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/BF02354196 Published online by Cambridge University Press

könnte. Die Autoren schließen mit einem Aufruf zu substantieller Forschung über Konsumenten-Erwartungen und Anbieter-Motivationen.

Susan Rose-Ackerman

Altruismus, ideologische Unternehmer und die Non-Profit Firma

Idealismus und Altruismus sind zentrale Begriffe für das Verständnis des karitativen Non-Profit Sektors. Dieser Artikel stellt drei Fragen: Aus welchen Beweggründen werden Spenden für karitative Zwecke gegeben? Warum wird normalerweise an Non-Profit Organisationen gespendet? Unter welchen Bedingungen können Non-Profit Organisationen, die von engagierten Idealisten geleitet werden, im Dienstleistungssektor mit profitorientierten Unternehmen konkurrieren? Altruistisch motivierte Individuen und idealistische, engagierte Unternehmer unterstützen gemeinsam die karitativen Organisationen. Die karitative Organisationsform bietet eine, wenn auch schwache, Garantie dafür, daß Spendengelder nicht veruntreut werden. Weiterhin können unabhängige Non-Profit Organisationen oft besser die Wünsche der Spender reflektieren, als öffentliche Einrichtungen, die sich Mehrheitsansprüchen beugen müssen, und ideologisch orientierte Unternehmer können in der gemeinnützigen Organisationsform ihre Überzeugungen verwirklichen, ohne Investoren, die auf Profit aus sind, Rechenschaft ablegen zu müssen. Eine Non-Profit Organisation kann jedoch nur überleben, wenn es ihr gelingt, Geldquellen zu erschließen und sich ein Klientel zu schaffen, wobei ihr ideologischer Charakter ihr in manchen Fällen helfen mag. Dennoch können auch ideologisch uninteressierte Klienten einer ideologisch ausgerichteten Non-Profit Organisation den Vorzug geben, wenn das Engagement des Non-Profit Unternehmers die hohe Qualität der Dienstleistungen garantiert.

Bruce R. Kingma

Öffentliche Güter-Theorien des Non-Profit Sektors: Weisbrod neu gelesen

Burton Weisbrod's Artikel von 1975, der den Titel „Ansätze zu einer Theorie des ehrenamtlichen Non-Profit Sektors in einer Drei-Sektor-Wirtschaft" (deutsch durch die Übersetzerin) trägt, stellt die Non-Profit Organisationen dar, als die Lieferanten jener öffentlichen Güter, die die Regierung nicht in ausreichender Menge für die Bedürfnisse einer heterogenen Gesellschaft bereitstellt. Kingmas Artikel befaßt sich mit den Implikationen der Weisbrod-Theorie, mit den Erweiterungen und empirischen Überfprüfungen, die sie bis heute erfahren hat. Weiterhin werden die Theorie des reinen und des gemischten Altruismus, die Heterogenitätshypothese und die verschiedenen Indexe für die 'Öffentlichkeit' der Leistungen des Non-Profit Sektors untersucht. Schließlich werden die Gemeinsamkeiten zwischen dem 'Öffentliche Güter-Modell' und dem 'Vertrauenswürdigkeitsmodell', den beiden Modellen, welche die Attraktivität der Non-Profit Organisationen als Dienstleister erklären sollen, behandelt.

https://doi.org/10.1007/BF02354196 Published online by Cambridge University Press

Michael Krashinsky

Stakeholder-Theorien über den Non-Profit Sektor: ein Querschnitt durch die wirtschschaftswissenschaftliche Literatur

Dieser Artikel untersucht und klassifiziert die wirtschaftswissenschaftliche Literatur, die sich mit Non-Profit Organisationen beschäftigt, auf die das Stakeholder-Konzept anwendar ist. Zwar besteht in der Fachliteratur allgemeine Übereinstimmung darin, daß es Konflikte zwischen verschiedenen Stakeholder-Gruppen gibt, doch dann teilt sie sich in zwei sehr verschiedene Strömunugen: Die erste unterstützt den Non-Profit Sektor und geht davon aus, daß Non-Profit Organisationen diese Konflikte effektiver lösen als andere Organisationsformen. Dies liefert eine positive Theorie des Non-Profit Sektors, wonach Non-Profit Organisationen sich entfalten, wenn sie effektiver sind als andere Einrichtungen bei der Bereitstellung eines bestimmten Gutes oder einer bestimmten Dienstleistung. Die zweite Strömung geht kritischer mit dem Non- Profit Sektor um und geht davon aus, daß die Konflikte in Non-Profit Organisationen weiterhin bestehen werden und daß deren Lösung eine Regierungsintervention erfordern könnte. Der Stakeholder-Ansatz in der Non-Profit Theorie konzentriert sich natürlich auf die Konfliktlinien und ignoriert andere möglichen Sichtweisen des Sektors.

Christoph Badelt

Unternehmertum-Theorien über den Non-Profit Sektor

Dieser Arkikel faßt die wesentlichen Ergebnisse der Unternehmertum-Theorien über den Non-Profit Sektor zusammen und diskutiert die Auswirkungen, die sie sowohl auf die Theoriebildung als auch auf den reellen Non-Profit Sektor haben könnten. Es wird hervorgehoben, daß der Unternehmertum Ansatz die Kenntnisse über den Non-Profit Sektor verbessert, insbesondere durch die Betonung der Seite der Dienstleistungsanbieter und durch das Augenmerk auf die Präferenzen, die Individuen haben müssen, damit sie sich im Non-Profit Bereich engagieren. Die Unternehmertum-Theorien werden durch empirisches Datenmaterial bestätigt. Die meisten Beobachtungen unterstützen jedoch nicht ausschließlich die Unternehmertum-Theorien, sondern stimmen auch mit anderen wirtschaftswissenschaftlichen Theorien über den Non-Profit Sektor überein. Hierin zeigt sich, daß die verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Theorien über den Non-Profit Sektor sich eher gegenseitig ergänzen als daß sie gegeneinander austauschbar wären. Schließlich helfen die Unternehmertum-Theorien indirekt das Image der Non-Profit Organisationen zu verbessern; deshalb mögen sie eine prominente Rolle in Lehrprogrammen spielen, die für das Training von Non-Profit Managern erarbeitet worden sind.

Richard Steinberg

Gesamtbewertung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien zum Non-Profit Sektor

Dieser Artikel bewertet wirtschaftswissenschaftliche Theorien über den Non-Profit Sektor nach ihrer Fähigkeit Auskunft zu geben über den Rahmen der Untersuchung, die Determinanten für die Größe und die Entfaltungsmöglichkeiten des Non-Profit Sektors, die behavioristische Reaktionen von Spendern, ehrenamt-

https://doi.org/10.1007/BF02354196 Published online by Cambridge University Press

lichen Mitarbeitern, entlohntem Personal und Non-Profit Organisationen auf Veränderungen in ihrem äußeren Umfeld. Zum ersten Punkt wird aufgezeigt, daß das Verbot der Gewinnausschüttung sich als nützliches Kriterium zur Eingrenzung des Non-Profit Sektors in wirtschafts- wissenschaftlichen Analysen erwiesen hat, aber auch gefordert, Alternativen zu diesem Eingrenzungskriterium zu finden. Die Wirtschaftswissenschaftler haben jedoch kein alternatives Unterscheidungskriterium zwischen ehrenamtlichen Tätigkeiten und solchen auf Gegenleistungsbasis gefunden. Die Größe und der Entfaltungsspielraum des Sektors werden offensichtlich determiniert durch unternehmerische Versorgungsfaktoren, Spenden (die wiederum beeinflußt werden durch Steuerpolitik, Regierungsausgaben, fund-raising und die Qualität und Zusammensetzung der Leistungen der kommerziellen oder karikativen Organisationen), kommerzielle Aktivitäten, Verfügbarkeit von Kapital, das Arbeitsangebot (wobei entlohnte und ehrenamtliche Arbeit gemeint sind), die Vermarktbarkeit der Leistung und die Verteilung von Konsumenteneigenschaften.

Resumenes

Andreas Ortmann y Mark Schlesinger

Confianza, reputación y el papel de la empresa sin ánimo de lucro

Este artículo examina la hipótesis de la confianza: la afirmación de que la información asimétrica puede explicar la existencia de la empresa sin ánimo de lucro en determinados mercados. Sostenemos que para que dicha hipótesis sea viable, ha de poder hacer frente a tres desafíos: 'ubicuidad reputacional', 'compatibilidad de incentiva' y 'adulteración'. Inspirándonos en la teoría de la agencia moderna, llegamos a la conclusión de que la hipótesis de la confianza se asienta sobre terreno poco firme. Puede sostenerse únicamente bajo determinadas condiciones, que no han sido ni descritas cuidadosamente en la teoría ni sometidas a un juicio empírico. Los datos disponibles, pese a ser poco uniformes e insuficientes, parecen indicar que existen algunas diferencias en cuanto a la propiedad en aspectos de activación organizativa relacionadas con la información asimétrica. Sin embargo, hay pocos indicios de que esto se refiera a la confianza *de por sí* o proporcione una razón fundamental para la existencia de propiedad en el sector sin ánimo de lucro en estas industrias. Concluimos formulando una petición para que se lleve a cabo una investigación a fondo sobre las expectativas del consumidor y las motivaciones del proveedor.

Susan Rose-Ackerman

Altruismo, emprendedores ideológicos y la empresa sin fines de lucro

La ideología y el altruismo son puntos clave para entender el sector benéfico sin fines de lucro. Este artículo plantea tres interrogantes. ¿Por qué hace la gente donativos benéficos? ¿Por qué se suele dar por regla general para organizaciones sin ánimo de lucro? ¿Cuándo podrán dichas organizaciones, dirigidas por ideólogos comprometidos, competir con las empresas de fines lucrativos en la provisión de servicios? Los motivos altruistas de los individuos y el compromiso ideológico de los emprendedores se dan cita para apoyar a las organizaciones benéficas. El sistema no lucrativo ofrece una tenue garantía

https://doi.org/10.1007/BF02354196 Published online by Cambridge University Press