

SNSPA

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE

ȘI ADMINISTRATIVE

Rezumatul tezei de doctorat

Menachem Zilberklang

**CONTRIBUȚIA ACTIVITĂȚILOR FILANTROPICE ASUPRA
BUNĂSTĂRII SOCIALE. ASPECTE ALE NOII
FILANTROPII ÎN DEZVOLTAREA AFACERILOR
PUBLICE ȘI PRIVATE**

Domeniul de doctorat: Științe administrative.

Conducător de doctorat: Prof.univ. dr. Ani MATEI

Schiță:

1.1	Introducere	3
1.2	Cadrul de cercetare	4
1.3	Obiectivele cercetării	8
1.4	Proiectarea studiului	9
1.5	Metodologie	14
1.6	Rezultate	16
1.7	Referințe	22

Lista tabelelor

Tabelul 1	Structura tabelului rezumativ	13
Tabelul 2	<i>Trimiterea și primirea chestionarelor</i>	19
Tabelul 3	Numărul de angajați.	19
Tabelul 4	Schimbarea în vânzări	20
Tabelul 5	Manageri de nivel inferior	20
Tabelul 6	Manageri de nivel înalt	20
Tabelul 7	Produs sau serviciu unic	21

Lista figurilor

Figura1:	Construcția chestionarului	12
----------	----------------------------	----

1.1 Introducere

Filantropia este un act nobil prin care oamenii din societate dăruiesc o parte din averea lor celor mai puțin norocoși din societate sau celor aflați în nevoie și celor care au probleme. În acest fel, aceștia contribuie la o mai bună reglementare a distribuției bogăției, la crearea unei societăți mai echitabile și la prevenirea tulburărilor sociale. Filantropia ca formă modernă de caritate a apărut la sfârșitul secolului al XIX-lea și a evoluat diferit în țările europene și în Statele Unite din cauza diferențelor economice, politice și sociale (Brenner, 2017). De atunci, în domeniul filantropiei au avut loc dezvoltări ulterioare, iar astăzi suntem martorii filantropiei ca forță transnațională direcționată dinspre fundațiile occidentale către alte părți ale lumii (Toepler, 2012).

În literatura de specialitate contemporană, se obișnuiește să se discute despre evoluția filantropiei internaționale prin intermediul câtorva categorii: investiții responsabile din punct de vedere social (SRI); investiții de impact/investiții legate de misiune (MRI); întreprinderi sociale; și burse de valori sociale. Cu toate acestea, se obișnuiește încă să se facă distincția între două tipuri de fonduri filantropice: fondurile mici, care alocă resurse pentru utilizare imediată și, de obicei, în scopuri locale, și fondurile mari sau fondurile de gestionare, care sunt entități profesionale care gestionează donații uriașe din partea donatorilor bogați, a întreprinderilor și/sau a guvernelor, de obicei pentru proiecte locale de reconstrucție uriașe sau inițiative internaționale la scară mare.

În ciuda amplitudinii extraordinare a activităților filantropice din secolul XXI la nivel național, regional și transnațional în multe domenii și zone, și deși o mare parte din activitatea filantropică din ultimele două decenii este axată în principal pe afaceri și implică mulți consultanți și experți în „lumea a treia”, definirea și măsurarea impactului filantropiei nu au încă un standard de aur în ceea ce privește practicile și teoria. Această cercetare își propune să

examineze impactul filantropiei asupra întreprinderilor mici, folosind studiul de caz al fondurilor filantropice care sprijină întreprinderile mici din Israel în perioada 2015-2017.

1.2 Cadrul de cercetare

Motivație

În fiecare an, miliarde de dolari sunt cheltuite pe mii de programe filantropice și diverse inițiative menite să îmbunătățească sănătatea, educația și alte probleme ale umanității, în principal - dar nu numai - în țările în curs de dezvoltare, ca parte a întreprinderilor filantropice desfășurate de filantropi și ONG-uri din țările dezvoltate (Savedoff, Levine, Birdsall, 2006). Cu toate acestea, în ciuda activității extinse în curs de desfășurare și a alocării mari de fonduri investite, foarte puține programe pot determina impactul pe care l-au avut asupra bunăstării grupurilor de populație vizate și asupra problemelor pe care inițial au dorit să le rezolve.

Întreprinderile mici reprezintă majoritatea firmelor angajatoare atât în Israel, cât și în Statele Unite, în timp ce acestea realizează 64% din noile locuri de muncă private nete, 49,2% din locurile de muncă din sectorul privat, iar IMM-urile reprezintă 60-70% din locurile de muncă în majoritatea țărilor OCDE (Ben-Aharon, 2017). Analiza impactului filantropiei asupra întreprinderilor mici reprezintă un instrument important pentru a înțelege „lumea a treia” și pentru a evalua sprijinul filantropic în acest grup de beneficiari. Acest lucru este cu atât mai important cu cât studiile actuale arată că împrumuturile guvernamentale și filantropice au un impact extraordinar asupra întreprinderilor mici și mijlocii care au un acces mai redus la capital. Acest lucru este cu atât mai important în țările în curs de dezvoltare, pentru a evalua mai bine întreprinderile mici care primesc fonduri filantropice, de a asigura impactul ajutorului și de a evita risipa de resurse (O'Bryan, 2010).

Evaluarea impactului filantropiei

În fiecare an, miliarde de dolari sunt cheltuite pe mii de programe filantropice și diverse inițiative menite să îmbunătățească sănătatea, educația și alte probleme ale umanității, în principal - dar nu numai - în țările în curs de dezvoltare, ca parte a întreprinderilor filantropice desfășurate de filantropi și ONG-uri din prima lume (Savedoff, Levine, Birdsall, 2006). Cu toate acestea, în ciuda activității extinse în curs de desfășurare și a alocării mari de fonduri investite, foarte puține programe pot determina impactul pe care l-au avut asupra bunăstării grupurilor de populație vizate și asupra problemelor pe care au dorit inițial să le rezolve.

Procesele de evaluare în domeniul filantropiei au început încă din anii '70, odată cu implicarea Fundației Robert Wood Johnson, a Fundației Ford și a Fundației Russell Sage. De atunci, deși au existat multe schimbări în activitatea filantropică de-a lungul anilor, în ceea ce privește structura, amplitudinea și rațiunea de a „dăruia”, nu s-au schimbat prea multe în ceea ce privește întrebările de bază referitoare la impactul filantropiei și evaluarea acestuia, care au fost puse deja în diverse procese de evaluare în trecut, în urmă cu cinci decenii, de către aceste fundații (Coffman, Beer, Patrizi, & Heid Thompson, 2013).

Începând cu anii '90, asistăm la unele schimbări: procesele de evaluare devin din ce în ce mai mult centrul de interes al unor fundații și al unor studii și sunt inspirate de programul filantropic în sine. Acest lucru se datorează câtorva motive. În primul rând, acest lucru se datorează faptului că tot mai mulți donatori și administratori se concentrează către rezultate și doresc nu doar să ofere, ci și să obțină rezultate; în al doilea rând, în ultimii ani asistăm la un proces de

profesionalizare a managementului organizațiilor nonprofit, care are, de asemenea, o influență asupra cererii de evaluare și măsurare a performanței; și în al treilea rând, există o intruziune a abordărilor orientate către afaceri în aceste organizații filantropice, care caută rezultate din investițiile și activitățile acestor organizații filantropice. Aceste schimbări au dus la căutarea unor noi metode de evaluare care au ca scop evaluarea activităților filantropice în diferitele sale forme și manifestări și care anterior nu erau utilizate (Coffman, Beer, Patrizi, & Heid Thompson, 2013).

Cu toate acestea, industria filantropică suferă de un „deficit de evaluare”. Evaluările de impact caută să măsoare punctele de evaluare de-a lungul lanțului de rezultate pentru a evalua dacă activitatea produce rezultatele dorite (Lim, 2010). Cu toate acestea, a apărut un „deficit de evaluare” în domeniul filantropiei, deoarece guvernele, donatorii oficiali și alți finanțatori nu cer sau nu produc suficiente evaluări de impact și deoarece cele care sunt efectuate sunt adesea defectuoase din punct de vedere metodologic (Savedoff, Levine, Birdsall, 2006). Deși multe agenții, cum ar fi ONU, băncile de dezvoltare și guvernele cheltuiesc multe resurse pentru a evalua activitatea ca parte a evaluării de monitorizare, acestea investesc cu greu în a studia dacă intervențiile au funcționat, care a fost impactul lor și care a fost costul lor (Savedoff, Levine, Birdsall, 2006).

Definirea impactului

Definiția „impactului” este fluidă și se poate referi la diverși factori, adesea greu sau chiar imposibil de măsurat. În plus, este necesară colaborarea între diferitele părți implicate în activitatea filantropică pentru a colecta date, pentru a selecta datele relevante pentru evaluare, pentru a evalua impactul activității și pentru a oferi concluzii și modus operandi pentru viitor. În plus, trebuie să ținem cont de faptul că definiția impactului depinde de obiectivele activității filantropice și de organizația care o desfășoară, precum și de problemele și provocările societale

pe care dorește să le abordeze și să le rezolve (Taskforce, S. I. I., 2014). Întrebarea privind „impactul” ar trebui să se refere atât la beneficiile sociale și de mediu pe termen scurt și lung ale investiției filantropice, cât și la capacitatea de a consolida aceste beneficii și impactul lor dacă se acționează în consecință.

Motivele pentru care nu există un mecanism sistematic de evaluare a impactului activităților filantropice sunt obstacolele care derivă din incapacitatea de a defini „impactul” și dificultatea de a-l măsura din cauza atributelor sale specifice. Cu toate acestea, în acest capitol am prezentat diverse modele și teorii care încearcă să abordeze provocarea de a măsura și evalua impactul filantropiei. Fiecare model a abordat provocarea într-un mod diferit și s-a referit la diferite tipuri de filantropie, examinând diferite puncte de evoluție a activității lor. Am arătat, de asemenea, că până în prezent nu există un acord cu privire la modul în care ar trebui realizată evaluarea impactului, în special pentru că mai multe dintre efectele sociale și de mediu ale activităților filantropice sunt complexe, abstracte și adesea pe termen lung. Cu toate acestea, este foarte important să se dezvolte în continuare instrumente și metode care pot servi la măsurarea impactului filantropiei în secolul XXI.

Ciclul de viață al afacerii: modelul celor cinci etape

Fiecare IMM are un ciclu de viață și fiecare se află într-o etapă diferită a ciclului său de viață. Etapa din ciclul de viață nu este definit de timpul scurs de la începerea afacerii, ci mai degrabă de modelul de comportament al acesteia și de problemele care există în cadrul afacerii (Adizes, 2000). Adizes (2000) a construit un model al ciclului de viață format din zece domenii, de la etapa în care afacerea este doar o idee până la moartea ei. Fiecare etapă are caracteristicile sale, iar prin evaluarea afacerii este posibil să se afle care este etapa actuală a acesteia. Fiecare etapă are propria activitate și propriile probleme.

Perenyi, Selvaraja & Muthaly (2011) au analizat modelele ciclurilor de viață pentru a prezice comportamentul unei întreprinderi. Acestea arată că etapa în care se află întreprinderea pe curba ciclului său de viață este esențială pentru a înțelege comportamentul acesteia. În acest studiu, au fost utilizate „Cele cinci etape de creștere a întreprinderilor mici” (Churchill and Lewis, 1983). Acest model delimitează cinci etape de dezvoltare a firmei: existența, supraviețuirea, succesul, dezvoltarea și maturitatea resurselor. Fiecare etapă este caracterizată de un indice de dimensiune, diversitate și complexitate și implică stilul de management, structura organizațională, amplasarea sistemelor formale, obiectivele strategice majore și implicarea proprietarului în afacere.

1.3 Întrebarea, ipotezele și obiectivele cercetării

Pornind de la prezentarea teoretică propusă, studiul are o întrebare de cercetare:

- 1. Impactul ajutorării întreprinderilor mici care se află în același punct al ciclului de viață al afacerii variază în funcție de modul de operare al fondului?**
- 2. Este un sistem de operare pentru fonduri mai bun decât celelalte?**

Ipotezele cercetării au fost:

- A. Ajutorul filantropic care combină banii și o parte din consiliere va avea un impact mai mare decât un ajutor filantropic care include doar bani.
- B. Ajutorul filantropic va face ca întreprinderile să treacă la nivelul următor pe linia ciclului de viață

Variable

Independente: Tipul de ajutor filantropic

- Acordarea de garanții pentru împrumuturi bancare.
- Acordarea de împrumuturi din banii donatorilor.

- Furnizarea de mentorat și un împrumut din banii donatorilor.

Dependente: Etapa ciclului de viață al întreprinderii

Variabilele dependente vor fi diferite sectoare de pe curba ciclului de viață.

În plus, studiul are două obiective principale și trei sub-obiective:

a. Obiectivul cercetării este de a îmbunătăți mecanismul de asistență a fondurilor pentru întreprinderile mici în vederea creșterii impactului.

- De a determina care fond filantropic pentru întreprinderile mici din nordul Israelului a avut cel mai mare impact asupra beneficiarului.

- De a determina ce factori conduc la un impact mai mare al filantropiei în întreprinderile mici din Israel.

b. Obiectivul cercetării este de a oferi un instrument util pentru evaluarea impactului filantropiei asupra întreprinderilor mici.

- De a determina dacă locația din ciclul de viață al afacerii este un factor care joacă un rol asupra impactului ajutorului filantropic pentru întreprinderile mici.

1.4 Proiectarea studiului

Definiții și parametri operaționali

Impact:

Evaluarea succesului/impactului activității filantropice se definește astfel: Ajutorul este menit să promoveze afacerea și este necesar să se verifice ce indicatori sunt disponibili pentru a măsura dacă obiectivele au fost atinse prin împrumuturi de bani sau bani și consultanță.

Profitabilitate

Profitabilitatea afacerii este scopul final al unei afaceri. Pentru a măsura impactul prin intermediul profiturilor, este necesară cooperarea managerilor de fonduri și a proprietarilor de întreprinderi. Managerii de fonduri și mulți proprietari de întreprinderi mici se opun împărtășirii acestor informații. Prin urmare, acest parametru nu va fi utilizat

Modificarea numărului de angajați

O modalitate alternativă de evaluare a succesului afacerii este reprezentată de numărul de angajați. Aceste date pot fi obținute, dar nu sunt exacte. În unele cazuri, se acordă un împrumut pentru achiziționarea de echipamente automate, ceea ce va reduce numărul de angajați și va crește profitabilitatea, astfel încât reducerea numărului de angajați este un succes. În unele cazuri, scopul ajutorului este de a salva afacerea de la colaps și de la închidere și, în astfel de cazuri, menținerea aceleiași număr sau chiar mai mic este un rezultat bun al ajutorului. În ciuda rezervelor menționate mai sus, succesul poate fi măsurat ca o creștere a numărului de angajați în majoritatea cazurilor.

Impactul dorit

În această lucrare a fost definit faptul că rezultatele dorite ale unui împrumut filantropic acordat unei întreprinderi mici sunt creșterea numărului de angajați și creșterea cifrei de afaceri.

Indicatori de succes

Următorii indici au fost aleși ca indicatori de succes ai împrumutului filantropic:

1. Creșterea numărului de persoane angajate în general.
2. Creșterea cifrei de afaceri.
3. Creșterea numărului de șefi.
4. Creșterea numărului de directori executivi.
5. Adăugarea de produse sau servicii unice.

Progrese pe curba de viață a întreprinderilor

Majoritatea întreprinderilor se străduiesc să treacă de la etapa în care se află la următorul punct al curbei ciclului de viață. În modelul prezentat de Churchill & Lewis, locul întreprinderii pe curba ciclului de viață poate fi definit printr-o examinare externă a numărului de manageri la diferite niveluri, precum și a numărului de produse și servicii speciale pe care le oferă întreprinderea. Înaintarea pe curba ciclului de viață va fi considerată un impact pozitiv. Situațiile în care întreprinderea și-a îmbunătățit poziția în funcție de alți indicatori, dar nu a trecut încă la punctul următor, nu vor fi considerate ca o lipsă de impact.

În scopul examinării progresului prin trecerea de la un punct la altul, acest studiu a examinat:

1. Creșterea numărului de manageri la diferite niveluri.
2. Creșterea numărului de produse sau servicii unice ale întreprinderii.

Factorul timp

Decizia cu privire la perioada după care ar trebui să se verifice impactul asupra întreprinderii trebuie să țină cont de mai mulți factori. Pe de o parte, este necesar să se acorde suficient timp pentru ca afacerea să se dezvolte ca urmare a primirii ajutorului, dar, pe de altă parte, este necesar să se limiteze timpul pentru a se evita situația în care variabile neasociate să aibă un impact asupra afacerii. Astfel de variabile pot fi modificările condițiilor de piață și intrarea pe piață a unor noi concurenți. Doi ani au fost aleși ca fiind perioada potrivită pentru examinarea impactului.

Etapile elaborării unui chestionar

(Pe baza chestionarului construit de: Donijo r.)

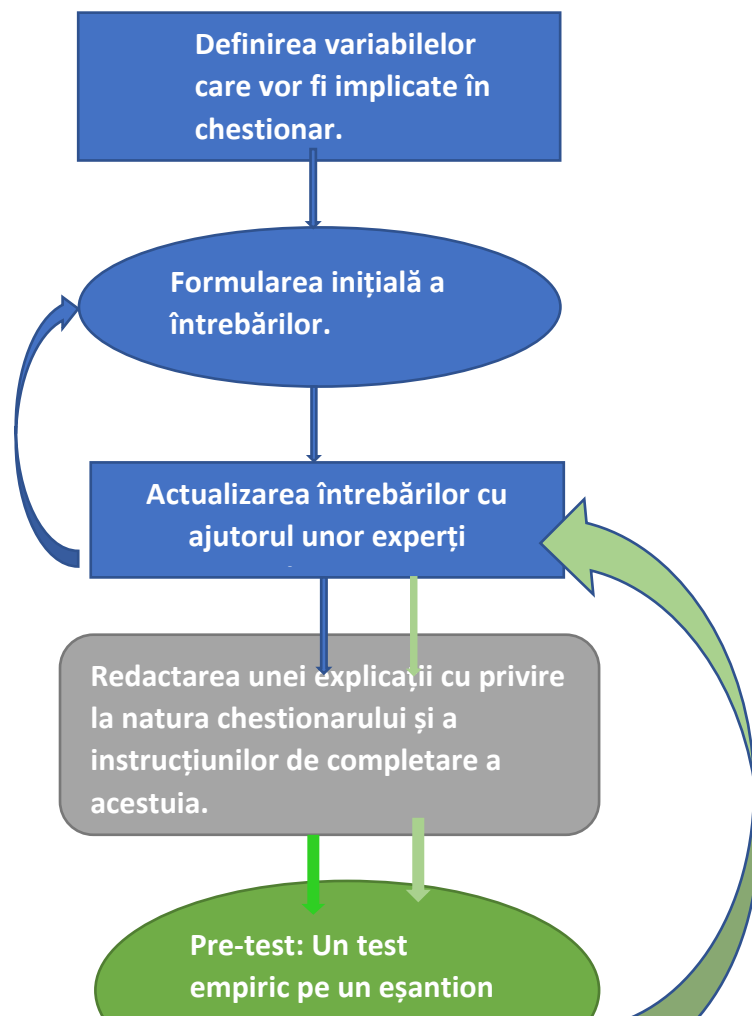


Figura 2: Construcția chestionarului

Dimensiunea afacerii

Studiul a definit patru domenii care pot fi diagnosticate prin punerea de întrebări chiar și după un anumit timp. Au fost examinate acele întreprinderi care au primit ajutor și au cel puțin doi ani de la data la care a fost acceptat împrumutul. Este imposibil să observăm locul în care se afla afacerea pe curba ciclului său de viață în acel moment. Pentru a afla acest lucru, au fost adresate întrebări referitoare la activitatea de afaceri în momentul acordării ajutorului. Pentru studiu, au fost luate în considerare trei variabile care reprezintă diferite puncte de pe curba ciclului de viață și care pot fi definite în timp și au examinat semnificația diferitelor tipuri de ajutor.

tip de ajutor	Acordarea de garanții pentru împrumuturile	Acordarea unui împrumut din	Oferirea de mentorat și a unui împrumut din

numărul etapei și etapa ciclului de viață	acordate de bănci.	fondurile donatorilor.	fondurile donatorilor.
2. Existență și supraviețuire			
3. Succes și dezvoltare			
4. Altele			
5. Moartea afacerii			

Tabelul 1: Structura tabelului rezumativ

1.5 Metodologie

Aceasta este o cercetare cantitativă. Metoda aleasă pentru colectarea datelor este cea a chestionarului. Chestionarul poate fi utilizat pentru a colecta date de tipul și calitatea necesară pentru a obține răspunsuri empirice la întrebările cercetării. Calitatea și adaptabilitatea datelor colectate prin chestionar determină validitatea și fiabilitatea constatărilor și a chestionarului. Goetz & Le Compte (1984). Un chestionar de cercetare este conceput pentru a colecta date de tipul și calitatea necesară pentru a atinge obiectivele cercetării și pentru a găsi răspunsuri empirice la întrebările de cercetare.

Un chestionar este construit în funcție de modul în care va fi utilizat: prin interviu, sondaj telefonic, sondaj prin poștă sau sondaj web. Decizia cu privire la metoda de colectare a datelor depinde de bugetul disponibil, de timpul disponibil și de faptul dacă scopul este de a chestiona persoane sau de a găsi informații din surse scrise.

Populația cercetată

Studiul se bazează pe datele obținute de la întreprinderile care au primit credite de la trei fonduri filantropice în anii 2015-2017. Informațiile obținute de la fonduri erau doar numere de telefon, fără date de identificare a întreprinderilor care au primit împrumuturile. Chestionarele nu au inclus întrebări care să permită identificarea întreprinderii.

Răspunsurile la chestionare au fost adăugate automat la foaia de centralizare a datelor, astfel încât răspunsurile primite să nu poată fi legate de un număr de telefon la care au fost trimise chestionarele. De asemenea, nu este posibil să se verifice de ce celelalte chestionare nu au fost returnate. Software-ul We Bot a fost utilizat pentru a colecta datele prin intermediul internetului.

Instrumentul de cercetare: chestionar

Un chestionar de cercetare este conceput pentru a colecta date de tipul și calitatea necesară pentru a atinge obiectivele cercetării și pentru a găsi răspunsuri empirice la întrebările de cercetare. Calitatea și adaptabilitatea datelor colectate prin chestionar determină validitatea și fiabilitatea constatărilor și a chestionarului. Goetz & Le Compte (1984).

Chestionarul este împărțit în trei părți, după cum urmează:

- B. Definiți fondul care a acordat asistență întreprinderii. Întrebarea 1
- C. Definiți starea afacerii atunci când ați obținut asistență în ceea ce privește dimensiunea afacerii și etapa ciclului de viață. Întrebările 2-8
- D. Definiți situația afacerii la doi ani de la primirea ajutorului în ceea ce privește dimensiunea afacerii și etapa ciclului de viață. Din aceste date, este posibil să se deducă efectul ajutorului asupra situației întreprinderii. Întrebările 9-13

Chestionarul a fost revizuit de trei administratori de fonduri și modificat în consecință.

Procesul de cercetare

1.200 de chestionare au fost trimise cu ajutorul sistemului We Bot - What's App către întreprinderile care au primit efectiv ajutor din partea fondurilor în perioada 2015-2017. Răspunsurile au fost primite prin intermediul aplicației What's App. După o perioadă de timp, folosind liste care includeau doar numerele de telefon furnizate de fonduri cu privire la întreprinderile care au beneficiat de asistență, au fost efectuate apelurile telefonice la întreprinderi aleatorii. Call center-ul a întrebat întreprinderea dacă a răspuns deja la întrebarea adresată, dacă răspunsul era afirmativ, i se mulțumea, dacă răspunsul era negativ, call center-ul îl ruga să răspundă și i se oferea ajutor dacă are nevoie. În cazul în care call center-ul completează chestionarul prin telefon, chestionarele primite de la call center nu au inclus niciun semn de identificare în ceea ce privește participantul. Datele primite de la call center au fost prelucrate și amestecate cu datele primite direct de la participanții care au returnat chestionarele. Am obținut informații de la 226 de întreprinderi.

Au fost efectuate cinci teste statistice pentru a testa relația dintre fond, etapa ciclului de viață și interacțiunea acestora cu cinci indici de succes diferiți:

1. Modificarea procentuală a numărului de angajați.
2. O variabilă binară care indică dacă a existat o creștere a vânzărilor.
3. O variabilă binară care indică dacă a existat o creștere a numărului de manageri de nivel inferior.
4. O variabilă binară care indică dacă a existat o creștere a numărului de manageri de nivel înalt.
5. O variabilă binară care indică dacă a existat un nou produs unic.

1.6 Rezultate

Rezultatele studiului sunt rezumate în cele ce urmează.

1.6.1. Date privind trimiterea și primirea de chestionare

Am trimis 1.223 de chestionare, 226 au fost returnate, dintre care 7 au fost respinse. Detaliile fondurilor și stadiul activității fiecărui fond sunt prezentate în tabelul 2.

1.6.2. Date privind modificarea numărului de angajați

Detaliile privind numărul și procentul de salariați adăugați în fiecare etapă a vieții în fiecare dintre fonduri, precum și datele privind fondul total sunt prezentate în tabelul 3. În rândul tuturor întreprinderilor s-a înregistrat o creștere a numărului de angajați.

1.6.3. Date privind modificarea cifrei de afaceri

Tabelul 4 prezintă detalii cu privire la numărul de întreprinderi din fiecare fond și din fiecare etapă care au raportat o modificare a cifrei de afaceri a întreprinderii la sfârșitul perioadei de testare. Aceasta arată că a existat o creștere totală de 93% în rândul tuturor participanților.

1.6.4. Date privind schimbarea numărului de manageri de nivel inferior

Detalii privind numărul de întreprinderi din fiecare fond și din fiecare etapă care au raportat o modificare a numărului de manageri de nivel inferior la sfârșitul perioadei de testare, așa cum sunt enumerate în tabelul 5. În unele cazuri, s-a înregistrat o creștere a numărului de manageri de nivel inferior, iar în altele, o scădere a numărului de manageri de nivel inferior.

1.6.5. Date privind schimbarea numărului de managerilor de nivel înalt

Detaliile privind numărul de întreprinderi din fiecare fond și din fiecare etapă care au raportat o modificare a numărului de manageri de nivel înalt la sfârșitul perioadei de testare sunt

prezentate în tabelul 6. S-a înregistrat o creștere de 10% în total, în timp ce în unele cazuri nu s-a înregistrat nicio schimbare.

1.6.6. Date privind schimbarea produsului sau serviciului unic

Detaliile privind numărul de întreprinderi din fiecare fond și din fiecare etapă care au raportat adăugarea unui produs sau serviciu unic la sfârșitul perioadei de testare sunt enumerate în tabelul 7. În majoritatea cazurilor, nu a existat nicio schimbare în ceea ce privește produsul sau serviciul unic.

S-a constatat o relație semnificativă între variabila de interacțiune a fondului, etapa ciclului de viață și modificarea numărului de angajați. În cazul Galilee Fund, în etapa 1, creșterea medie a angajaților este de 389%, în timp ce în cazul Jewish Agency, în același stadiu, este de 158%, iar în cazul Asociației Israel Free Loan de 47%. Pe măsură ce etapa ciclului de viață crește până la etapele 2 și 3, se înregistrează un declin accentuat în cazul Galilee Fund, care devine relativ asemănător cu media celorlalte fundații.

Alte două relații semnificative au fost găsite între fond și creșterea numărului de vânzări, precum și între etapa ciclului de viață și creșterea numărului de vânzări. Pe măsură ce crește etapa ciclului de viață, probabilitatea unei creșteri a vânzărilor este mai mare. În plus, această probabilitate s-a dovedit a fi cea mai mare în Galilee Fund. Raportul de probabilitate a fost mai mare cu 5,5 în comparație cu grupul de bază al Asociației Israel Free Loan, și mai mare cu 2 decât cel al Jewish Agency.

Ceilalți indici nu par să fie legați în mod semnificativ din punct de vedere statistic de variabilele independente fond și etapa ciclului de viață.

S-a constatat o relație semnificativă între fondul care a acordat ajutor într-o anumită etapă a ciclului de viață și modificarea numărului de angajați. Creșterea numărului de angajați ca urmare a împrumutului acordat de Galilee Fund a fost semnificativ mai mare pentru întreprinderile din Faza

1. În ceea ce privește întreprinderile care se aflau în Fazele 2 și 3, diferențele dintre fonduri nu au fost semnificative. S-a constatat o relație semnificativă între fondul care a acordat împrumutul și creșterea vânzărilor. S-a constatat o relație semnificativă între etapa ciclului de viață și creșterea numărului de vânzări. Pe măsură ce crește etapa ciclului de viață, probabilitatea unei creșteri a vânzărilor este mai mare. În plus, această probabilitate s-a dovedit a fi cea mai mare în Galilee Fund. Ceilalți indicii nu par să fie legați în mod semnificativ din punct de vedere statistic de variabilele independente fond și etapa ciclului de viață.

Cercetarea a demonstrat ambele ipoteze. Cel mai mare impact a fost înregistrat de Galilee Fund, care a oferit o combinație de împrumut și consultanță. Acest impact a fost semnificativ mai ales pentru întreprinderile care se aflau în primele etape ale ciclului lor de viață. Ipoteza 2 a fost, de asemenea, dovedită: împrumutul ajută întreprinderile mici să treacă de la o etapă la alta a ciclului lor de viață.

Concluzia studiului meu a dovedit că întreprinderile mici care se află în etapa 1, adică înainte de a începe afacerea sau chiar la început, întreprinderi care încă se străduiesc să își găsească clienții, produsele și piața de desfacere au nevoie de mai mult ajutor decât întreprinderile aflate în etapa 2 și mai sus în ciclul de viață, care au reușit să își stabilească produsele, piața de desfacere și să-și câștige clienți. Pentru ei, împrumutul de la fondul filantropic a fost pentru extindere sau pentru stabilizarea afacerii. În acest stadiu, proprietarii de întreprinderi mici se simt suficient de siguri pentru a-și conduce singuri afacerea și vor cere asistență sau un sfat doar atunci când sesizează o problemă. Concluzia cercetării este că există o corelație între starea afacerii în ciclul său de viață și impactul formatului de ajutor primit de la fondul filantropic.

Fond	Chestionare trimise	Chestionare primite	Etapă ciclului de viață	Chestionare primite
			1	24

Galilee Fund	135	67+5	2	28
			3	<u>15</u>
Total				67
Israel Free Loan	610	91+1	1	46
			2	31
			3	<u>14</u>
Total				91
Jewish Agency	478	61+1	1	25
			2	28
			3	<u>8</u>
Total				61
Total	1.223	219+7		

Tabelul 2: Trimiterea și primirea chestionarelor

Fond	Etapă ciclului de viață	Angajați		
		Schimbarea numărului	% Creștere	Deviația Standard
Galilee Fund	1	110	239	7,98
	2	156	89	10,96
	3	32	84	3,29
Total		298	124%	
Israel Free Loan	1	14	15	2,04
	2	41	63	2,81
	3	18	69	1,07
Total		73	40%	
Jewish Agency	1	181	75	10,4
	2	60	25	5
	3	25	35	5,44
Total		266	48%	

Tabelul 3. Modificarea numărului de angajați.

Fond	Etapă ciclului de viață	Vânzări			
		Creștere	% Creștere	Fără schimbare	Scădere
Galilee Fund	1	23	96%	1	0
	2	22	79%	6	0
	3	15	100%	0	0
Total			90%		
Israel Free Loan	1	31	67%	14	1
	2	28	90%	2	1
	3	13	93%	1	0
Total			79%		
Jewish Agency	1	25	100%	0	0
	2	24	86%	4	0
	3	8	100%	0	0
Total			93%		

Tabelul 4: Modificarea vânzărilor

Fond	Etapa ciclului de viață	Schimbare manager nivel inferior			
		Creștere	% Creștere	Fără schimbare	Scădere
Galilee Fund	1	8	33%	15	1
	2	5	18%	23	0
	3	12	80%	12	1
Total			37%		3%
Israel Free Loan	1	5	11%	39	2
	2	3	10%	27	1
	3	1	7%	13	0
Total			10%		3%
Jewish Agency	1	3	12%	18	4
	2	2	7%	25	1
	3	1	13%	7	0
Total			10%		8%

Tabelul 5: Manageri de nivel inferior

Fond	Etapa ciclului de viață	Schimbare manageri de nivel înalt			
		Creștere	% Creștere	Fără schimbare	Scădere
Galilee Fund	1	2	8%	22	0
	2	1	4%	23	4
	3	0	0%	15	0
Total			4%		
Israel Free Loan	1	2	4%	44	0
	2	3	10%	28	0
	3	0	0%	14	0
Total			5%		
Jewish Agency	1	1	4%	24	0
	2	2	7%	26	0
	3	3	38%	5	0
Total			10%		

Tabelul 6: Manageri de nivel înalt

Fond	Etapa în ciclului de viață	Produs sau serviciu unic		
		Creștere	Fără schimbare	Scădere
Galilee Fund	1	0	23	1
	2	2	23	3
	3	1	14	0
Israel Free Loan	1	8	31	7
	2	1	20	10
	3	2	11	1
	1	1	21	3

Jewish Agency	2	2	19	3
	3	0	7	1

Tabelul 7: Produs sau serviciu Unic

1.7 Referințe

Adizes I. (2000). *Managing corporate Lifecycle*, Israel.

History of Modern Philanthropy. (n.d.). Retrieved December 30, 2017, from <http://www.historyofgiving.org/>

Adelman, C. (2012). Global Philanthropy and Beyond: Reinventing Foreign Assistance. *Georgetown Journal of International Affairs*, 15-24.

Aggarwala, R. T., & Frasc, C. A. (2017). The Philanthropy As One Big Impact Investment: A Framework For Evaluating A Foundation's Blended Performance. *The Foundation Review*, 9(2), 13.

American Technion Society Announces Pledge of \$25-Million; Other Recent Donations. (2006). *Chronicle of Philanthropy*, 18(20), 24.

Amott, N. (2007). Cases from the Philippines in Innovative Philanthropy: An Overview of the Philippines. In *Innovation in Strategic Philanthropy* (pp. 61-78). Springer, Boston, MA.

Andreoni J. (1990). Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Thoery of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal* 100(401), 464-477.

Andreoni, J. (2006). Philanthropy. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, 2, 1201-1269.

Anheier, H. K., & Daly, S. (2004). Philanthropic foundations: a new global force?. *Global civil society*, 5(2004), 158.

Anheier, H. K., & Leat, D. (2006). *Creative philanthropy: Toward a new philanthropy for the twenty-first century*. Routledge.

Anheier, H., Winder D. (2012) Introduction. In: Anheiter H., Simmons A & Winder D. (eds.). *Innovation in Strategic Philanthropy. Local and Global Perspectives*. Springer: Chicago, pp. 3-10.

Assessing Impact. Rockefeller Philanthropy Advisors. Philanthropy Roadmap.

Balfour, D. (2015). *Doing Good Great: An Insider's Guide to Getting the Most out of Your Philanthropic Journey*. Geneva Global.

Bekkers, R. (2007). *Generosity and Philanthropy: A literature Review*.

- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 40(5), 924-973.
- Ben Aharon N. (2017) "Periodic report of small and medium businesses in Israel" [s: //www.jewishagency.org/](https://www.jewishagency.org/)
- Bermudez, C. (2010). How Women Give. *Chronicle of Philanthropy*, 22(18), 6.
- Beyth-Marom R., Gordoni G., 7 Semach M. (2009). *Research methods in social science: Guiding Principles and Research Styles*, Israel
- BNP PARIBAS INDIVIDUAL PHILANTHROPY REPORT. (2017). Retrieved June 27, 2018 from <https://mabanqueprivee.bnpparibas/rsc/contrib/document/BPF/bnp-paribas-philanthropy-report.pdf>
- Britt, H., & Coffman, J. (2012). Evaluation for models and adaptive initiatives. *The Foundation Review*, 4(2), 4.
- Brown, E., & Ferris, J. M. (2007). Social capital and philanthropy: An analysis of the impact of social capital on individual giving and volunteering. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 36(1), 85-99.
- Bruch, F. W. H. (2005). The keys to rethinking corporate philanthropy. *MIT Sloan management review*, 47(1), 49
- Burlingame, D., & Young, D. R. (Eds.). (1996). *Corporate philanthropy at the crossroads*. Indiana University Press.
- Campbell, D., & Slack, R. (2007). The strategic use of corporate philanthropy: building societies and demutualisation defences. *Business Ethics: A European Review*, 16(4), 326-343.
- Carrigan, M.: 1997, 'The Great Corporate Give-Away – Can Marketing Do Good for the 'Do-Gooders'?', *European Business Journal* 9(4), 40–46.

- Charitable Giving Statistics. (n.d.). Retrieved January 03, 2018, from <https://www.nptrust.org/philanthropic-resources/charitable-giving-statistics/>
- Cobb, N. K. (2002). The new philanthropy: Its impact on funding arts and culture. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 32(2), 125-143.
- Coffman, J., Beer, T., Patrizi, P., & Heid Thompson, E. (2013). Benchmarking Evaluation in Foundations: Do We Know What We Are Doing?. *The Foundation Review*, 5(2), 5.
- Collins M., Etzel M., The Role of Evidence in Impact Investing, <https://www.bridgespan.org/insights/library/impact-investing/role-of-evidence-in-impact-investing>
- Collins, M. (1993). Global corporate philanthropy—marketing beyond the call of duty?. *European Journal of Marketing*.
- Daly S. (2012). Philanthropy as an Essentially Contested Concept. *Voluntas* 23, 535-557.
- Di Mento, M. (2013). 76% of Jews Give to Charity, Mostly to Aid Causes Not Connected to Their Religion. *Chronicle Of Philanthropy*, 25(18), 12.
- Donijo R. (2008) *Questionnaire Construction*, Florida.
- Dutheil, P. (2009). Endowment Funds: New Developments in the World of Philanthropy in France. *International Journal of Not-for-Profit Law* / vol. 12, no. 1, November 2009/66
- Eisenberg, P. (2010). *Political and Civic Leadership: A Reference Handbook*. Thousand Oaks: SAGE Publication
- Elkington, J., & Hartigan, P. (2008). *The power of unreasonable people: How social entrepreneurs create markets that change the world*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Frenkel, M., & Lev, Y. (Eds.). (2009). *Charity and giving in monotheistic religions* (Vol. 22). Walter de Gruyter.
- Friedman, S. (2017). Foundations Could Help New Donors by Building an Expert Marketplace. *Chronicle Of Philanthropy*, 29(12), 41-43.

- Frumkin, P. (2003). Inside venture philanthropy. *Society*, 40(4), 7-15.
- Gautier A. (2019). Historically contested concepts: A conceptual history of philanthropy in France 1712-1914. *Theory and Society* 129, 48-95.
- Georges, J. et al. (2011). US20110178837A1. Washington: The United States Patent and Trademark Office.
- Gidron, B., Katz, H., Anheier, K.H. & Salamon, L. (2018). Israel: An Overview of Major Economic Parameters.
- Giving USA | A public service initiative of the Giving Institute. (n.d.). Retrieved January 03, 2018, from <https://givingusa.org/>
- Godfrey, J. (2016). Old and New Forms of Giving: Understanding Corporate Philanthropy in India. *International Society for Third-Sector Research*. Johns Hopkins University. *Voluntas* (2017) 28: 672–696
- Gray, R.: 2002, 'The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society Privileging Engagement, Imaginings, New Accountings and Pragmatism Over Critique?', *Accounting, Organizations and Society* 27(7), 687–708.
- Greenberg, J. (2004). Promoting Philanthropy, News Publicity and Voluntary Organizations in Canada. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Vol. 15, No. 4
- Gunther, M. (2017). A Giving Challenge for the Masses. *Chronicle Of Philanthropy*, 29(12), 25-27.
- Hagerty, Ronnie, "Role of Foundations in the Changing World of Philanthropy: A Houston Perspective" (2012). *Dissertations & Theses*. 110..
- Helliwell, J. F., Huang, H., & Wang, S. (2014). Social capital and well-being in times of crisis. *Journal of Happiness Studies*, 15(1), 145-162.
- Hopkins, M. (2012). *Corporate social responsibility and international development: Is business the solution?*. Routledge.

IFC (International Finance Corporation), World Bank, "How Do Economies Define Micro, Small and Medium Enterprises (Ministry of Economy and Industry, Agency of small and medium business.

Ichiro U. Koji S. Guy m. Yamashiro "The Effectiveness of Public Credit Guarantees in the Japanese Lone Market". *Journal of the Japanese and International Economies* (2010)

Illingworth, P., Pogge, T., & Wenar, L. (Eds.). (2011). *Giving well: The ethics of philanthropy*. OUP USA.

Irie, E. et al. (2015). Effective Consulting Partnerships to Philanthropy. *The Foundation Review: Volume 7, Issue 1: Philanthropy Consulting*.

Johnson, P. D. (2004). *Promoting Philanthropy: Global Challenges and Approaches*. INSP.

Jung T. Phillips SD, Harrow J (2017) *The Routledge Companion of Philanthropy*. Routledge.

Jung, T., Harrow, J., & Leat, D. (2018). Mapping Philanthropic Foundations' Characteristics: towards an international integrative framework of foundation types. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47(5), 893-917.

Kemmis, D. (2014). Philanthropy and the renewal of democracy: Is it time to step up our game.

Kidd, A. (1996). Philanthropy and the 'social history paradigm'. *Social History* 21(2), 307-2022.

King, David P. () "Millennials, Faith and Philanthropy: Who Will be Transformed?," *Bridge/Work*: Vol. 1: Iss. 1, Article 2.

Koch, F. (2012). *The new corporate philanthropy: How society and business can profit*. Springer Science & Business Media.

Lee, I. (2012). US20120109840A1. Washington: The United States Patent and Trademark Office.

Lewis, V. L., & Churchill, N. C. (1983). The five stages of small business growth. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.

- Liket, K., & Maas, K. (2016). Strategic philanthropy: corporate measurement of philanthropic impacts as a requirement for a “happy marriage” of business and society. *Business & Society*, 55(6), 889-921.
- Lim, T. (2010). Measuring the value of corporate philanthropy: Social impact, business benefits and investor returns. *Business Benefits and Investor Returns* (February 22, 2010).
- Lindsay, D. (2017). 'If I Win You Win'. *Chronicle Of Philanthropy*, 29(12), 32-34
- Lindsay, D. (2017). Donor States of America: First-of-its-kind demographic analysis of giving dispels myths and reveals surprises. *Chronicle Of Philanthropy*, 30(2), 24-25.
- Lindsay, D. (2017). How America Gives Special Report: Breaking the Charity Habit. *The Chronicle of Philanthropy*.
- Lynn, E. and Wisely, S. (2006). *Four Traditions of Philanthropy. The Civically Engaged Reader*, ed. A. Davis and E. Lynn, Great Books Foundation.
- Maas, K., & Liket, K. (2011). Talk the walk: Measuring the impact of strategic philanthropy. *Journal of business ethics*, 100(3), 445-464.
- MacDonald, N. A., & de Borms, L. T. (Eds.). (2008). *Philanthropy in Europe: A rich past, a promising future*. London: Alliance publishing trust.
- Mano, R. (2015). Funding Allocations in Israel: An Empirical Assessment of the New Philanthropy Approach. *International Society for Third-Sector Research*. Johns Hopkins University. *Voluntas* (2015) 26: 2130–2145
- McVeigh N. and Rubin J.S. (2014). Loans, Loans Guarantees and other Credit Enhancements. *New Frontiers of Philanthropy* 314-320.
- Mescon, T. S. and Tilson, D. J. (1987), "Corporate Philanthropy: A strategic approach to the bottom line", *California Management Review*, 29 (2), pp.49-61.
- Mitchell, K. and Sparke, M. (2015). The New Washington Consensus: Millennial Philanthropy and the Making of Global Market Subjects. *Antipode Vol. 48 No. 3 2016 ISSN 0066-4812, pp. 724–749*

- Moore, D., & Rutzen, D. (2011). Legal framework for global philanthropy: Barriers and opportunities. *Int'l J. Not-for-Profit L.*, 13, 5.
- Morvaridi, B. (2015). *NEW PHILANTHROPY AND SOCIAL JUSTICE: Debating the conceptual and policy discourse*. Policy Press: University of Bristol
- Naidoo, K. (2010). *Corporate social investment as a driver of customer loyalty at the bottom of the pyramid* (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Nargizian, S. (2013). US20130024369A1. Washington: The United States Patent and Trademark Office.
- Parilla, E. (2016). US20160225100A1. Washington: The United States Patent and Trademark Office.
- Perenyi A. and Selvarajah C. and Multhaly S. (2011) "Investigating the firm life –cycle theory on Australian SMES in the ICT sector".
- Perry, S. (2010). White House Committee's Proposal Would Tighten Rules for Religious Groups That Receive Federal Money. *Chronicle Of Philanthropy*, 22(9), 16.
- Phillips, S. D. (2016). A New 'New' Philanthropy - from impetus to impact. *The Routledge Companion to Philanthropy*, Publisher: Routledge, 5-34.
- Plaut, S. (2016). Israel's Socialist Dreams vs. Capitalist Realities. *Middle East Quarterly*, 23(3), 1-12.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (1999). Philanthropy's new agenda: Creating value. *Harvard business review*, 77, 121-131.
- Raymond S. U (2004) *The Future of Philanthropy. Economics, Ethics and Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Raymond, S. U. (2007). *Mapping the New World of American Philanthropy: Causes and Consequences of the Transfer of Wealth*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Reed, P. B., & Selbee, L. K. (2001). The civic core in Canada: Disproportionality in charitable giving, volunteering, and civic participation. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 30(4), 761-780.

Rose-Ackerman, S. (1996). Altruism, nonprofits, and economic theory. *Journal of economic literature*, 34(2), 701-728.

Saia, D. H., Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2003). Philanthropy as strategy: When corporate charity “begins at home”. *Business & Society*, 42(2), 169-201.

Salamon, M. L. (2014). *Leverage for Good: An Introduction to the New Frontiers of Philanthropy and Social Investment*. Oxford University Press: New York.

Salamon, M. L. (2014). *New Frontiers of Philanthropy: Guide to the New Tools and Actors Reshaping Global Philanthropy and Social Investing*. Oxford University Press: New York.

Salamon, M. L. (2016). Global, regional, and national comparative risk assessment of 79 behavioral, environmental and occupational, and metabolic risks or clusters of risks, 1990-2015: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2015. *The Lancet*, Volume 338, Issue 10053, p 1659-1742)

Sasse, C. M., & Trahan, R. T. (2007). Rethinking the new corporate philanthropy. *Business Horizons*, 50(1), 29-38.

SBA office of Advocacy “Frequently Asked Questions” www.sba.gov/advacy

Scott M. and Buce R. (1987). “Five Stages of Growth in Small Business”.

Senor, D., & Singer, S. (2011). *Start-up nation: The story of Israel's economic miracle*. Toronto: McClelland & Stewart.

Shalgi, Y. (2009). A Conceptual Map of Poverty in Israel: Good Philanthropy Needs Good Information. *Journal of Jewish Communal Service*, Volume 84, No. 1 /2, Winter/Spring 2009

Smith, J. A. (2001). The evolving American foundation. In C. T. Clotfelter & T. Ehrlich (Eds.), *Philanthropy and the nonprofit sector in a changing America* (pp. 38-44). Bloomington, Indiana University Press.

- Taskforce, S. I. I. (2014). Measuring impact. *Subject paper of the Impact Measurement Working Group*.
- The Central Bureau of Statistics, Israel.
- The National Philanthropic Trust annual report. (2016). Jenkintown P.A. USA.
- The National Philanthropic Trust annual report. (2017). Jenkintown P.A. USA
- Toepler, S. (2012). Philanthropy. In: H. Anheier & M Juergensmeyer (eds.) *Encyclopedia of Global Studies*. SAGE Publications, Thousand Oaks, pp. 1324-1328.
- Tokarski, K.: 1999, 'Give and Thou Shall Receive', *Public Relations Quarterly* 44(2), 34–40.
- Tomoko H. Marshall M.M (2018) “The long -term impact of disaster lone” : The Case of Small Business after Hurricane Katrina”
- Trelstad, B. (2008). Simple measures for social enterprise. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 3(3), 105-118.
- Varadarajan, P. R., & Menon, A. (1988). Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. *Journal of marketing*, 52(3), 58-74.
- Vesterlund, L. (2006). Why do people give. *The nonprofit sector: A research handbook*, 2, 168-190.
- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1995). Catalytic alliances for social problem solving. *Human Relations*, 48(8), 951-973.
- Walker, J. (2017). A New Breed of Leader Is Driving Social Change. *Chronicle of Philanthropy*, 29(9), 26-28.
- Wallace, N. (2010). A Charity Helps Struggling Haitian Entrepreneurs. *Chronicle Of Philanthropy*, 22(15), 35.
- Watzman, H. (2000). Philanthropy Takes Root in Israel. *Chronicle Of Philanthropy*, 13(3), 7.
- Weston, A. (2017). *Sharing is caring: Intellectual property and the charity sector*. NPC.

Whelan, D. (2002). Jewish Groups Raise \$140-Million for Israel. *Chronicle of Philanthropy*, 14(17), 29.

White G. (2018). The Ethics of Philanthropy. *The European Legacy* 23 (1-2), 111-126.

Wilhelm, I. (2009). \$500-Million Pledge Draws Scorn for Goldman Sachs. *Chronicle Of Philanthropy*, 22(4), 15.

Willam A Brock. David S Evans; Bruce D. Phillips. "The Economics of small businesses: Their Role And Regulation in The U.S. Economy" (1986).

Winder D., Amott N. (2007). Conclusion. In: Anheiter H., Simmons A & Winder D. (eds.). *Innovation in Strategic Philanthropy. Local and Global Perspectives*. Springer: Chicago, pp. 107-114.

Women Give Report, (2010) Center of philanthropy at the Indiana University.

Yeholim Notnim: <http://www.ctg.org.il/>

Zhang, R., Zhu, J., Yue, H., & Zhu, C. (2010). Corporate philanthropic giving, advertising intensity, and industry competition level. *Journal of business Ethics*, 94(1), 39-52.