



בענף הסמארטפונים כיום, בזינגר ניפקו דגמים חד־ שים בתדירות גבוהה ועודרו לקוחות לשרג ולהחליף ולהקניט את חבריהם שמתמשים בדגם ישן ומשוכ־ לל פחות. נציגי המכירות של זינגר שכללו את אמ־ נות המכירה מדלת־לדלת, והציעו "גרסת סוף המאה ה־19" לתוכניות מימון בהלוואות ותשלומים.

בראשית המאה ה־20 רוכזה הנהלת זינגר כולה בבניין אחד במנהטן – מגדל זינגר שלתקופת מה היה הבניין הגבוה בעולם. אבל המפעלים יוצאו ליבשות מרוחקות. לא כדי לחסוך במשכורות – עבודת הייצור היתה זולה באמריקה ועוד לא הגיעה לאסיה – אלא כדי לקרב את פסי הייצור לצרכנים. כדי לחסוך בהוצאות השינוע.

במימון של תאגידים, מאינטל עד מונסנטו, הת־ ערוכה והספר סוקרים עוד חפצים מרכזיים בתולדות החדשנות האמריקאית, ובהם הטלפון, נורת החשמל, כרטיס האשראי, הטרקטור, המשחק מונופול, גילוי הדנ"א והסחר המקוון בשוק ההון.

אבל המוצגים עצמם הם, במובן מסוים, חלק שולי בסיפור עלייתה של אמריקה. בתוך 250 שנה עברה ארצות הברית ארבע תקופות שונות בתכלית, וייתכן ששם טמונה נוסחת ההצלחה שלה: הכל־ כלה בסוף המאה ה־18 התאפיינה בהפניית המיקוד לאירופה. מרבית המאה ה־19 וראשית המאה ה־20 מאופיינות כ"תקופה התאגרדית", שבמהלכה קמו מפ־ עלי הענק של החברות הרב־לאומיות. אחרי מלחמת העולם השנייה החלה תקופת הצרכנות, והזונק מעגל הקסמים שמזין את עצמו, עם מעמד ביניים שבבוקר הולך לעבודה ומייצר ואחר הצהריים צורך ומבלה, והופך למרכז העניין הכלכלי. ואילו התקופה הרבי־ עית, בשלהי המאה ה־20 וראשית המאה ה־21, מתא־ פיינת בפחות עיסוק במפעלי הייצור ובצרכן האמרי־ קאי. העיניים כבר לא נשאות ללקוח הזה, והוא כבר לא תמיד צורך. במרכז עומדים עכשיו שווקים חדשים, וגם שיטות חדשות לניהול ותמחור.

ומה יכול ללמוד מזה יום ישראלי? שצריך עוד משהו, נוסף על גאונות, כדי לשנות את העולם.

פרופ' רפאלי הוא ראש המרכז לחקר האינטרנט באוניברסיטת חיפה
sheizaf.rafaeli.net

מה חסר לממציאים?

ואיך מכונת תפירה מהמאה ה־19 בישרה את האיפון

אנחנו מתגאים בהיותנו אומת הסטארט־ אפ. הראש היהודי ממציא לנו פטנטים, ואז מוכר אותם במאות מיליוני דולרים. אבל בין התרגויות מהאקזיטים כדאי, מדי פעם, לעצור לחשוב נפש קצר. מה באמת אחראי להצלחה? ההב־ רקה הטכנולוגית, או שיש עוד מרכיבים, יבשוישים יותר אבל אולי גם חשובים יותר? מה ממתק את הקפה – הסוכר או הערבוב?

מוזיאון הסמיתסוניאן בושינגטון הבירה (americanhistory.si.edu) מקדיש הקיץ ספר ותע־ רוכה לחידה הזו: איך ארצות הברית הפכה מהמדי־ נה החקלאית שהיתה בראשית המאה ה־19 למעצמה הפיננסית־טכנולוגית־יצירתית של היום? האם בזכות ריכוז מוחות מבריקים, או מסיבות מורכבות יותר, או גיבורים שאינם רק ממצאים בעלי חזון?

קחו לדוגמה את מכונת התפירה מתוצרת זינגר. רק מעטים מאיתנו זוכרים אותה מהחרד הקטן בירכתי דירתה של סבתא. מעטים עוד יותר מכירים את סי־ פור השתלטותה על הטקסטיל העולמי. זינגר נהפכה לכוזה שם דבר, עד שאנשים אמרו "זינגר" כשהתכוונו למכונת תפירה, כפי שבמשך שנים אמרו "פריז'דר" כשהתכוונו למקרר.

וזה לא היה בזכות איכות, אלא בשל ארגון ושיווק של חברת זינגר. שם היתה היצירתיות האמיתית – בפעילות אינטנסיבית לקניית מכונות משומשות, כדי למנוע הפעת שוק של מכונות יד שנייה. כמו



דן אריאלי

מומחה להחלטות חשובות

יותר לבטוח ביועץ ההשקעות?

פרופסור יקר, האם יועצים פיננסיים למיניהם באמת יכולים לעמוד במחויבות שלהם כלפי הלקוח, ולתת ייעוץ בטוח פניות כשהם מרוויחים לפי עמלוח?

הכן

הכן היקרה,

אם השאלה שלך היא האם יועצים פיננסיים יכולים לפעול לטובת האינטרס של הלקוח ולהעניק לו ייעוץ אובייקטיבי, אז התשובה היא לא. מרכאת אפילו יותר ההבנה שאין בעולם אדם שיישאר אובייקטיבי ונטול פניות, כשהוא יודע שהמלצה אחת תתן לו עמלה נמוכה והמלצה אחרת תתן לו עמלה גבוהה.

אני לא אומר שיועצים פיננסיים מטעים אנשים בדרך. כולנו עושים את זה כשהי־ תמריצים שלנו מניעים אותנו לראות את העולם בצורה מסוימת. אנחנו ורק צריכים לשכנע את עצמנו שמה שטוב לנו טוב גם מבחינה אובייקטיבית. ולצער, קל גם להי־ שתכנע בכך.

לכן עלינו להימנע (או לפחות לצמצם) ניגודי ענייני בשוק ההון, ולברר תמיד אם לספק השירות שלנו יש ניגוד עניינים. באר־ צות הברית, למשל, מודעים לחסרונות הללו ומקשים מאוד על פוליטיקאים להיות מו־ שפעים מאינטרסים חיצוניים ומכסף פרטי.

איך לשכנע ילד לאכול בריא?

פרופסור יקר, כיצד אוכל לגרום לילדיי לאכול יותר ירקות?

יעל

אולי תנסי גרסה חדשה של הסיפור על פו־ פאי? בעתות משבר פופאי נהג לבלוע תרד ולקבל כוח על־אנושי. את יכולה לעדכן את הסיפור בכך שפשוט תשני את המינוחים שקשורים לארוחת הערב. לדוגמה, תבקשי שיעבירו את איש הברזל (כרוב), את סופ־ רמן (עגבניות), הפינגווין (עוגיות) והג'וקר (שתייה קלה). מעניין מה החיבור שעש־ תי בין מאכלים ודמויות אומר על הנטייה ההורית שלי.

פרופ' אריאלי הוא חוקר כלכלה התנהגותית ומחבר רבייהמכר "לא רציונלי אבל לא נורא" והאמת על באמת". askdan@calcalist.co.il

מה הלאה אחי רז



סרט: בית החיות

בשנות השבעים והשמונים היה מגזין "National Lampoon" הילד הרע והפרוע ביותר בשטח. הוא בחן את גבולות הטעם הטוב במנעד רחב של נושאים, מדת עד בידור, ועל הדרך הזניק את הקריירה של ג'ון בלושי, ביל מאריי ואחרים. סרט תיעודי חדש מתחקה אחר השנים היפות שלו, והוא יהיה זמין לצפייה בסוף ספטמבר.

<http://bit.ly/ntnl-impn-mv>



2

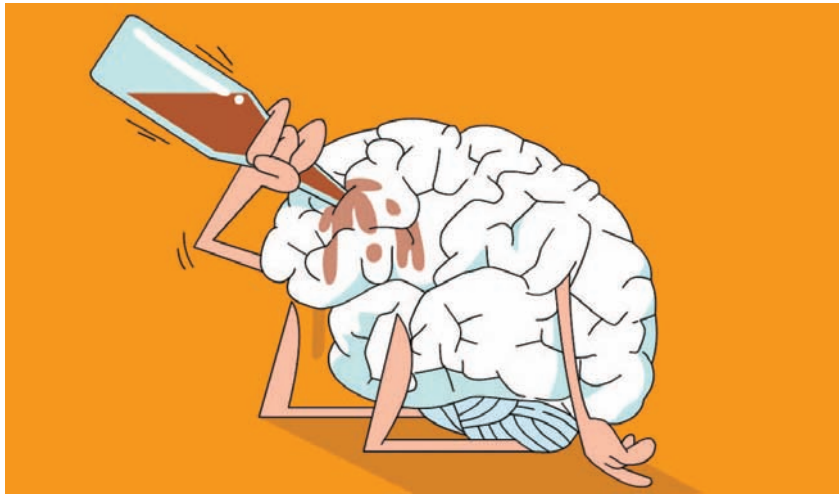
גאדג'יט: למי צלצל הפעמון

בערים שבהן אופניים הם חלק בלתי נפרד מהמרקם העירוני, נוצרת בעיה שמוכרת בעיקר לבעלי רכב בחניונים: הרכובים שוכחים איפה חנו. כאן נכנס Pingbell לפעולה. בזמן רכיבה הוא משמש כפעמון רגיל, אבל כשתרצו לאתר את האופניים, הוא יוביל אתכם אליהם באמצעות האפליקציה, ולבסוף גם יצלצל להשלמת האיתור. עכשיו בקיקסטארטר.

<http://bit.ly/Pingbell>

למה השלוק הראשון טעים יותר?

למה בכל פעם שאני לוגם בירה או קפה השלוק הראשון הכי טעים – ומשם ההנאה פוחתת?



איור: עיר מנדל

פלג היקה



נכון, הלגימה הראשונה באמת מותירה על חוש הטעם רושם עז יותר, ויש לכך הסבר פיזיולוגי פשוט. אך לפני שניגש אליו, אזהרה: חוויית הטעם, כמו כל שאר חוויית החושים, מתרחשת במח. ואיבר החשיבה שלנו מאד מושפע מהמחשבות שחולפות בו. לרוגמה, כשבניסוי מפורסם מדרו את פעילות המח של טועמי יין, גילו שמרכזי העונג שלהם יותר פעילים כשהם מאמינים שהם טועמים יין יקר מאשר כשהם טועמים את אותו יין עם תווית זולה. זו אינה העמדת פנים – תג המחיר משנה את חוויית הטעם באופן מהותי.

אז אם אתה מצפה שהלגימה הראשונה תהיה טעמית יותר, הציפיה לבדה מעלה משמעותית את הסיכוי שהנבואה תגשים את עצמה, בלי קשר להסבר הפיזיולוגי. ואם המח שלך מסווג את השלוק האחרון כ"יקר" יותר, רק כי הוא האחרון, ייתכן שדווקא הוא ידמה לך טעים יותר – בניגוד להסבר שלהלן.

אז מה ההסבר? החושים שלנו, כמו חלקים נרחבים בשאר מערכת העצבים, מדווחים בעיקר על שינויים. זה די הגיוני, אם תחשוב על זה. שינויים הם

אמבטיה תהיה חמה במיוחד ברגע הראשון, ואז הגוף מתרגל. כשנוגעים בשולחן מרגישים את המרקם שלו. אם לא מזיזים את היד התחושה דוהה. חוש הטעם פועל באותו האופן

החלק המעניין. אמבטיה חמה מרגישה נורא חמה ברגע הראשון, שבו אתה מחליט אם להיכנס אליה, אבל אז אתה מתרגל. כשאתה מניח יד על השולחן אתה מיד חש במרקם שלו – בליטות ושקעים, חריצים ולכלוך כים – אבל אם אתה נזהר שלא להזיז את היד, בתוך כמה שניות תחושת המרקם נחלשת. ואם לא תזיז את היד במשך כמה דקות (וזה לא מבצע פשוט), לא רק שתפסיק להרגיש את המרקם, אתה תפסיק להרגיש את היד עצמה. כפי שקורה לפעמים בעת נמנום.

העיניים שלך, אם ניקח דוגמה אחרת, כל הזמן קופצות ממקום למקום. אבל אם תצליח לקבע אותן

לנקודה אחת (אפילו קשה יותר מלקבע את היד), התמונה שאתה רואה תיעלם לאיטה. כשהעין מקבלת את אותו גירוי באופן רציף, היכולת שלה להבחין בו הולכת ופוחתת.

גם האף אינו חף מהפשע הזה. יצא לך פעם להיכנס לחדר מסריח ולא מאוורר, ולגלות אחרי כמה דקות שהריח נעלם? זה לא אומר שאין צורך לפתוח חלון. האף שלך פשוט לא רוצה להיות נודניק, אז הוא מפסיק לרווח על הצחנה. וכמו האף, שאחראי לחלק נכבד מחוש הטעם שלנו, כך גם הלשון, שאחראית לרוב השאר.

בכגימה הראשונה האף והלשון עדיין מופתעים, והם מדווחים לך על הטעם הפרטי פרטיו. מבחינה אובייקטיבית, הלגימה הראשונה נותנת לך את התנאים הטובים ביותר להתענג עליה. זו גם הסיבה לכך שמסעדות יוקרה מגישות מנות ביניים כדי "לנקות את החיך". כי כל החויות שלנו מבוססות על שינוי וניגוד. איך אמר איינשטיין? הכל יחסי.

שאלות לבלדד השוחי: askbilidad@calcalist.co.il

3

משחק: לחשוב מחוץ לקופסה

אם אתם חובבים של משחקי פאזל פיזיקליים מסוגת המכונה המופלאה, Trick Shot עשוי להיכנס ישירות לרשימת הפייבוריטים שלכם. המטרה היא כמו תמיד, להכניס את הכדור לקופסה, אבל הדרך היא זאת שעושה את ההבדל. כל שלב מורכב ממעט מאוד רכיבים, אבל מכניקת הפעולה שלהם מפתיעה ומלאת דמיון. 1.99 דולר, לאיפון בלבד כרגע.

<http://trickshotgame.io>



4 טיולים: גרירה נעימה

סצנת הקרוואנים בארצות הברית שוקקת מתמיד, והבחירה בנגרר המושלם קשה מאי פעם. מועמד חדש ומבטיח מגיע מחברה קטנה בקליפורניה בשם החמוד Happier Camper, והוא מתגאה בעיצוב חיצוני קומפקטי ונוסטלגי, עם טוויסט בעיצוב הפנים: החברה מציעה 16 קומפוננטות ריבועיות, מספסלים ועד מטבח, שאותם אפשר להזיז ולחבר איך שרוצים.

<http://happiercamper.com>

5

ספר: אפר ואבק

במשך יותר מחמש שנים תיעד הצלם הישראלי אילון פז אספני תקליטים אובססיביים ברחבי העולם. בספר חדש שנושא את שם האתר שייסד, Dust & Grooves, מצטלמים ומתראיינים אספנים מוכרים כמו ג'יימס פיטרסון וקינג בריט, לצד דיגרים ידועים הרבה פחות, אבל עם אוספים פסיכיים בהרבה. 35 דולר באמזון.

<http://bit.ly/dust-grooves>

