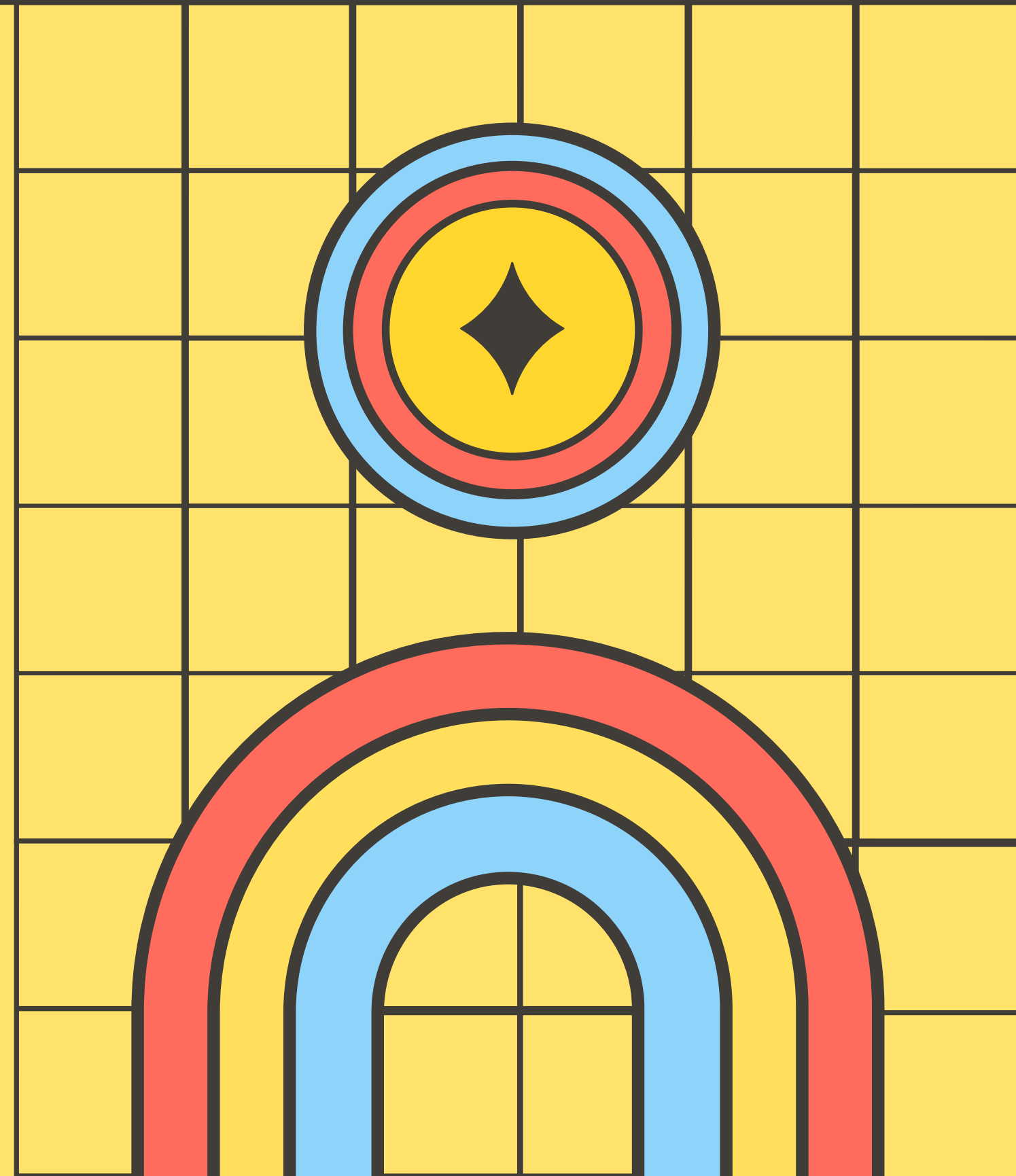


מאיצי חדשנות באגף הרכש, החשב
הכללי, 2025

חשיבה עיצובית ככלי
לפיתוח פתרונות
חדשניים ברכש
הממשלתי
MVP



חשיבה עיצובית

שיטה מעשית ויצירתית לפתרון בעיות, מנקודת מבט של חוויה אנושי,
ומתוך כוונה לתוצאה עתידית עדיפה

Every problem has
a human element.

EMPATHIZE

Think big - all
ideas are welcome.

IDEATE

DEFINE

What are we
trying to solve?

PROTOTYPE

Develop a
test model.

Test the prototype, get
feedback, fine tune.

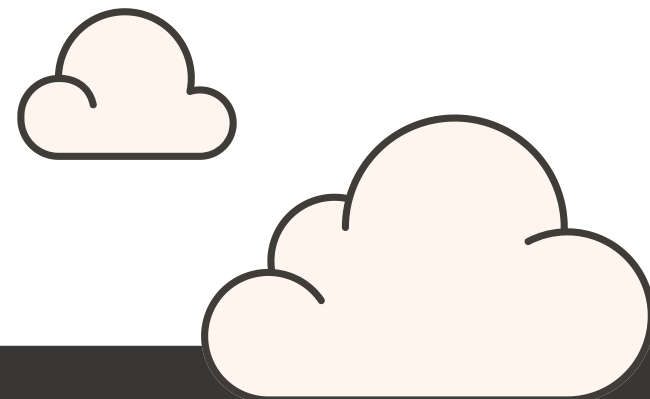
TEST

זיהוי משתמשי קצה ומפת אחריות

חשוב במיוחד עבור אתגרים כמו חיפוש
ספקים חכם או תהליך בדיקת איכות ההצעות



- מי המנהלים/משתמשים בקצה? (קניינים, ספקים, אנשי מקצוע, גורמי רגולציה וכו')
- מה הם רואים, שומעים, חושבים, מרגישים?
- מה מקשה עליהם? מה הם רוצים להשיג?



אומר.ת

חושב.ת

מבצע.ת

מרגיש.ה



חפת אחפטיה

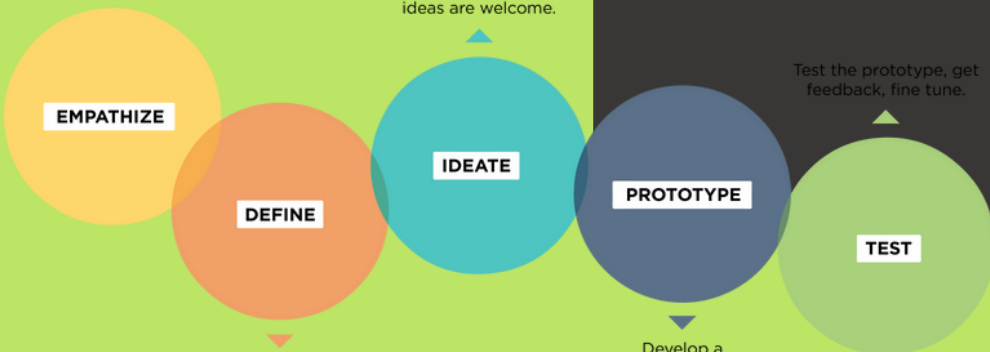
Every problem has a human element.

Think big - all ideas are welcome.

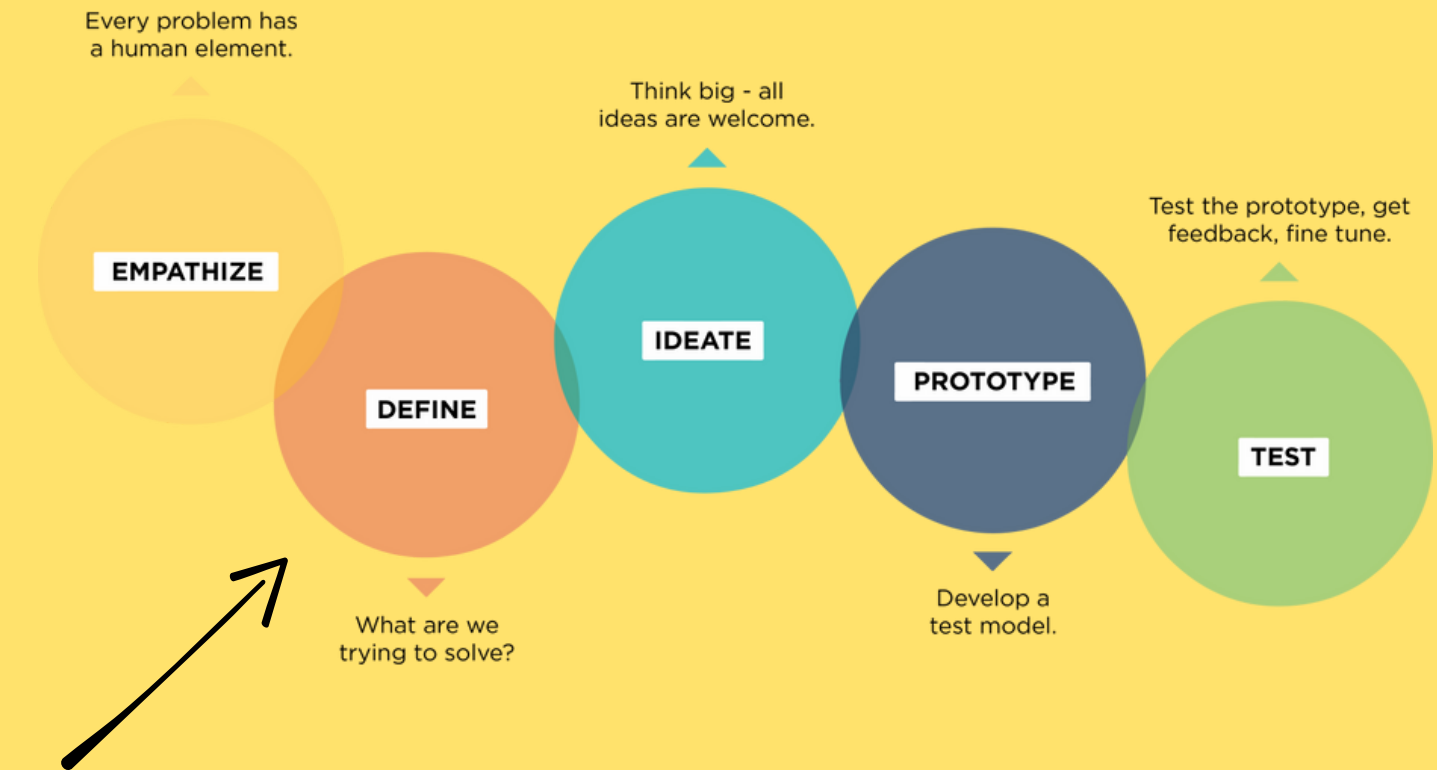
Test the prototype, get feedback, fine tune.

Develop a test model.

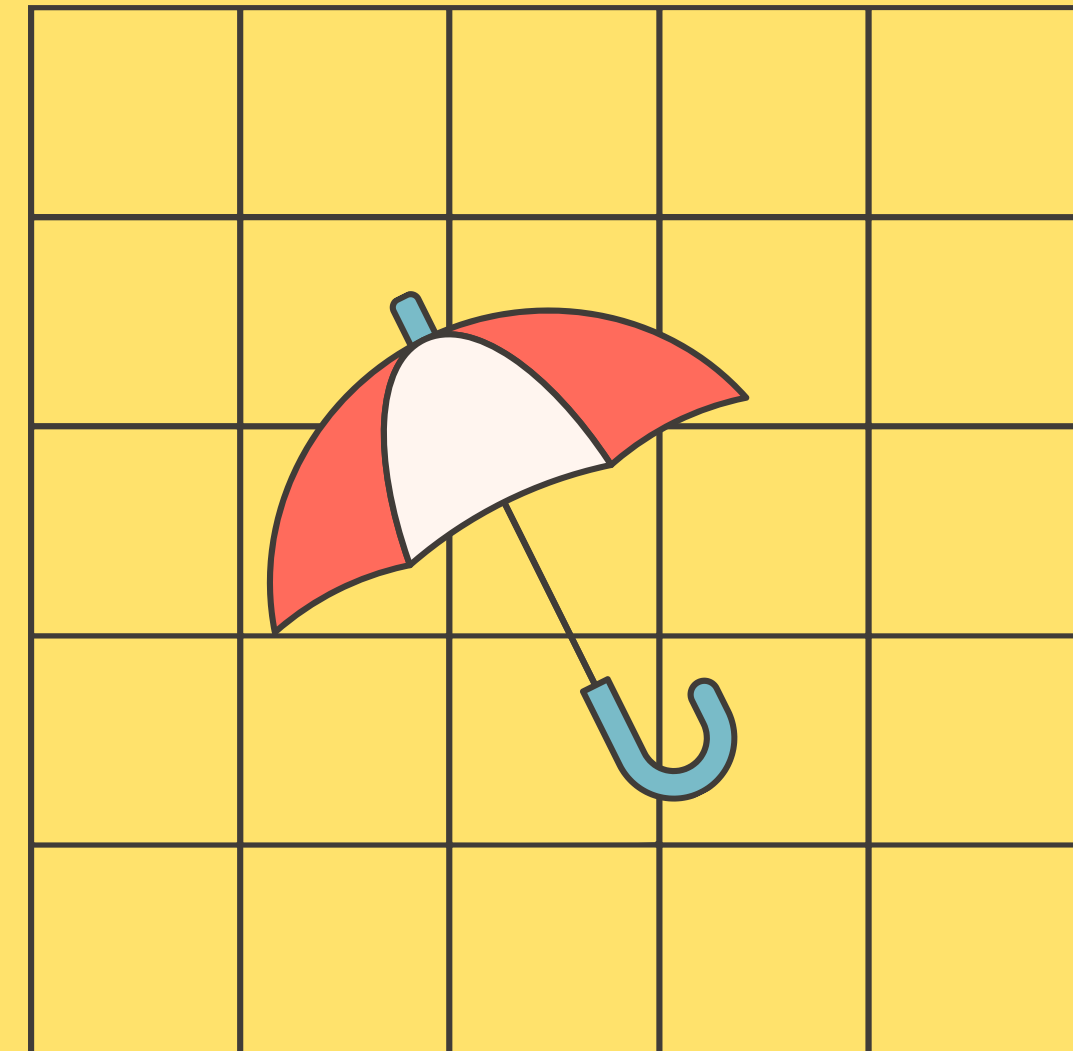
What are we trying to solve?



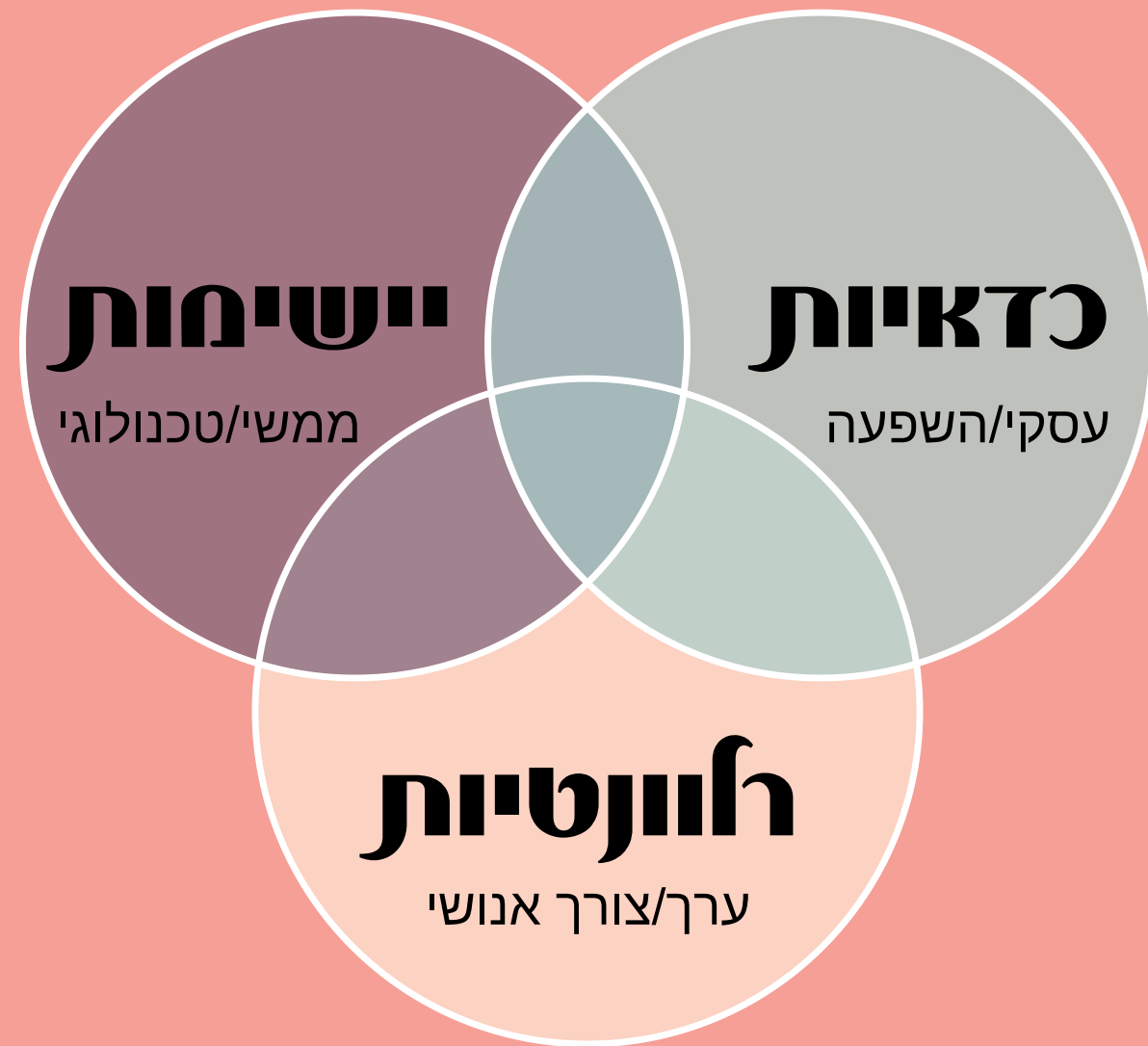
הגדרת האתגר בצורה ממוקדת



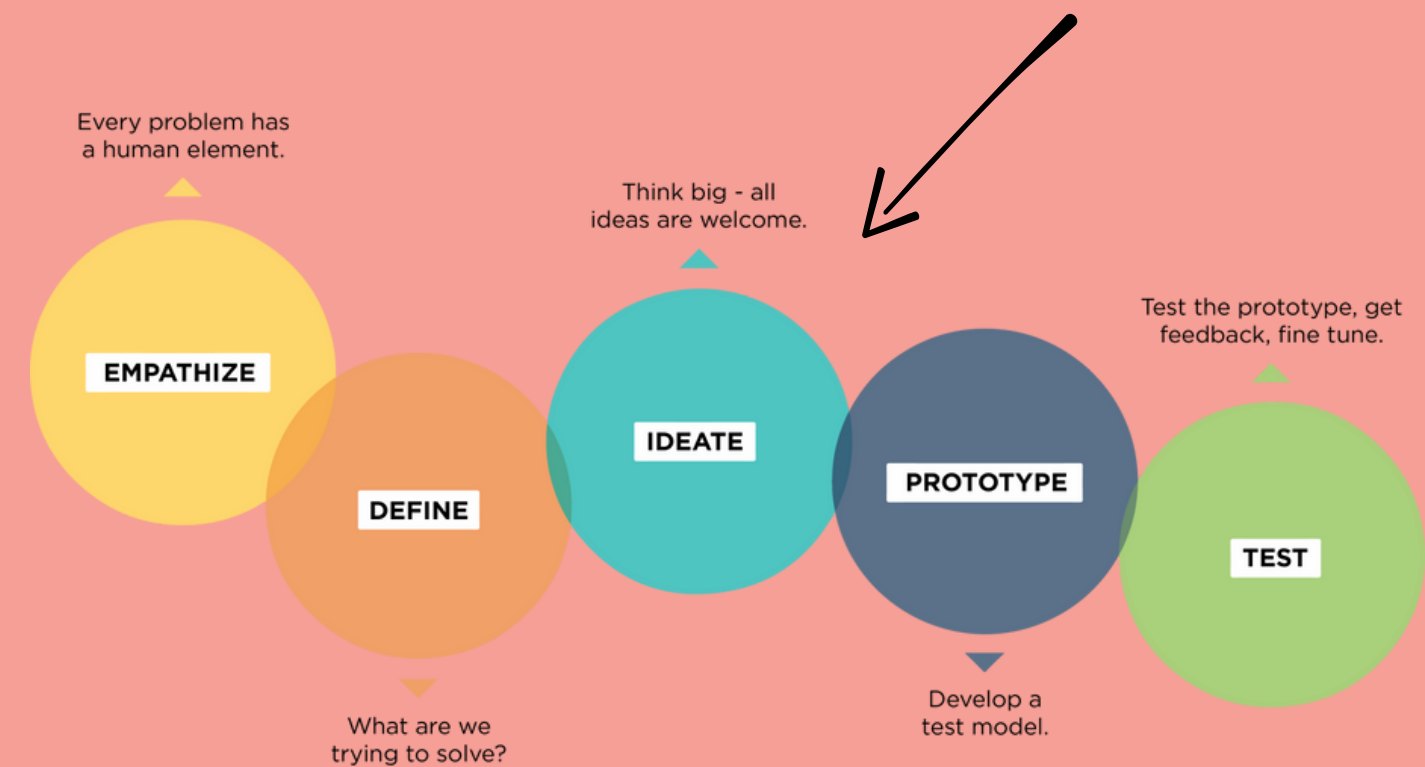
- חשוב לנסח מחדש את הבעיה כך שתתמקד בצורך של המשתמש ולא רק בתהליך
- לא "שפרו את תהליך הרכש", אלא:
- איך נוכל לאפשר ניתוח חכם של מכרזים דומים במערכת יותם כדי לשפר קבלת החלטות? ☒

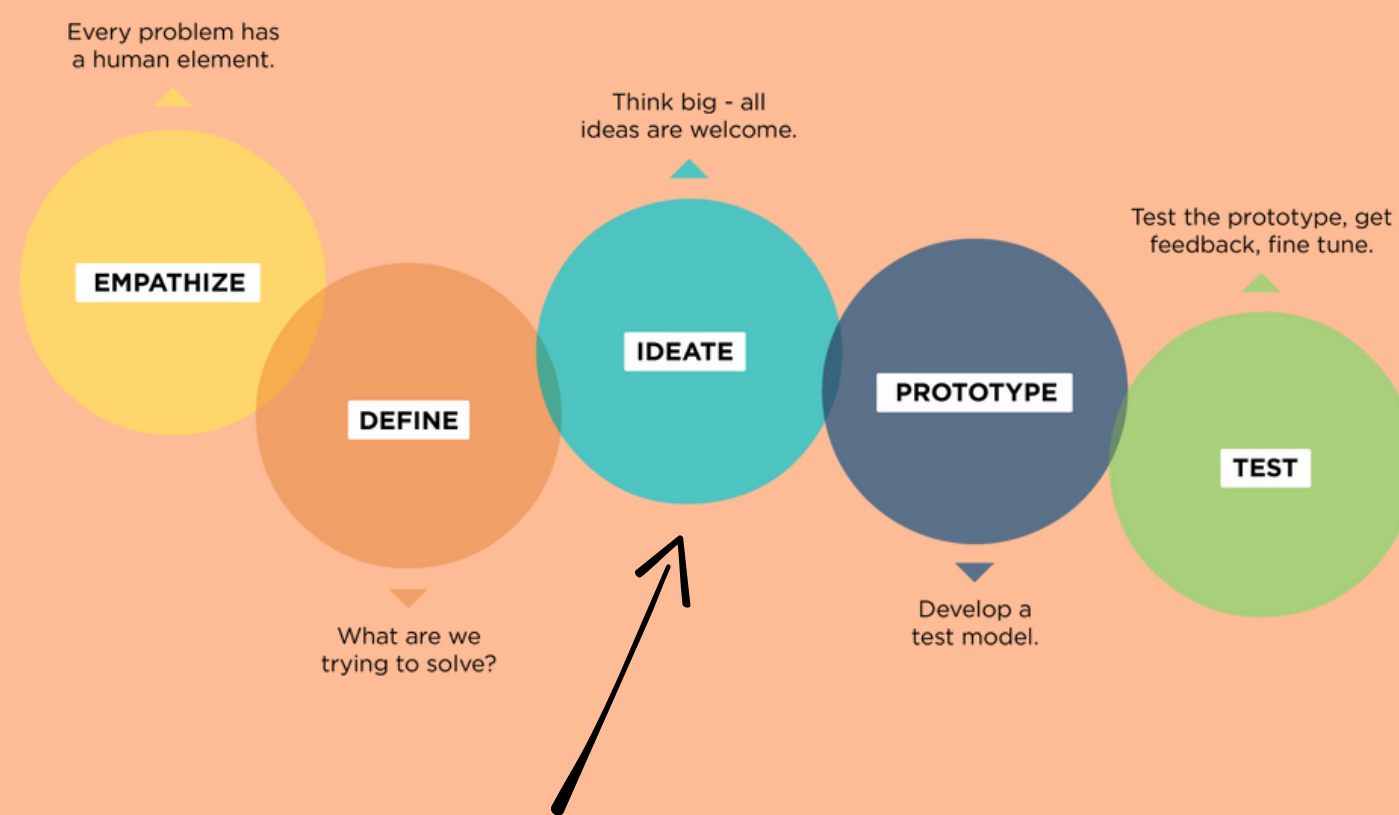


סל רעיונות



- הצגת הפתרונות ללא שיפוט
- התייחסות גם לרעיון לפתרון חלקי של הבעיה
- תהליך גיבוש, סינון והערכה

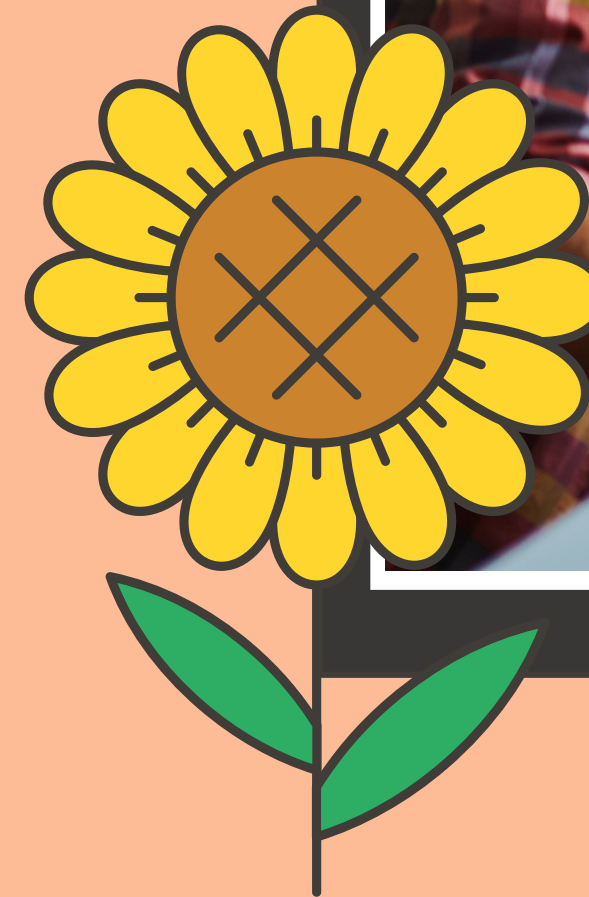




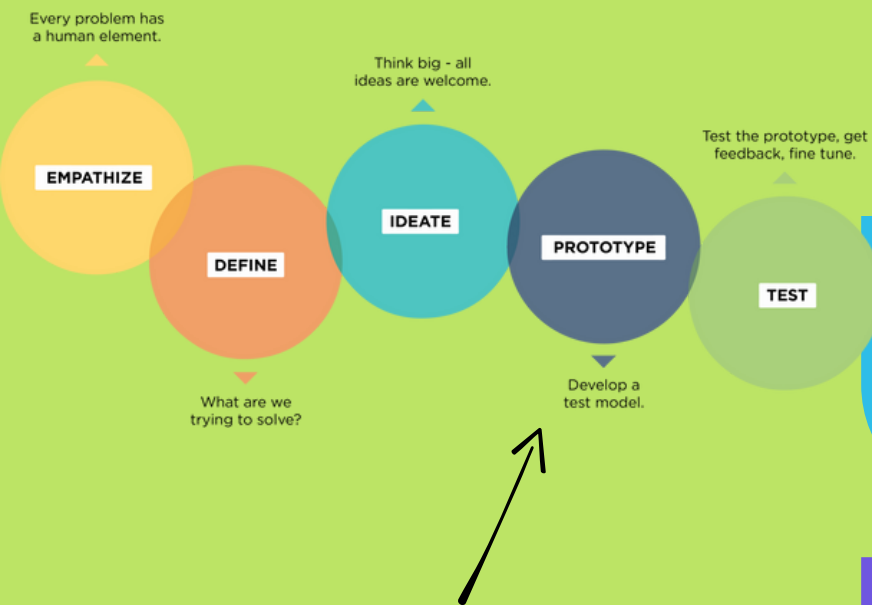
שאלות תיקוף הנחות – אמשתמשים

- האם המשתמש באמת צריך את זה?
- אילו פתרונות קיימים כבר?
- איך נדע אם הפתרון שלנו יעבוד?
- מי ישתמש בזה ראשון, ומתי?

שווה לבנות דף "שאלות תיקוף" לכל רעיון 



אב-טיפוס



TP

אב טיפוס תיאורטי

שוחחו על הרעיון

VP

אב טיפוס וירטואלי

מימוש במוק-אפ

MVP

אב טיפוס מינימלי הכרחי

מימוש פונקציות הכרחיות

MAP

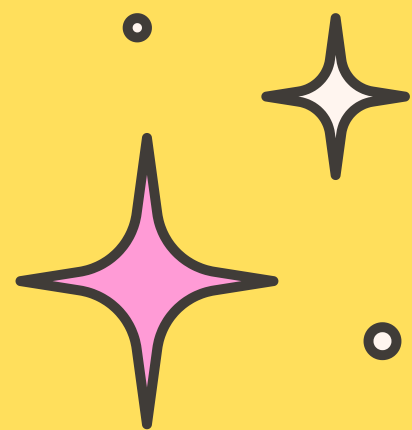
אב טיפוס מינימלי מרשים

מימוש חויית שימוש קלה וברורה

MAPR

מוצר מינימלי מרשים

מימוש מוצר מינימלי



MVP: כמה לא צריך לבנות מוצר שאם

• MVP = המוצר הפשוט ביותר שמאפשר ללמוד
מהשתמש

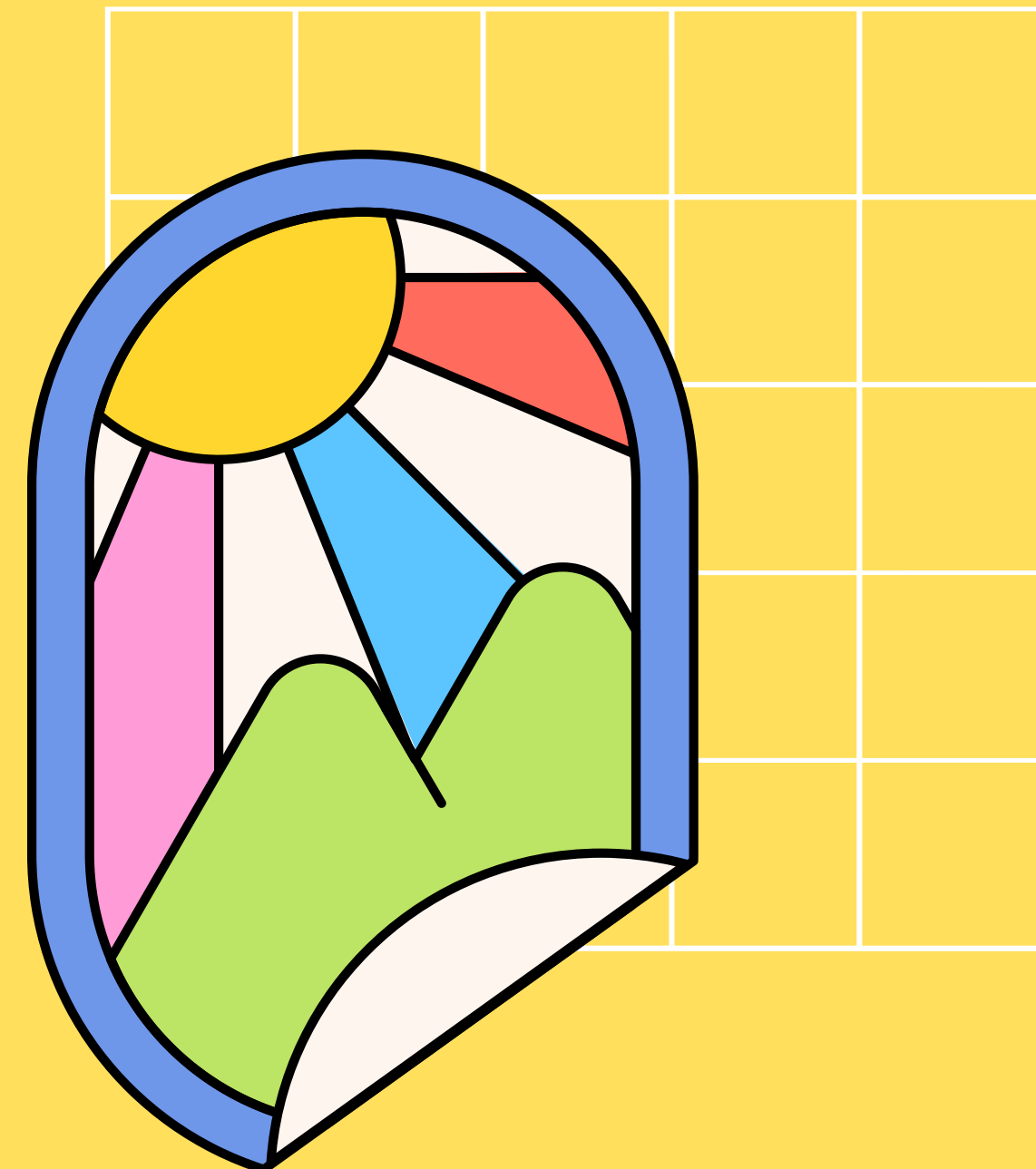
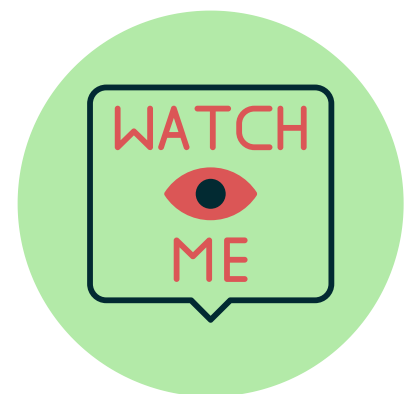
• ארבעה שלבים:

a. זיהוי לקוח + בעיה ממוקדת

b. תרשים זרימה לרעיון

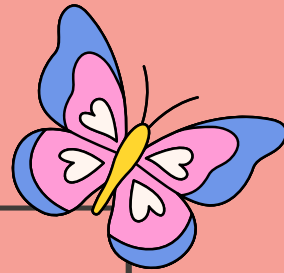
c. בניית אב-טיפוס על פי התרשים

d. בדיקה על קבוצת ביקורת, פידבק, תיקון
והמשך



🎯 המטרה היא ללמוד – לא להרשים

דוגמאות לרכש:
טופס חכם ידני (ולא מערכת מלאה)
מסמך ניתוח שוק לדוגמה
דשבורד דמה (mockup)



TEST



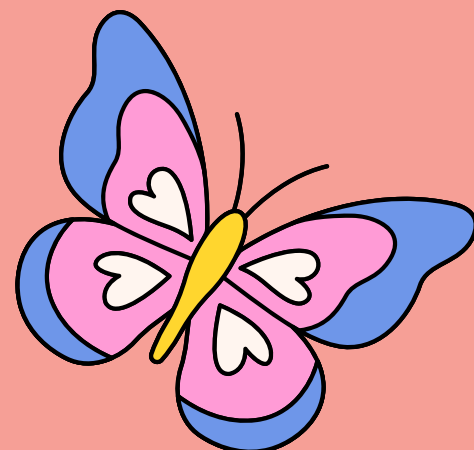
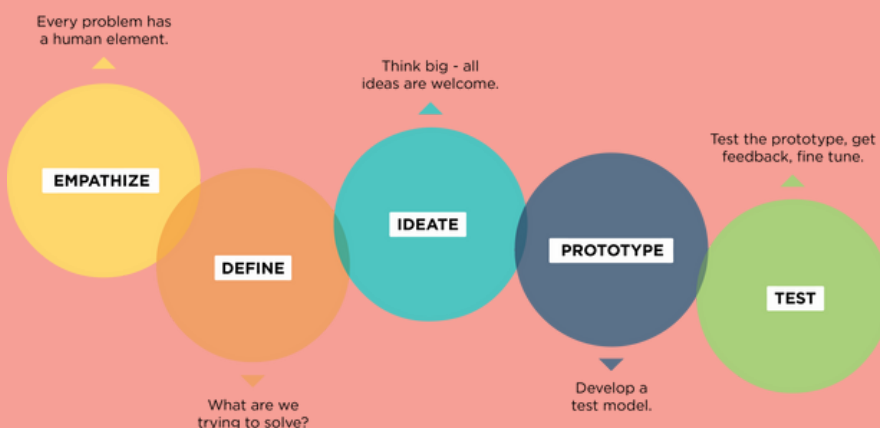
סוגי פיילוטים ואמה הם חשובים

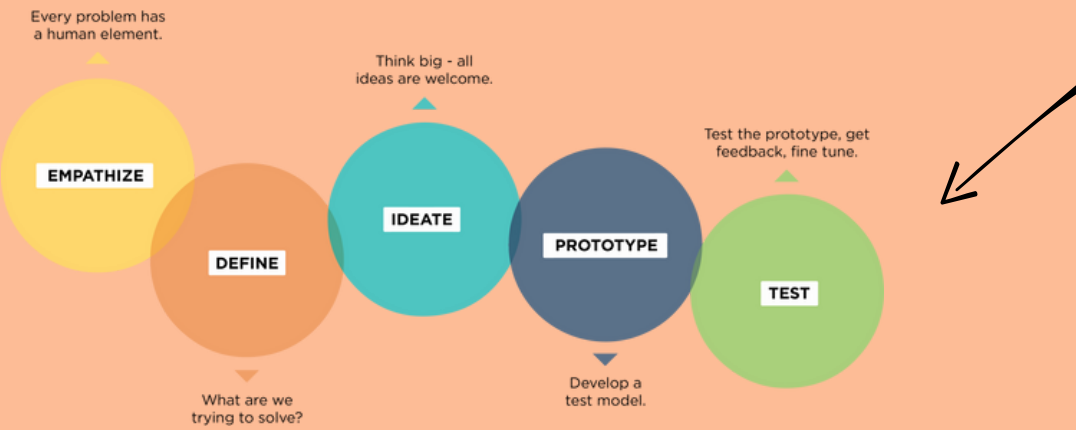


- פיילוט תהליך: שינוי קטן בתוך תהליך קיים
(למשל בדיקת השלמות הצעות מול טופס חדש)
- פיילוט משתמש: קבוצה קטנה בודקת כלי חדש
(למשל מנוע חיפוש חכם לספקים)
- פיילוט נתונים: הרצה עם מידע אמיתי, אבל

במערכת סגורה

הפיילוט מאפשר לראות האם הרעיון באמת פותר
את הבעיה



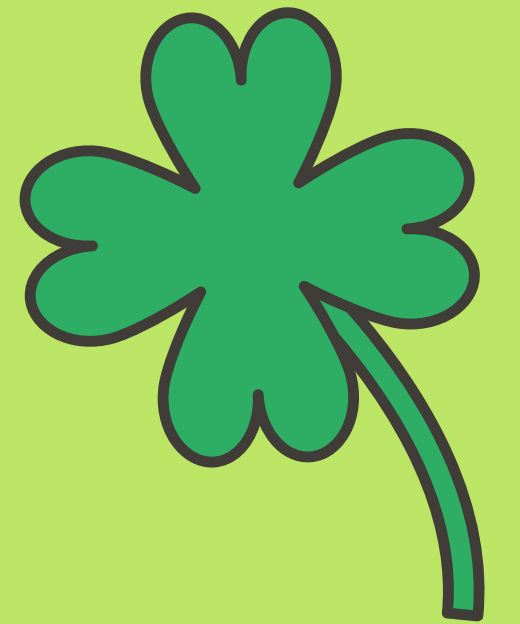


איך בונים פיילוט מוצא

1. הגדרת קהל יעד ברור (מי המשתמשים הראשונים?)
2. תכנון התהליך – מה יקרה בכל שלב?
3. קביעת מדדי הצלחה:

- האם המשתמשים סיימו את המשימה?
- האם זה חסך זמן?
- האם זה העלה שביעות רצון?

רלוונטי במיוחד לפיילוטרים כמו "ממשק ניהולי למערכות רכש" או
"מדדי אפקטיביות לרכש חברתי"



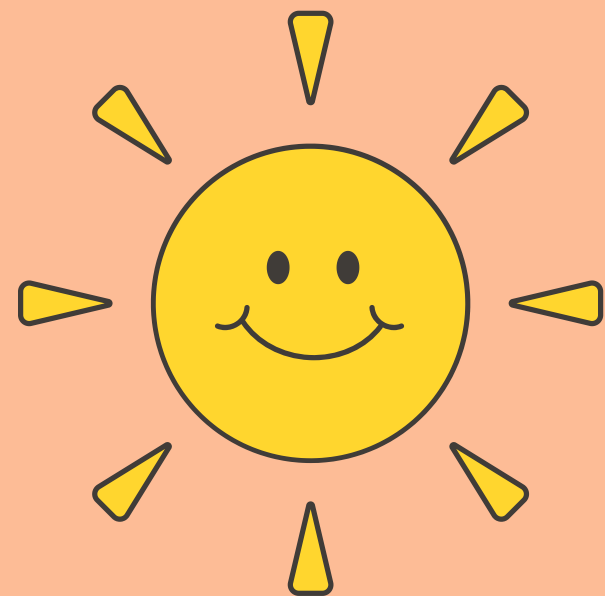
יוצאים וזרן



PIVOT

ללמוד מהפידבקים, לתקן ולהמשיך

להמשיך לשאול ולתקף עם
משתמשים



תודה

לימור מזוס מוסקונה
Mlimor@technion.ac.il
054-5557508

