המחיר היקר של הצריכה הזולה

היבטים כלכליים וסביבתיים של הצריכה

עוגני השיעור

שכבת גיל: כיתות ט

ציר מוביל: צרכנות מודעת וקבלת החלטות פיננסיות

נושא השיעור: מטרת השיעור היא לחשוף את התלמידים למנגנונים המורכבים העומדים מאחורי מוצרים זולים וזמינים באפליקציות המסחר האלקטרוני כדוגמת Shein, Temu ו-AliExpress. התחכום הטכנולוגי של בני הנוער כיום אינו מלווה תמיד בתחכום פיננסי. מטרת העל היא להעביר את התלמידים מצרכנות אימפולסיבית של "כאן ועכשיו" לאוריינות פיננסית ביקורתית, תוך הבנת ההשלכות הגלובליות - הכלכליות, הסביבתיות והחברתיות- של בחירותיהם.

מושגים מרכזיים: השבתה מתוכננת, אופנה מהירה, דפוסים אפלים/ אפקט דחיפות, עלות לפי שימוש (CPW – Cost Per Wear), הרי זבל (מטמנות), מיקור-חוץ של זיהום, מחזור מחדש, ארון קפסולה, FOMO- פחד מהחמצה, טביעת רגל אקולוגית, סחר הוגן

מיומנויות מרכזיות:

מיומנויות קוגניטיביות (חשיבה ואוריינות):

- **חשיבה ביקורתית:** התלמידים ינתחו את המנגנון הכלכלי של "התיישנות מתוכננת" ויזהו באופן אקטיבי מניפולציות עיצוביות (דפוסים אפלים) שנועדו לעקוף את שיקול דעתם.
- **אוריינות פיננסית ומתמטית:** יישום של חשיבה כמותית לצורך קבלת החלטות. שימוש בנוסחת ה-CPW (עלות לפי שימוש).

מיומנויות רגשיות (תוך-אישיות):

- **ניהול עצמי (ויסות עצמי ודחיית סיפוקים):** שליטה בדחפים צרכניים בעולם של "שפע מהיר" לטובת החלטה רציונלית ומודעת.

מיומנויות חברתיות (בין-אישיות וגלובליות):

- **מודעות חברתית והתנהלות גלובלית:** התלמידים מפתחים הבנה של מערכות גלובליות מורכבות, הכוללות זכויות אדם (תנאי העסקה במדינות מתפתחות) ואחריות סביבתית (זיהום משאבים וצמצום מרחב המחיה).
- **אוריינות סביבתית וקיימות:** הבנת יחסי הגומלין בין האדם לסביבתו. הבוגר נדרש לפתח מודעות ל"טביעת הרגל" שלו ולחפש פתרונות מקיימים (כמו יד שנייה או מחזור מחדש) המשפיעים על איכות החיים המשותפת.

ערכים מרכזיים: מעורבות חברתית, סחר הוגן, איפוק אחריות קיימות

משך זמן משוער: (90 דקות)

קישור למצגת המלווה את השיעור: (קישור למצגת)

שם כותב השיעור: (מאור בלילטי ואביב כץ-דקל)

מטרות השיעור:

- התלמידים יבינו את המונח "השבתה מתוכננת" ואת האינטרס העסקי של יצרנים בקיצור תוחלת החיים של מוצרים לצורך הגדלת רווחים.
- התלמידים ינתחו את המודל של "אופנה מהירה" והשלכותיו על היקפי הייצור הגלובליים.
- התלמידים יכירו את הקשר בין ייצור המוני לבין פגיעה אדריכלית ומרחבית, בדגש על היווצרות "הרי זבל" ומטמנות פסולת המזהמות את הקרקע ומי התהום.
- התלמידים יזהו "דפוסים אפלים" בממשקי קניות דיגיטליים ויפתחו חוסן צרכני מול מניפולציות שיווקיות המנצלות הטיות פסיכולוגיות (כגון FOMO).
- התלמידים יתרגלו את השימוש בנוסחת ה-CPW (עלות לפי שימוש – Cost Per Wear) ככלי פיננסי להשוואת השווי האמיתי של מוצרים בטווח הארוך.
- התלמידים יבינו את המושג "צדק צרכני" ויפתחו מודעות למקומות שבהם המחיר הנמוך בקופה מגולגל על אוכלוסיות מוחלשות ועל הדורות הבאים.

עזרים לשיעור

מחשב, מקרן, כרטיסיות ודפי עזר לפי הפעילויות בשיעור

קישור למצגת

קישור לסרט "המערכת", קישור לסרט "מאחורי שיין".

מערך השיעור

פתיחה- 10 דק'

אתגר "תוחלת החיים"

מטרת הפעילות: הבנה שהקיצור בתוחלת החיים של מוצרים אינו "תקלה טכנולוגית", אלא אסטרטגיה עסקית הנקראת "התיישנות מתוכננת" שנועדה להעביר כסף מכיס הצרכן לכיס היצרן.

הנחיות למורה: יש להציג צמדי תמונות (ישן מול חדש). עבור כל צמד, התלמידים צריכים לנחש

מהי תוחלת החיים הממוצעת של כל מוצר (בשנים או במספר שימושים). לאחר הניחושים, יש לחשוף בפניהם את הנתונים.

סבב 1: תקשורת

- **התמונה:** טלפון נוקיה 3310 (הדגם המיתולוגי) מול סמארטפון חדיש.
- **המשימה לתלמידים:** כמה שנים כל מכשיר תוכנן לעבוד?
- **הנתונים:**

- נוקיה: תוכננה לשרוד 20-25 שנים. רבים מהמכשירים הללו עדיין פועלים כיום.
- סמארטפון: תוחלת חיים ממוצעת של 2-4 שנים.

הרחבה למורה: הסוללה הלא-נשלפת ועדכוני התוכנה ש"מכבידים" על המכשיר הם חלק מהשבתה מתוכננת. זהו מנגנון שמאלץ את הצרכנים להוציא אלפי שקלים בכל כמה שנים, בלי שהמכשיר באמת יתקלקל פיזית.

סבב 2: מוצרי חשמל "לבנים"

- **התמונה:** מקרר או מכונת כביסה משנות ה-70 מול דגם מודרני ומעוצב מחנות מוצרי חשמל.
- **המשימה לתלמידים:** כמה שנים המכשיר יעבוד לפני שתצטרכו להזמין טכנאי או לקנות חדש?
- **הנתונים:**

- המכשיר של פעם: תוחלת חיים של 30-50 שנים.
- המכשיר של היום: תוחלת חיים של 7-10 שנים בלבד.

הרחבה למורה: תיקון של מכשיר מודרני עולה לעיתים קרובות כמו 70% ממכשיר חדש. זוהי שיטה אדריכלית-עסקית שגורמת לצרכן לזרוק מכשיר עובד רק בגלל רכיב פלסטיק קטן שנשבר ותוקצב כך שלא ישתלם לתקנו.

סבב 3: אופנה וטקסטיל

- **התמונה:** נעלי עור או ג'ינס ליוויס מקורי (משנות ה-80) מול נעלי ספורט של מותג "אופנה מהירה" וג'ינס טרנדי.
- **המשימה לתלמידים:** כמה פעמים תוכלו ללבוש את הפריט לפני שהוא יאבד צורה, ייקרע או ייזרק?
- **הנתונים:**

- פריט איכותי (בעבר): תוכנן לשימוש של מאות ואלפי פעמים (בגדים שעברו מאח לאח).
- פריט אופנה מהירה (כיום): הצרכן הממוצע לובש פריט כזה 7-10 פעמים בלבד לפני שהוא נזרק

או נזנח.

הרחבה למורה: ייצור הבגדים עלה ב-400%, אבל זמן השימוש צנח. זהו "זבל יקר". התלמידים חושבים שהם חוסכים כשהם קונים חולצה ב-30 ש"ח, אבל בפועל היא נזרקת אחרי מעט מאוד פעמים שנלבשה, מחיר גבוה בהרבה מחולצה איכותית שתחזיק שנים (בהמשך נדבר על החישוב המתמטי של העלות הזאת- CPW).

דיון מסכם:

1. אם הטכנולוגיה התקדמה, למה המוצרים נהיו "גרועים" יותר?
2. מי באמת מרוויח מהעובדה שהסמארטפון נהיה איטי אחרי שנתיים?
3. אם נחשב את כל הכסף שההורים שלכם (ואתם בעתיד) מוציאים על רכישות חוזרות של אותם מוצרים רק כי הם התקלקלו- איזה סכום כסף היה יכול להצטבר לכם בחיסכון לטווח ארוך?

סיכום למורה: הפעילות הזו מייצרת תחושת "פראייר" אצל התלמיד. המטרה היא להבין ש-"הזול" הוא למעשה עלות נוספת חברתית ואקולוגית שהיצרנים מטילים עלינו. מוצרים שתוכננו להיהרס מהר גוזלים מאיתנו את המשאב היקר ביותר- זמן עבודה שהומר לכסף שנזרק לפח (או להרי הזבל).

"התיישנות מתוכננת" היא מדיניות שבה מוצרים מתוכננים בכוונה עם אורך חיים מוגבל כדי להכריח את הצרכן לרכוש מוצר חדש בתוך זמן קצר. בתחום האופנה, ההתיישנות היא לעיתים פיזית (הבגד נהרס בכביסה) ולעיתים פסיכולוגית (הטרנד מתחלף מדי שבוע). חברות כמו Shein משתמשות במודל של "מיקרו-טרנדים" כדי ליצור תחושה שהבגד שנקנה לפני שבועיים כבר אינו רלוונטי.

נתונים- 5 דק'

מידע להצגה לכיתה:

ממצאים כלליים על קניות אונליין בישראל

1. 78% מהישראלים קנו אונליין בשנה האחרונה
2. 61% קונים אונליין באופן קבוע (לפחות פעם בחודש)
3. 85% טוענים שקניות אונליין חוסכות זמן משמעותי
4. 72% בודקים חוות דעת לפני כל רכישה – צרכנות מחושבת ומושפעת מידע
5. 56% מבצעים השוואת מחירים בין אתרים לפני קנייה

מקור:

https://press.wolt.com/he-IL/259534-78-61-70/?utm_source=chatgpt.com

סקר כיתתי

(התלמידים יצביעו- מטרת הסקר להראות לתלמידים שרובנו רוכשים מוצרים "מיותרים"):

- מי קנה בחודש האחרון באתר אונליין?
- מי הוציא מעל 50$ בקנייה (או מעל 150 ש"ח)?
- מי קנה מוצר שמראש הוא ידע שאין בו צורך?
- מי קנה מוצר וקיבל מוצר באיכות ירודה ומאכזבת?
- מי קנה מוצר ומאז שקיבל אותו עדיין לא השתמש בו?
- אם הייתם יודעים שכל מוצר שאתם קונים נשאר אצלכם בחדר ואין לכם אפשרות לזרוק אותו או להוציא אותו מהחדר- האם הייתם רוכשים באותה מידה בכל זאת?

הסבר בהרחבה- 20 דק'

המנגנון מאחורי הקלעים

הסבר למורה: בשלב זה נחשוף כיצד חברות מצליחות למכור כל כך בזול וכיצד הן גורמות לנו לקנות יותר ממה שאנחנו צריכים (*יש העמקה למורה בהמשך*).

1. **המודל העסקי ("ייצור לפי דרישה"):** חברות כמו Shein עוקבות בזמן אמת אחרי הלחיצות של המשתמשים באפליקציה. הן מייצרות מנות קטנות של 100-200 יחידות, ורק אם יש ביקוש למוצר הן מייצרות עוד. בנוסף, הן מנצלות פטורים ממכס (בישראל פטור עד 130 דולר) כדי לשלוח את החבילות ישירות מסין בלי לשלם מיסים שיבואן רגיל משלם.
2. **הפסיכולוגיה של "דפוסים אפלים"** (נלמד גם בנושא זכויות צרכנים): האפליקציות משתמשות בטכניקות שנקראות "דפוסים אפלים" , אפקט הדחיפות ו"גיימיפיקציה" (משחוק) כדי לעקוף את מנגנון בקרת הדחפים של המוח.

דוגמאות: טיימרים שמלחיצים אותנו ("המבצע מסתיים בעוד 02:00 דקות"), הודעות מלחיצות ("רק עוד 3 יחידות נותרו!" המייצרות FOMO), או "אישור מבייש" (כפתור שאומר "לא, אני מעדיף לשלם מחיר מלא"). כמו כן, רולטות וגלגלי מזל שמפרישים לנו דופמין וגורמים לאפליקציה להרגיש כמו משחק ולא כמו חנות.

פעילות: "ציידי המלכודות"

ניתן לאפשר לתלמידים לפתוח אתרים בטלפון או בטאבלט שברשותם או להקרין את אחד האתרים על הלוח בכיתה (שיין, אליאקספרס, בוקינג וכו').

ניתן גם להכין מראש צילום מסך של אתר ובכיתה להשתמש בטוש על הלוח כדי להקיף בעיגולים אדומים כל "מלכודת" שהתלמידים מזהים. זה יוצר של "שדה מוקשים" דיגיטלי.

הנחיה לתלמידים: לא להסתכל על המוצרים עצמם אלא על הדרך שבה האפליקציה פונה אליהם. כאילו הם בלשים המחפשים סימנים למלכודות.
התלמידים צריכים למצוא כמה שיותר דוגמאות לטכניקות הבאות (מומלץ לחלק להם את הרשימה כצ'ק-ליסט- נמצא בנספחים):

- **שעוני עצר:** טיימרים שסופרים לאחור ("המבצע מסתיים בעוד 02:45").
- **הוכחה חברתית מזויפת:** הודעות כמו "עוד 50 אנשים צופים בזה ברגע זה" או "נמכר 1,200 פעמים ב-24 השעות האחרונות".
- **אשמת אי-קנייה:** כפתורים שגורמים לכם להרגיש רע אם תסרבו (למשל: "לא, אני מעדיף לשלם מחיר מלא" במקום סגירת חלון קופון).
- **הוספה אוטומטית:** פריטים שמתווספים לעגלה כברירת מחדל או "הצעות משלימות" שקשה להסיר.
- **מלאי מוגבל:** "נותרו רק 2 יחידות במלאי!" (גם אם יש אלפים).

שאלות לדיון מסכם:

- האם הרגשתם שהאפליקציה "משחקת בכם"? האם הרגשתם דחף ללחוץ על משהו רק בגלל הצבע שלו או הטיימר שרץ?
- מי הבוס כאן? האם אתם בחרתם לקנות את החולצה, או שהאפליקציה "בחרה" בשבילכם באמצעות הכלים הללו?
- איך הדפוסים האלו גורמים לנו לקנות "זבל יקר"? (הרבה פריטים קטנים וזולים שלא תכננו, שבמצטבר עולים מאות שקלים על מוצרים באיכות נמוכה).
- איך מרגישים כשחבילה כזו מגיעה והמוצרים לא נראים כמו בתמונה? האם תחושת ה"ניצחון" על הטיימר הופכת לאכזבה?

סיכום למורה: נוחות היא לא בחינם". החברות הללו משקיעות מיליארדי דולרים באדריכלים ובפסיכולוגים כדי שנבזבז כסף שאין לנו על דברים שאנחנו לא צריכים. כשאנחנו מזהים "דפוס אפל" אנחנו מחזירים לעצמנו את השליטה על הארנק.

פעילות- 30 דק'

החשבונית הגלובלית

מטרת הפעילות: הבנת שרשרת האספקה הגלובלית והמחיר הסביבתי והחברתי **שאינו מגולם במחיר המוצר.**

הגדרה- טביעת רגל אקולוגית: מדד כמותי המעריך את היקף השפעת הצרכנות ואורח החיים של הפרט או התא המשפחתי על משאבי כדור הארץ. המדד מחשב את שטח היבשה והמים הנדרש כדי לייצר את כלל המשאבים שאנו צורכים (כגון מים לגידול כותנה או דלק לשינוע) , לצד השטח הדרוש לקליטת הפסולת וגזי החממה הנוצרים בתהליך (כגון אריזות פלסטיק והרי זבל של טקסטיל).

פתיחה: "מכירה פומבית הפוכה"

הסבר למורה: להציג לתלמידים תמונה של חולצת טישרט פשוטה ולשאול "מי מוכן לשלם עליה 20 ש"ח?" האם זה מה שהיא עולה?

יש להניח שהרוב ירימו יד.

האמת: המחיר בחנות הוא "שקרי" והוא לא כולל את החשבונית האמיתית שקיבלנו מהעולם.

הפעילות: מסע ה-"אל-חזור" של החולצה

יש להשתמש במפה גלובלית על הלוח (או Google Earth) ולעבור בין ארבע "תחנות תשלום". בכל תחנה, תלמיד אחד מתנדב להיות "רואה החשבון" שמוסיף את הנתון לחשבונית הכיתתית.

תחנה א: שדות הכותנה (צריכת מים)

- **הנתון:** כדי לייצור ג'ינס אחד דרושים 10,000 ליטר מים (כמות שבן-אדם שותה במשך 10 שנים).

שאלה לתלמידים: "דמיינו שעל כל חולצה שקניתם, 'שתיתם' למישהו אחר את כל המים שלו לעשור הקרוב. האם המחיר עדיין נראה לכם זול?"

הסבר למורה: בפועל קורה ניצול משאבי טבע במדינות עניות עבור צרכנים במדינות עשירות. הכותנה גוזלת מים מחקלאות מקומית למאכל.

תחנה ב: המפעל בבנגלדש- (זיהום ועבדות מודרנית)

- **הנתון:** תעשיית הטקסטיל אחראית ל-20% מזיהום המים התעשייתי בעולם ול-10% מפליטת גזי החממה.

שאלה לתלמידים: "הבגדים שאתם לובשים נצבעו בכימיקלים שחלקם מסרטנים.

הפועלת שצבעה אותם לא קיבלה ציוד מיגון. האם הייתם מוכנים לעבוד שם יום אחד תמורת 20 ש"ח?".

הסבר למורה: ניתן לחבר את הנתונים למושג הגיאוגרפי של **"מיקור חוץ של זיהום"**. המדינות המפותחות "שולחות" את הזיהום למדינות מתפתחות כדי לשמור על סביבה נקייה אצלן, בעוד הנהרות בסין ובבנגלדש נצבעים מזדהמים. בנוסף, העובדים במפעלי הייצור עובדים לעיתים 18 שעות ביממה, מרוויחים לעיתים 4 סנט לפריט או כ-556 דולר לחודש (שכר רעב). קיימות בעיות של בטיחות ואף עבודת ילדים. **(בהמשך יש הרחבה למורה בנושא תנאי העסקה וזכויות עובדים בשרשרת האספקה)**

תחנה ג: הנמל והמטוס- (שינוע ופליטת פחמן)

- **הנתון:** שליחת מיליוני חבילות בודדות במטוסים מייצרת טביעת רגל אקולוגית עצומה ואריזות פלסטיק שלא מתכלות לעולם.

  שאלה לתלמידים: "דמיינו שכל חבילה קטנה שהזמנתם היא 'נוסע' במטוס. כדי שהחולצה תגיע אליכם הביתה תוך שבוע מסין, היא לא יכלה לחכות לאוניית מכולות איטית וחסכונית היא הייתה צריכה 'לתפוס טיסה' במטוס תובלה מזהם. האם הפינוק של לקבל חבילה 'כאן ועכשיו' שווה את המחיר שהאטמוספירה שלנו משלמת? האם הייתם מוכנים לחכות חודש למשלוח באונייה אם הייתם יודעים שזה יציל את האוויר שאנחנו נושמים?"

הסבר למורה: כאן נכנס כל נושא הכלכלה והשינוע. במקום ייצור מקומי או הובלה ימית יעילה, הצרכן דורש "כאן ועכשיו", מה שמוביל להובלה אווירית בזבזנית ומזהמת.

זיהום אוויר: מטוס תובלה פולט פי 40 עד 50 יותר פחמן מאונייה עבור כל קילומטר של הובלה.

פסולת פלסטיק: כל פריט בודד נעטף בשקיות פלסטיק כדי לשרוד את הטלטלות בדרך. הפלסטיק הזה לא מתכלה לעולם- הוא יישאר על כדור הארץ הרבה אחרי שהחולצה שלכם תיהרס. רשמו בחשבונית.

תחנה ד: המזבלה בצ'ילה (הרי הזבל/ מטמנות)

- **הנתון:** מדבר אטקמה בצ'ילה הפך לבית קברות לבגדים שלא נמכרו או נזרקו- הרים של בגדים שניתן לראות מהחלל.

  שאלה לתלמידים: אם הייתם צריכים לאחסן את כל הבגדים שזרקתם בשנה האחרונה בתוך החדר שלכם, האם עדיין היה לכם מקום לישון? למה זה נראה לנו הגיוני 'לאחסן' אותם בשטח של מדינה אחרת?"

הסבר למורה: המרחב שלנו הופך למחסן פסולת גלובלי- המושג המופשט "לזרוק לפח" הוא בעצם מציאות פיזית כואבת. המילה "לזרוק" מניחה שהחפץ נעלם, אך מבחינה אדריכלית

וגאוגרפית, הוא פשוט עובר למרחב של מישהו אחר. מדבר אטקמה בצ'ילה הפך ל"פח האשפה של העולם" עם הרים של בגדים (כ-39,000 טון בשנה) שניתן לראותם אפילו מצילומי לווין בחלל. זהו כישלון של תכנון מרחבי וניהול משאבים.

סיכום: החשבונית הסופית

לסכם על הלוח את "החשבונית האמיתית":

- **כסף שיצא מהכיס:** 20 ש"ח.
- **מים שנגזלו:** 10,000 ליטר.
- **זיהום:** כימיקלים בנהר בבנגלדש.
- **מרחב:** 2 מ"ר של מטמנת רעילה במדבר.
- **זכויות אדם:** שכר רעב וניצול.

שאלה לסיכום: כשחברה מוכרת לכם חולצה ב-20 שקלים, היא לא באמת 'זולה'. היא פשוט העבירה את שאר החשבון למישהו אחר. האם זו עסקה הוגנת? האם הייתם חותמים על חוזה כזה אם כל הנתונים היו רשומים עליו במפורש?

***בנספחים ניתן למצוא "חשבונית גלובלית" שהתלמידים יוכלו למלא**

כלי לחישוב- 15 דק'

חישוב "עלות לפי שימוש"

הסבר למורה: בשלב זה נקנה לתלמידים כלי מתמטי-פיננסי מעשי שיעזור להם לקבל החלטות מחושבות וביקורתיות- נוסחת ה"עלות לפי שימוש" (CPW - Cost Per Wear).

הנוסחה:

עלות לפי שימוש (CPW)= מחיר הרכישה/מספר השימושים במוצר

פעילות בזוגות: הציגו לתלמידים את הדילמה הבאה ובקשו מהם לחשב:

- **אפשרות א' (אופנה מהירה):** זוג נעלי ספורט זולות ב-100 ש"ח. בגלל איכות ירודה, הנעליים מחזיקות מעמד 3 חודשים (נניח שננעלו 30 פעמים).
  החישוב: 100 לחלק ל-30 = 3.33 ש"ח לכל נעילה.

- **אפשרות ב' (איכות/בר קיימא):** זוג נעלי ספורט איכותיות ב-400 ש"ח. נעליים שמחזיקות מעמד שנתיים (נניח שננעלו 200 פעמים).

החישוב: 400 לחלק ל-200 = 2.00 ש"ח לכל נעילה.

מסקנה: הזול הוא למעשה היקר יותר. רכישת מוצרים שתוכננו להיהרס מהר (התיישנות מתוכננת) גוזלת מאיתנו יותר כסף בטווח הארוך. השקעה באיכות היא ניהול הון אישי חכם.

סיכום- 10 דק'

סיכום

הסבר למורה: סיום השיעור צריך להעצים את התלמידים כדי שירגישו שהם הכוח המניע את השוק וכצרכנים יש להם יכולת לשנות. בנוסף המטרה היא ההבנה שהשקעה באיכות, על פני כמות, חוסכת כסף ומגנה על הכדור בו אנו חיים.

פתרונות פרקטיים וצרכנות מודעת:

1. **חוק ה-24 שעות:** להשאיר מוצרים בעגלה הווירטואלית 24 שעות לפני התשלום כדי לנטרל את ההשפעה של הדפוסים האפלים ולבדוק אם זה צורך אמיתי או קנייה אימפולסיבית (בנוסף, לא פעם תקבלו קוד קופון להוזלת הקניה).
2. **יד שנייה:** מי קנה לאחרונה בגדים ביד שנייה? הציגו זאת כאלטרנטיבה זולה משמעותית שלעיתים מציעה בגדים באיכות מעולה ואף עם התווית המקורית. זה מצמצם את תופעת הרי הזבל באופן ישיר.
3. **מחזור מחדש ותיקון:** הפיכת בגד ישן למשהו חדש במקום לזרוק אותו.
4. **ארון קפסולה:** בניית מלתחה חכמה של בגדים איכותיים שלא יוצאים מהאופנה מהר.

שאלות לדיון:

- האם אנחנו באמת צריכים כל כך הרבה שפע?
- מתי השפע הזה הופך למשהו רע ופוגעני?

שיעורי בית ומטלת המשך

צפייה בסרט התיעודי "מאחורי המכונה של שיין" (Inside the Shein Machine) או בסרט "המערכת: המחיר היקר של האופנה הזולה" והגשה של דוח צפייה (נמצא בנספחים)

מידע נוסף להעשרה והרחבת הידע למורה

המנגנון הכלכלי של הצריכה הזולה: מודלים עסקיים וחדשנות טכנולוגית

כדי להבין כיצד חברות כמו Shein ו-Temu מצליחות להציע מוצרים במחירים שנראים לעיתים נמוכים מעלות חומרי הגלם, יש לנתח את המהפכה שהן חוללו בשרשרת האספקה הגלובלית.

המודל העסקי מכונה **"ייצור לפי דרישה"** משנה את הכללים המסורתיים של עולם הקמעונאות.

בניגוד ליצרנים מסורתיים המייצרים כמויות אדירות של בגדים על בסיס תחזיות עונתיות, החברות החדשות פועלות על בסיס נתונים בזמן אמת.

התהליך מתחיל בהשקת מוצרים חדשים במנות קטנות במיוחד של 100 עד 200 יחידות בלבד.

החברה מנטרת את התנהגות המשתמשים באפליקציה- על מה הם לוחצים, מה הם מוסיפים לעגלה ומה הם משתפים- ומעבירה את המידע הזה באופן מיידי לרשת של אלפי ספקים ויצרנים קטנים בסין. רק מוצרים שזוכים לביקוש גבוה עוברים לייצור המוני, מה שמאפשר לחברות לשמור על שיעור מלאי שלא נמכר ברמה נמוכה באופן קיצוני לעומת הממוצע בתעשייה.

צמצום זה ב"בזבוז המלאי" מתרגם ישירות לחיסכון בעלויות שמועבר לצרכן בצורה של מחירים נמוכים. בנוסף, החברות משתמשות בטכנולוגיות מידע כדי לחבר ישירות בין תפוקת המפעל לביקוש הצרכני, תוך **עקיפת מתווכים וחנויות פיזיות יקרות**.

היתרון של Shein ו-Temu אינו נובע רק מכוח עבודה זול, אלא גם משילוב של **טכנולוגית עמוקה** שמאפשרת להן להגיב לטרנדים ברמת דיוק ומהירות חסרת תקדים.

גורם בשרשרת האספקה	מודל מסורתי	מודל צריכה מהירה (On-Demand)
גודל מנת ייצור ראשונית	אלפי יחידות	100-200 יחידות
זמן תגובה לטרנדים	חודשים	ימים ספורים
מלאי שלא נמכר	גבוה (סיכון כלכלי משמעותי)	נמוך מאוד (חיסכון בעלויות)
קשר עם ספקים	מבוסס חוזים ארוכי טווח	אינטגרציה דיגיטלית בזמן אמת

שיטת שיווק	חנויות פיזיות ופרסום המוני	פלטפורמות דיגיטליות מבוססות נתונים

מעבר ליעילות הלוגיסטית, החברות מנצלות גם את **המבנה הרגולטורי הבינלאומי.**
פטורים ממכס על משלוחים בעלי ערך נמוך (כמו הפטור הישראלי עד 130$ או הפטור האמריקאי עד 800$) מאפשרים להן לשלוח מוצרים ישירות מהמפעל לצרכן מבלי לספוג עלויות מיסוי שחלות על יבואנים מסחריים. המרוץ הזה לתחתית במחיר ובטקטיקות שיווקיות יוצר לחץ מתמיד על המתחרים ועל היצרנים כאחד, מה שמוביל לעיתים להחרפת תנאי העסקה ולפגיעה באיכות המוצר.

הפסיכולוגיה של "דפוסים אפלים" וגיימיפיקציה במסחר הדיגיטלי

אחד ההיבטים המורכבים ביותר בחינוך הפיננסי המודרני הוא הבנת הדרך שבה הממשק הדיגיטלי משפיע על קבלת ההחלטות שלנו. חברות הצריכה המהירה עושות שימוש נרחב ב"דפוסים אפלים" (מושג שנלמד גם בנושא זכויות צרכנים)- טכניקות עיצוב מניפולטיביות שנועדו להוביל את המשתמש לבצע פעולות שאינן בהכרח לטובתו, כמו הוצאת כספים עודפת או מסירת מידע אישי.
טכניקות אלו מנצלות הטיות קוגניטיביות טבעיות, במיוחד בקרב בני נוער שמנגוני בקרת הדחפים המוחיים שלהם עדיין נמצאים בשלבי התפתחות.
לדוגמה: שימוש בטיימרים הסופרים לאחור ("המבצע מסתיים בעוד 02:00 דקות") יוצר תחושת דחיפות מלאכותית המשתקת את החשיבה הרציונלית.
הודעות על מלאי נמוך ("רק עוד 3 יחידות נותרו") מנצלות את הפחד מהחמצה (FOMO) ומעודדות קנייה אימפולסיבית מבלי לבחון את הצורך האמיתי במוצר.

ההשפעה של גיימיפיקציה (שילוב משחקיות) היא עמוקה במיוחד. כאשר אפליקציית קניות נראית ומרגישה כמו משחק- עם זכיות ב"קופונים", צבירת נקודות וגרפיקה של מכונות מזל- הגבול בין בילוי פנאי לבין ניהול פיננסי מיטשטש.
מחקרים מצביעים על כך שחשיפה לתכנים כאלו עלולה להוביל ללחץ נפשי, חרדה ואף התנהגות התמכרותית.
בני הנוער מוצאים את עצמם ב"מרוץ נגד הזמן" שבו המחירים הנמוכים וההנחות המהירות מתנים אותם לצפות לסיפוק מיידי, מה שמקשה על פיתוח יכולת דחיית סיפוקים ותכנון כלכלי ארוך טווח.

ארגוני צרכנים באירופה הגישו תלונות נגד חברות אלו בטענה שהן מפרות את **חוקי הגנת הצרכן**

ומשתמשות בפרקטיקות מסחריות אגרסיביות שפוגעות ביכולת של הצרכן לקבל החלטה חופשית ומושכלת.

חשיפת ה"דפוסים" הללו היא צעד קריטי בהענקת "חוסן דיגיטלי" לצרכנים, המאפשר להם לזהות מתי האפליקציה מנסה "לשחק בהם" במקום שהם ישתמשו בה ככלי רציונלי.

המחיר החברתי: תנאי העסקה וזכויות עובדים בשרשרת האספקה

כדי לשמור על מחירי רצפה, חברות האופנה המהירה לוחצות על הספקים לצמצם עלויות ככל הניתן. התוצאה היא לעיתים קרובות פגיעה חמורה בזכויות העובדים ובטיחותם. מפעלי ייצור במדינות כמו בנגלדש, וייטנאם וסין מדווחים על תנאי העסקה קיצוניים המכונים לעיתים "עבדות מודרנית".

ממצאים מראים כי עובדים במפעלים המייצרים עבור מותגים אלו מועסקים לעיתים 18 שעות ביממה, עם יום חופש אחד בלבד בחודש. השכר המשולם הוא לעיתים עמלה של 4 סנט בלבד לכל פריט לבוש, מה שמביא את השכר החודשי לרמה שאינה מאפשרת קיום בכבוד (כ-556 דולר בחודש במקרים מסוימים), סכום הנמוך משמעותית משכר המינימום הנדרש למחיה בסיסית.

קישורים רלוונטיים

קישור לסרט 1- "המערכת: המחיר היקר של האופנה הזולה"

קישור לסרט 2- "מאחורי אתר שיין- Inside the shein machine"

צידה לדרך- נספחים

נספח 1- לפעילות "ציידי המלכודות"

צ'ק-ליסט: המלכודות שבדרך לקופה

שם המלכודת	מה לחפש?	האם נמצא?	מה מופיע על המסך? (תיאור קצר)
דחיפות מלאכותית	שעוני עצר הסופרים לאחור, הודעות כמו "המבצע מסתיים בעוד..." או "הקופון יפוג תוך 10 דקות".		

הוכחה חברתית מזויפת	הודעות צצות: "מישהו מתל-אביב קנה את זה עכשיו", או "500 אנשים הוסיפו את זה לעגלה בשעה האחרונה".		
מלאי מוגבל	כיתובים באדום או בולטים: "נותרו רק 2 יחידות!", "אזל כמעט מהמלאי", או "פריט מבוקש מאוד".		
אישור בביוש	כשמציעים קופון, האפשרות לסרב מנוסחת בצורה מעליבה או שלילית: "לא, אני מעדיף לשלם מחיר מלא".		
הסחת דעת ויזואלית	כפתור ה-"הוסף לסל" או "קנה עכשיו" הוא ענק וצבעוני, בעוד כפתור ה-X או "ביטול" הוא קטן, אפור ושקוף.		
משחוק	גלגלי מזל, זכייה ב"נקודות", או ליטוף דמות וירטואלית כדי לקבל הנחה (נועד לייצר הפרשת דופמין).		

נספח 2- לפעילות חשבונית גלובלית

חשבונית גלובלית

תחנת התשלום	התיאור הכלכלי-סביבתי	המחיר ששולם (במשאבים/בני-אדם)
1. חקלאות ומשאבי טבע	עלות המים: גידול כותנה או ייצור חומרים סינתטיים מנפט.	לזוג ג'ינס אחד נדרשים _____ ליטר מים.
2. ייצור וצביעה	עלות הבריאות: שימוש בכימיקלים רעילים לצביעת הבגד במדינות מתפתחות.	אחוז מזיהום המים התעשייתי בעולם: ___%
3. כוח אדם	עלות אנושית: שכר עבודה במדינות כמו בנגלדש או סין.	האם השכר מאפשר קיום בכבוד? [ ] כן [ ] לא
4. שינוע ופחמן	עלות לוגיסטית: הובלה אווירית ואריזות פלסטיק אישיות.	טביעת רגל אקולוגית של מיליוני חבילות בודדות.
5. קבר המוצר (סוף הדרך)	עלות המרחב: בגדים שנזרקים למטמנות או להרי זבל (מדבר אטקמה/חירייה).	כמה פעמים בממוצע נלבשה החולצה? _____

סיכום החשבון:

- אם שילמתם רק 20 ש"ח על החולצה, אך הייצור שלה דרש אלפי ליטרים של מים וזיהם נהרות, מי "ספג" את העלות העודפת שהחברה לא שילמה עליה? מי שילם את ההפרש?

_____
_____
_____
_____

- אדריכלות של הרס: כיצד "הרי זבל" של בגדים משנים את המרחב הגאוגרפי והאדריכלי של מדינות עניות? מה לא ניתן לבנות בשטח שתפוס על ידי מטמנת בגדים?

_____
_____
_____
_____

- האם רכישת מוצר שגורם לנזק כזה היא רכישה "זולה"? נמקו את תשובתכם תוך התייחסות לטווח הארוך (העלות לדורות הבאים).

_____
_____
_____
_____

משימה מסכמת יחידה

דוח צפייה בסרט כלכלי בנושא השפעות תרבות הצריכה בעולם גלובלי

בחרו את אחד משני הסרטים הבאים, צפו בו וענו על השאלות לאחריו. בהצלחה!

סרט א'- "המערכת: המחיר היקר של האופנה הזולה"

https://13tv.co.il/allshows/series/222/season/5/2025792/

סרט ב'- "מאחורי אתר שיין- "Inside the shein machine

https://youtu.be/PQ1ktgKzyuI

הסרט בו בחרתי: _____.

צפו בסרט וענו על השאלות הבאות:

1. רשמו שלושה ממצאים חדשים שלמדתם במהלך הצפייה בסרט:

א. _____

ב. _____

ג. _____

2. מה תוכלו לספר על תנאי ההעסקה המתוארים בסרט? כיצד העבודה המתוארת השפיעה על חיי העובדות בתעשיית הטקסטיל? פרטו.

_____
_____
_____
_____

3. האם ידעת כי ישנם פועלים המועסקים בתנאים כאלו בתקופה זו? הסבירו.

_____
_____

---

4. מה לדעתך ניתן לעשות כדי למנוע העסקה בתנאים כאלו? האם באפשרותנו להשפיע?

---

5. הציגו <u>שתי</u> דוגמאות מהסרט, המעידות על החשיבות באופנה בת-קיימא ודאגה לדורות הבאים:

---

6. מהו הקשר בין הסרט לבין גלובליזציה? הסבירו תוך שימוש במושגים מתאימים.

---

7. הציגו דרך <u>אחת</u> שתוכל לסייע לצמצום הנזקים הנגרמים מתופעת הגלובליזציה.

---

8. אלו "דפוסים אפלים" עולים מתוך הסרט? נמקו והציגו דוגמאות מתאימות לכך.

_____

_____

_____

_____

9. מהי עמדתכם בנושא הצריכה של האופנה המהירה? פרטו.

_____

_____

_____

_____