeling Combating pollution	9	62
Beperking van lugbesoedeling Limiting air pollution	10	63
Beroepsveiligheid van werkers/gemeenskap Occupational safety of employees/community	11	64
Voorsiening van goedere aan gemeenskap Supplying of goods to community	12	65
Gelyke kanse vir mans en vroue Equal opportunities for men and women	13	66
Bekamping van werkloosheid Combating unemployment	14	67
Indiensneming van gestremdes Employing disabled persons	15	68
Opheffing van gemeenskap Uplifting the community	16	69
Voorsiening van studiebeurse aan gemeenskap Providing of study bursaries for the community	17	70

A large rectangular area filled with a uniform grid of small black dots, intended for writing the answer to Question 1.

Einde van vraelys/End of questionnaire
Dankie vir u samewerking/Thank you for your co-operation

ABSTRACT

The main aim of this research is to gather information regarding the small business. This implies that attention will be given to guidelines for applying social responsibility, education and characteristics of the small businessman. Furthermore, the position and standing of the small businessman in the economy will be dealt with, as well as encouragement from the authorities.

Although small business is not an absolute distinctly defined sector, it has a particular role to play in social and political spheres. Whatever the past, present or future position and function of small business in a country's economy, it is the manifestation of the free market system. On the other hand, entrepreneurship is also a profound, powerfully penetrating human process with important possibilities in terms of independence, creativity and personnel development. The contribution the small business makes to the community in the form of social services, education and provision of employment is of crucial importance and the aim of this study is thus to set guidelines for the implementation of social responsibility by the small business sector.

Social responsibility is a relatively unknown and new concept in the business world of South Africa. In order to comply with and expand social responsibility, it should receive constant attention by both the authorities and the small business sector. The small business is starting to broaden its view from the narrow economic tunnel in which it presently finds itself. It is becoming part of the environment and starting to include social values in its philosophy.

The present day entrepreneur should not only have expert knowledge of his business and its internal organization but should also have the ability to see his business as part of the community. The expectation of the community has changed in totality and mutual understanding is essential. In the present economic climate it is imperative that the small business takes note of social needs. The social needs of the community *must* not and *cannot* be ignored by the small business.

Today the public increasingly claim that the small business be socially involved, but the small business is blinded by the methods that should be applied to implement this responsibility. It is precisely this aspect that will be clarified for the small businessman through this study. Awareness of the need for social responsibility should be part of the system of values of the manager of such a small business.

To ascertain social responsibility in the R.S.A., comparable small businesses were involved in the study. The names of small businesses were obtained from the address list of the magazine "*Entrepreneur*" which is published monthly in the Republic. To achieve the aims and guidelines as described before, a questionnaire was used. The questionnaire will contain questions from which certain useable information was obtained.

For greater clarity various concepts were defined and explained. Various writers have defined the term entrepreneur, and different views have been expounded.

Small business as a concept is no easy task. The definition of a small business as given by experts from different countries shows definite grade differences. Not only is there confusion between different countries, but also within the same country a small business is interpreted differently.

From a managerial viewpoint the small business is independent and part of the small business sector. From various definitions it is evident that both economical and statistical aspects should be taken into consideration when defining a small business.

To stress the objectives of this research even further, attention was given to the historical perspective of the small business. With a tradition that stretches through the ages, it is important to

look at the development through the years, to determine why small businesses maintain and promote the typical philosophy of life. From this information the conduct of the enterprise can be traced for further reference in this chapter.

To a high degree the entrepreneur identifies with his small business, in other words, the small business forms an inseparable alliance with the person of the small businessman. The term entrepreneur is proverbial at the present time in a democratic world and especially locally, is a popular current topic. There are three fundamental components for starting and running a small business. Firstly there should be an able person with the physical abilities and required characteristics. Secondly there should be a feasible business concept. Thirdly there should be ample starting capital. Literature concerning entrepreneurship recognizes individuals as the key element for the start of a new enterprise. To reach the ultimate objective and to determine the reason for the entrepreneurial phenomenon, it was necessary to take a closer look at the entrepreneur's background and profile. There are diverse ideas about the concept entrepreneur. The entrepreneur is described as a unique person and typical characteristics are given. It is maintained that entrepreneurs are objective in their choice of employees for specific tasks and prefer to appoint person who can do the work rather than to appoint a friend. Entrepreneurs display greater ability to organize with regard to their trade as well as their business. The urge to succeed is an important incentive in small business.

Some writers point out that the perfect entrepreneur does not exist, but refer to the ideal entrepreneur. A look is also taken at the female entrepreneur and there are differing opinions of the woman as entrepreneur. From research it is clear that there is a constant connection between the social position and the choice of profession. The socio-economic status of the family influences the choice of profession more than anything else, although intelligence also contributes to special differences.

The entrepreneur has no lack of self-confidence and has an endless need to achieve. When planning, successful entrepreneurs have extensive outlines of the complete situation. They appear realistic in their behaviour and have a special conceptual ability. The entrepreneur finds satisfaction in the success of the enterprise and does not pursue status. The entrepreneur is objective in his view of interaction between people. Entrepreneurs have great deal of self-control and can handle pressure in a business situation.

Writers agree that the establishment of small businesses in the community provides job creation and in so doing stimulates the environment. It is believed that the free market system has earned its place in the economy as fighter against communism. Economic growth requires people with initiative, leadership and experience. Undeniably the small business has an important role to play in the world economy.

The contribution of small business in the informal sector is not easily determinable, partially because of insufficient information and because it is difficult to define a small business.

The promotion of and interest in small businesses, especially in South Africa, has increased dramatically since 1900. This interest has led to the establishment of several programs of assistance for promotion of small businesses. Several organizations have been established in South Africa, inter alia the Small Business Development Corporation (SBDC), which was an outflow of the Good Hope conference, as well as the Council for the Promotion of Small Business. In 1987 the Council for Small Business, which plays a part in the promotion of small business, was founded.

The small business has a particular function and role to play in the present economic system. According to certain writers, government can stimulate the development of private initiatives by laying down a policy. Thus unambiguous acceptance of policy by the government is a primary requirement for promotion and maintenance of small businesses. This policy should be aimed at the

place, position and future of small business in the country concerned. As discussed in chapter 3, small businesses have important advantages over large enterprises due to certain characteristics.

In order to better understand and illustrate the concept of social responsibility it was widely investigated.

Entrepreneurship is a method to self-realization. There is a strong correlation between the entrepreneur's success and his social advancement in the community. The entrepreneur is an innovator and risktaker combined with foresight with regard to success and abilities. For many years social responsibility was only seen as charity.

Although it was generally accepted that social involvement took place on a voluntary basis, it was admitted to a lesser degree that social involvement is an investment which will improve business in the long term. Emphasis is given to this aspect of *"investment in the community"* in this study. In a broad sense, attention is given as to what this investment should look like and what form it should take. The conclusion drawn from the research is that generally, social responsibility is only seen in monetary terms. Other possibilities are seen as non-social responsibility.

The extent of social responsibility lies in enjoyment of freedom and it should not be necessary to encroach on others way of life. There should be acted in such a way that other people are taken into account. Social responsibility is a philosophy which shows that, when taking a decision, a manager will know his environment and his people and he will be willing to bear the consequences.

The social responsibility of a business is seen as an attitude which creates prosperity, offers progress to its employees, does not exploit the community or the employees nor take complete possession of them, and makes a contribution to stability in the community.

Small businesses are exposed to the many problems, fluctuations and uncertainties of the economic sector as a whole. Social responsibility is neglected largely because of several internal problems as well as external factors. Some of the problems are beyond the control and power of the small business management, but sometimes the internal problems are due to management's lack of expertise.

Not only is the small business confronted by internal problems, but the external environment is also a source of uncertainties. Demographic change constitutes a special problem for the small business. The standard of education, political and statutory environment, and general economic climate today have a great influence on the survival of small business.

A policy and action which stimulates, develops and promotes entrepreneurship as well as being sympathetic towards small business can contribute to growth in this sector of the economy.

There are various reasons why small business should be involved in taking decisions on social responsibility:

- Business plays a significant role in bringing forth problems which have a wide social meaning to the employee, client and public.
- There are short and long term advantages for the small business in social responsibility.
- Humanity is important for the effective implementation of social responsibility and the implications are of cardinal importance for both community and enterprise.

It is maintained that managers can be divided into three groups with relation to their basic approaches to social responsibility. Firstly one finds the traditional approach, secondly the

corporate approach and finally the corporate social approach. The implementation of social responsibility is confronted by several aspects. To satisfy those involved is no easy task. The effect of a decision has to be supported, especially if the result is not known beforehand.

If the business does not evaluate the change of attitude and needs in the community, it will soon be felt as profits will decline. The social responsibility of the enterprise is derived from how much social power it has. Responsibility and power go together and this idea is as old as man.

The small business exists within a certain community and all services, products and money coming from the business, influence the environment. In spite of the problems that identifying a responsibility decision creates, it is important that the manager, when making a decision, bears in mind the effect it will have on profits.

The idea of "*profit only*" has changed in order for social responsibility to be explained and carried out. Business managers do not exist alone in a world with a cold economy. The managers also feel pressure within themselves to be part of the community. Today a critical view of social responsibility is much more important due to a changing economy and should therefore receive pertinent attention from the modern day manager.

Differing arguments by various writers with regard to social responsibility - whether positive or negative - have been quoted. Some of the arguments for social responsibility centre around the potential advantage it has for both community and business. By reaction to the community's needs, the enterprise can create a favourable climate in which business can be continued satisfactorily in the long term. One of the most common arguments in favour of social responsibility, is that public expectations of the small business have changed. It is maintained that the small business exists only for the convenience of the community. If the small business wishes to survive in the long term, it is essential to serve the community and take notice of its needs. Public expectations are fundamental, far reaching and important, and will remain prominent until satisfied.

Further arguments for the strengthening of the concept social responsibility are helpfulness of the community, a better business environment and an improved image of the small business. The social responsibility of small businesses should not only be measured by their power. It is known that small businesses are in a position of power with regard to their social responsibility. Should the small business withdraw from social responsibility it will soon find itself under strong social pressure and demand for its products and services will decrease. On the other hand, the acceptance of social responsibility will produce more opportunities to make a profit. During the practice of social responsibility, management will discover profitable opportunities which can be used to the advantage of shareholders.

Writers are also of the opinion that social responsibility has a negative side and motivate this with certain facts. It is maintained that in the business world of small and large enterprises, social responsibility is criticized because of the energy crises, accelerated inflation and the deterioration of economy. Because small businesses, in some cases, cannot offer employees long term security, it is difficult to motivate employees to take social action in the community. The argument is stated that involvement in social aims will lead to a decline in emphasis on economic productivity and divided attention of the manager.

It is maintained that the small business is confronted with several problems regarding responsibility. Social responsibility is a long term process of education. If the concept is not wholly supported by the enterprise, it is doomed.

The overwhelming opinion is that small businesses do live up to social responsibility in spite of the existing shortcomings. The small business is a good source as a job provider, a view which agrees with findings of other related studies.

That small businesses can be developed, and that the small business corps of a country must be expanded, is emphasized in this research and cannot be questioned in economic terms. Today the small businessman makes a definite contribution to the economy, but he has certain priorities, such as social environment which he has to develop in order to enlarge his contribution.

In the context of the R.S.A the social responsibility of the small business is just as important as job creation, providing a service and making a profit. The small businessman must include this important responsibility into his strategy, and live it to the full, to create a positive and happier community for the future.