הדגישו את התבחינים הנדרשים בצבעים שונים:

|  |
| --- |
| **תאר את השינוי שחל בהרגלי הצריכה בימינו** ואת **מקומם של בני הנוער בשינוי זה.** פרט את **התוצאות האפשריות של השינוי בהרגלי הצריכה.**  |

אתרו את התבחינים במאמרים ולהדגיש אותם בצבעים שונים

בהצלחה

**טקסט 1**

**קונים באינטרנט כי זה זול? יש מחיר נסתר שאולי לא הכרתם**

מאת **סיון קלינגבייל**[[1]](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5Cmerav%5C%5COneDrive%5C%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx%22%20%5Cl%20%22_ftn1)

אחר צוהריים בפרוור של העיר ניו יורק. שליח של "אמזון"[[2]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftn2) מגיע לבניין דירות ומשאיר חבילות בכניסה. ערֵמות החבילות בכניסה לבניינים נהפכו למחזה נפוץ בכל רחבי ארצות הברית.

בכניסה לרבים מן הבניינים מונחות ערֵמות של קרטונים הממתינות לפינוי הזבל. כמויות האשפה מעידות שמדובר בתופעה הולכת וגדלה. "אופי הקניות שלנו השתנה במשך השנים", מספר אודי, שחי עם בני משפחתו בלוס אנג'לס. "אנחנו קונים באינטרנט כי זה נוח. פעם זה היה זול יותר, כיום לא — אבל זה נוח יותר."

 כבר שנים מדברים על מעבר מקניות בחנויות ה"מסורתיות" שנמצאות ברחוב ובקניון, לקניות מְקֻוָּנֹוֹת[[3]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftn3). אבל בשנתיים האחרונות השינוי מהיר יותר, ומותיר מאחור את החנויות הקמעוניות[[4]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftn4) הוותיקות ואת הקניונים. רק לאחרונה הגישה אחת מרשתות הבגדים הגדולות בארצות הברית בקשה לפשיטת רגל והצטרפה לשורה ארוכה של רשתות קמעוניות מפוארות שלא הצליחו להתמודד עם השינוי.

 המגמה ברורה: שיעור המכירות בחנויות המסורתיות בקניונים וברחובות מצטמצם, ואילו שיעור המכירות בחנויות המקוונות גדֵל בכל שנה .

בשנים האחרונות חלה בישראל עלייה ניכרת בשיעור הקניות באתרי הקניות הבין־לאומיים. לדברי נוי קדם־מדמון, סמנכ"לית תקשורת והסברה בדואר ישראל, בעשור האחרון צמח תחום הסחר המקוון במידה ניכרת והוא ממשיך לצמוח משנה לשנה.

בעבר רווחה התפיסה שרכישות מקוונות עדיפות על רכישות בחנויות המסורתיות מבחינת השמירה על איכות הסביבה, אבל כיום יותר ויותר אנשים העוסקים בתחום הקיימוּת וכלכלת הסביבה אינם בטוחים בכך עוד. כיום כבר ברור כי לקניות המקוונות יש השפעה רבה על הסביבה.

קודם כול בנוגע לסוגיית הפסולת: ברשתות המרכולים ניסו בשנים האחרונות לצמצם את השימוש בשקיות ניילון ובאריזות הן על ידי שינוי הרגלי הצרכנים הן על ידי חקיקה כמו חובת התשלום על אריזות הניילון, אבל חוק זה חל רק על הצרכנים במרכולים ולא על מי שקונה באתרים ברשת .

שליחת המוצרים בארגזי קרטון מחמירה את בעיית הפסולת. חברות רבות אורזות את המוצרים בקופסת קרטון בגודל קבוע, בלי קשר לגודל המוצרים. כך מוצרים ארוזים נארזים מחדש, וכדי שלא ירשרשו בתוך ארגז הקרטון, ממלאים אותו בפלסטיק — שכבות על גבי שכבות של אריזה שאינה הכרחית.

ד"ר יעלּ פָּרָג, המתמחה בכלכלת הסביבה, מעלה שאלות נוספות בנוגע למחיר שכדור הארץ "משלם" בעקבות העלייה ברכישות המקוונות. נוסף על כמויות האשפה שנוצרות מן השימוש באריזות מרובות היא מציינת את עניין השִינוע — העברת הסחורות ממדינות הייצור (בדרך כלל מסין או מבנגלדש) והפצתן של הסחורות. בעבר ההפצה הייתה לחנות יחידה, ואילו כעת היא נעשית לנקודות חלוקה רבות (לבנייני המגורים). שינוע זה מגביר את כמות פליטת הגזים מכלי התחבורה.

[[1]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref1) מעובד על פי קלינגבייל, ס' (19 באוקטובר 2018). עושים קניות באינטרנט כי זה זול? יש מחיר אחד נסתר שאולי לא הכרתם. מתוך האתר **TheMarker** .

[[2]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref2) **אמזון** — חברה אמריקנית למסחר באינטרנט.

[[3]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref3) **מְקֻוָּן**( — online) שמחובר למחשב, מפיק מידע מעודכן ומאפשר שימוש מיידי.

[[4]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref4) **חנות קמעונית** — חנות שמוכרת סחורה ליחידים.



**טקסט 2**

**סופו של הקניון? עתיד הקניונים בעולם של מסחר מקוון**

מאת: **ג'קי מוקמל**[[5]](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5Cmerav%5C%5COneDrive%5C%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx%22%20%5Cl%20%22_ftn5)

חודש נובמבר בשנת 2017 היה אחד מן החודשים העמוסים ביותר שראתה ישראל בשנים האחרונות בענף הרכישות המקוונות. זאת בשל אירועי המכירות הגדולים, ובהם אירוע מכירות בחסות גוגל ישראל, "חג הרווקים" הסיני וה"בלאק פריידיי "האמריקני[[6]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftn6). בשל כך אף נערכו בדואר ישראל לפתיחת מוקדי חלוקה חדשים ולקליטת החבילות הצפויות להגיע מחו"ל .

ברור כי אין מדובר בתופעה חולפת. בשנת 2016 רכשו הישראלים מוצרים באינטרנט בהיקף של יותר מ־14 מיליארד שקלים בתכיפות של רכישה בכל שתי שניות, ובשנת 2017 אף אפשר לראות עלייה בשיעור הקניות המקוונות. יותר ויותר ישראלים עורכים קניות בלי לצאת מן הבית ועל כך אין עוררין, אולם יש ענף עסקי שחייבים לתת עליו את הדעת: ענף הקניונים.

בסקר נמצא כי המוצרים הנרכשים ביותר בקניונים בארץ ובעולם הם מוצרים מתחום ההלבשה, ההנעלה, האופטיקה והתכשיטים. עוד גילה הסקר כי את מגמת המעבר לצרכנות מקוונת מובילים בעיקר בני הדור הצעיר הרגילים לשוטט ברשת ולהשיג את מבוקשם במהירות ובמחיר נמוך יותר.

האם הקניונים המסורתיים נמצאים בסכנת הכחדה? כיצד יוכלו בעלי החנויות בקניונים להתמודד עם השינוי הצרכני הבלתי נמנע? וכיצד בשוק תחרותי כל כך הם יוכלו לפתות את הלקוחות שכבר עברו לקנות במרחב המקוון לחזור ולקנות אצלם?

עדיין מוקדם להספיד את הקניונים. כמו ענפי מסחר אחרים, גם בעלי הקניונים משקיעים זמן, מחשבה ומשאבים כדי למצוא את הדרך הטובה ביותר להתקיים בעידן הדיגיטלי — ואם ישכילו לעשות זאת, נמשיך לבקר בקניונים עוד שנים רבות.

קניון המבקש לשרוד במציאות החדשה יהיה חייב למשל להשקיע יותר בחוויית הצרכן, כגון בעיצוב מעניין ובפעילויות מושכות, וכן להציע מוצרים ושירותים שאי אפשר לרכוש ברשת, כמו מסעדות ומתחמי בילוי.

כבר עכשיו יש קניונים שעוצבו מחדש, וברבים מהם נוספו מסכי ענק ושודרגו השטחים הציבוריים. קניונים אחרים נהפכו למרכזים פעילים עבור התושבים באזור — וליד החנויות יצרו מתחמים ייעודיים לילדים, כגון פינות יצירה, מסלולי חידות ועוד.

האם בספרי ההיסטוריה ייזכרו הקניונים כ"דינוזאור" צרכני שלא שרד את המהפכה הדיגיטלית? האם הם יישארו יציבים גם בעתיד? ימים יגידו.

[[5]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref5) מעובד על פי מוקמל, ג' (18 בדצמבר 2017). סופו של הקניון? עתיד הקניונים בעולם של מסחר מקוון. מתוך האתר **ynet**.

[[6]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref6) **"חג הרווקים הסיני"** (שחל ב־11 בנובמבר) וה**"בלאק פריידיי"** האמריקני (שחל ביום שישי של השבוע הרביעי בנובמבר) הם ימי שיא של צרכנות בעולם .



**טקסט 3**

**סקר: בני הנוער הישראלים מתחילים לקנות באינטרנט בגיל 11**

**מאת שירה קרפיק ספיר**[**[7]**](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftn7)

חברת אי־ביי eBay ישראל פרסמה הבוקר נתוני מחקר שמהם אפשר ללמוד על העדפות הקנייה המקוונת של בני נוער ישראלים. הנתון המפתיע הוא הגיל שבו מתחילים בני הנוער לקנות ברשת : במחקר התברר כי מקצתם התחילו לקנות באינטרנט כבר כשהיו בני 11. במחקר השתתפו 500 נערים ונערות בני 17-12 מרחבי הארץ, שערכו בשנה האחרונה קנייה מקוונת אחת לפחות.

בין השאר חשף המחקר כי 85% מבני הנוער רוכשים מוצרים באינטרנט פעמיים בחודש. הסכום הממוצע בכל קנייה הוא כ־66 שקלים. בני הנוער רוכשים בעיקר גדג'טים (חפיצים), מוצרי חשמל ואלקטרוניקה ומשחקי מחשב. נערות קונות יותר מוצרי אופנה, אביזרי אופנה, תכשיטים ומוצרי קוסמטיקה.

ההורים הם מקור המימון הנפוץ ביותר לקניות בקרב 65%מבני הנוער, ומקור המימון המדורג במקום השני הוא שכר העבודה של בני הנוער עצמם.

לדברי אלעד גולדנברג, מנהל הפעילות העסקית של חברת אי־ביי ישראל, "גיל 13 הוא הגיל הממוצע שבו מתחילים לקנות באמצעות האינטרנט, ובשל התפתחות האינטרנט ניכר כי גיל זה יורד — נערים ונערות שכיום הם בני 16-17 התחילו לקנות כשהיו בני 14 בממוצע, ואילו בני 12-13 התחילו לקנות כבר כשהיו בני 11 .

כיום בני הנוער הם כוח קנייה חזק, ולכן הם קהל אידיאלי בעבור משווקים, מפרסמים וחברות מסחריות. בני נוער הם צרכנים מתוחכמים, ולראיה %53 מהם העידו שראו מוצר כלשהו בחנות ולאחר מכן חיפשו אותו ברשת ורכשו אותו שם.

מלבד היותם קניינים משמעותיים 81% מבני הנוער העידו כי המליצו להוריהם לקנות באינטרנט .הם כמעט נולדו לסביבה המקוונת, הם 'שוחים' בה, ולכן טבעי מאוד בעבורם לערוך בה גם את הקניות שלהם."

[[7]](file:///C%3A%5CUsers%5Cmerav%5COneDrive%5C%D7%A9%D7%95%D7%9C%D7%97%D7%9F%20%D7%94%D7%A2%D7%91%D7%95%D7%93%D7%94%5C%D7%A2%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%AA%20%D7%91%D7%9E%D7%97%D7%A9%D7%91%D7%94%5C%D7%A7%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%AA%20%D7%91%D7%A8%D7%A9%D7%AA%20%D7%97%D7%98%D7%91.docx#_ftnref7) מעובד על פי קרפיק ספיר, ש' 13( בספטמבר 2016). סקר: בני הנוער הישראלים מתחילים לקנות באינטרנט בגיל 11 . מתוך האתר גלובס.