Resumés

Andreas Ortmann et Mark Schlesinger

La confiance, la réputation et le rôle du secteur à but non lucratif

Cet article étudie l'hypothèse dite «de la confiance», selon laquelle des informations asymétriques peuvent expliquer l'existence sur certains marchés d'activités à but non lucratif. D'après l'auteur, cette hypothèse ne serait valable que si trois conditions étaient respectées: «réputation omniprésente», «compatibilité en matière d'incitations» et «adultération». La théorie moderne des agences nous amène à la conclusion que l'hypothèse de la confiance repose sur des bases peu solides, étant donnée que ces trois conditions préalables n'ont fait l'objet ni d'une description théorique, ni d'une évaluation empirique. Les informations dont nous disposons, malheureusement partielles et peu abondantes, nous amènent à croire qu' en ce qui concerne certains aspects de la performance en matière d'organisation, il existe des différences qui sont liées aux informations asymétriques. Cependant il y a peu de preuves que ceci est lié à la confiance en soi ou qui expliquent l'existence d'entités à but non lucratif dans ces industries. En guise de conclusion nous demandons que des recherches approfondies soient menées sur les attentes des consommateurs ainsi que sur les motivations des prestataires.

Susan Rose-Ackerman

L'altruisme, les entrepreneurs idéologues et l'entreprise sans but lucratif

L'idéologie et l'altruisme sont des éléments essentiels pour comprendre le secteur de bienfaisance sans but lucratif. Cet article tente de répondre aux trois questions suivantes: Pourquoi les gens font-ils des dons aux oeuvres de bienfaisance? Pourquoi donnent-ils en général aux organisations à but non lucratif? Dans quelles conditions les organisations à but non lucratif dirigées par des idéologues engagés peuvent-elles faire concurrence aux entreprises à but lucratif pour des prestations de services? La motivation altruiste de certains individus et l'engagement idéologique de certains entrepreneurs peuvent être complémentaires pour soutenir les organisations de bienfaisance. D'abord, la forme juridique d'organisation sans but lucratif donne une certaine garantie de non-détournement des dons pour en faire des bénéfices. Deuxièmement, les organisations à but non lucratif indépendantes reflètent souvent plus fidèlement les souhaits des donneurs que les agences publiques qui souvent doivent se plier aux désirs de la majorité. Troisièmement, les entrepreneurs idéologues peuvent exploiter la forme juridique sans but lucratif pour mettre en œuvre leurs propres idées sans être obligés d'en rendre compte aux investisseurs avides de bénéfices. Cependant une organisation à but non lucratif ne peut survivre que si elle sait attirer des fonds et des clients. Sa nature idéologique peut dans certains cas faciliter l'accomplissement des deux tâches. Certains clients sans idéologie peuvent néanmoins apporter leur soutien à une organisation idéologique si l'engagement de l'entrepreneur est gage de qualité.

https://doi.org/10.1007/BF02354195 Published online by Cambridge University Press

Bruce R. Kingma

Les théories de l'intérêt général et le secteur à but non lucratif. Une réévaluation de l'article de Weisbrod

L'article intitulé «Towards a theory of the voluntary non-profit sector in a three-sector economy», écrit par Burton Weisbrod en 1975, présente les organisations à but non lucratif comme des fournisseurs de biens publics qui ne sont livrés par les pouvoirs publics aux populations hétérogènes qu'en quantités insuffisantes. Le présent article étudie les implications et les extrapolations de ce travail ainsi que de possibles tests empiriques. Il passe également en revue les théories de l'altruisme pur et impur et l'hypothèse de l'hétérogénéité ainsi que les différents indices permettant de mesurer le caractère «public» des prestations fournies par le secteur à but non lucratif. Enfin il identifie les points communs entre le modèle de l'intérêt général et celui de la confiance.

Michael Krashinsky

Théories concernant les «stakeholder» dans le secteur à but non lucratif: une analyse de la littérature économique

Cet article analyse et classe la littérature sur le secteur à but non lucratif selon la théorie du «stakeholder» (acteur). La littérature fait généralement état de conflits entre différents groupes de «stakeholder» et ensuite adopte deux approches très différentes. La première, très favorable au secteur à but non lucratif, tend à suggérer que ce secteur résout les conflits de manière beaucoup plus efficace que d'autres types d'institution. Il s'agit d'une théorie positive du secteur à but non lucratif selon laquelle les institutions de ce secteur évolueraient lorsqu'elles réussissent à fournir un bien ou service donné de façon plus efficace que d'autres types d'institution. La deuxième, plus critique, explique que ces conflits ont tendance à persister dans le secteur à but non lucratif et qu'il faudra trouver le moyen des les résoudre, si nécessaire par une intervention de la part des pouvoirs publics. Ces approches se basant sur la notion de «stakeholder» se concentrent bien sûr sur le conflit et oublient d'autres aspects de ce secteur.

Christoph Badelt

Théories du secteur à but non lucratif basées sur la notion de «entrepreneurship»

Cet article résume les principaux résultats des théories du secteur à but non lucratif en se basant sur la notion dite d'*entrepreneurship* et en étudie l'impact sur l'évolution des théories et du monde réel des organisations à but non lucratif. Il fait remarquer que cette approche nous permet d'approfondir nos connaissances dans ce secteur, essentiellement en mettant l'accent sur le côté offre et en se concentrant sur les préférences individuelles motivant la participation aux activités sans but lucratif. Des preuves empiriques existent qui sont en ligne avec ces théories d'*entrepreneurship*. Mais la plupart des observations laissent penser que d'autres types de théorie sont également valables pour analyser le secteur à but non lucratif. Il est clair donc que les différentes théories de ce secteur sont plutôt complémentaires que contradictoires. Les théories

https://doi.org/10.1007/BF02354195 Published online by Cambridge University Press

d'*entrepreneurship* ont l'avantage d'améliorer l'image des organisations à but non lucratif dans le monde réel. Elles jouent donc un rôle important dans les programmes de formation destinés aux futurs gestionnaires de ce secteur.

Richard Steinberg

Evaluation globale des théories économiques

Cet article évalue les théories économiques du secteur à but non lucratif selon leur aptitude à nous éclairer sur le champ d'analyse, les éléments déterminants la taille et l'étendue de ce secteur et le comportement des donneurs, bénévoles, personnel salarié et des organisations elles-mêmes vis à vis tout changement dans leur environnement. L'adhérence à une contrainte de non-distribution s'est avérée utile pour délimiter l'analyse économique des organisations à but non lucratif mais il faudrait prêter une plus grande attention aux alternatives. Les économistes ont eu moins de succès pour trouver des distinctions utiles entre les activités bénévoles et les échanges. L'étendue et la taille de ce secteur semblent être déterminées par des facteurs ayant trait à l'offre: les dons (qui à leur tour dépendent de la politique fiscale, des dépenses publiques, de la collecte de fonds et de la qualité et de la nature des produits de l'organisation), les activités commerciales, la disponibilité de capitaux et de main d'œuvre (bénévole et salariés), l'aptitude des produits à être commercialisés et la répartition des caractéristiques des consommateurs. Certaines variations du modèle de James (1983) se sont avérées utiles pour prévoir la réaction des organisations sans but lucratif aux changements externes.

Zusammenfassungen

Andreas Ortmann und Mark Schlesinger

Vertrauen, Ansehen und die Rolle der Non-Profit Unternehmen

Dieser Artikel untersucht die Vertrauenshypothese, nämlich die Behauptung, daß asymmetrischer Informationsfluß die Existenz von Non-Profit Unternehmen in bestimmten Märkten erklärt. Die Autoren vertreten die Ansicht, daß der Gültigkeit dieser Hypothese drei Faktoren entgegenstehen: erstens müssen die Organisationen einen hohen Bekanntheitsgrad haben, zweitens muß die Kompatibilität der (Leistungs)Anreize gewährleistet sein und drittens besteht die Gefahr der Verzerrung der Ergebnisse. Gestützt auf die moderne Organisationstheorie schlußfolgern die Autoren, daß die Vertrauenshypothese auf tönernen Füßen steht. Sie kann nur unter ganz bestimmten Bedingungen aufrecht erhalten werden, die weder in der Theorie genau beschrieben worden sind, noch empirisch nachgeprüft wurden. Das zur Verfügung stehende Datenmaterial, welches lückenhaft und inadäquat ist, legt die Schlußfolgerung nahe, daß es je nach Leitung (for- oder non-profit) Unterschiede in manchen Bereichen der Organisations-Performanz gibt, welche mit asymmetrischer Information verknüpft sind. Es gibt jedoch nur wenig Anhaltspunkte dafür, daß *per se* ein Zusammenhang zwischen Vertrauen und asymmetrischem Informationsfluß besteht, noch dafür, daß asymmetrische Information eine Begründung für die Existenz von Non-Profit-Organisationen in diesen Industriezweigen liefern

https://doi.org/10.1007/BF02354195 Published online by Cambridge University Press