

פרויקט קיימות עירונית

דו"ח מסכם

מעבדה עירונית בנושא צריכה משתפת

מקרי מבחן של שיתוף בהסעות לחוגים

ושיתוף במוצרים לפעוטות בחולון

אוגוסט 2015

כתבו:

יואב אגוזי, שרון בנד חברוני, פרופ' אראל אבינרי

אנחנו רוצים להודות לכל האנשים שעזרו לנו במעבדה זו ובמיוחד:
ד"ר תמר שרויטמן - מנהלת המחלקה לתכנון אסטרטגי בעיריית חולון
לילך שץ - סמנכ"לית רשת קהילה ופנאי
רוני ארז - מנהלת מחלקת קיימות ופרויקטים סביבתיים בעיריית חולון
ענת סגל - מנהלת מרכז המחול רעים
שוש רופא - מנהלת אדמיניסטרטיבית מרכז המחול רעים
קארין ארביב, שנית יפת שורקנד ואריה עוז -רכזי הצוות המקצועי של מרכז
המחול רעים
אליעז קליין - נותן שירות נתונים ומידע לאגף לתכנון אסטרטגי בעיריית חולון
אוהד נוי - מנכ"ל moovex
איריס גרנות - מנהלת מרכז טיפ-טף

פרויקט "קיימות עירונית"

פרויקט "קיימות עירונית" מתקיים ב"מכון ירושלים לחקר ישראל" החל ממאי 2013. הפרויקט מזהה את העיר כמקום בו מתרחשת רוב הפעילות האנושית ומחפש את המפתח להשגת קיימות על-ידי שינוי סגנון החיים העירוני. מטרת הפרויקט הינה הצעת מדיניות המקדמת סגנון חיים מקיים בערים בישראל. הפרויקט מתייחס לכלל תחומי החיים העירוניים כגון- עבודה, תחבורה, צריכה, שימוש במרחב הציבורי ועוד, ומבקש להביא לשינוי הדרך בה אנשים חיים את חייהם בעיר, בכדי להוביל לשיפור רמת החיים ולהגברת הקיימות. הפרויקט שם דגש על שינויי התנהגות ומחפש את המנופים והדרכים לקידום חיים עירוניים מקיימים באמצעות הנעת קהילות, שימוש ברשתות חברתיות, ועוד. הפרויקט מתמקד בתהליכי שינוי התנהגות של התושבים בעיר ובעלי עניין נוספים שלהם קשר לתחום הקיימות העירונית. גישה זו הינה חדשנית בקרב רשויות עירוניות בישראל, מאחר ולרוב אסטרטגיות לשינוי התנהגות אינן מיושמות באופן שיטתי והמודעות אליהן מצומצמת.

בשלב הראשון של הפרויקט נכתבו חוות דעת מומחים בכלל הנושאים המרכיבים קיימות עירונית. במסגרת השלב השני של הפרויקט התקיימו "מעבדות עירוניות" במספר ערים בישראל, בכדי לבחון בשטח את החזון והעקרונות של הפרויקט, וללמוד מהם החסמים וההזדמנויות, מיהם השחקנים הרלוונטיים ועוד, על-מנת לייצר המלצות מדיניות ישימות שיוגשו למקבלי ההחלטות בתום הפרויקט, באפריל 2016.

דו"ח זה מסכם מעבדה עירונית שהתקיימה בשיתוף עם עיריית חולון והתמקדה בנושא הצריכה המשתפת.

1. מבוא

במעבדה זו אנו מבקשים לבחון את קידום תפיסת העיר כעיר משתפת, תוך שימוש באמצעים מגוונים שמציעה הטכנולוגיה ורשת האינטרנט וביניהן מדיה דיגיטליים, אפליקציות ורשתות חברתיות. כיום מתפתחות יוזמות רבות אשר מקדמות את גישת הצריכה המשתפת. לרשות המקומית עשוי להיות חלק מרכזי בעידוד יוזמות כאלו. דוגמאות מן העולם הוכיחו שבחירה של הרשות המקומית למנף את היוזמות הללו עשויה להוביל לחיזוקן וכתוצאה מכך- לחיזוק הקהילות העירוניות ושביעות הרצון של התושבים מעירם. אנו מציעים לנצל את שפע האפשרויות שמציעים המדיה הדיגיטליים בשביל לייצר פלטפורמות עירוניות שיפעלו לחיזוק היותה של העיר "עיר משתפת".

1.1 הנחות עבודה

הנחות העבודה שעמדו בבסיס מעבדה זו הן:

- כלכלה שיתופית עשויה לעזור לצמצם את היקפי הצריכה משום שבמקום רכישת מוצרים רבים מאותו סוג, מוצר בודד הופך לשירות הנצרך על ידי מספר משתמשים רב, ובכך מגשימה את השאיפה הסביבתית לצמצום הצריכה החומרית.
- הצפיפות בעיר והריבוד הרב מאפשרים ליישם כלכלה שיתופית אפקטיבית יותר.
- כל מי שהתנסה בכלכלה שיתופית בתחום מסויים יצליח בקלות רבה יותר להצטרף למעגלי כלכלה שיתופית אחרים.
- כלכלה שיתופית המופעלת על ידי גורמים מקומיים מחזקת את הקהילה ויכולה לחזק את הכלכלה המקומית. היא משפרת את החוסן הקהילתי (על ידי טוויט קשרים ויחסים והנגשת משאבים) ועונה על הכמיהה לקהילתיות.
- לפלטפורמות דיגיטליות יש יכולת להקל על מערכי שיתוף.
- בעקבות המשבר הכלכלי ושחיקת כוח הקנייה במשק, שיתופיות מציעה הרחבה של הרווחה הכלכלית וצמצום ההשקעה הכספית האישית עבור התושבים.
- השיתופיות תואמת את הלך הרוח של דור ה-Y, המורגל לשתף קבצים ותוכנה, ודוחפת אותו עוד לכיוון החומר.

1.2 מטרות המעבדה

1. לזהות תחומים מחיי היום יום של תושבי הערים אשר יוכלו להוות "שערי כניסה" קלים לעולם הצריכה השיתופית.
2. ללמוד על החסמים והמניעים של הכלכלה השיתופית בנושאים שנבחרו.
3. להציע מתווה רעיוני הכולל איפיון של פלטפורמת השיתוף ואופן הטמעתה.

1.3 הנושאים שנבחרו עבור המעבדה

1. שיתוף בהסעות לחוגים למרכז ריקוד עירוני על-אזורי.
2. הקמת ספרייה לשיתוף אביזרים וחפצים לפעוטות שתקופת השימוש בהם קצרה יחסית.

1.4 שאלות מחקר המתייחסות לשתי המעבדות

1. אילו תפישות מוקדמות יש לגבי כלכלה שיתופית (אם בכלל)?
2. האם הנושאים שנבחרו חשובים מספיק למשתתפים כדי להניע אותם לשנות את דפוסי ההתנהגות/צריכה סביבם?
3. מהם החסמים והמניעים סביב הנושא?
4. מה עשוי לסייע בהפחתת החסמים הללו?
5. מיהם סוכני השינוי הרלוונטיים להטמעת תוכנית כלכלה שיתופית?
6. איזו פלטפורמה מתאימה להטמעת שינוי שכזה?

2. רקע – צריכה משתפת באמצעות מדיה דיגיטליים

על פי חוות דעת בנושא "קיימות עירונית: נקודת מבט כלכלית"¹ צריכה שיתופית (collaborative consumption) - היא מצב בו לקבוצה או קהילה מקומית ישנה בעלות משותפת על מוצר מסוים, או שחברי הקבוצה חולקים מוצרים מסוימים שבבעלותם עם

1 פרויקט קיימות עירונית חוות דעת מומחה בנושא: נקודת מבט כלכלית, מרכז מאקרו לכלכלה מדינית, מרץ 2014 <http://www.ukayamut.com/wp-content/uploads/2013/11/חוות-דעת-כלכלית-מרכז-מאקרו-ערוך.pdf>

הקבוצה, אשר נהנית כולה מן הערך שמוצר זה מספק. כאשר רק שוכרים את השימוש במוצר ולא קונים אותו, או כאשר קבוצה גדולה משתמשת באותו המוצר, השימוש במוצרים עצמם נעשה אינטנסיבי יותר ותחלופתם איטית יותר, כך שהיקף ייצורם קטן, אך הערך שמפיקים מכל אחד מהם גדל. בנוסף, לנותן השירות יש אינטרס להשתמש במוצרים עם אורך חיים משמעותי, לתחזק אותם כראוי ולהימנע מהחלפתם. מעבר לשימוש כזה במוצרים מחליש את תלותה של הצמיחה בניצול משאבים מוגבלים ותומך בהפיכתה לבת-קיימא.

על-פי (Belk, 2014)², בעוד ששיתוף הינה תופעה שתחילתה בשחרר האנושות, הרי שכלכלה שיתופית וצריכה משתפת הן תופעות הייחודית לעידן האינטרנט. התפתחות הטכנולוגיה, ובעיקר תחום הרשתות החברתיות, אפשרו פונקציות כמו פרופילים חברתיים ומעקב אחרי מוניטין (reputation tracking), המאפשרים יצירת אמון בין זרים. על-פי Botsman and Rogers (2010)³, אמון הוא אחד מעקרונות היסוד הנדרשים לתפקודה של מערכת המתבססת על צריכה שיתופית. כך למשל, על מנת שאנשים יכניסו אל ביתם או מכוניתם אנשים אחרים, יש הכרח ביחסי אמון ותחושת בטיחות בין המשתמשים. התקשורת בין משתמשים נעשה נוחה יותר באמצעות ממשקים גרפיים ידידותיים בהם נעשה שימוש במגוון יישומים של כלכלה שיתופית.

טכנולוגיות מובייל, בהן נעשה שימוש באפליקציות המותקנות על סמארטפונים, תרמו אף הן להתפתחות אפליקציות התומכות בצריכה משתפת. הנגישות הגיאוגרפית לאנשים ומשאבים, ההכרחית לקיומה של צריכה משתפת, מתאפשרת באמצעות פונקציות מבוססות מיקום העושות שימוש בטכנולוגיות מיפוי GPS. כך ניתן ל"שדך" סחורות או שירותים אל צרכנים באזור הגיאוגרפי המתאים ובזמן המתאים⁴ (Owyang, 2014).

טכנולוגיה נוספת התומכת בצריכה משתפת באמצעות מדיה דיגיטליים היא המסחר האלקטרוני (e-commerce) והיכולת לבצע פעולות תשלום תוך שימוש באינטרנט, בצורה פשוטה, זולה, מהירה ובטוחה, דבר המאפשר לצרכנים לרכוש אמון ולבטוח בפתרונות טכנולוגיים העושים שימוש בשיטות תשלום אלקטרוניות (Owyang, 2014). במקביל,

2 Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* (67), 1595-1600.

3 Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours*. New York: Harper Collins Publishers.

4 Owyang, J. (2014, October 30). Web-strategist.com. Hentet November 1, 2014. The three reasons why Collaborative Consumption is happening right now: <http://www.web-strategist.com/blog/2014/10/30/the-three-reasons-the-collaborative-economy-is-happening/>

בשנים האחרונות אנו עדים להתהוותם של מטבעות דיגיטליים אלטרנטיביים לשיטות התשלום המקובלות.

על-פי בוצמן ורוג'רס (Botsman and Rogers, 2010), את מערכות הצריכה המשתפת ניתן לחלק לשלוש קבוצות עיקריות: **שווקי הפצה מחדש, אורח חיים משתף, ומערכות מוצר-שירות**. שלוש הקבוצות מגדירות מחדש לא רק את מאפייני המוצרים והשירותים הנצרכים, אלא גם את דפוסי הצריכה.

שווקי הפצה מחדש (Redistribution markets) מאופיינים על-ידי חלוקה מחדש של מוצרים שאינם נחוצים על ידי המשתמש הקיים, או מוצרים בהם נעשה שימוש מועט. בעוד שמערכות מסוג זה היו קיימות עוד קודם, רמת השימוש בהן ורמת פיתוח מערכות חדשות בקטגוריה זו הואצו עקב ההתפתחות הטכנולוגית שנסקרה לעיל. רשתות חברתיות מאפשרות למשתמשים להפיץ מחדש מוצרים אלה, אם דרך החלפה בין משתמשים או דרך מכירה. Ebay למשל היא פלטפורמה מוכרת ופעילה להחלפה ומכירה של מוצרים.

אורח חיים משתף (Collaborative lifestyles) - בקטגוריה זו נכללים שיתוף והחלפה של נכסים שאינם פיזיים או מוחשיים, כגון זמן, מרחב, כישורים וכסף ברמה המקומית (Botsman and Rogers, 2010). דוגמה מרחבית לכך היא Airbnb. דוגמה נוספת היא השימוש במערכות לנסיעה משותפת (ride sharing)⁵ ⁶. הספרות בנושא נסיעות משותפות עוסקת בעיקר בהיבטי יוממות (commuting) - התניידות יומיומית לעבודה, דבר המשקף את ההקשר היישומי העיקרי של מערכות מסוג זה. יחד עם זאת, למערכות שיתוף נסיעות עשויים להיות יישומים גם בהקשרים אחרים - כגון נסיעה משותפת למטרות בילוי או פעילות חברתית (כגון חוגים).

מערכות מוצר-שירות (Product service systems) מאפשרות לצרכן להפיק תועלת מהשימוש במוצר (הנמצא בבעלות של פרט או ארגון) מבלי לרכוש אותו או מבלי לקבל עליו בעלות. באופן זה מסיר המשתמש מעליו את המעמסות הכרוכות בבעלות, תחזוקה ותיקון של הנכס. דוגמה לכך הן מועדוני רכב (car clubs) הידועים גם בשם מערכות לשיתוף רכבים (car sharing).

5 C Bartle, E Avineri (2014), Personalised travel plans in the workplace: a case study. *Municipal Engineer* 167 (4), 183-190.

6 N.D. Chan, S.A. Shaheen (2012), Ridesharing in North America: past, present, and future. *Transport Reviews* 32 (1), 93-112.

במסגרת המעבדה העירונית בחולון הודגמו רעיונות שני יישומים של צריכה משתפת: הסעה שיתופית של ילדים למרכז חוגים (המדגימה אורח חיים משתף), והקמת ספריה לשיתוף אביזרים וחפצים לפעוטות (המדגימה מערכות מוצר-שירות, אך עשויים להיות בה גם אלמנטים של שווקי הפצה מחדש).

למרות שהספרות המדעית דלה בתיאור וניתוח דוגמאות של יישומים בהקשרים הנ"ל, הרי אחת הדוגמאות הרלוונטיות למעבדה עירונית זו, הנסקרת בספרות, היא ספריה קהילתית של צעצועי ילדים.

מיזמים של ספריות צעצועים קיימים שנים רבות, כאשר המקרה הידוע הראשון הוא בלוס אנג'לס, ב-1935.⁷ קיימות גם ספריות צעצועים מתמחות - למשל כאלה המתמחות בצעצועים עבור ילדים בעלי צרכים מיוחדים, גישה שמקורה בארצות סקנדינביה ובפרט בשוודיה ("lekotek").⁸

ספריות קהילתיות של צעצועים (community toy libraries), הנסקרות על-ידי Ozanne & (2011) ועל-ידי Phipps et al. (2013),¹⁰ מאפשרות לחברים לשאול צעצועים שנרכשו על ידי הקהילה לתקופות קצובות תמורת תשלום דמי חברות והתחייבות להשתתף (ללא שכר) בפעילויות התומכות בתפקוד הספריה. במחקר על פעילויות אלו בניו-זילנד, נמצא כי קיימת חשיבות לפרישתן הגיאוגרפית של ספריות צעצועים, ולמיקומן במרכזים קהילתיים ובמקומות הנגישים לכל המשפחה. ספריות הצעצועים פונות למניעים הכלכליים לחברות, והציפיות הראשוניות של המנויים הינן פרקטיות באופיין – חסכון בעלויות, נגישות למגוון רחב של צעצועים והתנסות במוצר קודם לרכישתו.

Phipps et al (2013), מדווחים כי המנויים בספריות צעצועים בניו-זילנד מספרים על כך שניסיונם הספציפי גולש גם אל הקשרים אחרים, ומשפיע על התנהגויות צריכה אחרות, כגון השתתפות במועדוני ספרים, החלפת ביגוד, שיתוף רכבים פרטיים, שיתוף כישורים, ועוד. לפיהם, גם עולם הערכים האישיים של מנויי הספרייה עובר שינוי; הם מדווחים כי במידה

7 Moore, Julia E. (1995). "A History of Toy Lending Libraries in the United States Since 1935". Kent State University master's thesis. Retrieved 23 May 2010. cited in wikipedia

8 <http://www.lekotek.org/>

9 Ozanne, L. K., & Ozanne, J. L. (2011). A child's right to plan: the social construction of civic virtues in toy libraries. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 264–278.

10 Marcus Phipps, Lucie K. Ozanne, Michael G. Luchs, Saroja Subrahmanyam, Sommer Kapitan, Jesse R. Catlin, Roland Gau, Rebecca Walker Naylor, Randall L. Rose, Bonnie Simpson, Todd Weaver (2013), Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework, *Journal of Business Research* 66 (2013) 1227–1234

וספריית הצעצועים לא היתה בנמצא הם היו כנראה רוכשים מספר רב יותר של צעצועים, אך הם גם היו מבקרים יותר במכירות מוסך (garage sales), מנסים לבצע יותר החלפות של צעצועים עם אנשים אחרים, והיו עורכים יותר קניות של צעצועים מיד שנייה בצורה מקוונת.

3. מתודולוגיה

1. זיהוי מוצרים ושירותים בעלי פוטנציאל שיתוף שדפוסי הצריכה שלהם ממקדים אוכלוסיית יעד מוגדרת.

2. מיפוי עמדות -

- במקרה המבחן של שיתוף הנסיעות נעשה שילוב בין סדנה שעסקה בלמידה על הרגלי שימוש, על מניעים וחסמים להתנהגות, על עמדות ונכונות לקבלת שינוי ועל האמצעים להוביל הטמעה של שינוי כזה, ובין חלוקת [שאלון](#) למשתתפות הסדנה. הסדנה הוקלטה באמצעות אפליקציית הקלטה בטלפון, ועיקריה אף תועדו בכתב על ידי חברי הצוות.
- במקרה המבחן של מוצרי הפעוטות נערכו ראיונות חצי מובנים עם אמהות המהוות את קהל היעד במרכז טיף טף על ידי חבר צוות המעבדה. [לינק לשאלון](#).
- 3. אפיון ראשוני של פתרונות הנדרשים בכדי לעזור לייצר שינויי התנהגות ולענות על הצרכים.

4. מקרה המבחן של שיתוף הסעות למרכז חוגים עירוני

4.1 רקע על מרכז המחול העירוני "רעים":

במרכז המחול העירוני רעים פועלים שלושה תת-גופים מרכזיים: ביה"ס למחול, להקת המחול הייצוגית "הורה רעים" ומרכז לחוגי ספורט שונים (למשל טייקוונדו). בביה"ס למחול כ-730 תלמידים, רוב הפעילות מיועדת לגילאי 3-18 ומתקיימת בין 16:00-22:00. בלהקת המחול כ-200 רקדנים, החל מגילאי ביה"ס ועד למבוגרים. המרכז פועל בכל השבוע ויש גם פעילות בסופ"ש, לקראת אירועים, וגם הופעות ברחבי חולון ורחבי הארץ. התפלגות תלמידי ביה"ס למחול לפי גילאים: 91 משתתפים בגילאי 3-6, 121 בגילאי 6-10, 534 בגילאי 10-18, 227 בגילאי 18+. מפילוח לפי בתי ספר נראה שלמרכז מגיעים מכל העיר ואף מערים אחרות, אך מגיעים יותר מהשכונות הסמוכות למרכז המחול, במרחק הליכה. מפות המייצגות את תמונת המצב הזו עובדו לצורך המעבדה ומצורפות לפרק 4.3 הסוקר את ממצאי מקרה המבחן (איורים 1,2).

הורים רבים לילדים בגילאים צעירים המשתתפים בחוגים נשארים לחכות עד שסיימו ילדיהם את השיעור (אצל הבוגרים יותר, פחות נשארים). דבר זה יוצר צפיפות במסדרונות, אך גם

מפגש חברתי. אנשי הצוות סיפרו שהם יודעים שאחד החסמים להרשמה הינו אפשרויות ההגעה למרכז. התחבורה הציבורית אליו לא טובה ויש מעט מאוד חנייה. ככל שעולים בגילאים, תדירות השיעורים גוברת, והדבר מהווה מחסום להמשך, בין השאר בגלל בעיית הנגישות למרכז. לכן רוב התלונות על ההגעה מגיעות מהורים לגילאי 11-12, בהם עולה האינטנסיביות של השיעורים, אך עדיין לא נותנים לילדים ליסוע לבד. במרכז יש קבוצה של הורים ותיקים ופעילים שבמובנים מסוימים ניתן להתייחס אליה כאל "ועד הורים".

4.2 תהליך העבודה

התקיימה פגישת הכנה עם צוות מרכז המחול העירוני רעים, במשרדי רשת קהילה ופנאי ב-17/2/15. בפגישה זו הוצג המרכז ועלו חסמים ראשוניים לגבי שיתוף ההסעות. כפי שצויין, חברות צוות מרכז המחול טענו שאחד החסמים להרשמה הוא ההגעה למרכז מכיוון שהתחבורה הציבורית אליו לא טובה, ויש מעט מאוד חנייה. לטענתן, הבעיה מחרפה ככל שעולים בגילאים מכיוון שתדירות השיעורים גוברת. חסמים נוספים שהעלו חברות הצוות היו: סוגיית האמון (וטענו שהמכנה המשותף של היותם הורים במרכז רעים יעזור לבנות אמון), חשש שהעבודה הכרוכה בתפעול המערך תיפול על כתפיהן העמוסות ממילא.

סדנה להורי המרכז נקבעה והתקיימה ב-18/3/15 בשעה 20:00. לקראת הסדנה פנה צוות המרכז למחול להורים שונים לפי קבוצות הלימוד השונות במרכז, לאחר שהתבקשו לנסות להביא חתך הורים מגוון ככל הניתן (מבחינת סוגי הפעילות של הילדים, גילאי הילדים, גיל ההורים, מעמד סוציו-אקונומי וכו' חשוב מאוד שיהיה ייצוג לשכונות שונות ובעיקר לאלו שאינן צמודות למרכז). במקור תוכננה הסדנה עבור כ-12-15 משתתפים. ההזמנה של ההורים היתה אישית, על ידי המורים של התלמידים ועל בסיס ההזמנה שאנחנו ניסחנו עבורם. בימים שלפני הסדנה ההערכה היתה שיגיעו כ-11 אמהות שאישרו הגעה¹¹. בפועל הגיעו 5 אמהות בלבד. למרות מיעוט המשתתפות, הקבוצה היתה מגוונת וכללה אמהות שמסיעות באופן קבוע, אמהות ללא רכב שלא מסיעות ואמהות בעלות רכב אשר מסיעות באופן לא קבוע (ומתמודדות עם צורך לתאם כל פעם מחדש).

הסדנה תוכננה בשלושה סבבים של שאלות/דיונים:

- החלק הראשון נועד לאסוף מידע ראשוני על הבעיות הקיימות והעמדות הבסיסיות בסוגיית ההסעות. אחריו תוכנן הסבר כללי על כלכלה שיתופית.
- החלק השני נועד לזהות את הפוטנציאל של שיתופיות בהסעות לפני שעוסקים בהעלאת פתרונות.

11 בין ההורים שאישרו הגעה והשתתפו במפגש לא היו אבות. אי לכך, ההתייחסות למשתתפים מכאן ואילך היא בלשון נקבה.

החלק השלישי תוכנן לעסוק בפתרונות שיעלו מהמשתתפים ובדיקת תגובות לרעיונות ראשוניים שעלו בצוות.

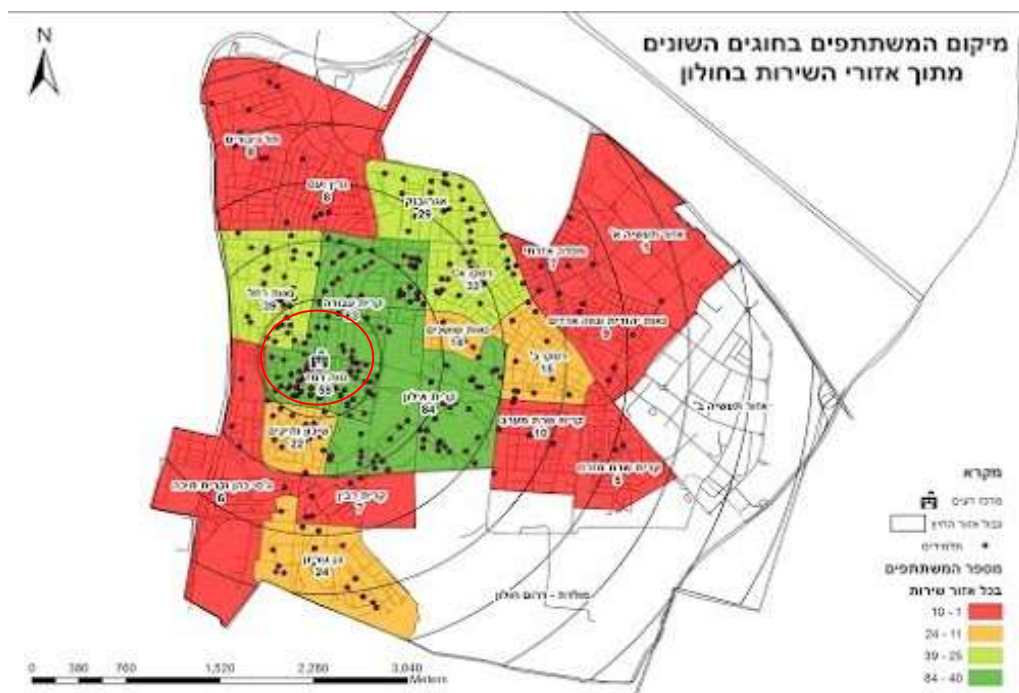
לאחר הסדנה ביקשנו מצוות המרכז מידע שכלל את כתובותיהם וגילאיהם של כ- 750 תלמידים במרכז כדי לבחון האם אכן קיים קשר ברור בין המרחק ממנו אמורים התלמידים להגיע וגיל התלמידים (היכולת להגיע עצמאית לעומת הצורך בהסעה) ובין כמות התלמידים המגיעים מאותו אזור. כל המידע עובד והועלה על גבי מפות הממחישות את הקושי להגיע למרכז מהשכונות המרוחקות (איורים 1,2).

4.3 ממצאים:

סוגיות מרכזיות שעלו בשיחה עם צוות המרכז:

סוגיית האמון והביטחון עלתה בקרב הצוות סביב השאלה איך אוכל לסמוך על המסיע (שינהג בזהירות/שידאג לילדי/שילווה אותם בזהירות עד לכניסה לחוג/שאינו סוטה)? סוגיה זו חזרה על עצמה גם בסדנה שערכנו והיא מוכרת כסוגייה בסיסית בתחום השיתופיות. צוות המרכז הביע חשש שמערך ההסעות ייצר עוד עבודה עבורו, ויגביר את העומס. הן תהו של מי תהיה האחריות על המערך (למשל אם לא אספו ילד, מי נושא באחריות). כהמשך לאותו דיון, ואולי כמוצא מאותו חשש, תהו האם בכלל צריך ליצור מערך הסעות/תחבורה ציבורית מהשכונות לשאר חלקי העיר, לאוו דווקא למרכז המחול. בנוסף הן ציינו שחשוב להן שיתבצע פיילוט במהלכו ייבחנו ההצעות שיעלו מהמעבדה (אולי עבור חוג מסויים, או חתך גילאי מסויים).

כאמור, באותה פגישה עם צוות המרכז קיבלנו נתונים ראשוניים לגבי פילוח ההגעה של תלמידים למרכז על פי בתי-ספר. בעזרתה של ענת סגל, מנהלת המרכז ואליעז קליין, שעובד עם האגף לתכנון אסטרטגי בעריית חולון ביצירת מפות GIS, הצלחנו לבנות מפות הממחישות את הקשר בין המרחק ממרכז רעים לבין ההגעה לפעילות בו.



איור 1 – מיפוי כמות המשתתפים בחוגי מרכז המחול לפי אזורי שירות

איור 1 מדגים כיצד ככל שמתרחקים ממרכז רעים (מבוטא במפה בטבעות המתרחקות מהסמליל שבמרכז) כך יש פחות משתתפים בפעילות (מבוטא במספר הנקודות ובהתאם בצבע).

איור 2 מציג את החלוקה בין קבוצות הגיל השונות בכל איזור שירות עירוני. יש לשים לב שהעוגות מציגות חלוקה יחסית ולא כמותית, כך שבעוגות הנמצאות באזורי השירות הירוקים יש יותר ילדים המשתתפים בפעילות מאשר בעוגות באזורים האדומים. בנוסף יש לקחת בחשבון שפעילות מחול לגילאים מבוגרים לא מוצעת ברוב המרכזים הקהילתיים, לעומת חוגי מחול לגילאים הצעירים. ניתן לראות באיור שמהאזורים המרוחקים מגיעים באופן יחסי פחות תלמידים לקבוצות הצעירות (גילאי א-ו).



איור 2 – מיקום המשתתפים בחוגי המרכז לפי גיל בקבוצות גיל

מתוך השאלונים שחולקו בסדנה לא עלו תובנות ייחודיות (ייתכן כי הם מולאו כלאחר יד), אך ניכר היה שנושא השיתופיות איננו מוכר בקרב המשתתפות ושפלטפורמת השיתופיות המוכרת ביותר היא Yad2 (שלמעשה אינה פלטפורמת שיתופיות אלא שימוש נוסף).

למרות מיעוט המשתתפות המפגש היה מוצלח ואושש את התובנות שעלו מהשיחה עם צוות המרכז.

בעיית האמון האינהרנטית במעבר לכלכלה שיתופית חזרה גם בסדנה כששמענו מהאמהות שיש חשיבות רבה (לפחות בתחילת התהליך) למוכרות המשתתפים ויציבות בקבוצת שיתוף הנסיעות (שלא ישתנו בכל הסעה). נושא האמון מתחזק במקרה המבחן של ההסעות עם החרדות שהעלו האמהות מאירועים נדירים ומאנשים שנתפסים כמסוכנים.

נקודה שנייה שעלתה היא שכבר בתוך המגוון המצומצם של משתתפות הסדנה ראינו שחלוקת הנטל בהשתתפות בהסעות לא יכולה להיות שוויונית לגמרי. יש הורים שלא יכולים להסיע באופן סדיר, או שלא יכולים להסיע בכלל, ואחרים שיכולים להסיע תמיד. לכן חשוב יהיה ליצור איזון באשכולות ההסעה מבחינת היכולות והזמינות להסיע.

נקודה שלישית שזוהתה היא שהבדלי הגיל בין ילדים צעירים ובוגרים יותר – הינו גורם המשפיע על הליווי וההסעה. הורים לילדים מאוד צעירים (עד כיתה א' בערך) יחששו לשלוח את ילדיהם לבד מחשש שלא ימצאו את דרכם בתום השיעור או יצטרכו לצאת באמצע השיעור לשירותים. ילדים בגילאי ביה"ס יכולים להסתדר יותר בקלות בכוחות עצמם. ילדים בגיל תיכון כבר יכולים להגיע גם בתחבורה ציבורית או ברגל/אופניים.

הנקודה הרביעית שעלתה היא חשיבות לקשר משולש דרך אפליקציה – הורה הילד, הורה מסיע, המרכז. קשר זה יאפשר בקרה על ידי צוות המרכז ויעזור לפוגג חששות מצד ההורים. סוגיות נוספות שעלו בדיון ויכולות להשפיע: זמן, עלויות הנסיעות, בטיחות בנסיעה/נהיגה, שעות החוגים והחפיפה/חוסר חפיפה ביניהם, תדירות הצורך להסיע, המרוץ של הורים כדי להגיע בזמן להסעה לחוג, משך הנסיעה כהזדמנות לזמן איכות אינטימי עם הילד.

4.4 מסקנות

נחיצותו של פתרון לסוגיית ההסעות עולה בבירור מהמפות שייצרנו. פתרון כזה ינגיש את המרכז ליותר משפחות משולי העיר. מערך ההסעות יחזק את הקשר בין ההורים לבין עצמם ואולי גם בינם לבין מרכז המחול ובכך יעזור ליצירת קשרים קהילתיים-עירוניים. חשוב לקחת בחשבון שלמרכז המחול יש גם אינטרס כלכלי ביצירת מערך ההסעות, דבר שאולי יתמרץ אותו או את רשת קהילה ופנאי (החברה הכלכלית העירונית המפעילה אותו) לקדם את מציאת הפתרון המתאים.

סוגיית האמון:

מתוך מקרה המבחן של מרכז המחול רעים ניתן לקבוע תחילה שהגורם האנושי של האמון הוא החסם המרכזי, ואילו האלמנט הטכנולוגי הוא הרובד הפשוט יותר של שילוב השיתופיות בסוגיה. לכן, לא משנה איזה פתרון טכנולוגי או לוגיסטי ימצא, חשוב לשלבו במערך הטמעה שיבנה את האמון ויצור היכרות בין המשתתפים. להערכתנו, מפגש התנעה של התהליך ואולי

עוד כמה מפגשים חברתיים לאורך השנה של משתתפי מערך ההסעות יכולים לעזור לכך. קיבלנו את הרושם שלעיתים גם היכרות שטחית מקלה על החשד (מסקנה שעלתה גם במקרה המבחן השני).

נדרשת חלוקה מרחבית:

אנו ממליצים לחלק את ההסעות לאשכולות על בסיס שעות החוגים (ניתן לשלב ילדים מחוגים שונים וגילאים שונים) עם עדיפות לילדים שגרים סמוך אחד לשני או על נתיב נסיעה סביר. שירותים כמו של חברת Moovex יכולים לעזור למצוא את הפתרון האופטימלי לכך. לאשכולות הקרובים למרכז המחול ניתן גם ליצור מערך הליכה ברגל בליווי מבוגר, בדומה ל"אוטובוס הליכה".

שיתוף אוכלוסיה לא ממונעת:

לגבי האיזון בין היכולת להסיע בתוך כל אשכול, חשוב מאוד לאפשר לכל משפחה להצטרף, גם אם אין לה רכב או יכולת להסיע באופן סדיר. כפי שעלה בסדנה, חוסר איזון כזה עשוי לעורר אי נוחות אצל המשפחות שנעזרות בשירותי ההסעה של שאר האשכול (לפחות במסגרת הסדנה, האמהות המסיעות שהשתתפו לא חששו בכלל מחוסר איזון שכזה ולא היה להן איכפת להסיע גם ילדים שלא משתתפים בנטל ההסעות). כדי ליצור את האיזון המשפחות שלא מסיעות יכולות לשכור שירותי הסעה (למשל בעזרת מוניות), או להיעזר בקרובי משפחה אחרים (סבא וסבתא למשל). גם אם תרומתן לא זהה לזו של הורים אחרים באשכול, חשוב לקיים אותה וליצור איזון מערך מאזן. תרומתם יכולה גם לבוא לידי ביטוי בדברים אחרים, כמו תרומה להפעלת מערך ההסעות כולו, ארגון של כיבוד ומזון באירועים משותפים וכו' (רעיונות אלו עלו מתוך השיחה בסדנה).

לגבי הנושא הביטוחי, שעלה בסדנה כחשש, אנו מציעים להשאיר את הדברים באופן הפשוט ביותר - כל משתתף במערך צריך להצהיר שהנהגים שיסיעו בשמו (הוא עצמו או מישהו מטעמו) הם בעלי רישיון בתוקף, והרכב בעל רישיון וביטוח בתוקף. להערכתנו כל עיסוק מעבר לכך עשוי להגביר את מידת חוסר האמון.

פתרון טכנולוגי:

מבחינת איפיון הממשק, יש כמה מאפיינים שאנו יכולים להמליץ עליהם שעשויים לעזור להתגבר על החסמים שצויינו:

אפשרות למעקב תוך כדי תנועה אחר מקום הימצאו של הרכב המסיע (פונקציה הקיימת למשל בשירות GetTaxi) יאפשר גם להיות מוכנים בזמן לאיסוף וגם לדעת שהילדים הגיעו למרכז המחול בזמן לחוג. אפשר גם לשלוח תמונה של הילדים בכניסה למרכז המחול בתוך

האפליקציה או בקבוצת שיחה (למשל בWhatsapp) כדי לאשרר את ההגעה. שילוב מסלול הנסיעה עם אפליקציה כמו waze יוכל לעזור לתכנן את משך הנסיעה עם כל העצרות שלה ולאפשר להגיע בזמן לחוג.

לאחר שהתחלנו לבחון את איפיון האפליקציה שתשרת את ההורים שישתתפו במערך ההיסעים, גילינו שיש אמצעים קיימים ומשיקים בישראל. ישנן כמה אפליקציות שעוסקות ב'שידוך' טרמפיסטים או יצירת carpool, וממש בעת כתיבת דו"ח זה google ו waze שפעילה הכריזו על השקת פילוט עולמי בנושא, בישראל. אנחנו פנינו לחברת moovex, שפעילה בתחום ייעול מערכי הסעה לחברות ועירויות. נפגשנו עם אוהד נוי, מנכ"ל החברה, שהציג לנו את פעילותם ואת הכניסה שהם עושים לתחום יצירת הסדרי הסעה במקומות עבודה על בסיס carpool. אמנם, במקרה הנ"ל, הסדרי הסעה קבועים מבוססי הסעת הורים נראו לנו יותר מתאימים מבחינת האיפיון שלהם מאשר אפליקציה לשידוך טרמפים או נוסעים מזדמנים.

בנוגע לכלל המסקנות וההמלצות בפרק זה חשוב לסייג אותן בכך שהן לא עברו תיקוף. אנו מקווים שמעט אחרי הגשת הדו"ח יתאפשר לנו לערוך מדגם משתמשים בקרב ההורים במרכז רעים כדי לקבל משוב על ההמלצות הללו.

5. מקרה המבחן של שיתוף במוצרי פעוטות

5.1 רקע על הורים צעירים בעיר ומרכז טיפ-טף

תחום הילדים נחרט על דגלה של עיריית חולון, המוכרת כ"עיר הילדים", משקיעה בו מאמצים ומשאבים רבים. לאחרונה הוקם גם [אגף העוסק בצעירים](#) (גילאי 20-35), המהווים כרבע מאוכלוסיית העיר. אוכלוסיית היעד של מקרה מבחן זה משלבת את שתי האוכלוסיות הללו - פעוטות וצעירים (מתוך הנחת העבודה שרבים מההורים לפעוטות נכנסים לקבוצת הגיל המוגדרת בעירייה כצעירים).

[מרכז טיפ-טף](#), בו קיימנו את הראיונות עם הורי הפעוטות, פועל בחולון כשנה. קהל היעד שלו הם ילדים בגילאי 0-3 ומגיעים אליו כ- 80 הורים עם ילדיהם מדי יום. המרכז מתמחה במתן כלים לתקשורת איכותית בין הורה לילד, הנאה וביטחון. המרכז מציע פעילות פתוחה עם ליווי מקצועי, חוגים קבועים, הרצאות להורים, סדנאות וייעוץ פרטי. לדברי איריס גרנות - מנהלת המרכז, מאפייני האוכלוסייה המגיעה הטרונגניים.

5.2 תהליך העבודה

בישיבות המקדימות עם נציגי עיריית חולון קיבלנו את הרושם שלהבדיל מנושא השיתוף בהסעות, נושא השיתוף במוצרי פעוטות לא זוכה לקונצנזוס גורף. הרגשנו שיש התנגדות

כלשהי לרעיון הצריכה המשותפת בצורה זו, תחושה שהתאמתה ותורחב בשלב פירוט הממצאים. בשל כך, היו כמה ניסיונות לזהות כיצד להגדיר את אוכלוסיית היעד של מקרה המבחן ואיך להגיע אליה. לאור הקושי בגיוס משתתפים לסדנה במרכז רעים הוחלט שלא לקיים סדנה במסגרת מקרה המבחן הזה. במקומה ערכנו ראיונות קצרים על בסיס שאלון חצי מובנה ([מצורף](#) כקישור) במרכז לפעוטות טיפ-טף.

כהכנה לקיום הראיונות התקיימה פגישה מקדימה עם מנהלת מרכז טיפ-טף בחולון. כמו כל הגורמים האחרים שעבדנו איתם בעיר, גם כאן התקבלנו בדלת פתוחה. מנהלת המרכז ביקשה שנקפיד ביום הראיונות שלא לכפות עצמנו על ההורים ולכבד את רצונם. נערכו ראיונות עם 10 אמהות וניתוחם מוצג בפרק הבא.

5.3 ממצאים

בחלק זה יוצגו ממצאים מרכזיים מהראיון הקצר שערכנו במרכז טיפ-טף עם הורים אקראיים שהגיעו לשם. רואינו עשר אמהות. פירוט רב יותר של השאלות והתשובות ניתן למצוא בנספח.

הנשאלות מתאימות לחתך האוכלוסייה שחיפשנו - הורים צעירים (גיל ממוצע 32, כשלוש ילד אחד או שניים).

- רוב המוצרים (85%) שבשימוש המשפחות הם ממקור חדש (קנו בעצמם או קיבלו במתנה).
- המוצרים שבשימוש חוזר התקבלו ברובם מאנשים מוכרים (ברובם מהמשפחה, אח"כ מחברים ורק מעט מיד שנייה).
- המשיבות זיהו את היתרון הכלכלי שבשיתוף מוצרים, וגם הדגישו את החשש מחוסר היגיינה, הנתפס כאחד מהחסמים המשמעותיים. הזיהוי של השימוש במוצרים משומשים עם אוכלוסיות נזקקות נתפס כחסם נוסף בקרב המשתתפות.
- המוצרים המשומשים שקיבלו המשפחות היו שייכים לכל שלושת הקטגוריות המרכזיות שהגדרנו (בסדר יורד, אך ללא הפרש גדול): קשיחים (כולל: לול, עריסה, כיסא לרכב, הליכון, עגלה, שידה, מנשא), משחקים (כולל: אוניברסיטה, מובייל, טרמפולינה, חרוזי השחלה, כדורים, בובות), רכים (כולל: בגדים, סדינים). אולם, כשנשאלו אילו מוצרים היו מוכנות לשתף ענו האמהות כי יותר קל לשתף מוצרים קשיחים ומשחקים לעומת הרכים. ממצא זה עולה בקנה אחד עם החסם סביב נושא ההיגיינה.

הרוב לא היו קונות מוצרים מיד שנייה, למרות שהן מכירות פלטפורמות מכירה של יד שנייה וגם מנוסות בשיתוף קבצים. לפחות ברמה המוצהרת, נראה שאין חסם של לגיטימציה חברתית לשיתוף - המשתתפות השיבו שהאנשים סביבם לא יתנגדו להצטרפותן למערך שיתוף חפצים. אנקדוטה מעניינת שצוינה על ידי אחת המשתתפות היתה כי לדעתה התפתחות פלטפורמות כ-2YAD מצמצמת את הסולידריות החברתית ואת המתן לנזקקים כי אנשים רואים את פוטנציאל הרווח שיש בחפצים משומשים, וכבר פחות מוסרים אותם. אחת המשתתפות, באמירה אגבית, אמרה על אתר אגורה שזה "רק כדי לתת" (כמובן שהמשפט מכיל כשל לוגי, אך אולי מצביע על היחס למוצרים משומשים).

- נגישות, נוחות וזמינות של השירות הסתמנו כגורמים בעל השפעה רבה, במיוחד לאור תמונת המצב שעלתה בשאלה אחרת ולפיה האמהות מרגישות מאוד עמוסות וללא יכולת להוסיף לעצמן מטלות.

5.4 מסקנות

טיפול בחסמים ותמרוץ ההצטרפות:

החסמים שעלו מהראיונות שערכנו מראים שלקהל היעד יש בעיקר חסמים תרבותיים ותפיסתיים. החסמים נעים סביב החשש מבעיות היגיינה - שהוא גלגול פרטי של חסם האמון המאפיין את המעבר לשירותיות¹², ומהתחושה ש"משומש זה לנזקקים", או בתצורתה האחרת אצל הורים המשקיעים בצידוד עבור הילד הראשון "שירוץ אתי הלאה ויהיה רק שלי".

כפי שעלה בממצאים, האמהות מבינות את היתרון הכלכלי שבשיתוף המוצרים, וחלקן אף זיהו את הנוחות הנוצרת כשלא צריך לאחסן אותם בבית, אך כנראה שהרתיעה משימוש במוצרים שלא ידוע מי השתמש בהם קודם מאפילה על היתרונות. לכן אנו ממליצים שהפתרונות יגיעו בעיקר בתחום התודעה, הלוגיסטיקה הרבה פחות קריטית. מתוך שיחות בצוות המעבדה החלטנו שמוטב להמליץ על מערך שיתוף מוצרים הפועל ממקום פיזי, ולא כממשק וירטואלי. זאת משתי סיבות: ראשית- מקום פיזי אליו מגיעים הורים יצור יותר מפגש אנושי ויעזור בבניית הקהילה סביבו, שנית- במקום מוסדר יהיה יותר קל לטפל במוצרים שמגיעים וליצור סטנדרטיזציה של ניקיון ואיכות מאשר במערך וירטואלי המקשר בין אנשים (נקודה זו תורחב בהמשך).

¹² שירותיות היא גישה מסחרית בה עוברים מצרכים ובעלות של מוצרים לצריכת שירותים. דוגמה מוכרת היא שירותי השכרת אופניים עירוניים המציעים חלופה לבעלות על אופניים.

יחד עם זאת, חשוב מאוד שכל מערך השיתוף והמקום הפיזי שלו יהיו נגישים, נוחים ופשוטים לשימוש וממותגים כ"מגניבים" ו"שיקיים". מיקום של "חנות" שיתוף שכזו צריך להיות במקום אליו גם ככה מגיעים ההורים, כמו מרכז קהילתי, טיפת חלב, מרכז מסחרי, מרכז לפעוטות (כמו טיפ-טף), גינת משחקים וכו'. כפי שהעלו חלק ממשנתפות הראיונות, חשובה הנגישות הפיזית, כולל חנייה ונגישות עם עגלות. גם על מהלך הרישום לשירות להיות פשוט, יכול להיות שיוכל להישען על מערך כמו של ספרייה או אפילו ליצור רישום אינטרנטי מראש.

אנו ממליצים שהחברות במערך השיתוף במוצרים תהיה סוג של חברות במועדון. יש לכך כמה סיבות: ראשית, ראינו שהתמריץ הכלכלי זוהה אצל המרואיינות ואנחנו חושבים שכדאי לחזק אותו כמוטיבציה. החברות במועדון תוכל לאפשר לחברים להשתתף בפעילויות מיוחדות שיערכו עבורם או להקנות הנחות בפעילויות מיוחדות להורים וילדים (סדנאות הורות, פעילות במרכזים כמו "טיפ-טף" וכו'). חשוב להדגיש כי כדי להישאר נאמנים למטרות הפרויקט איננו ממליצים על מתן הנחה בחנויות למוצרים לפעוטות. שנית, מועדון חברים מיוחד יעזור לתמוך בצורך במיתוג מוצלח של מערך השיתופיות וליצור איזושהי אקסלוסיביות. שלישית, אנחנו ממליצים לקיים כמה אירועים שנתיים גדולים עבור חברי המועדון כדי להגביר ההיכרות בין משתתפי המערך (וכך ההשאלה לא תהיה רק מ"זרים") ולבנות יותר אמון (בדומה להמלצה ממקרה המבחן השני).

טיפול בחסם ההיגינה:

כאמצעי נוסף להתגבר על חסם ההיגינה וכדי לתת יותר לגיטימציה למערך אנו מציעים ליצור פרוטוקול של טיפול במוצרים המגיעים למערך (למשל כביסה בהרתחה), שיכלול גם התייחסות לתקני בטיחות (למשל כיסאות בטיחות בני יותר משלוש שנים יוצאים מהמערך). הפרוטוקול יקבע בעזרת רופא ילדים ואולי משהו ממכון התקנים ותהיה שקיפות לגבי וסימון ברור של הפרטים שעברו את הטיפול על פיו.

לאור הפער בין המוצרים המשומשים שנצרכים בפועל (כל הקטגוריות היו די דומות) לבין המוצרים שהמשיבות טענו שיסכימו לשתף ביניהן (מוצרים קשיחים, משחקים ורכים על פי הסדר היורד הזה) אנחנו סבורים שכדאי שמערך השיתופיות יתמקד בעיקר במוצרים קשיחים ומשחקים, לפחות בתקופת ההטמעה הראשונה שבה רוצים ליצור אמון מקסימלי במערך ומיתוג מוצלח שלו. כמו כן יש לציין כי במוצרים הקשיחים ובמשחקים קל יותר לטפל מבחינת ניקיון (לפחות למראית עין).

כמו במקרה המבחן הקודם, גם כאן בנוגע לכלל המסקנות וההמלצות חשוב להסתייג מכיוון שמסיבות לוגיסטיות לא נערך להן תיקוף במסגרת המעבדה.

6. סיכום

שני מקרי המבחן שנחקרו במעבדה הצביעו על חשיבות נושא האמון ביצירת מערכות של כלכלה משתפת, כפי שעלה גם ממחקרים בעבר. עצם יצירתה של מערכת חדשה ושונה מהמקובל מושכת אליה תשומת לב מיוחדת ומעוררת חשדות. לצורך המחשה, אמהות שהשתתפו בסדנה במרכז למחול רעים הביעו חששות לגבי חוסר ההיכרות והרקע של ההורים המסיעים, כשבאופן נורמטיבי, במקום אחר בו קיים מערך הסעות מוסדר (כגון בי"ס), הורים לא טורחים לבדוק מיהם הנהגים שמסיעים את ילדיהם.

להערכתנו, ההפרש בין 'יש אמון' ל'אין אמון' הוא קטן מאוד. הדבר מגולם במקרה עליו סיפרה אחת האמהות שרואיינה למקרה המבחן של שיתוף מוצרי הפעוטות כשאמרה שהיא לא לוקחת מוצרים מיד שנייה. מיד לאחר מכן אמרה שהיא כן לוקחת מהמשפחה, ושפעם אפילו קיבלה דברים משכנה אשר לא הכירה, שניגשה אליה במעלית והציעה לה חפצים. הסיפור מדגים עד כמה בסיסית צריכה להיות ההיכרות שתבסס מספיק אמון ליצירת השותפות. לפיכך, אנחנו ממליצים לקיים מפגשים שונים בין חברי קהילות השיתוף, במיוחד בתחילת התהליך, שיאפשרו לראות אחד את השני ולבנות את בסיס האמון המינימלי הנדרש.

לבניית האמון במפגשים קהילתיים שכאלו יש גם חשיבות כחלק מיצירת אלטרנטיבה תרבותית. כחלק מהשינוי התפישתי שנדרש במעבר לקיימות עירונית, כפי שהוגדר בחלקים קודמים של פרויקט הקיימות העירונית, צריך להתגבר על חוסר האמון הקיים בין אנשים שונים בקהילה וגם בין תושבים לרשות, או בין בעלי עסקים. תובנה זו עלתה גם במעבדה השנייה שהתקיימה בחולון (כלכלה שכונתית) ובמעבדות עירוניות נוספות במסגרת הפרויקט. לדעתנו, מערכות שיש בהן אמון הדדי מהוות חלופה תרבותית לקיים ולכן חשוב להשקיע מחשבה ומשאבים בבניית האמון.

מעבר לחשיבות בניית האמון במערכות הכלכלה המשתפת, ראינו שקיים מגוון רחב של פתרונות טכנולוגיים ופרוצדורליים שמטרתם למוסס את החסמים המנטליים. בין החסמים שזוהו נתקלנו בפחד מתקיפה, בטיחות, דימוי חברתי וחששות מלכלוך וזיהום. מצאנו שלמשתתפים במחקר קל יותר לשתף כשהם רואים בבירור את היתרון בכך, היכול להתבטא בחיסכון בזמן ובמאמץ המושקעים בהסעות, או חיסכון בהוצאה גבוהה על מוצרי התינוקות היקרים. כדי להדגיש את הכדאיות ויחד איתה להתגבר על חסמי הדימוי החברתי, חשוב ליצור אקסלוסיביות עבור המצטרפים לקהילת השיתוף, למשל על ידי חברות במועדון.

נספח נתונים מסקר אמהות במרכז טיפ-טף

- גיל ממוצע: 32.4
- מספר ילדים: ילד אחד - 4, שני ילדים - 5, שלושה ילדים - 1
- איזה חלק, פחות או יותר, מהמוצרים של הילד שלכם רכשתם בעצמכם? : ממוצע של כ-50%
- איזה חלק קיבלתם במתנה חדש? : ממוצע של 33%
- מה"כ כ-85% מסך המוצרים לילדים חדש (ברכישה עצמאית או כמתנות)
- האם יש לכם מוצרים שקיבלתם מיד שנייה? 8 ענו שכן, 2 ענו שלא
- סוגי המוצרים שיש מיד שנייה - תחום, מה הוא כולל ולכמה מהעונות יש אותו בבית מיד שנייה/משומש:
- משחקים (כולל: אוניברסיטה, מובייל, טרמפולינה, חרוזי השחלה, כדורים, בובות) - 7
- קשיחים (כולל: לול, עריסה, כיסא לרכב, הליכון, עגלה, שידה, מנשא) - 8
- רכים (כולל: בגדים, סדינים) - 6
- אחרים: בקבוקים ללא פטמה - 1
- ממי קיבלתם אותם?: 7 - משפחה, 3 - חברים, 1- יד שנייה
- האם הייתם רוכשים מוצרים מיד שנייה?: לא - 6, כן - 1, רק באופן תיאורטי - 1, לא בילד הראשון כי זו השקעה - 1
- האם מישהו מחבריי הקרובים או אנשים שחשובים לי, רכש מוצרי יד שנייה או משתמש בפתרונות כלכלה שיתופית שהוזכרו?: כן - 6, כן חלש - 1, לא - 2, לא חלש - 1
- האם יצא לכם להשתמש במשהו מהדברים הבאים: 8 - YAD, שיתוף קבצים - 5, חנות יד שנייה - 4, אתר אגורה - 4, 1 - CAR2GO, 3 - AIRBNB, הדסטארט - 1, לב מרקט - 1, אושר - 1
- אילו יתרונות יש במערך? שיקול כלכלי - 6, שיקול סביבתי (כולל חוסך פסולת) - 3, שיקול חברתי/טוב לנזקקים (מצביע על חסם) - 3, נוספים: זמינות, קהילתיות, לקבל דברים שלא חשבת עליהם בעצמך. היתה אחת שענתה שלא רואה יתרונות כי היא נגעלת.

- אילו חסרונות יש בו?: היגינה - 6, בלייה - 2, חסרונות נוספים שעלו: בטיחות, "רוצים חדש לאחים הבאים", אין תחושת שייכות, חשש מלהרוס במידה ומחוייבים להחזיר, קושי לוגיסטי בקבלה ומסירה
- אילו חששות יש מפניו? - רק אחת ציינה - חיידקים ואת נושא הזיהוי עם האוכלוסיות החלשות
- האם, במידה ואני אצטרף למערך המתואר, אנשים החשובים לי יתמכו (יחשבו שזה רעיון טוב) או יתנגדו? - יתמכו - 5 (שתיים מתוכן ציינו שחשוב שימותג טוב), יתנגדו - 1 (כי זה לא אמין), דיברו בעקיפין על התנגדות - 4
- האם תסכימו לשתף בציוד שלכם? כן - 4, לא - 2, מסתייגות (כולל: דרישה להדדיות, כאלו שיותר קל להם לתת מלקחת, לתת רק אחרי שהילדים גדלו) - 4
- איזה סוגי ציוד באים בחשבון? קשים - 22 (משאבות הנקה 7 כולל אחת רק במשפחה כי זה יקר ואחת רק לתת, עגלות 7 כולל אחת רק אם במצב טוב, מיטה/עריסה/לול 8), משחקים - 21 (משחקים 8, ספרים 6, בובות 7 כשאחת מהן רק מקרובים), רכים - 12 (בגדים 7 כולל אחת רק מקרובים, מצעים 5).
- מה ישכנע אתכם להצטרף למערך שכזה? נגישות וזמינות - 5, איכות הציוד - 2, לדעת ממי זה הגיע - 2, מוניטין טוב של השירות - 1
- מה יעשה את ההצטרפות והשימוש במערך פשוט ושימושי? זמינות ונגישות (כולל: חנייה קרובה, מקום שגם ככה הולכים אליו, ומנגנון הרשמה מהיר) - 6, נוספים: מבחר, שיהיה מי שיטפל בציוד וידאג לניקיון ובטיחות, שתהיה מסה קריטית של משתמשים בשירות, ממשק און-ליין
- עד כמה תהיו מוכנים להירתם לקדם אותו? הרוב לא ששו להירתם לעשייה. נראה שיש תחושה של עומס. מוכנות לעזור בהפצה של הרעיון ברשתות חברתיות
- מי לדעתכם צריך לתפעל את המערך? אפשר לחלק לשני תחומים: גורם ממסדי (כולל: עירייה, מתנ"ס, טיפוף) - 4, גורם עם חוש עסקי (כולל הורים עם חוש עסקי וחנויות תינוקות שזה יהיה משהו מתוכן) - 5