

שלב הניתוח
כלי לניתוח המציאות החברתית



הגדרת המציאות החברתית מסייעת לארגון לחדד את פעילויותיו ומטרותיו כך ששיגו את ההשפעה החברתית הרצויה. נוסף לכך, הבהרת המציאות שהארגון בא לשנות מדגישה את סיבת קיומו כמחולל שינוי ולא לצורך קיום גרידא.

הניתוח הנוכחי חשוב במיוחד בתהליך הקמת הארגון ובעת שינויים מהותיים, שכן במועדים אלו חשוב לבחון היטב שקיומו של הארגון נחוץ ומועיל – הן ביחס למכלול ההתערבויות וההשפעות על המציאות הקיימות בשטח והן מבחינת האפקטיביות של ההתערבות החברתית אשר באמצעותה מעוניין הארגון להשפיע.

מטרת הכלי היא לסייע בהגדרת התופעה החברתית שהארגון רוצה לשפר, השינוי החברתי הרצוי אשר לשמו הוקם הארגון, תוך שימוש בתיאוריות ובמודלים הפועלים בשטח ועשויים לתמוך בשינוי החברתי.

אילו תחומים ננתח להבנת המציאות החברתית לשינוי?

- **התופעה החברתית** – הגדרת התופעה והרקע לתופעה, ותיאור המציאות הקיימת.
 - **אוכלוסייה** – מאפייני האוכלוסייה, השפעה על המוטבים בעקבטת השתתפות בפעילות הארגון.
 - **תיאוריות וכלים לשינוי** – תיאור ההתערבויות החברתיות הקיימות כיום, תיאוריות ומודלים אחרים וכן כלים נוספים שבהם נעשה שימוש בפועל ליצירת השינוי.
- ככל שעבודת הניתוח תהיה מובנית ויסודית כך המידע שייחשף ייתן תמונה בהירה יותר, שתסייע באופן משמעותי לגיבוש הכיוון האסטרטגי שתבחרו בתהליך. נספח רשימת מרכיבים לניתוח המציאות החברתית מובא בהמשך.

כלי נוסף שיכול לעזור בניתוח זה הוא ניתוח סביבה באינטרנט. להורדת הכלי [לחצו כאן](#).

איך נבצע את הניתוח בפועל?

1. **אפיון המידע לניתוח** – נגדיר מהו המידע שנרצה לנתח. רצוי לפרט את כל המשתנים בסביבה ולבחור מתוכם את הנושאים לניתוח בהתאם למטרות התהליך האסטרטגי שבמסמך ההיערכות ובהתאם לנושאי הניתוח של המציאות החברתית לשינוי.
2. **הגדרת מקורות המידע** – נגדיר איך נאסוף את המידע. אפשר לנתח מידע קיים, כמו תכניות עבודה, דוחות כספיים, דוחות בקרה, וכדומה, או ליצור מידע חדש באמצעות ראיונות אישיים, קבוצות דיון, סקרים ועוד. מקורות המידע מפורטים בנספח של רשימת הניתוח של המציאות החברתית לשינוי. להורדה לחצו כאן.
3. **איסוף המידע** – איסוף המידע יכול להתבצע על ידי צוות תכנון פנימי של הארגון או על ידי חברת ייעוץ שמתמחה בכך.
4. **ניתוח המידע** – למידת עומק של המידע שנאסף. בירור הנתונים מזוויות שונות (אנשי צוות, מחלקות שונות, מערכות מידע), הצלבת הנתונים, הסקנת מסקנות, מגמות ותובנות.
5. **הכנת התוצר** – ריכוז הנתונים שנאספו לצד הניתוח שלהם – המגמת, המסקנות והתובנות – לכדי תוצר שמביא בפני הארגון תמונת מצב מלאה המתרגמת את ממצאי הניתוח למסמכים, טבלאות, גרפים ומצגות.

לסיכום, כדי לייצר ניתוח כולל בתהליך האסטרטגי על הארגון והנהלתו לבחון, לצד ניתוח הארגון, גם את השינוי החברתי הרצוי ואת המציאות החברתית שהארגון מעוניין לשנות. כל זאת על מנת שהארגון יוכל לייצר את ההשפעה החברתית הרבה ביותר.

בהמשך לאמור, למעבר לכלי לניתוח הסביבה החיצונית המשפיעה על הארגון [לחצו כאן](#).

התופעה החברתית

- הגדרת התופעה החברתית
- הרקע לתופעה, תיאור המציאות הקיימת, סיבות, השפעות וכדומה
- ההיסטוריה של התופעה, סיבות, השפעות חיצוניות
- מגמות חברתיות, גורמים משפיעים

מקורות מידע: מערכות המידע של הארגון, סקרים פנימיים, ראיונות, קבוצות מיקוד, סקרים כמותיים של מוטבים וסביבתם, ראיונות עם עובדים, מתנדבים ומוטבים

אוכלוסייה

- תיאור האוכלוסייה הרלוונטית
- מאפייני האוכלוסייה, מגמות, השפעות
- מאפיינים סוציו-דמוגרפיים – גיל, מצב משפחתי, הכנסה, אזור מגורים וכדומה
- מאפייני צריכה, שימוש, השתתפות – כמה משתתפים נרשמו, כמה סיימו, כמה שילמו, מידת שביעות הרצון של המשתתפים, סיבות לנשירה וכדומה
- השפעה לטווח בינוני וארוך על המוטבים מאז ההשתתפות בפעילות הארגון (טווח ארוך - 5 שנים, טווח בינוני - 1-2 שנים)
- ניתוח קהל המוטבים

מקורות מידע: מערכות המידע של הארגון, סקרים פנימיים, ראיונות, קבוצות מיקוד, סקרים כמותיים של מוטבים וסביבתם, ראיונות עם עובדים, מתנדבים ומוטבים

תיאוריות וכלים לשינוי

- מהן ההתערבויות החברתיות הקיימות כיום, כמה זמן הן פועלות, מה האפקטיביות שלהן
- תיאוריות, מודלים וכלים נוספים לשינוי שלא נעשה בהם שימוש בפועל

מקורות מידע: ניתוח מידע קיים מהאינטרנט וממחקרים בתחום בארץ ובעולם