חוברת מלאה

נובמבר – חודש הקניות (כיתה ט') · חוברת מלאה – כל הפרקים

שם: _____ כיתה: _____ תאריך: _____

איך עובדים עם החוברת? בכל פרק יש קודם **קטע קריאה** ואחריו שאלות. קראו את הקטע, ואז ענו על השאלות – כל התשובות נמצאות בקטע שלפניהן.

פרק 1: שלושה אירועי קניות – ולמה דווקא נובמבר?

קטע קריאה

בנובמבר מחכים לנו שלושה אירועי קניות ענקיים.

11.11 – יום הרווקים. היום הזה התחיל בסין כ"חג" של צעירים רווקים. התאריך בנוי כולו מהספרה 1 – "אחד, לבד". אתרי קניות גדולים הפכו אותו ליום המבצעים הגדול בעולם, והוא הגיע גם אלינו דרך אתרי קניות בינלאומיים.

בלאק פריידי – "יום שישי השחור". זהו יום שישי שאחרי חג ההודיה בארצות הברית. חג ההודיה חל ביום חמישי הרביעי של נובמבר, ולכן בשנת 2026 בלאק פריידי חל ב־27.11. ההסבר המקובל לשם: זה היום שבו החנויות "עוברות מהאדום לשחור" – מהפסד לרווח.

סייבר מנדיי – יום שני שאחרי בלאק פריידי, יום של מבצעים באתרים. בשנת 2026 הוא חל ב־30.11. היום רוב החנויות מותחות את המבצעים לשבוע שלם ואפילו לחודש.

למה דווקא נובמבר? אירועי הקניות התחילו בארצות הברית ובסין. עם השנים החנויות גילו שכאשר כולן מכריזות על מבצעים באותו זמן, נוצרת התרגשות גדולה – "כולם קונים, אסור לפספס!" – ואנשים קונים יותר. נובמבר גם נמצא רגע לפני עונת החגים והמתנות בעולם, ולכן הוא "מושלם" בשביל החנויות.

ומה מיוחד ב־9 בחודש? בישראל רוב העובדים מקבלים את המשכורת עד ה־9 בחודש. ביום שהכסף נכנס לחשבון אנשים מרגישים "עשירים" ונוטים לקנות יותר. לכן הרבה פרסומות ומבצעים מתוזמנים בדיוק לימים ה־9–10 בחודש.

עכשיו ענו על השאלות לפי הקטע.

1. מתי חל בלאק פריידי בשנת 2026?

○ א. 11.11 ○ ב. 27.11

○ ג. 9.11 ○ ד. 30.11

2. למה נבחר התאריך 11.11 ליום הרווקים?

○ א. כי זה היום שאחרי חג ההודיה ○ ב. כי זה היום שבו מקבלים משכורת

○ ג. כי זה היום הקצר ביותר בשנה

○ ד. כי הוא בנוי כולו מהספרה 1 – "אחד, לבד"

3. מה ההסבר המקובל לשם "יום שישי השחור"?

○ א. כל המוצרים במבצע צבועים בשחור

○ ב. החנויות "עוברות מהאדום לשחור" – מהפסד לרווח

○ ג. זה יום שבו החנויות סגורות ○ ד. בנובמבר הימים חשוכים

4. מה נכון לגבי סייבר מנדיי?

○ א. זהו יום שני שאחרי בלאק פריידי, עם מבצעים באתרים

○ ב. זהו היום שלפני חג ההודיה ○ ג. זהו יום הרווקים בסין

○ ד. הוא חל ב־9 בחודש

5. למה הרבה פרסומות ומבצעים מתוזמנים לימים ה־9–10 בחודש? הסבירו לפי הקטע.

6. הקטע נותן שתי סיבות לכך שנובמבר "מושלם" בשביל החנויות. כתבו את שתיהן.

פרק 2: ארבעה טריקים – איך החנויות "קונות" את הקונים

קטע קריאה

לכל פרסומת יש שאלה סודית: מה החנות רוצה שנרגיש – ואיך זה ישפיע על ההחלטה שלנו? אלה ארבעת הטריקים הנפוצים בנובמבר:

פחד להחמיץ. החנות אומרת לנו שהמוצר עומד להיגמר או שההזדמנות לא תחזור: "נשארו רק 3 במלאי!", "מבצע שלא יחזור", "הזדמנות של פעם בשנה". אנחנו מרגישים: "אם לא אקנה עכשיו – אפסיד". איך מתגוננים? שואלים: הייתי קונה את זה גם בלי המשפט הזה?

לחץ זמן. החנות נותנת לנו מעט מאוד זמן: שעון עצר על המסך ("נגמר בעוד 04:59") או "ההנחה בתוקף רק בשעה הקרובה". אנחנו מרגישים לחץ, ואין זמן לחשוב. איך מתגוננים? סוגרים את המסך לעשר דקות. מבצע טוב לא בורח.

לחץ חברתי. החנות מראה לנו שכולם כבר קנו: "כולם קונים", "1,200 קנו היום", "כל הכיתה כבר הזמינה", או משפיענים ומשפיעניות ברשת שאומרים "אתם חייבים!". אנחנו מרגישים שלא נעים להיות היחידים שאין להם. איך מתגוננים? שואלים: אני רוצה את המוצר – או רוצה להיות כמו כולם?

עיגון. המספר הראשון שאנחנו רואים נעשה "עוגן", וכל מחיר אחריו נראה לנו זול. למשל: מחיר מחוק גדול (899 ₪) ולידו "רק 449 ₪ – חסכתם 450!", או "שווי ההטבה: 400 ₪" ליד מוצר שמעולם לא נמכר במחיר הזה. גם מבצע כמות כמו "3 ב־100 ₪" עובד כך: המספר הגדול גורם לנו לשכוח שהיינו צריכים רק פריט אחד, במחיר נמוך יותר. איך מתגוננים? משווים למחיר בחנויות אחרות ולמחיר של החודש שעבר – לא למחיר המחוק.

ואיך נראה מבצע אמיתי? המוצר הוא משהו שאנחנו צריכים ממילא, בדקנו שהמחיר באמת נמוך מהמחיר הרגיל (בחודש שעבר או בחנויות אחרות), ואפשר להחזיר אותו אם יתברר שטעינו.

מבצע אמיתי או מלכודת? קראו כל מצב והקיפו את התשובה הנכונה.

1. "נשארו רק 2 יחידות במלאי! 14 אנשים מסתכלים על המוצר עכשיו"

○ א. מלכודת: לחץ זמן
○ ב. מבצע אמיתי
○ ג. מלכודת: עיגון
○ ד. מלכודת: פחד להחמיץ

2. שעון עצר אדום על המסך: "המחיר הזה נגמר בעוד 09:59"

○ א. מלכודת: פחד להחמיץ ○ ב. מבצע אמיתי

○ ג. מלכודת: לחץ זמן ○ ד. מלכודת: לחץ חברתי

3. "כל הכיתה כבר הזמינה את הסווטשירט הזה – רק לך אין!"

○ א. מלכודת: עיגון ○ ב. מלכודת: לחץ חברתי

○ ג. מלכודת: לחץ זמן ○ ד. מבצע אמיתי

4. "במקום 1,199 ₪ – רק 599 ₪!" (בחודש שעבר המוצר עלה 620 ₪)

○ א. מלכודת: עיגון ○ ב. מלכודת: לחץ חברתי

○ ג. מלכודת: פחד להחמיץ ○ ד. מבצע אמיתי

5. מחברות שאתם צריכים ממילא, ב־30% פחות מהמחיר הרגיל ששילמתם בחודש שעבר

○ א. מלכודת: לחץ חברתי ○ ב. מלכודת: עיגון

○ ג. מלכודת: פחד להחמיץ ○ ד. מבצע אמיתי

6. משפיענית ברשת: "כל מי שאני מכירה כבר קנה, אתם חייבים!"

○ א. מלכודת: פחד להחמיץ ○ ב. מבצע אמיתי

○ ג. מלכודת: לחץ חברתי ○ ד. מלכודת: לחץ זמן

7. "מבצע של פעם בשנה! אם תפספסו – תחכו עד נובמבר הבא"

○ א. מלכודת: פחד להחמיץ ○ ב. מלכודת: עיגון

○ ג. מבצע אמיתי ○ ד. מלכודת: לחץ זמן

8. "ההנחה בתוקף רק בשעה הקרובה – הזמינו עכשיו!"

○ א. מלכודת: לחץ חברתי ○ ב. מבצע אמיתי

○ ג. מלכודת: לחץ זמן ○ ד. מלכודת: עיגון

9. נעלי ספורט שאתם צריכים, אותו מחיר מבצע גם בשלוש חנויות אחרות, ואפשר להחזיר

○ א. מבצע אמיתי ○ ב. מלכודת: לחץ חברתי

○ ג. מלכודת: עיגון ○ ד. מלכודת: פחד להחמיץ

יצרה: רוית ראש בן ישי · © 2026 כל הזכויות שמורות

10. "שווי ההטבה: 400 ₪!" ליד מוצר שאף פעם לא נמכר ב־400 ₪

○ א. מבצע אמיתי
○ ב. מלכודת: לחץ חברתי
○ ג. מלכודת: עיגון
○ ד. מלכודת: לחץ זמן

11. "1,500 קונים הזמינו היום – הצטרפו אליהם!"

○ א. מלכודת: לחץ חברתי
○ ב. מלכודת: פחד להחמיץ
○ ג. מבצע אמיתי
○ ד. מלכודת: עיגון

12. "3 ב־100 ₪" על חולצות, כשהייתם צריכים רק אחת ב־35 ₪

○ א. מלכודת: עיגון
○ ב. מלכודת: לחץ זמן
○ ג. מלכודת: לחץ חברתי
○ ד. מבצע אמיתי

13. "במקום 1,199 ₪ – רק 599 ₪!", ובחודש שעבר המוצר עלה 620 ₪. המחיר ירד בחצי – אז למה זו מלכודת? הסבירו לפי הקטע.

14. בחרו טריק אחד מהקטע. כתבו: מה החנות רוצה שנרגיש, ואיך מתגוננים?

פרק 3: צורך או רצון?

קטע קריאה

צורך הוא משהו שבלעדיו קשה לחיות או ללמוד: אוכל, תרופה, בגדים חמים לחורף, ציוד ללימודים.

רצון הוא משהו שנחמד שיהיה, אבל אפשר בלעדיו. כמעט כל המבצעים בנובמבר מדברים אל הרצון שלנו.

אותו מוצר יכול להיות צורך לאדם אחד ורצון לאדם אחר. נעליים חדשות הן צורך כשהנעליים הישנות קרועות, והן רצון כשהישנות עדיין טובות. לכן שואלים תמיד: מה המצב שלי עכשיו?

חשוב לזכור: "יצא דגם חדש" או "זה במבצע" הם לא סיבה שהופכת רצון לצורך. גם משחקים, תוספות למשחקים ודברים שכבר יש לנו במספיק עותקים – הם רצון.

עכשיו ענו על השאלות לפי הקטע.

1. מיינו: כתבו ליד כל מוצר "צורך" או "רצון".

המוצר	צורך או רצון?
אוזניות חדשות, כשהישנות עובדות מצוין	
נעלי ספורט, כשהנעליים הישנות קרועות	
מחברות ועטים לשנת הלימודים	
סקין חדש למשחק	
מעיל לחורף, כשאין מעיל	
טלפון חדש, כי "יצא דגם חדש"	
תרופה שהרופא רשם	
חולצה רביעית באותו צבע, "כי במבצע"	

2. הסבירו לפי הקטע: איך אותו מוצר יכול להיות צורך לאדם אחד ורצון לאדם אחר? תנו דוגמה.

3. כתבו דוגמה אחת לצורך ודוגמה אחת לרצון מהחיים שלכם.

פרק 4: הצ'ק־ליסט של הקונה החכם

קטע קריאה

לפני כל קנייה בנובמבר כדאי לעצור ולענות על שמונה שאלות. המטרה: לעצור את הלחץ של הרגע ולהחליט בשקט.

1. האם אני צריך/ה את זה – או רק רוצה את זה עכשיו?
2. האם הייתי קונה את זה גם בלי המבצע?
3. השוויתי מחיר בעוד שתי חנויות או אתרים?
4. בדקתי מה היה המחיר לפני החודש – לא רק את המחיר המחוק?
5. חישבתי את המחיר הסופי: משלוח, מכס, תשלומים?
6. יש לי את הכסף עכשיו – בלי ללוות ובלי לפרוס לתשלומים מעבר ליכולת?
7. בדקתי מדיניות החזרה וביטול?
8. חיכיתי לפחות 24 שעות לפני קנייה גדולה?

סיפור קצר. בבלאק פריידי ראה עידו באתר קניות רמקול נייד: "במקום 799 ₪ – רק 349 ₪!". מעל המחיר רץ שעון עצר: "נגמר בעוד 05:00". לעידו יש רמקול ישן שעובד טוב. בתוך שתי דקות הוא הזמין את הרמקול ובחר לשלם בשישה תשלומים. רק כשהחבילה הגיעה גילה שהוא שילם עוד 45 ₪ על משלוח, שבחנות אחרת אותו רמקול נמכר כל השנה ב־329 ₪, ושאי אפשר להחזיר אותו.

עכשיו ענו על השאלות לפי הקטע.

1. איזה טריק הפעיל שעון העצר שעל המסך?

○ א. לחץ זמן
○ ב. לחץ חברתי
○ ג. פחד להחמיץ
○ ד. עיגון

2. למה "במקום 799 ₪" היה מלכודת בשביל עידו?

○ א. כי אפשר להחזיר את הרמקול
○ ב. כי 799 ₪ הוא המחיר האמיתי של הרמקול
○ ג. כי המחיר הזה כולל משלוח
○ ד. המחיר המחוק גרם לרמקול להיראות זול, אף שבחנות אחרת הוא נמכר כל השנה ב־329 ₪

3. האם הרמקול היה בשביל עידו צורך או רצון?

○ א. צורך – הרמקול הישן שלו שבור
○ ב. צורך – אין לו רמקול בכלל
○ ג. צורך – כי הרמקול היה במבצע
○ ד. רצון – יש לו רמקול ישן שעובד טוב

4. כמה שילם עידו בסך הכול על הרמקול ועל המשלוח?

○ א. 349 ₪ ○ ב. 329 ₪

○ ג. 394 ₪ ○ ד. 799 ₪

5. כתבו לפחות שלוש שאלות מהצ׳ק־ליסט שעידו לא שאל את עצמו, ולכל אחת – מה קרה בגלל זה.

6. בחרו שלוש שאלות מהצ׳ק־ליסט שהכי חשובות לכם, והפכו אותן לכללים אישיים לקניות בנובמבר.

פרק 5: חזרה מסכמת

לפני שמתחילים

נסו לענות בלי להסתכל בקטעים – ואחר כך חזרו לפרקים 1–4 ובדקו את עצמכם.

1. מה ההבדל בין צורך לרצון?

○ א. אין ביניהם הבדל

○ ב. צורך – מה שכולם קונים; רצון – מה שרק אני רוצה

○ ג. צורך – מה שבמבצע; רצון – מה שיקר

○ ד. צורך – בלעדיו קשה לחיות או ללמוד; רצון – נחמד שיהיה, אבל אפשר בלעדיו

2. ”נשארו עוד 20 דקות למבצע!” – איזה טריק זה?

○ א. מבצע אמיתי ○ ב. עיגון

○ ג. לחץ זמן ○ ד. לחץ חברתי

יצרה: רוית ראש בן ישי · © 2026 כל הזכויות שמורות

3. "הזדמנות של פעם בשנה – אל תפספסו!" – איזה טריק זה?

○ א. פחד להחמיץ ○ ב. מבצע אמיתי

○ ג. עיגון ○ ד. לחץ חברתי

4. מה עושים מול מחיר מחוק גדול?

○ א. שואלים מה קנו כולם ○ ב. קונים מהר לפני שייגמר

○ ג. משווים למחיר בחנויות אחרות ולמחיר של החודש שעבר

○ ד. מחשבים כמה "חסכנו" מהמחיר המחוק

5. למה הצ'ק־ליסט ממליץ לחכות 24 שעות לפני קנייה גדולה?

○ א. כדי לעצור את הלחץ של הרגע ולהחליט בשקט

○ ב. כדי שהמחיר יעלה ○ ג. כדי שכולם יקנו קודם

○ ד. כי אחרי 24 שעות אי אפשר להחזיר

6. מתי חל סייבר מנדיי בשנת 2026?

○ א. 30.11 ○ ב. 11.11

○ ג. 9.11 ○ ד. 27.11

בדיקה עצמית – סמנו בעמודה המתאימה.

הנושא	יודעים טוב	כמעט	צריך עוד תרגול
שלושת אירועי הקניות ולמה נובמבר			
ארבעת הטריקים ומבצע אמיתי			
צורך או רצון			
הצ'ק־ליסט של הקונה החכם			

אתגרי כתיבה – בחרו לפחות שניים וכתבו תשובה מלאה.

7. מצאו פרסומת אמיתית מנובמבר. איזה טריק מפרק 2 יש בה? איך מתגוננים?

8. האם החנויות מרוויחות מהמבצעים יותר מאיתנו? נמקו בשני משפטים, ובססו את דבריכם על הקטעים.

9. כתבו כלל אישי אחד לקניות בנובמבר, והסבירו למה בחרתם בו.

יצרה: רוית ראש בן ישי · © 2026 כל הזכויות שמורות

מפתח תשובות למורה

חוברת מלאה – כל הפרקים

פרק 1: שלושה אירועי קניות – ולמה דווקא נובמבר?

1. **ב. 27.11** – בקטע: "בשנת 2026 בלאק פריידי חל ב־27.11".
2. **ד. כי הוא בנוי כולו מהספרה 1 – "אחד, לבד"** – בקטע: "התאריך בנוי כולו מהספרה 1 – אחד, לבד".
3. **ב. החנויות "עוברות מהאדום לשחור" – מהפסד לרווח** – בקטע: "החנויות עוברות מהאדום לשחור – מהפסד לרווח".
4. **א. זהו יום שני שאחרי בלאק פריידי, עם מבצעים באתרים** – בקטע: "יום שני שאחרי בלאק פריידי, יום של מבצעים באתרים".
5. כי בישראל רוב העובדים מקבלים משכורת עד ה־9 בחודש; כשהכסף נכנס לחשבון אנשים מרגישים "עשירים" ונוטים לקנות יותר.
6. (1) כשכל החנויות מכריזות על מבצעים באותו זמן נוצרת התרגשות "אסור לפספס" ואנשים קונים יותר. (2) נובמבר נמצא רגע לפני עונת החגים והמתנות בעולם.

פרק 2: ארבעה טריקים – איך החנויות "קונות" את הקונים

1. **ד. מלכודת: פחד להחמיץ** – המסר "עוד רגע ייגמר" מפעיל פחד להחמיץ.
2. **ג. מלכודת: לחץ זמן** – שעון עצר לא משאיר זמן לחשוב – לחץ זמן.
3. **ב. מלכודת: לחץ חברתי** – "כולם כבר קנו" – לחץ חברתי.
4. **א. מלכודת: עיגון** – המחיר המחוק הוא עוגן. מול המחיר האמיתי – כמעט אין הנחה.
5. **ד. מבצע אמיתי** – צורך אמיתי, ובדקתם מחיר לפני – זה מבצע אמיתי.
6. **ג. מלכודת: לחץ חברתי** – משפיענים ו"כולם" – לחץ חברתי.
7. **א. מלכודת: פחד להחמיץ** – הפחדה מפספוס – פחד להחמיץ.
8. **ג. מלכודת: לחץ זמן** – הגבלת זמן קצרה – לחץ זמן.
9. **א. מבצע אמיתי** – השוויתם, זה צורך ויש החזרה – מבצע אמיתי.
10. **ג. מלכודת: עיגון** – "שווי" מומצא הוא עוגן.
11. **א. מלכודת: לחץ חברתי** – מספר הקונים לוחץ עלינו להצטרף – לחץ חברתי.
12. **א. מלכודת: עיגון** – המחיר "לחבילה" גורם לשלם 100 ₪ במקום 35 ₪. עוגן ומלכודת כמות.
13. המחיר המחוק (1,199 ₪) הוא עוגן. צריך להשוות למחיר של החודש שעבר (620 ₪) – ומולו ההנחה היא רק 21 ₪.
14. למשל: לחץ זמן – החנות רוצה שנרגיש לחץ ולא נחשוב; מתגוננים בכך שסוגרים את המסך לעשר דקות. (כל טריק מהקטע עם הרגש והדרך להתגונן שמופיעים בו.)

פרק 3: צורך או רצון?

1. רצון: אוזניות חדשות, כשהישנות עובדות מצוין; סקין חדש למשחק; טלפון חדש, כי "יצא דגם חדש"; חולצה רביעית באותו צבע, "כי במבצע" | **צורך:** נעלי ספורט, כשהנעליים הישנות קרועות; מחברות ועטים לשנת הלימודים; מעיל לחורף, כשאין מעיל; תרופה שהרופא רשם

2. זה תלוי במצב של כל אחד עכשיו. למשל נעליים: צורך כשהישנות קרועות, רצון כשהישנות עדיין טובות.

3. תשובה אישית. צורך – משהו שבלעדיו קשה לחיות או ללמוד; רצון – משהו שנחמד שיהיה.

פרק 4: הצ'ק־ליסט של הקונה החכם

1. א. לחץ זמן – שעון עצר הוא דוגמה ללחץ זמן (פרק 2).

2. ד. המחיר המחוק גרם לרמקול להיראות זול, אף שבחנות אחרת הוא נמכר כל השנה ב־329 ₪

– עיגון: המחיר המחוק הוא עוגן; המחיר הרגיל בחנות אחרת נמוך יותר (329 ₪).

3. ד. רצון – יש לו רמקול ישן שעובד טוב – יש לעידו רמקול שעובד טוב, ו"זה במבצע" לא הופך רצון לצורך.

4. ג. 394 ₪ – 349 + 45 = 394 ₪.

5. כל שלוש מאלה: 1 (צורך/רצון – יש לו רמקול טוב); 3 (השוואת מחיר – בחנות אחרת 329 ₪); 4 (מחיר לפני החודש – המחיר המחוק הטעה); 5 (מחיר סופי – שילם עוד 45 ₪ משלוח); 6 (תשלומים – פרס לשישה תשלומים); 7 (החזרה – אי אפשר להחזיר); 8 (24 שעות – קנה תוך שתי דקות).

6. תשובה אישית; כל כלל צריך להתבסס על שאלה מהרשימה.

פרק 5: חזרה מסכמת

1. ד. צורך – בלעדיו קשה לחיות או ללמוד; רצון – נחמד שיהיה, אבל אפשר בלעדיו – פרק 3.

2. ג. לחץ זמן – מעט מאוד זמן להחליט – לחץ זמן (פרק 2).

3. א. פחד להחמיץ – "ההזדמנות לא תחזור" – פחד להחמיץ (פרק 2).

4. ג. משווים למחיר בחנויות אחרות ולמחיר של החודש שעבר – פרק 2, עיגון.

5. א. כדי לעצור את הלחץ של הרגע ולהחליט בשקט – פרק 4: "המטרה: לעצור את הלחץ של הרגע ולהחליט בשקט".

6. א. 30.11 – פרק 1.

7. תשובה פתוחה: שם הטריק + מה החנות רוצה שנרגיש + דרך ההתגוננות מהקטע.

8. תשובה פתוחה. למשל: החנויות מרוויחות כי אנשים קונים יותר (פרק 1); גם אנחנו יכולים להרוויח – רק כשזה צורך ובדקנו מחירים (פרק 2, מבצע אמיתי).

9. תשובה אישית.

יצרה: רוית ראש בן ישי · © 2026 כל הזכויות שמורות