

נשים מנכ"ליות, הומופילי, סגנון הנטוורקינג ותפיסת הביצועים בארגונים ללא מטרות רווח

מילנה מירקיס

### תקציר

מנכ"לים בעמותות יוצרים שיתופי פעולה על מנת להגביר את ביצועיהם ולפצות על רמות נמוכות של תמיכה ותרומות כלכליות. מנהלים מסתמכים על קשרים אישיים ומקצועיים ורשתות על מנת להשיג גישה מהירה ויעילה יותר למענקים, פיתוח שירותים נרחבים יותר, גיוס מתנדבים נוספים והגדלת דמי חבר. המחקר הנוכחי מרחיב על הדרך בה נשים בתפקידן כמנהלות עמותות יוצרות שיתופי פעולה, מפתחות ומתבססות על שיטות עבודה ברשת, במדגם של 135 מנכ"לים מארגונים ללא מטרות רווח בישראל. המחקר (א) מבחין בין הומופילי מסוג ייחוס ומסוג הישג (ב) סוגי נטוורקינג על מנת לחזות הבדלים על בסיס מגדר בתפיסת הביצועים. במחקר עולה כי מגדר המנהל תורם להיווצרות שיתופי פעולה וסוגי נטוורקינג בקרב מנכ"לים; (ב) סוגי הנטוורקינג של נשים מאופיינים במידה רבה מהומופילי מסוג ייחוס ו (ג) נשים אשר משתפות תופסות את ביצועיהן כטובים יותר.

הניתוח כלל ארבעה שלבים: (1) מתאם פירסון לפי מגדר (2) מבחן T לבי"ת על מנת לבחון עם קיימים הבדלים בממוצעים וסטיות התקן בין גברים לנשים במשתנים שנבדקו (3) רגרסיה לניבוי השפעת ההומופילי על סוגי הנטוורקינג (4) רגרסיה לניבוי ההשפעות הישירות של הומופילי וסוגי הנטוורקינג על תפיסת הביצועים בארגון.

המחקר תורם להבחנה בין שני סוגי נטוורקינג - ייעוץ ושיתוף - ומראה כי שני סוגי נטוורקינג אלו נחוצים להערכת הקשר בין נטוורקינג ותפיסת ביצועי המנהל.