

סיכום מחקר

רקע

תיאור המוצר ועולם התוכן

תפקידם של דיפלומטים הוא לייצג את מדינתם בשגרירויות, או בקונסוליות, ברחבי העולם. מתוקף כך, הם נדרשים לעבור עם משפחותיהם (בני זוג וילדים, ולעיתים גם בע"ח) למדינות שונות ברחבי העולם. האתגר המרכזי העומד בפניהם הוא הסתגלות מהירה לסביבה חדשה, תוך כדי ביצוע המשימות הדיפלומטיות והמקצועיות הנדרשות מהם. ומעבר לכך, כחלק מהמעבר למדינה זרה, צפים ועולים קשיי הסתגלות קיומיים שלעיתים כרוכים בדילמות הרות גורל. באמצעות הנגשת ידע, ניסיון וחוויות אישיות בתחומים רלוונטיים שונים, המוצר שלנו נועד לתת מענה לחלק ניכר מהדילמות שנוצרות כתוצאה מהמעבר וההסתגלות לחיים במדינה חדשה.

מטרת המוצר, אם כן, היא לשפר משמעותית את חווית היומיום של המשתמשים, במיוחד בתקופת ההסתגלות הראשונית, להעלות את רמת הסיפוק ולהפחית תסכול, השקעת אנרגיה ומשאבים של המשתמשים באופן מיידי.

מטרה נוספת של המוצר היא לקצר את תקופת ההסתגלות, באופן שהדיפלומטים יוכלו להפנות יותר אנרגיה ומשאבים לקליטה מקצועית ופחות לקליטה אישית וחוויתית במדינת השירות אליה נשלחו.

בעיה / הזדמנות

בעיית המחקר היא הבעיות והקשיים הנובעים מחוסר ידע, חוסר ניסיון, וחוסר נגישות בכל הנוגע לצרכים שעולים כחלק מהמעבר והחיים במדינה השירות אליה נשלח הדיפלומט / המשתמש, וכתוצאה מכך משפיעים מקצועית על הדיפלומט (כמפורט בהצהרת הבעיה).

הצהרת הבעיה

כאשר משתמשים (דיפלומטים ובני משפחתם) עוברים למדינות השירות ללא ידע מקדים מספק ומתועד, ללא מקורות מידע אשר יהוו עוגנים ויהיו נגישים בשעת הצורך, נוצרים פערי ידע והבנה אשר משפיעים על ההתאקלמות וההסתגלות (מבחינה אישית, משפחתית, פסיכולוגית, חברתית וכו') על כל בני המשפחה, ואלו בתורם משפיעים מקצועית על הדיפלומט. ביתר פירוט, פערי הידע דורשים מהדיפלומט להקצות זמן ומשאבים להתאקלמות והסתגלות אישיים, פרטיים על חשבון התאקלמות מקצועית, הכוללים חוסר זמינות בתפקיד, עיכוב בתחילת העבודה, איכות העבודה והתפוקה בכל הנוגע למשימות וליעדים שעליו לבצע.

תקציר הנהלה

תמות ומסקנות מרכזיות

- למשתמשים יש חוסר בידע נחוץ, שימושי ופרוצדוראלי
- ידע נחוץ, שימושי ופרוצדוראלי לא תמיד נגיש עבור המשתמשים בזמן אמת בשעת משבר
- צבירת הידע באופן עצמאי דורשת זמן ומשאבים
- בעוד שהמשתמשים אינם נוטים לתעד את הידע שצברו, הם נסמכים ונעזרים רבות בידע של אחרים.
- ישנו הבדל בין תיעוד והנגשת הידע אודות שירותים נחוצים לבין פעילויות פנאי.
- להסתמכות על ידע של אחרים יש תרומה משמעותית, בייחוד בתקופת ההסתגלות.
- לתרבות הפנאי גם חשיבות משמעותית בתקופת ההסתגלות.

המלצות מרכזיות

בעקבות ממצאי המחקר, להלן ההמלצות המרכזיות:

- מומלץ לייצר פלטפורמה שתוכל להנגיש ידע עבור המשתמשים במצבים שונים (מצבי חירום, רפואה, מזון, תחבורה, חינוך, פנאי ועוד).
- מומלץ לייצר פלטפורמה שתעודד משתמשים לתעד באופן עקבי ושיטתי את הידע שהם צברו במצבים שונים (מצבי חירום, רפואה, מזון, תחבורה, חינוך, פנאי ועוד).
- מומלץ לאפשר למשתמשים לשתף צרכים וחוויות אישיות בפלטפורמה כדי שהפלטפורמה תוכל להתפתח ולהתעצב באופן אורגני בהתאם לצרכי המשתמשים.

פרטי המחקר

פרטי הצוות שביצע את המחקר

שם	מחלקה	תפקיד	טלפון	מייל
שירה קרמר שרון	מוצר	חוקרת חווית משתמש	0546383450	shirakremer@gmail.com
נדב קורן	מוצר	חוקר חווית משתמש	050-3986005	UXNADAV@GMAIL.COM

מטרת המחקר

מטרת המחקר, אם כן, היא לספק מענה לצרכים ולאתגרים העיקריים שעימם מתמודדים דיפלומטים (ובני משפחתם) היוצאים לשליחות במהלך תקופת ההסתגלות במדינת היעד ולספק מענה לאתגרים הייחודיים העולים וצצים בשל המעבר, ולהקל עליהם את המעבר כל שיוכלו להתפנות להתאקלמות מקצועית, בייחוד בבתקופת ההסתגלות הראשונית.

זמני המחקר

מחקר דומיין - שבועיים
ראיונות אישיים - שבועיים
ניתוח מחקר והסקת מסקנות - שבוע
שאלון - שלושה שבועות
ניתוח שאלון - שבוע
כתיבת דו"ח מחקר - שלושה שבועות
סך פרויקט המחקר נמשך כשלושה חודשים.

מתודולוגיות המחקר

מתודולוגיות שבוצעו ואופן הביצוע

1. סקירת ספרות

מה חיפשנו לגלות בספרות הפנים ארגונית/ חוץ ארגונית ומה למדנו

ספרות פנימית
אין יכולת להשיג סורסים פנימיים מטעמי סיווג הנוגדים את האתיקה המחקרית שלנו

ספרות חיצונית
קבוצות פייסבוק: נשים בעולם של הזדמנויות - רילוקיישן רילוקיישן עם ילדים עכשיו את - הבית שלך ברילוקיישן עיתונות: https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001428585 https://economictimes.indiatimes.com/news/india/7-difficulties-you-face-while-moving-to-new-city/language-and-cultural-differences/slideshow/102179028.cms סטטיסטיקה: https://www.allied.com/infographic/job-relocation-survey#:~:text=While%20smaller%20to%20midsize%20companies,11.49%25%20of%20employees%20that%20relocated https://www.zippia.com/advice/job-relocation-statistics מידע: https://www.expatsfocus.com/articles/what-are-the-biggest-challenges-for-expat-relocation-managers-3229

2. מחקר מתחרים

שם המתחרה (+לינק לאתר) -	נקודות מרכזיות שזיהינו
https://expatnetwork.com/5-biggest-challenges-of-moving-abroad-and-how-to-face-them/	● Socializing and overcoming cultural differences ● Missing the old way of life is one of the biggest challenges of moving abroad ● The intimidating feeling of starting life over
https://www.servicesutra.com/blog/difficulties-you-face-while-relocating-to-a-new-place-and-their-solutions/	● Difficulty related to food culture ● Difficulties in adjusting to the new environment ● Nostalgia ● Difficulties in finding school for your children ● Difficulty in commuting
https://www.neirelo.com/articles/top-five-reasons-employees-hesitate-to-relocate	● Unfamiliarity with the Destination Location ● Undisclosed Personal Reasons ● Health and Safety ● Spousal/Partner Acceptance
● https://www.forum-expat-management.com/posts/the-challenges-complexities-in-international-talent-relocation	● Cultural and language barriers ● Personal and family issues ● retaining and developing
https://www.urbanbound.com/blog/5-key-challenges-of-international-relocation-in-2024	● Language and Cultural Barriers ● failure to acclimate to the new location
https://ccr-mag.com/10-common-problems-people-face-when-relocating/	● Adjusting to a New Culture or Environment ● Emotional Stress of Leaving the Familiar Behind ● Accessing Essential Services and Facilities in the New Location

3. שיטות מחקר איכותני

ראיון אישי אונליין. הראיון ארך כ-50 דק.

[קישור למצגת](#)

4. שיטות מחקר כמותני

סקר משתמשים נבנה והפץ באמצעות פלטפורמת GOOGLE FORMS אל קבוצות ייעודיות לקהל היעד.

[קישור לסקר](#)

[קישור לתגובות המשתתפים בסקר](#)

[קישור לתוצאות הסקר](#)

תיאור המשתתפות.ים במחקר

פרטים

מאפיינים דמוגרפיים, תפקידים או הקשר לפיו טירגנו את המשתתפות.ים במחקר

● דמוגרפי

- מגדר: אישה
- גיל: 45
- אזור מגורים: מרכז, הוד השרון
- מקצוע: עובדת סוציאלית
- הכנסה: מעל הממוצע

● הקשר

- בת זוג של שליח משרד החוץ של ישראל

● גיוס

- דגימת נוחות

לוגיסטיקה

- אופן גיוס המשתתפות.ים, תהליך הגיוס, באחריות מי, עלויות:
- גיוס המשתתפים בוצע לפי דגימת נוחות - פניה אישית לשליחי משרד החוץ ובני / בנות הזוג שלהם. אלו שהסכימו להשתתף במחקר עשו זאת בהתנדבות.
- שיקולים אתיים: המשתתפים לא נשאלו שאלות אישיות, ולא נתבקשו למסור פרטים אישיים או מזהים.
- משאבים נוספים: אין.

ממצאים מרכזיים ותובנות

תמה 1 / היפותזה 1	
1. ממצא	ציטוט/נתון תומך
תיעוד המלצות וחוויות - מרבית המשתתפים לא תיעדו המלצות לגבי שירותים, אך תיעדו חוויות הקשורות לתרבות פנאי. המשתתפים נטו לחלוק את הידע שלהם עם אחרים, להסתמך על ידע והמלצות של אחרים, ומצאו את המידע כיעיל.	54% לא תיעדו את ההמלצות שלהם לגבי שירותים שהם צרכו באופן קבוע, אבל 61% תעדו את חוויות הקשורות לתרבות פנאי. מבין אלו שתעדו המלצות או חוויות 89% חלקו את המידע עם אחרים. 96% דיווחו שאחרים חלקו את המידע איתם, ועבור 87% מהם המידע היה יעיל במידה רבה, 13% במידה בינונית (אין דיווחים על מידה נמוכה).
תרומת המידע לגבי המלצות וחוויות של אחרים - הסתמכות על מידע של אחרים תרם תרומה משמעותית בתקופת ההסתגלות הראשונית	עבור 99% מידע והמלצות מאחרים תרם במידה רבה לתקופת ההסתגלות הראשונית, ועבור 1% במידה בינונית (אין דיווחים על מידה נמוכה)
אתגרים ומצבי קצה - מרבית המשתתפים נתקלו באתגרים או מצבי קצה בהם היה חסר להם ידע, ובמקרים רבים הם לא ידעו למי עליהם לפנות בשעת צורך. כמו כן, היה עליהם להשקיע זמן ומשאבים רבים על מנת לאתר את המידע הנחוץ, והדבר השפיע על התחושות שלהם (לבדוק!!).	58% דיווחו שבמצבים בהם היו זקוקים לשירות מסוים לא היה להם מידע נגיש לגביו בזמן אמת, ו- 42% לא ידעו למי עליהם לפנות במצבים אלו. 54% דיווחו שהיה עליהם להשקיע משאבים וזמן רב במציאת שירותים נחוצים, ו- 25% במידה בינונית
רפואה - מרבית המשתתפים נזקקו לטיפול רפואי בבתי חולים, או לטיפולים משלימים, אך לא היה להם ידע נחוץ בשעת הצורך, ורק עבור מחציתם המידע שהיה ברשותם היה יעיל במקרים אלו.	83% נזקקו לטיפול רפואי, 79% נזקקו לטיפולים משלימים, כאשר ל- 61% לא היה מידע מקדים לגבי השירות שנזקקו לו, ורק עבור 50% המידע שהיה ברשותם היה יעיל.
מזון - מבחינת רכישת מוצרי מזון מקורות המידע העיקריים עליהם המשתמשים הסתמכו היו על פי המלצות ממכרים בעלי ניסיון, והסתמכות על טכנולוגיה (אינטרנט ורשתות חברתיות). עם זאת מרבית המשתתפים דיווחו שהם נתקלו בקושי להשיג מוצרים להם היו זקוקים.	מקורות מידע עיקריים: פה לאוזן, קהילה ישראלית, אינטרנט ורשתות חברתיות, חברים מקומיים, חיפוש פיזי 67% נתקלו בקושי להשיג מוצרים שהיו זקוקים לו

פעילות פנאי - פעילות פנאי תרמה באופן גורף לתחושת החוסן והמסוגלות של המשתתפים במהלך תקופת ההתסגלות	83% דיווחו שפעילות פנאי תרמה במידה רבה לתחושת החוסן והמסוגלות שלהם בתקופת ההסתגלות ו 17% דיווחו שהיא תרמה במידה בינונית (אין משתמשים שדיווחו שהיא לא תרמה לתחושות אלו)
חוגים לילדים- העיסוק באיתור חוגים עבור ילדי השליחים דורש זמן ומשאבים	41% דיווחו שהם השקיעו במציאת חוגים זמן ומשאבים רבים ו - 23% במידה בינונית
תובנה 1 - קיים חוסר מידע שימושי (פרוצדוראלי) בכלל, ובפרט בשעת צורך או משבר	
תובנה 2 - ישנה חשיבות להסתמכות על ידע של אחרים	
תובנה 3 - לעיסוק בפעילויות פנאי יש תרומה משמעותית בתקופת ההסתגלות	
תובנה 4 - תהליך רכישת המידע באופן עצמאי דורש זמן ומשאבים	

המלצות וצעדים הבאים

תובנה	תיקוף כמותני	המלצות לפתרון	המלצות לבדיקה נוספת
למשתמשים חסר ידע שימושי ופרוצדוראלי בעל חשיבות בשעת משבר / צורך	57% דיווחו שלא היה להם מידע נגיש נחוץ בזמן אמת. 44% לא ידעו למי לפנות בשעת הצורך.	איסוף ידע והנגשת הידע בהתאם למדינת היעד כך שיהיה זמין עבור המשתמשים בכל זמן וצורך	איסוף ידע - מסע משתמש הנגשת הידע - בדיקות עץ (tree testing)
המשתמשים נוטים להסתמך על ידע של אחרים והתהליך הזה יעיל עבורם, במיוחד בתקופת ההסתגלות.	96% דיווחו שאחרים חלקו איתם מידע ועבור 86% מהם המידע היה יעיל במידה רבה, 14% במידה בינונית. עבור 95% מידע מאחרים תרם לתקופת ההסתגלות הראשונית במידה, ועבור 5% במידה בינונית.	הנגשת ידע המתבסס על חוויות וידע מצטבר של אחרים, בהתאם לניסיון של אחרים ששירתו בעבר ובהווה במדינת היעד	מדידות להצלחת המוצר: OKR CES - Customer Effort Score SUS- Systems usability scales

המשמשים אינם נוטים לתעד את הידע המצטבר שהם רכשו באופן עצמאי למרות שהם מוכנים לחלוק אותו עם אחרים	89% חלקו מידע עם אחרים.52% לא תיעדו המלצות לגבי שירותים ואילו 61% תיעדו של תרבות פנאי.	יצירת פלטפורמה יעילה לתיעוד הידע המצטבר שהמשתתפים רכשו לפי מדינת היעד, ועידוד (באמצעות תמריצים) המשתתפים לתעד את ההמלצות והחוויית שלהם באופן קבוע	בחינת היוריסטיקות (למשל 10 ההיוריסטיקות של נילסן) בדיקות שמישות
--	--	---	---

המלצות כלליות

ניתן לבחון היתכנות עסקית וכלכלית של מוצר דומה, המותאם לאוכלוסיות אחרות שהן קהל יעד למעבר, לרילוקיישן. כלומר,עשוי להיות רווח כלכלי פוטנצאלי בהרחבת את קהל היעד מבלי לשנות את המוצר באופן מהותי (תועלת גבוהה בעלות יחסית נמוכה, על בסיס התאמה של מוצר קיים).

נספחים ומקורות נוספים

זה המקום לשים לינקים ללוחות מירו/ טבלאות אקסל/ תיקיות שבהן שמרתם חומרים וכו'

[קישור ללוח תקשורת ב - MIRO](#)