

תוכן עניינים

| | |
|-------------|----------------------------|
| .1-4..... | .1. מבוא |
| .5-12..... | .2. סקירה ספרותית |
| .5-6..... | .3. התפתחות העמונות בישראל |
| .7-12 | .4. הגדרת המשתנים |
| .13..... | .5. שאלת המחקר |
| .14..... | .6. מתודולוגיה |
| .15-20..... | .7. דיוון |
| .21-24..... | .8. סיכום |
| .25-26..... | .9. ממצאים |
| .27-28..... | .10. ביבליוגרפיה |

מבוא

היסודות של המחקר על העמותות ועל כלל הארגונים ללא כוונות רווח, הונחו כבר לפני מעלה שני עשוריים. אבל היה קשה לזהות עוד בשלב הדרך כי ארגונים אלו יוכו לצמיחה אדירה. הצמיחה לא התבטה רק בחשיבות החברתית, כלכלית פוליטית של העמותות המשתייכות למגזר השלישי, אלא היא צמיחה זו באה לידי ביטוי גם בקידום המחקר בתחום זה. (Anheier, 2014, p.12). נראה כי לאורך השנים, הפכו העמותות חלק אסטרטגי בבנייה של קהילה. אפילו ניתן לראות כי במקומות רבים, קבועי מדיניות ומנהגים נוערים בעמותות הללו על מנת להביא לפיתוח מקומי ויותר מעורבות בתחוםים כמו רווחה, לאומיות, ארגונים ללא כוונות רווח כדוגמת העמותות, מגלים יותר ויוטר מעורבות בתחוםים כמו רווחה, בריאות, בחינוך ועוד (Anheier, 2014, p.10). המחקר בתחום, הנעשה על המגזר השלישי, נחלק בעיקר לשול נקודות מבט תיאורטיות ושונות, הראשונה, מבט על החברה האזרחית, השנייה מבט על התנועה החברתית שהעמותה מייצגת ונקודת המבט השלישי היא על העמותה בהיותה ארגון ללא כוונת רווח (Hasenfeld & Gidron, 2005, p.98).

בישראל, חיים ישים מנגנוני בקרה ופיקוח גם על העמותות. את המנגנונים הללו ניתן לחלק לשלושה, הראשון מנגנון של רשות המדינה, כאשר הפיקוח מה נעשה על ידי הרשות הסטטוטורי, רשות המס, משרד הממשלה, החשב הכלכלי באוצר וכן מנגנון הבקרה האחרים. המנגנון השני מנגנון פנימי, קיומו הוא על פי חוק העמותות המחייב כל עמותה לקיים שלושה מוסדות חובה בארגון, אסיפה כללית, ועד וועדת ביקורת. כמו כן בתוך המנגנון הפנימי קיימים גם הביקורת של רואה החשבון, הייעוץ המשפטי וכו, במקרים רבים העמותה גם מעסיקה מבקר פנים. המנגנון השלישי לפיקוח על העמותות הוא גורמי חזק המפקחים על הנעשה בעמותה. גורמי החזק הם אוטם בעלי העניין בעמותה, המלווים את העמותה ואת הפעולות בה והם תורמים, מתנדבים וכן אנשי הקהילה בה העמותה פועלת וגם ספקים ותקשורת, ככלمر הסבيبة המיידית של העמותה. על פי נתונים אלו נראה כי ישנים גורמים ובאים הבוחנים את העמותה ומשקיפים עליה ועל הפעולות שלה ולכוארה זהו פיקוח אופטימלי, אך לעיתים המציגות המתגלגה היא שונה כאשר מנגנוני הפיקוח והביקורת הללו אינם מספקים את התוצאה הרצויה ואף פחות מכך את האכיפה הראויה (לימור, 2010, עמודים 244-246) لكن עליה השאלה האם הפיקוח הזה הוא מספק וכי צד הוא משפייע על העמותה כארגון.

לאחרונה נראה כי גם ארגונים כמו עמותות, שכוארה הם לא מתמודדים בתחרות מול ארגונים אחרים, כדי שיתאפשר לראות ארגונים עסקיים, גם כן מוצאים את עצמן בתחום שוק שהוא תחרותי ובניסיון להשיג כמה שיותר תרומות עבור העמותה. וכן נמצא גם מתנדבים שיבאוו ויסייעו לפעילויות השוטפת של העמותה. חלק מהניסיונות הללו, הארגונים, העמותות מחפשות דרכים להשוויך של המותג שלהם על פני עמותות אחרות. נראה כי כל עניין המיתוג הפך להיות חלק חשוב גם העמותות שרצות להבדיל את עצמן על פני אחרות וזאת בשביל למשך יותר תורמים שיאפשרו את המשך הפעולות של העמותה. במצב זהה, האסטרטגיה של העמותות הופכת להיות כמו אסטרטגיה המקובלת בארגונים פיננסיים. יותר ויוטר עמותות מתמקדות באסטרטגיות שיווקיות שונות, על מנת למשך עניין ולהגדיל את קהל התורמים ולחזק את זה שכבר קיים (DritaKruja, 2012, p.193).

בעמודות מתחילה לhaben שזהדרך לחזק את המותג, היא להוכיח את העימותה כלפי קהל המתעניינים. כל ארגון צריך לבצע הערכה של הביצועים שלו וכן גם מלכ"רים. הערכה זו היא חיונית אם העימותה רוצה להביא לשיפור של היכולות שלה ולהתפתחות שלה. האפקטיביות הארגונית חשובה להערכת טובה של התורמים את העימותה ולכך כל עימותה נדרשת בסופו של דבר לבצע ביקורות ולבחן את הנעשה בתוך הארגון. אם הערכה של הביצועים, על ידי מנגנונים בתוך הארגון, תהיה מדויקת, היא תביא בסופו של דבר לשיפור של ניהול הפנים, לתכנון אסטרטגי חדש ומשופר וכן להקצת משאבים יעילה יותר, כאשר כל אלה יביאו לשינוי ולשיפור באפקטיביות הארגונית. יש מהחוקרים, הטוענים כי אפקטיביות ארגונית היא מובנית בתוך רצונותאלות של ארגונים ואינה משקפת את המציאות האובייקטיבית. הטענות שעולות הן שאם רוצים להביא להגברת האפקטיבות, מה שחשוב זה לתת יחס לבניין הנכונים ולקחת בחשבון את ההשकות שלהם כלפי העימותה. כאשר ארגון מבצע הערכה של ההשפעה שלו ובודח את הביצועים הפנים ארגוניים, זה אפשר לו לחפש דרכי חדשות לשיפור של הפעולות (Eilard, 2016, pp. 1-2). אם רוצים שוגם הביקורת עצמה תהיה אפקטיבית, צריך להגדיר את המטרות מראש ולהחיליט מה השאייה רוצים להגיע ביצוע הביקורת על הארגון, על העימותה.

מי אחראית על ההתנהלות השוטפת בעימותה, כמו כל ארגון, היא הנהלה. בישראל מאז שנות השמונים, יש ידע קיים ונודע לספק קוויים מוחדים על האופן שבו חברי העימותה צריכים לנהל את הארגון שלהם. כמו כן ישנה חלוקה ברורה של תפקידים בארגון (Iecovich, 2004, p. 5). מי משתמש מבקר פנים בכל ארגון או עמותה, הוא אדם שהוא רואה חשבון במקצועו, על פי רוב. בכל חברה ציבורית צריכה להיות ועדת ביקורת שאחד מתפקידיה הוא לבחור גם את רואה החשבון, ובנוספ' לעומת עימה יכול להיות גם מבקר פנים. ככלומר בכל ארגון וכן בעמותה, יש תפקיד של רואה חשבון ותפקיד של מבקר פנים. ביקורת הפנים היא תחום נוסף שבו עסקים רואים החשבון ומטרתה של ביקורת הפנים היא גם לעקוב אחרי הדוחות הכספיים שראויה החשבונו מכין עבור החברה (וולף, 2008, עמודים 90-91).

חשיבות של הביקורת הפונית בכל ארגון ובפרט בעumontה, היא גדולה מאוד ונובעת מכך שהביקורת הזאת משמשת כ קישור חשוב בתהליכי של הדיווח הכספי בארגונים. לכל מבקר פנים בארגון מסוים, יש תפקיד מרכזי בכך שהוא מנהל מעקב אחרי הסיכוןים כאשר כל המטריה של הביקורת הפונית היא בסופו של דבר להביא לשינוי של התקינות והליךאים בארגון ובכך להגברת של ארגון ולפקח על מבקר הפנים, מעבר לעובדה שהוא פועל על פי החוק, הוא גם מעביר ביקורת בונה ומציע אפשרויות ליעול התהליכיים כך שהארגון אכן פועל על פי החוק, והוא גם מעביר ביקורת בונה ומציע אפשרויות ליעול התהליכיים בראגון. למבקרים הפוניים יש תפקיד עיקרי וחשוב בארגון ומבקרים נתפסים כגורם חשובים ומכריעים בכללה בארץ, המסתמכת בעיקר על מידע מהארגוני המופק באופן עצמאי. נראה כי הביקורת הפונית הפעילה להיות כלי המאפשר לארגונים לשנות ההתנהגויות והליךאים בתוך הארגון, או במרקחה פה, העמותה. גם בעמודות הוקמו מנגנוני בקרה שנעודו בסופו של דבר לפפק ולרשון וגם לכוון את הפעולות