

شناسایی مسائل و چالش‌های اساسی ایجاد و توسعه فری سایکلینگ در ایران

قاسم زارعی^{۱*}، زینب محمودی پاچال

*۱- دانشیار گروه آموزشی مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی

۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی

* ایمیل نویسنده مسئول: Zareigz@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷

چکیده

امروزه کفایت نمی‌کند تصور کنیم که محصولات در تمام زندگی خود فقط یک مالک داشته باشند و سپس از دور خارج شوند و به زباله تبدیل شوند و از بین بروند؛ وبسایت فری سایکل در راستای این مسئله کار خود را از ۲۰۰۳ آغاز نموده و شبکه‌های آن در بیش از ۷۵ کشور مختلف (تا سال ۲۰۱۰) فعالیت روزافزون دارند و هدف آن از ابتدا تاکنون کاهش حجم زباله در محل دفن یا بازیافت زباله، از طریق یک جنبش غیرپولی و اهدای اقلام اضافی افراد جامعه به دیگران غریبه‌ای که به آنها نیاز دارند، می‌باشد و تاکنون موفقیت‌های چشم‌گیری کسب نموده است. با توجه به بحران‌های زیست‌محیطی جدی ایران و تجمع روزافزون حجم زباله در آن و اهمیت اقداماتی که از بار محل‌های جمع‌آوری و امحای زباله می‌کاهد، هدف پژوهش حاضر «شناسایی و بررسی مسائل و چالش‌های پیش روی فری سایکل شدن ایران»، از طریق مصاحبه عمیق با متخصصان بازاریابی و بخصوص کارشناسان محیط‌زیست و به روش تحلیل محتوا بوده است. یافته‌ها در پنج حوزه اصلی شامل «ساختار فری سایکل - پشتیبانی - کاربران - جامعه - اثرات» دسته‌بندی شدند. انتظار می‌رود ایران به عنوان کشوری اسلامی همراه با آموزه‌هایی غنی پیرامون اهمیت بخشش و هدیه به دیگران و اثبات عملی مردم آن در بحران‌های مختلف، استقبال خوبی از فری سایکل داشته باشد.

کلمات کلیدی

"زباله"، "محیط‌زیست"، "فری سایکلینگ"، "اقتصاد هدیه"

۱- مقدمه

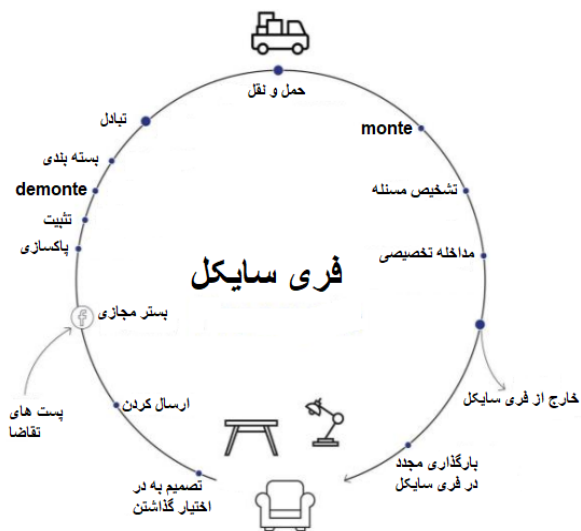
بتوانند کسی را پیدا کنند که اشغال‌های قدیمی آنها را از روی دست‌شان بردارد، چه؟ یا اینکه اگر افراد بتوانند یک جنس مورد نیاز پیدا کنند که فرد دیگری آن را دور افکنده است، آن موقع چه می‌شود؟ بهتر است بدانیم که فری سایکل^۱ به این نیاز پاسخ می‌دهد. این وبسایت به عنوان یک مفهوم بازیافت به وجود آمد، تا فشار بر روی زمین‌ها را کاهش دهد و ایجاد زباله‌ی مصرف‌کنندگان را کمتر کند. این سایت که از ساختار انجمن گفتگو استفاده می‌کند، به علت سادگی، بخوبی کار می‌کند. این سایت افرادی که کالایی را برای دور انداختن دارند، با افرادی که به آنها نیاز دارند، مرتبط می‌کند و برعکس. از زمان آغاز به کار این سایت در منطقه‌ی توسان^۲ آریزونا^۳ در سال ۲۰۰۳، امروزه میلیون‌ها عضو هستند که هزاران جامعه‌ی کاربران را در افزون بر ۷۵ کشور تشکیل داده‌اند. آنها می‌گویند که با هر هدیه‌ی خود دنیا را تغییر می‌دهند. این سایت یکی از پرطرفدارترین محل‌های غیرانتفاعی در فضای سایبر است و این شهرت ظرف چندسال کوتاه به دست آمده، بدون اینکه از تبلیغاتی غیر از گفتار مردم و یا تبلیغات رایگان استفاده کرده باشد. هرکسی می‌تواند به این فروش گاراژی مجازی شبانه‌روزی بپیوندد و عضویت در آن رایگان است. در واقع، قاعده اساسی فری سایکل آن است که بتوانید چیزها را فقط رایگان عرضه کنید. کالا دهنندگان و گیرندگان از طریق ایمیل با یکدیگر تماس می‌گیرند و بعد ترتیب ارسال یا دریافت حضوری را می‌دهند. بنیانگذار سایت برآورد می‌کند که به طور متوسط یک جنس در سایت فری سایکل حدود یک پوند وزن دارد، معنایش این است که

افزایش جمعیت، توسعه بی‌رویه و غیراصولی شهر، افزایش مهاجرت، غلط بودن الگوی رایج مصرف شهروندان، افزایش تبلیغات مختلف، استفاده از محصولات گوناگون ناشی از تبلیغات رسانه‌های گروهی، تنوع تولید روزافزون انواع محصولات و کالاها به‌ویژه بسته‌بندی آنها و بسیاری از عوامل دیگر امروزه به مشکلات پیچیده زندگی شهری دامن زده و یکی از بارزترین معضلات بهداشتی و زیست محیطی را برای شهرها نمایان ساخته است؛ مشکلی که تقریباً از حالت ناملموس به شکل محسوس چشم‌اندازی می‌کند و آن چیزی نیست جز روند صعودی تولید مواد زاید جامد (کردی و همکاران، ۱۳۸۸). در سال ۲۰۱۵ جهان ۲ میلیارد تن زباله جامد تولید کرد. پیش بینی می‌شود این عدد تا سال ۲۰۵۰، ۳/۴ میلیارد تن افزایش یابد. در کشورهای کم درآمد، انتظار می‌رود میزان زباله تا سال ۲۰۵۰ بیش از سه برابر افزایش یابد (Kaza, et al., 2020). در کشور ما نیز روزانه بیش از ۶۰ هزار تن زباله تولید می‌شود (زولی و همکاران، ۱۳۹۹). با افزایش تولید زباله، اهمیت وجود یک سیستم مدیریت موثر پسماند جامد نیز افزایش می‌یابد (حاجی آقایی، ۱۴۰۱). به هر حال، بخواهید یا نخواهید، ما در جامعه‌ای مملو از اجناس دورافکنندگی زندگی می‌کنیم و این فقط محصولات کاغذی و ظروف غذایی فوری نیست که دور می‌ریزیم. ما از تلویزیون، کامپیوتر، تلفن همراه، لباس و محصولات دیگر استفاده می‌کنیم تا وقتی که جنس بهتر از راه برسد و بعد آنها را دور می‌افکنیم. زمین در همه جا مملو از زباله‌هایی است که ما ایجاد می‌کنیم (سولومون، ۱۳۹۲). از این‌رو، افزایش حجم زباله به همراه کمبود فضا برای تخلیه آن، همه شهرهای ایران و جهان را آلوده ساخته است (کردی و همکاران، ۱۳۸۸). اما اگر مردم

1. www.freecycle.org

2. Tucson

3. Arizona



شکل ۱: فرآیند معمولی فری سایکل؛ منبع: (Ozcelik & Kaplan, 2021)

شبکه فری سایکل، یک سازمان غیرانتفاعی که از زمان آغاز به کار خود تاکنون به فعالیت‌های سودآور و اقتصاد پولی نپیوسته و همچنان به اهداف اصلی خود در کاهش ضایعات مصرف‌کننده متعهد است و در عین حال به افراد جامعه کمک می‌کند تا از طریق دادن هدایایی به غریبه‌ها، بدون هیچ‌گونه محدودیتی، به هموطنان و همشهریان خود کمک کنند. این مجموعه غیرمتمرکز با چند قانون ساده، تعداد انگشت شماری از کارکنان و مکانیسم‌های اجرایی اندک، جریان عظیم کالا را در بین بیش از هشت میلیون نفر تسهیل می‌کند و در این جریان هزاران کالای خاص، مانند پوشاک، میلمان و لوازم الکترونیکی مستعمل، از طریق صفحات پیام آنلاین تبلیغ می‌شود و بدون مبادله پول یا مبادله پایاپای به افراد علاقه‌مند منتقل می‌شود (Aptekar, 2016). ارسال پست در فری سایکل نیاز به عضویت دارد که رایگان است. کارکنان انگشت شمار پلتفرم توسط حامیان و پشتیبانان مالی و بسایت، تامین مالی می‌شوند، اما گروه‌های محلی توسط ناظران داوطلب و خودجوش اداره می‌شوند. فری سایکل قوانینی را الزامی می‌کند که باید توسط گروه‌های محلی و کشورهای مختلف که این جریان را در منطقه خود آغاز و اداره می‌کنند، پیروی شود: اول قوانینی پیرامون محدودیت‌هایی در مورد آنچه می‌توان ارائه کرد مطرح می‌شود، مثلاً "این که این اشیاء باید بصورت "رایگان، قانونی و مناسب برای آن گروه سنی استفاده کننده" باشند و وظیفه گردانندگان و بسایت یا بستر مجازی، حذف پست‌هایی است که این محدودیت‌ها را نقض می‌کنند. اعضای فری سایکل مجاز به معامله پولی و یا مبادله پایاپای نیستند و در صورت تمایل به اینکار، به سازمان‌های دیگری که این کار را انجام می‌دهند ارجاع داده می‌شوند؛ این بدان معناست که کالاها از یک طرف به طرف دیگر بدون هیچ‌گونه انتظاری برای بازگشت هدیه، خدمات متقابل و یا پرداخت تحویل داده می‌شود. ناقضان قوانین و بسایت، ممنوع از فعالیت می‌شوند، اما می‌توانند به راحتی با هویت و آدرس (ایمیل، محل سکونت و...) و نام جدید به جریان ملحق شوند. در فری سایکل افراد با نام کاربری پست می‌گذارند و این امکان برای اعضا وجود دارد که تاریخچه پست‌های یکدیگر را جستجو کنند (Aptekar, 2016). چهار نوع اصلی پست در فری سایکل وجود دارد (۱) پست‌های «پیشنهاد»: این پست‌ها اقلام را (به صورت رایگان) به اعضا ارائه می‌دهند، که سپس

جنبش هر روزه فری سایکل از ۳۰۰ تن زباله جلوگیری می‌کند. بنابراین، فری سایکل یک گزینه‌ی دوراندختن دیگر را ایجاد کرده است که به سرعت در حال رشد است و می‌تواند بر عادت خرید مصرف‌کنندگان نیز تاثیر بگذارد (سولومون، ۱۳۹۲).

فری سایکل به عنوان یک اقتصاد جایگزین: انتقال کالا و خدمات می‌تواند به اشکال مختلف صورت گیرد. می‌تواند بر اساس ارزش پولی و مبادله کالا در بازار باشد یا می‌تواند در قالب شیوه‌های مصرف جایگزین مانند فری سایکل باشد. طبق گفته Foden (2012)، مصرف جایگزین به معنای فعالیت‌های به دست آوردن، استفاده، انتقال، یا دور انداختن کالاها به گونه‌ای است که از جریان اصلی اقتصاد دور بماند. اقتصادهای جایگزین شامل مصرف مشارکتی، اقتصاد اشتراکی و اقتصاد هدیه است؛ که فری سایکل مبادله رایگان کالاهای دست دوم در بین اعضای جامعه می‌باشد، پس می‌تواند به عنوان اقتصاد هدیه طبقه‌بندی شود؛ یعنی به گردش محصولات بدون هیچ‌گونه مبلغ، پاداش و ابزار اقتصادی بین اعضای و بسایت اشاره دارد و از ابتدا تاکنون ماموریت رسمی خود را به عنوان "ایجاد یک جنبش هدیه در سراسر جهان که ضایعات را کاهش می‌دهد، منابع گرانبها را ذخیره می‌کند و بار روی محل‌های دفن زباله را کاهش می‌دهد" اعلام می‌کند؛ یعنی یک نوع فعالیت مشترک که دارای اهدافی مانند جلوگیری از مصرف، افزایش چرخه عمر محصول و کاهش ضایعات می‌باشد (Ozcelik & Kaplan, 2021).

فری سایکل به عنوان یک طرح دایره‌ای: مطالعات در زمینه پایداری بر اهمیت طراحی چرخه عمر طولانی محصول تاکید کرده است. زمان استفاده از محصولات را می‌توان از طریق ترویج مصرف دست دوم، تعمیر و استفاده مجدد از محصولات افزایش داد (Cox, et al., 2013). در رابطه با افزایش چرخه عمر محصول، طرح دایره‌ای با هدف در نظر گرفتن جریان کالاها در یک سیستم دایره‌ای به جای سیستم خطی به منظور کاهش ضایعات و حفاظت از منابع است (Ozcelik & Kaplan, 2021). Stahel (1994) راهبردهای مهمی را در زمینه اقتصاد دایره‌ای به عنوان گسترش دوره عملکردی محصولات از طریق فعالیت‌های مختلف مانند استفاده مجدد، تعمیر و ارتقاء به منظور کاهش سرعت جریان مواد از فاز تولید به فاز دفع پیشنهاد کرد؛ یعنی بستن زنجیره‌های منابع بین تولید و دفع از طریق بازیافت مواد (Ozcelik & Kaplan, 2021). جدای از آن، چارچوب اقتصاد دایره‌ای به جای بازیافت مستقیم یک شی، ترتیب نگهداری، تعمیر، استفاده مجدد را برای مرحله اول و ساخت مجدد و بازیافت را برای مرحله بعد پیشنهاد می‌کند (Ellen MacArthur Foundation, 2012). فرآیند معمولی فری سایکل و مسائل پیرامون آن در قالب شکل زیر نمایش داده می‌شود.

پیشنهاد و توصیف می‌کنند که اجرای مفهوم فری سایکل را قادر می‌سازد و به مردم امکان می‌دهد تا در حین انجام گردشگری اجتماعی به دیگران کمک کنند و در عین حال به کاهش میزان زباله تولیدی روزانه کمک کرده و در نتیجه سیاره زمین را از حجم عظیم زباله نجات دهند. اگرچه در میان مطالعات خارجی، تعاملات اجتماعی آنلاین جامعه فری سایکل از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است، اما چون کشور ایران جزو کشورهایی نیست که فری سایکلینگ در آن جریان دارد، بنابراین مطالعه داخلی در این زمینه توسط پژوهشگران مشاهده نشد. در نتیجه، فقط به ارائه برخی مطالعات داخلی اخیر در زمینه بازیافت زباله بسنده شده است. غایب‌زاده و همکارانش (۱۴۰۰)، به ارزیابی مقایسه‌ای کاربرد فن‌آوری زباله‌سوز و سایر روش‌های دفع پسماند در ایران با استفاده از روش AHP پرداختند. آنها در این مطالعه ۳ سناریو (۱- دفن بهداشتی، ۲- کاهش از مبدا بازیافت + کمپوست + دفن بهداشتی، ۳- کاهش از مبدا بازیافت + زباله‌سوز + دفن بهداشتی) را مورد بررسی قرار دادند و در نهایت، سناریوی دوم به عنوان برترین روش از بین این سه روش، برای مدیریت پسماند در ایران انتخاب شد و پیشنهاد نمودند که سرمایه‌گذاری و ایجاد زیرساخت‌های لازم کشور در راستای این سناریو انجام گیرد. حاجی آقایی (۱۴۰۱)، "تاثیر سرمایه اجتماعی بر بازیافت زباله در شهر قزوین" را مورد مطالعه قرار داد. نتایج نشان داد که مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، امنیت اجتماعی و انسجام اجتماعی تاثیر معناداری بر بازیافت زباله دارد. کردی و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی "تفکیک زباله در مبدا و نقش آن در افزایش راندمان بازیافت مواد" پرداختند. نتایج بیانگر این بود که انجام صحیح و کامل طرح «تفکیک در مبدا» مستلزم همکاری و تعامل همه جانبه تولیدکنندگان زائدات با عوامل اجرایی و شهرداری‌هاست که به روش‌های مختلفی همچون انجام آموزش‌های لازم در این زمینه، تغییر نگرش شهروندان نسبت به زباله و تثبیت نگرش جدید در رفتار شهروندان انجام می‌پذیرد که منوط به ایجاد و توسعه و تجهیز مناسب سازمانی (مدیریت پسماند) و هم چنین آگاهی شهروندان از مخاطرات بهداشتی و نیز منافع زیست محیطی حاصل از مشارکت همگانی در مدیریت پسماندهای شهری است. حال با توجه به آنچه در باب عمل «فری سایکلینگ»^۲ گفته شد و اینکه امروزه دیگر نمی‌توان کشور را با روش‌های سنتی و مدیریت غیرعلمی و مهندسی اداره کرد و همچنین مدیریت و مهندسی مواد زائد جامد شهری امروزه یکی از علوم بسیار پیشرفته در کشورهای جهان محسوب می‌شود و توجه به، بکارگیری دانش فنی روز جهان و استفاده از فناوری‌های نوین در اداره مدیریت شهری یکی از ارکان اصلی تعیین استراتژی‌ها و یا سیاست‌های بهداشتی و زیست محیطی در آن کشورهاست (کردی و همکاران، ۱۳۸۸). از طرفی، سه عنصر اصلی مدیریت پسماند (یعنی: بازیافت، کاهش تولید و استفاده مجدد از زباله)^۳، دارای راهبردهایی هستند که ما را به اهداف مدیریت پسماند نزدیک می‌نماید و در میان این سه عنصر، بازیافت، به عنوان یکی از عناصر اصلی کاهش زباله، یک موضوع محلی با پیامدهای جهانی است و نقش مهمی در جلوگیری از هدر رفتن سرمایه دارد و سبب کاهش زمین مورد نیاز برای دفن زباله می‌شود (Moloney, et al., 2016)؛ و هدف اصلی فری سایکل در کشورهای مختلف جهان نیز همین کاهش حجم

ترتیب تحویل از منزل فرد ارائه‌دهنده به گیرنده را می‌دهند (۲). پست‌های «گرفته‌شده»: این پستها از جانب فرد پیشنهاد دهنده اصلی اعلام می‌کنند که موارد «پیشنهاد شده» جمع‌آوری شده‌اند (یا انتظار می‌رود جمع‌آوری شوند) و بنابراین دیگر در دسترس نیستند (۳). پست‌های «تحت پیگیری» مواردی را نشان می‌دهند که اعضا اعلام می‌کنند مایلند فلان کالا را از فلان عضو دریافت کنند (۴). پست‌های «دریافت‌شده» که اعلام می‌کنند، مواردی که قبلاً "به‌عنوان «تحت پیگیری» ثبت شده‌اند، اکنون واقعاً توسط یکی از اعضا دریافت شده‌اند و معمولاً از ارائه‌دهنده تشکر می‌کنند (Eden, 2015). Eden (2015)، در مطالعه خود تحت عنوان "محو کردن مرزها: طرح اولیه، دایره‌ای بودن و مصرف پایدار آنلاین از طریق فری سایکل"، تبادل دیجیتال و نظم اخلاقی مصرف پایدار و اخلاقی را در گروه‌های فری سایکل آنلاین بررسی می‌کند. Aptekar (2016)، در مطالعه‌ای تحت عنوان "هدایا در میان غریبه‌ها: سازمان اجتماعی اهدای فری سایکل"، به بررسی اینکه "چرا میلیون‌ها نفر به جای فروش، اهدا به خیریه یا دور انداختن اقلام خود، آنها را از طریق فری سایکل هدیه می‌دهند؟" پرداخته و متوجه شد در حالی که اعضای دیگر گروه‌های مبتنی بر اینترنت نوع‌دوستی و همبستگی را نشان می‌دهند، در فری سایکل نوع‌دوستی و همبستگی در درجه دوم اهمیت قرار دارند و در عوض، راحتی سبز اولویت دارد یعنی این سایت به اعضا انگیزه می‌دهد که خانه‌های خود را به شیوه‌ای سازگار با محیط زیست و به گونه‌ای که می‌تواند احساس گناه ناشی از مصرف بیش از حد را در آنها از بین ببرد، از کالاهای قابل استفاده اما اضافی تخلیه کنند. Klug (2017)، در مطالعه خود تحت عنوان "هدیه‌ای برای یک غریبه: فری سایکلینگ به عنوان سبک زندگی فعلی مصرف پایدار"، دریافت که فری سایکلینگ راهی برای مصرف پایدار با استفاده از یک جامعه آنلاین است. از دیدگاه فنی، انجمن فری سایکلینگ یک لیست پستی محلی ساده است. از منظر زیست‌محیطی، فری سایکلینگ این قدرت را دارد که رویکرد بازیافت و استفاده مجدد را گسترش دهد. از منظر اجتماعی، فری سایکلینگ حتی اثر هویتی دارد و باعث ایجاد همبستگی در بین اعضای جامعه می‌شود. Ozcelik & Kaplan (2021)، در پژوهشی تحت عنوان "زندگی چندگانه محصولات: تحقیقی در مورد سفر محصولات در جامعه فری سایکل"، بر روی گروه‌های فری سایکل محلی در فیس-بوک در زمینه سفر محصولات دست دوم تمرکز می‌کند. در تحقیقات میدانی، موارد استفاده قابل توجهی از محصولات دست دوم که صاحبان متعددی دارند را شناسایی کرده و با توجه به نگرانی‌ها، معیارها و رفتارهای مربوط به محصولات تحویل داده شده، آنها را در چهار بخش طبقه‌بندی می‌کنند که عبارتند از خانه دانشجویی، خانه دائمی، خانواده-های دارای نوزاد، و خلق آثار هنری. در نهایت، بینشی در مورد انتظارات و نگرانی‌های کاربران ارائه می‌کنند که نقش تعیین کننده‌ای در تعیین چرخه عمر محصول دارد. آنها همچنین از طریق مثال‌هایی که ارائه می‌دهند، پیشنهاد می‌کنند که برای ارائه مقیاس‌های استفاده بزرگ‌تر اندیشیده شود، در نهایت طراحان و شرکت‌ها را از نظر سفر محصولات در گردش راهنمایی می‌کنند. Figueiredo, et al (2022)، فری سایکل را به‌عنوان یک رویکرد در گردشگری اجتماعی معرفی کردند. آنها در مطالعه خود یک برنامه کاربردی^۱ قابل اجرا در تلفن همراه را

2. Freecycling

3. Reduce, Reuse, and Recycle

1. Application

زباله در محل دفن زباله و کمک به محیط زیست می‌باشد. لذا پژوهشگران حاضر تصمیم گرفتند که باتوجه به حجم زیاد زباله در ایران و نبود مدیریت پسماند و روش اصولی و مهندسی از بین بردن زباله در تمام مناطق کشور و در نتیجه آسیب جدی به محیط‌زیست و سلامت افرادی که در مناطق تخلیه زباله زندگی می‌کنند، چالش‌های پیش روی جریان «فری سایکلینگ» را در ایران، به عنوان یک روش بازیافت کالاهای دست دوم قابل استفاده در امور مختلف، جهت کاهش حجم زباله مورد بررسی قرار دهند. چراکه فری سایکلینگ قدم پیشین و اولین قدم در رابطه با زباله است و به اصطلاح پیش نیاز بقیه روش‌ها (تفکیک، دفن، سوزاندن و...) است؛ زیرا ابتدا باید میزان زباله موجود را کاهش داد و سپس برای انهدام و یا روش‌های مهندسی بازیافت آن میزان زباله‌ی ایجاد شده اقدام نمود. لذا، به منظور افزایش مقیاس کاربر و زمینه استفاده از کالا، پژوهشگران در این پژوهش بر مسائل پیرامون تبادل کالا از طریق فری سایکل تمرکز کرده‌اند تا چالش‌هایی که در زمینه ایجاد و توسعه‌ی این جریان در ایران وجود دارد را از طریق نظر کارشناسان و همچنین یافته‌های مطالعات خارجی که فری سایکلینگ در آنها جوامع جریان دارد، مورد بررسی قرار دهند.

۲- روش انجام تحقیق

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی بوده که در آن با استفاده از رویکرد تحلیل محتوا، مسائل و چالش‌های اساسی پیش روی فری سایکلینگ در ایران، از نقطه نظر متخصصان بازاریابی و همچنین متخصصان حوزه محیط زیست به همراه بررسی نظر پژوهشگران و فری سایکلرهای کشورهایی که در جریان فری سایکل فعالیت دارند، شناسایی شده و الگوی مفهومی ارائه گردید. در راستای تحقق هدف اصلی پژوهش (شناسایی چالش‌های اساسی پیش روی فری سایکلینگ در ایران) سعی شده با سوژه‌هایی مصاحبه گردد که بیش‌ترین تجربه و تخصص را در مورد مسأله پژوهش داشته باشند. داده‌های این پژوهش از روش مصاحبه صوتی و تعدادی گفتگوی مکاتبه‌ای و در فضای برنامه واتساپ انجام پذیرفت. به منظور رعایت مسائل اخلاقی چند روز قبل از شروع مصاحبه با شرکت‌کنندگان، در مورد اهداف پژوهش آگاهی لازم به آن‌ها داده شد تا فرصت جمع‌بندی ذهنی برای آمادگی بیش‌تر و ارائه مطالب جامع‌تر را داشته باشند؛ و درنهایت، ۷ تن (۴ متخصص بازاریابی و ۳ متخصص محیط زیست) با رضایت کامل در پژوهش شرکت نمودند. مدت زمان مصاحبه‌ها از ۲۰ تا ۳۵ دقیقه متغیر بود، و زمان آغاز و انتهای آنها توسط خود مشارکت‌کنندگان انتخاب شد تا مطالب در آرامش و تمرکز ذهنی ارائه شوند و در نتیجه، داده‌ها تحت فشار و سوگیری قرار نگیرند و از اعتبار بالاتری برخوردار باشند.

انتخاب شرکت‌کنندگان در پژوهش مبتنی بر برخورداری از تخصص لازم و علاقه‌مندی به شرکت در فرایند مصاحبه صورت گرفت. جامعه

آماری پژوهش حاضر، شامل تمامی متخصصان حوزه بازاریابی و همچنین متخصصان حوزه حفاظت محیط زیست در کشور بود؛ به-عبارتی، خبرگان مصاحبه شونده، منابع تحقیق می‌باشند. نمونه‌گیری در این پژوهش نیز، نمونه‌گیری نظری است. نمونه‌گیری نظری نوعی نمونه‌گیری هدفمند است که پژوهشگر سعی می‌کند با بهره‌گیری از نظرات و دانش آگاه‌ترین افراد درباره موضوع پژوهش به واکاوی و موشکافی رویداد و پدیده مورد نظر بپردازد. به عبارت دیگر، نوع نمونه-گیری تصادفی نیست بلکه عمدی و قضاوتی است. در این شیوه تعداد نمونه‌ها از قبل مشخص نیست و افزودن به آنها تا مرحله رسیدن به اشباع نظری ادامه دارد. بنابراین، نمونه آماری به صورت هدفمند، شامل ۷ تن از افراد خبره و به عبارتی صاحب نظران کلیدی در حوزه قلمرو موضوعی تحقیق بود که پژوهشگر را در شکل دادن مدل نظری خود یاری داد، که پس از مصاحبه‌ی ۵ام داده‌های نظری به اشباع رسیدند. هدف پژوهشگر انتخاب نمونه‌هایی است که با توجه به هدف تحقیق، سرشار از اطلاعات باشند و بتوانند پژوهشگر را در شکل دادن مدل نظری خود یاری دهند. این کار تا جایی ادامه می‌یابد که طبقه‌بندی مربوط به داده‌ها و اطلاعات اشباع شود و نظریه مورد نظر با تمام جزئیات و با دقت تشریح شود. گردآوری اطلاعات در این پژوهش با ابزار مصاحبه عمیق (ژرف نگر) به صورت هدایت کلیات، صورت گرفت که برای شناسایی چالش‌های پیش روی ایجاد و توسعه فری سایکلینگ در ابعاد مختلف بود، مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی (انتخابی) صورت گرفت، یعنی پس از انجام مصاحبه و ثبت داده‌ها، برای تحلیل داده‌ها از روش فرایند کدگذاری (شناسایی مفاهیم، مقوله‌ها و ارتباط آن‌ها با روند تجزیه و تحلیل داده‌ها) استفاده شد. ابتدا در کدگذاری باز از رویکرد تحلیلی مقایسه‌ای پیوسته داده‌ها و همچنین از روش تجزیه و تحلیل سطر به سطر گفتگوهای کتبی و جمله به جمله‌ی فایل‌های صوتی استفاده شد، سپس در کدگذاری محوری، و گزینشی، یک مولفه اصلی با هسته‌ای از مجموعه مؤلفه‌های باز انتخاب و در مرکزیت فرایند کدگذاری به عنوان مقوله محوری و گزینشی قرار گرفت.

۳- نتایج

با توجه به مسئله اصلی پژوهش در خصوص شناسایی مسائل و چالش‌های پیش روی فری سایکلینگ در ایران، مسائل و چالش‌های پیش روی جامعه بالقوه فری سایکل ایران در پنج حوزه اصلی تشخیص داده شد: ساختار فری سایکل - پشتیبانی - کاربران - جامعه - اثرات، که در ادامه به تشریح هرکدام از آنها پرداخته می‌شود. نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و کدهای به دست آمده از آن، در جدول ۱ آمده و در انتها مدل مفهومی پژوهش ارائه گردیده است.

جدول ۱. کدهای استخراج شده از مصاحبه مشارکت‌کنندگان در خصوص چالش‌های ایجاد و توسعه فری سایکلینگ در ایران

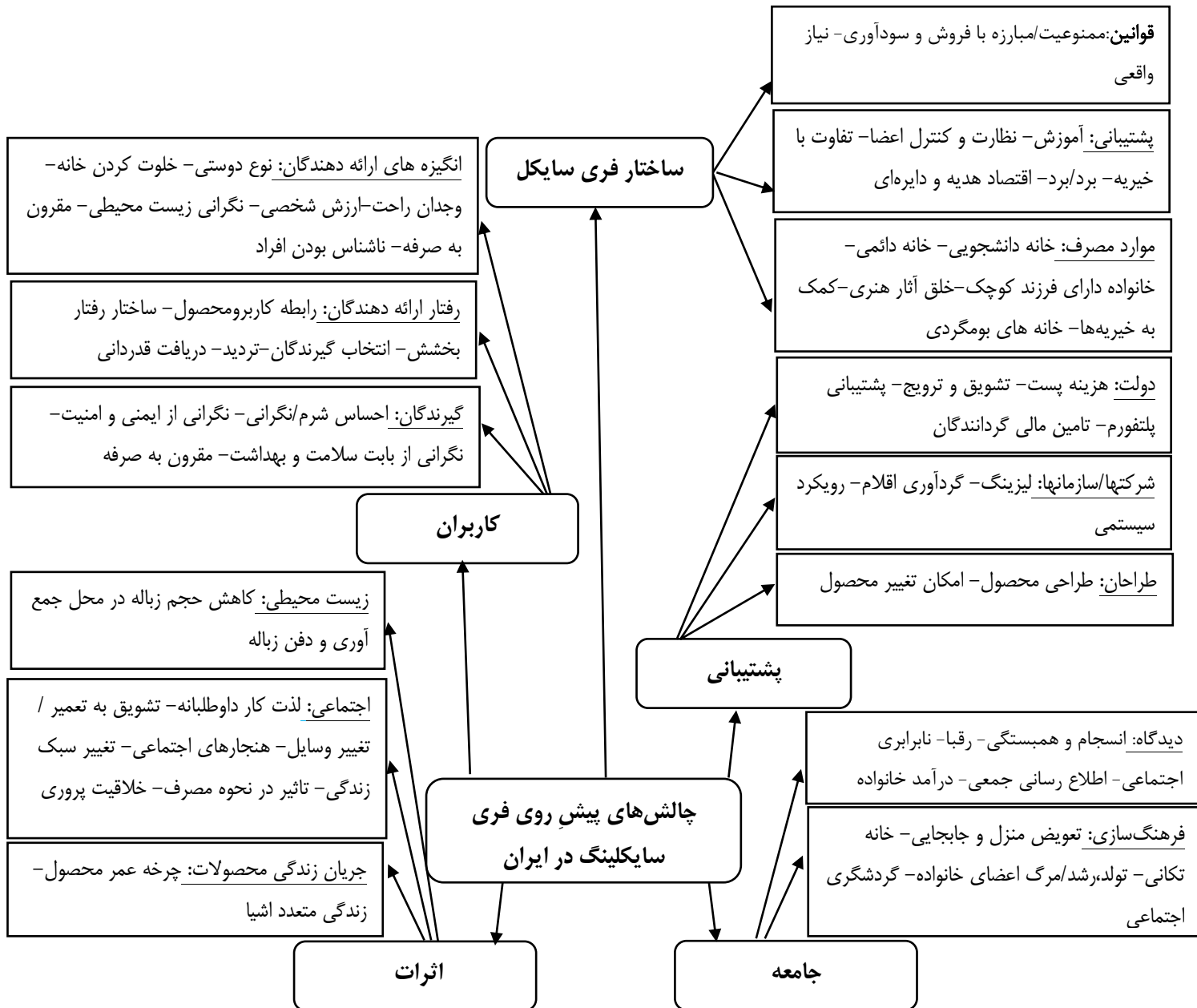
زمینه اصلی	کدهای گزینشی	کدهای محوری	نمونه کدهای باز(به عنوان نمونه)	
ساختار فری سایکل	قوانین	ممنوعیت / مبارزه با فروش و سودآوری -	فری سایکلین سودآوری، فروش، مبادله پایاپای را ممنوع می‌کند- پست‌های مربوط به خرید و فروش را به رقبا ارجاع می‌دهد- وقتی از مهریانی پیشنهاد می‌شود، لطفاً از آن سوءاستفاده نکنید	
		نیاز واقعی	فرد گیرنده باید واقعا" به کالا نیاز داشته باشد- اهدا در فری سایکل بهتر از اهدا به بستگان است زیرا می‌داند گیرنده واقعا" کالای اهدایی را نیاز دارد- وقتی می‌بینید گیرنده کالا را واقعا" نیاز داشته، لذت می‌برید	
	پشتیبانی	آموزش	آموزش به اعضا و غیراعضا در مورد فری سایکلینگ و اثرات آن، نحوه عضویت در آن و بهره‌گیری از آن، تعمیر وسایل و جلوگیری از دور ریختن آن- توانمندسازی کاربران در نقش فعال و خلاقانه داشتن در استفاده چندگانه وسایل	
		نظارت و کنترل فعالیت اعضا	جلوگیری از نقض قوانین توسط اعضا از جهت ایجاد مزاحمت، فروش کالای رایگان دریافتی، تبلیغات تجاری و پولی و مواردی از این قبیل	
		تفاوت با خیریه	در خیریه ممکن است کالا به دست افرادی برسد که آن زمان واقعا" به آن کالا نیاز مبرم ندارد- کمک‌های خیریه فرصت "دیدن پاداش"، یعنی لذت شاد دیدن گیرنده را از فرد هدیه دهنده می‌گیرد- در فری سایکل، به جای کمک به دیگران، تمرکز روی دور نگه داشتن اشیاء از محل‌های دفن زباله است - دریافت کنندگان هدایای فری سایکل لزوماً نباید از اهداکنندگان نیازمندتر باشند.	
		برد - برد	شخص هدیه دهنده با بازیابی فضای رایگان به دلیل اقلام قابل استفاده و مورد نیاز افراد دیگر و خوشحال شدن به دلیل کمک به دیگران از انتقال کالا سود می‌برد، گیرنده نیز با به دست آوردن اقلام مفید به صورت رایگان همراه با حداقل تأثیر زیست محیطی سود می‌برد.	
	موارد مصرف محصولات	نوعی اقتصاد جدید/ هدیه/ادایره‌های	طراحی دایره ای راهبردهایی را برای افزایش طول عمر محصولات ارائه می‌دهد.	
		خانه دانشجویی	خانه‌های دانشجویی هم از نظر ساکنان و هم از نظر وسایل دارای نرخ گردش بالایی هستند، زیرا وسایل خانه با جابجایی افراد تغییر می‌کند- دانشجویان درآمد کمی دارند و نمی‌خواهند برای خانه‌ای که مدت کوتاهی در آن زندگی می‌کنند، محصولات جدید بخرند و ترجیح می‌دهند محصولات دست دوم را از طریق پلتفرم‌های فری سایکل دریافت کنند.	
		خانه دائمی	افرادی که خانه دائمی دارند دارای شغل و درآمد بهتری نسبت به دانشجویان هستند، به صورت فردی یا با شریک زندگی خود زندگی می‌کنند. اقامتگاه دائمی دارند. چون اشیاء بلااستفاده جایی در خانه اشغال می‌کنند، ترجیح می‌دهند آنها را به جای ذخیره کردن دور بیندازند و از فری سایکل به عنوان پلت فرم دفع محصول استفاده می‌کنند.	
		خانواده دارای فرزند کوچک	بچه‌دار شدن سبک زندگی زوج‌ها را تغییر می‌دهد و محیط خانه تحت تأثیر این تغییر قرار می‌گیرد- والدین خانه را دوباره تزئین می‌کنند و نیاز است وسایل کم و زیاد شوند- بچه‌دار شدن در خانه باعث گردش محصولات از طرق مختلف می‌شود	
خلق آثار هنری		برخی کاربران، فری سایکل را به عنوان منبعی برای مواد اولیه پروژه‌های خلاقانه خود در نظر می‌گیرند. چرا که معمولاً نمی‌توانند این محصولات را از فروشگاه خریداری کنند، زیرا در دسته ضایعات قرار می‌گیرند و مردم آنها را دور می‌اندازند. از طرفی، عموماً برای پروژه‌ها نیاز به متریال بالایی دارند و نمی‌توانند همه‌ی آنها را خود گردآوری کنند.		
کمک به خیریه‌ها، مهدها و آسایشگاه‌ها		برخی اعضا اقلام را از ارائه دهنده‌های فری سایکل گردآوری کرده و به خیریه‌ها، مهدها، آسایشگاه‌ها و یا گروه‌های نیازمند اهدا می‌کنند.		
خانه‌های بومگردی		خانه‌های بومگردی و یا نوستالژی می‌توانند این وسایل قدیمی را جمع آوری کرده و در چیدمان و فضاسازی برای مسافرانی که قصد زنده کردن خاطرات و نوستالژی‌های خود را دارند، از آنها استفاده کنند.		
هزینه پست		ارائه تخفیفات و تعرفه‌های خاص پستی برای کالاهای مبادله شده		
پشتیبانی دولت	تشویق و ترویج	تشویق خانواده‌های دارای نوزاد و دانش‌آموز به اهدای وسایل قابل استفاده فرزندان، زمانی که دیگر آن وسایل برای فرزندان قابل استفاده نیست- حس اجتماعی و کنترل حاصله، تناسب آسان با مضامین آشنای اهدای خیریه و هدیه دادن، همراه با پاداش‌های اخلاقی و عاطفی را تشویق می‌کند		
	پشتیبانی پلتفرم	باتوجه به اینکه این فضاهای مجازی به ایجاد احساس تعلق و همبستگی و حمایت از شیوه‌های زندگی جایگزین کمک می‌کند، لازم است دولت از طریق مواردی مانند امنیت وبسایت، سرعت و پهنای باند، هزینه‌های اینترنت و موارد مشابه، گردانندگان آن را حمایت کند.		

		تامین مالی گردانندگان و بسایت	باتوجه به اینکه فری سایکل از نظر زیست محیطی اثر قابل توجهی بر روی جامعه و سلامت آن دارد و عضویت و فعالیت در آن رایگان، لازم است دولت در زمینه تامین مالی افراد انگشت شماری که وظیفه نظارت و کنترل اعضا را دارند، کمک نماید.
شرکتها/سازمانها	لیزینگ ^۱	برخی شرکتها در بخش محصولات کودک تلاش کنند تا تجارت خود را بر اساس سیستمهای لیزینگ به جای فروش اداره کنند- لیزینگ یک روش مصرف بهتر و پایدار در مقایسه با اشکال سنتی است.	
	گردآوری اقلام	شرکتها یا سازمانها محلی را برای گردآوری اقلام اضافه و قابل استفاده مجدد جهت ارائه به فری سایکل در نظر بگیرند.	
	رویکرد سیستمی	سازمانها می توانند دور شدن از راه حل های فردی مانند بازیافت یا خیریه را به سمت رسیدگی به مشکلات سیستمی تر ترویج دهد.	
طراحان	طراحی محصول	طراحان در طراحی محصولات، سناریوهای مختلف را برای استفاده مجدد محصول پس از پایان عمر معمول محصول و در نتیجه برای گسترش چرخه عمر در نظر گرفته و اعمال کنند- طراحی محصولی که امکان شخصی سازی را فراهم می کند و دوام احساسی را افزایش می دهد راهی برای ایجاد سناریوهای استفاده طولانی مدت و معنادار است	
	امکان تغییر محصول	طراح باید فرآیند تعمیر آسان را بدون نیاز به تخصص بسیار در نظر بگیرد- فرصتهای ارتقای عملکرد برای محصول موجود ممکن است به جای طراحی محصول جدید ایجاد شود- طراحان می توانند انجام فعالیت های تغییر کاربری را آسان تر کنند و دیگران را به استفاده مجدد، تعمیر یا ارتقای محصولاتی که بین کاربران مختلف در جریان است تشویق کنند	
انگیزه های ارائه دهندگان	کمک به افراد نیازمند/نوع دوستی	ارائه دهندگان فری سایکل دوست دارند به افراد نیازمند کمک کنند- نوع دوستی در فری سایکل به عنوان تمایل به منفعت رسانی به شخص دیگری (یعنی گیرنده کالا) بدون انتظار دریافت پاداش (از جانب وی) تعریف می شود.	
	خلوت کردن خانه	برخی اعضا علاقه ای به دریافت کالا در فری سایکل ندارند و فقط برای اینکه منزل خود را از چیزهای اضافه خلوت کنند، به این جامعه ملحق می شوند.	
	راحتی از عذاب وجدان	می توانند خانه های خود را به شیوه ای سازگار با محیط زیست و به گونه ای که می تواند احساس گناه ناشی از مصرف بیش از حد را در فرد از بین ببرد، از وسایل اضافه خالی کنند	
	ارزش های شخصی	این نوع هدیه دادن، یک فعالیت پاداش گیرنده همراه با احساسات مثبت است- می توان از راه های غیر پولی، مثلاً " از طریق فضیلت و اخلاق، ارزش ایجاد کرد	
	نگرانی زیست محیطی	فری سایکل تن ها زباله را از محل های دفن زباله دور می کند- مصرف کنندگان آگاه از خطرات زیست محیطی به دفع کالاهای مصرفی توجه می کنند، نه فقط به تولید آنها	
	مقرون به صرفه	صرف زمان محدود جهت صحبت ها و هماهنگی ها و تحویل کالا- برخی اقلام توسط خیریه ها پذیرفته نمی شوند اما فری سایکل برای آنها گیرنده پیدا می کند- فرد راحت، سریع و یکجا از دست همه اقلام پیشنهادی خلاص می شود	
	ناشناس بودن افراد	معمولاً کالا دهنده ها ترجیح می دهند کالاهای خود را به افراد ناشناس اهدا کنند چون اطراف آشنایان خود را همانند خود می داند - پیشنهاد اقلام (به خصوص هدایای دریافتی از دوستان و بستگان در گذشته) به افراد نا آشنا راحت تر است- گاهی اوقات ارائه اقلام به افراد آشنا موجب احساس شرم و یا سرزنش بالقوه می شود	
	رابطه کاربر و محصول	پیوند عاطفی بین کاربر و محصول، زمان استفاده از محصول را افزایش می دهد و محصول را از نظر احساسی بادوام و پایدار می سازد.	
	ساختار رفتار بخشش	اعضایی که از طریق فری سایکل کالای خود را ارائه می کنند، از پلتفرم آنلاین ساده و ساختار قوانین اساسی و بسایت و انتظارات اخلاقی مدنظر خود برای برآوردن نیازها و علایق گیرندگان استفاده می کنند که این فراتر از تمایل به دور نگه داشتن چیزها از محل دفن زباله است- فری سایکلینگ به رویکردهای فرهنگی برای مطالعه رفتار مصرف کننده به عنوان روایت های زندگی، هویت ها و سلیقه ها کمک می کند- بین فرهنگ یک فری سایکلر و جامعه فری سایکلینگ رابطه وجود دارد	
	انتخاب گیرندگان	ارائه دهندگان، تقاضای گیرندگان را ارزیابی می کنند که چقدر مؤدب، دوستانه، سپاسگزار و یا شخصی هستند- برخی افراد کالای خود را به دوستانه ترین درخواست، برخی به اولین درخواست کننده، برخی براساس توضیح فرد در مورد ابراز نیاز اهدا می کنند	
رفتار ارائه دهندگان	تردید	برخی افراد در هدیه دادن به افرادی که دائماً پست می گذارند که به فلان چیز نیاز دارند بدون اینکه چیزهایی ارائه دهند، تردید دارند- برخی افراد در پاسخ به اعلام نیاز زنان بارداری که از قبل فرزند دیگری دارند و می دانند از عهده مخارج فرزند بیشتر بر نمی آیند و اکنون خواستار وسایل نوزاد برای فرزند دوم هستند، دچار تردید می شوند- دیدن ظاهر افرادی که موقع تحویل کالا کاملاً " با فقر و عجزی که موقع اعلام نیاز ابراز کرده اند، بسیار متفاوت و متناقض هستند، هدیه دهنده را مردد می کند	
	دریافت قدردانی	برخی ارائه دهندگان فری سایکل از اینکه دریافت کنندگان خواهان اقلام دورریختنی آنها بوده و قدردان و سپاسگزار نیز بوده اند، احساس خوشایندی دارند	

¹ . leasing

گیرندگان/استفاده کنندگان	احساس شرم/نگرانی	برخی گیرندگان ممکن است نگران استقبال اجتماعی از داشتن محصولات دست دوم از طریق پلتفرم‌های فری سایکل آنلاین باشند
	نگرانی از ایمنی و امنیت	اگر یک متخصص، لوازم الکترونیکی دست دوم را بررسی کند و بیان کند که استفاده از آن بی‌خطر است، ممکن است استفاده از کالاهای دست دوم افزایش یابد.
	نگرانی از بابت سلامت و بهداشت	گیرندگان محصولات دست دوم (به‌خصوص وسایل شخصی مانند لباس، چمدان یا تجهیزات آشپزخانه برای تهیه غذا) ممکن است نگرانی‌ها و انتظاراتی از نظر بهداشت داشته باشند- محصولات کودک باید با توجه به نظافت و پوست و سیستم بدن حساس و ظریف نوزاد حساسیت بسیاری در پی دارد.
دیدگاه	مقرون به صرفه	افراد کم درآمدتر ترجیح می‌دهند محصولات را از محل‌های نزدیک به خود دریافت کنند، تا هزینه حمل و نقل کمتری دهند- برخی افراد مانند دانشجویان می‌خواهند محصول رایگانی برای رفع نیازهای اولیه خود دریافت کنند، حتی اگر آن محصول مشکلاتی داشته باشد و آسیب دیده باشد- دریافت، تعمیر و تغییر راحت کالا
	انسجام و همبستگی	فری سایکل بررسی مبادلات اجتماعی، نوع دوستی و همبستگی اجتماعی را تسهیل می‌کند- تمایل به حفظ محیط‌زیست در میان اعضای فری سایکل، آنها را به جامعه‌ای همفکر تبدیل می‌کند
	رقبا	طبیعی است که رقبا پولی فری سایکل، یعنی سمساری‌ها و خریداران اقلام ضایعاتی، موضع سرسختانه‌ای در مقابل فری سایکل بگیرند
	نابرابری اجتماعی	به نظر می‌رسد که فاصله اجتماعی و اقتصادی مشخصه دادن هدیه فری سایکل است- اهداکنندگان غالباً قدرت کنترل رفتار گیرندگان را دارند و پذیرش هدیه، با انتظار رفتار مناسب از جانب گیرنده(مانند ابراز قدردانی، اثبات شایستگی و تبعیت) همراه است
	آگاهی عمومی/اطلاع رسانی جمعی	افزایش آگاهی در مورد از یک طرف، پیامدهای زیست‌محیطی مصرف گرایی و افزایش حجم زباله، و از طرف دیگر مأموریت فری سایکل در جهت مقابله با آن
	درآمد خانواده	افرادی که شرایط زندگی و درآمد بهتری دارند، ترجیح می‌دهند به جای تعمیر و مراقبت از اشیاء، یک محصول جدید بخرند- افراد بازنشسته و یا اقشار کم درآمد ترجیح می‌دهند با وجود سرمایه اقتصادی محدود خود، در این فرهنگ مصرف مشارکت کنند.
	تعیین منزل و جابجایی	هنگام جابجایی‌ها از دور انداختن اقلامی که در منزل قبلی برای فرد قابل استفاده بود و اکنون به هردلیل نیست و اضافه است، اما دیگران می‌توانند از آنها استفاده کنند، اجتناب شود
فرهنگ سازی	خانه تکانی مناسبی و دوره‌ای	در خانه تکانی‌ها از دور انداختن اقلامی که اکنون برای ما اضافه است، اما دیگران می‌توانند از آنها استفاده کنند، صرف‌نظر کنیم.
	تولد، رشد/ مرگ اعضای خانواده	ایجاد و ترویج این باور که از دور انداختن اقلامی که یک زمانی توسط فرزندم استفاده شده بود و اکنون فرزندم(عزیزم) بزرگتر(قوت) شده و برایش قابل استفاده نیست اما دیگران می‌توانند از آنها استفاده کنند، اجتناب کنیم-
	گردشگری اجتماعی	شکلی از گردشگری مبتنی بر جامعه پایدار است که هدف آن رفع نیازهای ساکنان و گردشگران فعلی بدون به خطر انداختن نیازهای نسل‌های آینده ساکن یا بازدیدکننده از مقصد گردشگری است، یعنی افراد اقلام اضافی خود را در سفر فیزیکی یا بدون سفر به مقصد، به مقاصد گردشگری ارسال می‌کنند.
زیست‌محیطی	کاهش حجم زباله	ارائه دهندگان فری سایکل دوست دارند حجم کالاهایی که به محل دفن زباله می‌رود را کاهش دهند- در فری سایکل، "راحتی و آسایش سبز" اولویت دارد
اثرات فری سایکلینگ	لذت کار داوطلبانه	لذت هدیه دادن سخاوتمندانه- لذت "خلاص شدن" از چیزهای اضافه- لذت دریافت چیزها به صورت رایگان- لذت بردن از صحبت کردن و گپ زدن با بخشی از یک جامعه به صورت آنلاین و گاهی اوقات دریافت راهنمایی در مورد تعمیر اشیاء و دور نریختن آن- لذت انتقال اقلام از فری سایکل به گروه‌های نیازمند(مانند دانش آموزان، سالمندان و...)
	تثویق به تعمیر / تغییر کاربری وسایل	گاهی اوقات عدم دانش تعمیر باعث دفع می‌شود، فری سایکل باعث تشویق و ترویج افراد به تعمیر یا تغییر کالا به جای دورانداختن می‌شود.
	هتجارهای اجتماعی	قوانین صریح و ضمنی حاکم بر روابط بین اعضای فری سایکل به آشکار کردن ساختارهای اجتماعی کمک می‌کند- کند- فری سایکل یک سیستم اجتماعی جایگزین ایجاد می‌کند
	تعمیر سبک زندگی	مصرف بیش از حد را می‌توان با از بین بردن مازاد آن از نظر اخلاقی لغو کرد- لغو خرید بیش از حد با سبز بودن و نوع دوست بودن- برخی اعضای فری سایکل از فروشگاه‌هایی که تداعی‌گر مصرف معمولی، غیراخلاقی و غیرسبز هستند، خرید نمی‌کنند- برخی فری سایکلرها ساده‌زیست شده و با بخشش اقلام بدون استفاده، به هم ریختگی و پیچیدگی را در زندگی شخصی‌شان از بین می‌برد
	تأثیر در نحوه مصرف	عدم تمایل به صرف پول یا تلاش برای تعمیر کالای قدیمی- محصول آنها هنوز کار می‌کند، اما قدرت مالی ارائه دهنده آنها را برای خرید نسخه جدیدتر تحریک می‌کند- فری سایکل حوزه فعالیت خود را محدود می‌کند تا خرید را(برای گیرندگان) حذف کند- سیاسی کردن مصرف- هرچه زباله‌های بیشتری دفع شود، محصولات بیشتر و بیشتری جهت پاسخ به تقاضای موجود تولید می‌شوند، فری سایکل مانع این کار می‌شود.

افراد ممکن است از اقلام ناخواسته برای اهداف خلاقانه و یک پروژه هنری شخصی برای دکوراسیون خانه خود یا برای پروژه های DIY، و یا از آنها برای کارهای جمعی مانند انجام پروژه های خلاقانه با بچه ها در مهد کودک استفاده کنند- لزوماً نباید فقط محصولات قابل استفاده در فری سایکل به اشتراک گذاشته شوند- با استفاده از خلاقیت می توان از مواد مختلف برای کارکردهای جدید استفاده کرد و از تولید زباله جلوگیری کرد.	خلاقیت پروری	برای زندگی محصولات
افزایش سناریوهای استفاده از محصولات می تواند ارزیابی عمر محصول را تسهیل کند- اقلامی که قرار است تعمیر شوند و استفاده از آنها دوباره تجسم شود، مصرف کننده کالای اصلی را به خریدار کالای مورد استفاده مجدد و چرخشی تبدیل می کند	چرخه عمر محصول	
گسترش چرخه عمر و اقتصاد دایره ای می تواند منابع ارزشمندی برای گسترش مقیاس های استفاده برای طراحی عمر چندگانه اشیا باشند- برخی کالاها هنوز زندگی در آنها باقی مانده است و می توانند نزد مالک دیگری به حیات خود ادامه دهند- مصرف کالای دست دوم بر استفاده مجدد، بازیافت و مفهوم سازی مجدد کالاها به روش های پایدارتر تأکید می کند.	زندگی متعدد اشیا	



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش

مناسب پسماند باعث ایجاد مشکلات فراوان زیست محیطی و گسترش آلودگی در سطح جامعه می شود (روشن و همکاران، ۱۳۹۶). از طرفی، مدیریت پسماندهای شهری به عواملی همچون تولید زباله، جمع آوری، حمل و نقل، دفن زباله و بازیافت آن بستگی دارد (راشدی و

۴- نتیجه گیری

پسماند از تولیدات غیرقابل اجتناب هر جامعه است که مدیریت آن از نیازهای اساسی جامعه است؛ از این رو داشتن سیستم مدیریت پسماند ضرورت دارد (راشدی و مشهدی، ۱۴۰۰). چرا که عدم مدیریت اصولی و

قاعده و قانون اساسی فری سایکل آن است که ارائه دهندگان، کالای خود را فقط به صورت رایگان به گیرندگان عرضه نمایند و به هیچ عنوان حق فروش و کسب سود از آنان و یا حتی مبادله پایایی را ندارند؛ از طرفی، گیرندگان باید واقعا^۱ به آن کالا نیاز داشته باشند و قصدشان فروش و سوءاستفاده نباشد؛ اعضای فری سایکل ضمن کنترل و نظارت توسط گردانندگان وبسایت یا شبکه و دیگر اعضا نسبت به نحوه مشارکت و حتی نحوه استفاده و یا تعمیر وسایل آموزش می‌بینند؛ اعضا از فری سایکل رضایت دارند چرا که دهندگان کالا هم به قول خودشان از شر وسایل اضافه خلاص می‌شوند و هم خیالشان راحت است فردی که آن را دریافت کرده، آن زمان واقعا^۱ به آن کالا نیاز داشته است، در صورتی که اگر به مراکز خیریه تحویل می‌داد ممکن بود به دست فردی برسد که در آن موقعیت واقعا^۱ جزو نیازهای وی نباشد، علاوه بر این برخی اقلام، از جمله یک تلویزیون خراب را نمی‌توان به خیریه هدیه داد اما می‌توان در فری سایکل آن را به کسی که توانایی تعمیر دارد و یا قطعات آن برایش قابل استفاده است اهدا نمود، پس این نوع بخشش و هدیه دادن حس خوشایندی دارد و یک اقدام برد-برد محسوب می‌شود زیرا آنچه یک شخص نمی‌خواهد و به دنبال خلاصی از آن است، توسط شخص دیگری که آن را نیاز دارد مطالبه می‌شود و انگیزه خود را از فری سایکل شدن، "آسایش و راحتی سبز"^۱ عنوان کرده‌اند زیرا اعضا هدفشان این است خانه‌های خود را به شیوه‌ای سازگار با محیط‌زیست و به‌گونه‌ای که می‌تواند احساس گناه ناشی از مصرف بیش از حد را از بین ببرد، از طریق فری سایکل خلوت(هداکنندگان) یا پر(گیرندگان) کنند(Aptekar, 2016)؛ بنیانگذار آن معتقد است که این تبدیل به یک اقتصاد بزرگ هدیه شده است و برای کسانی که چیزی اهدا کرده‌اند، رضایت از زندگی است زیرا انسان وقتی به دیگران کمک می‌کند، احساس خوبی پیدا می‌کند(سولومون، ۱۳۹۲). به‌عنوان مثال خانواده‌هایی که فرزند کوچک دارند همراه با رشد و بزرگ شدن کودک و اینکه برخی لباس‌ها و وسایل و اسباب بازی‌های آنها دیگر بدون استفاده هستند، در دوره‌های مختلف زندگی فرزندشان تصمیم می‌گیرند اقلام اضافی آنها را در فری سایکل به خانواده‌هایی که فرزند متناسب با آن وسیله و لباس و یا کالسه و گهواره را دارند، اهدا کنند؛ حتی گیرندگان نیز می‌توانند همان وسیله را پس از رشد فرزندشان دوباره در فری سایکل به گیرنده‌ی بعدی اهدا نمایند؛ خانه‌های دانشجویی یکی دیگر از مواردی است که می‌توانند از اقلام موجود در فری سایکل استفاده کنند چرا که خانه‌های دانشجویی دائما^۱ در حال پر و خالی شدن هستند و با رفتن یک عده، عده دیگری می‌آیند، یعنی دانشجویها با پذیرش در دانشگاه و اسکان موقت در خانه دانشجویی به یک سری اقلام نیاز دارند و سپس با فارغ-التحصیل شدنشان و بازگشت به محل سکونت دائم خود، دیگر نیازی به آن اقلام ندارند؛ این گروه باتوجه به محدودیت مالی و عدم اشتغال و درآمد کافی ترجیح می‌دهند برای اقامت موقت خود اقدام به تهیه اقلام دست دوم نمایند حتی اگر معیوب باشند؛ به‌عنوان مثال، تمایل دارند به جای خرید اقلام نو، یک چراغ مطالعه‌ای که پایه‌اش شکسته و یا تخت معیوبی که صدا می‌دهد را برای دوره کوتاه اقامتشان تحمل کنند و حتی ترجیح می‌دهند آنها را از ارائه دهندگانی که با خانه دانشجویی‌شان فاصله کمی دارد، دریافت نمایند تا هزینه حمل و رفت و آمد کمتری پرداخت نمایند و یا حتی خود آن را حمل کنند و هزینه پرداخت نکنند.

مشهدی، ۱۴۰۰). علاوه بر این، اجرای موفقیت‌آمیز سیستم‌های مدیریت پسماند بازیافت آن، نیازمند همکاری نزدیک، هماهنگی، انتقال دانش، اشتراک‌گذاری اطلاعات و اعتماد در میان تمام جریان‌های رسمی و غیررسمی بازیگرانی است که در سیستم زنجیره تامین مدیریت زباله مشارکت دارند(حاجی آقایی، ۱۴۰۱). به‌دنبال چنین مسأله‌ای، طی سال-های اخیر با استفاده از مشارکت شهروندان تلاش‌هایی جهت مدیریت زباله صورت گرفته است و اقداماتی از جمله گردآوری زباله‌های تر و خشک در سطل‌های جداگانه، طرح محله تمیز، برنامه جمع‌آوری هوشمند پسماند و مواردی از این قبیل به اجرا در آمده است که طبق نظر کارشناسان مورد مصاحبه در پژوهش حاضر، ضمن کسب موفقیت-های نسبی، با شکست‌های بزرگی نیز مواجه بوده است و علت آنها علاوه بر فقدان علم و دانش صحیح، عدم سرمایه‌گذاری از جانب دولت بوده است؛ چرا که آنها معتقد بودند به عنوان مثال، در همه استان‌ها و شهرهای ایران کارخانه‌ها و تجهیزات بازیافت زباله و روش مهندسی دفن و امحا وجود ندارد و امکانات کافی جهت انتقال زباله‌های تمام نقاط کشور به محل‌های دارای تجهیزات موجود نیست، یا در برخی مناطق یک ماشین حمل زباله برای حمل زباله‌های تر و خشک در هم و هم-زمان اقدام می‌کند و عملا^۱ تفکیک زباله تر و خشک بی‌فایده بوده است و آسیب‌های زیست‌محیطی همچنان به قوت خود باقی‌ست؛ اما همه این کارها و برنامه‌های دیگری که در حال انجام است، وقتی مربوط به زباله‌هایی است که برای دارنده‌ی آنها و برای افراد دیگر بدون استفاده است خارج از موضوع این پژوهش می‌باشد؛ چه اینکه بازیافت یا امحای آن اصولی انجام شود و چه غیراصولی. چرا که این پژوهش به فری سایکلینگ پرداخته است و این شبکه‌ی بازیافت به اهدای اقلامی که قابل استفاده هستند اما دارندگان آن کالاها اگر با فری سایکلینگ آشنا نباشند و یا در محل زندگی آنها شبکه فری سایکل وجود نداشته باشد(مانند ایران)، به دلایل مختلف اقدام به دورریختن، یا بخشش غیرضروری و گاه فروش آن به قیمت ناچیز می‌کنند. این در حالی است که والایی(۱۳۸۴) نیز اعان داشته که بحران‌های زیست‌محیطی ایران جزو شدیدترین بحران‌های زیست‌محیطی جهان محسوب می‌شود(ملکی پور و همکاران، ۱۳۹۵)؛ و ایران از جمله کشورهایی است که از نظر تجمع حجم زباله و آلودگی و عدم مدیریت صحیح آن یک نگرانی جهانی زیست‌محیطی محسوب می‌شود. بنابراین به نظر می‌رسد ضروری است که خیلی جدی روی اقدامات کم هزینه‌ای از جمله فری سایکلینگ که در تمام دنیا شناخته شده و بسیاری از کشورها در قالب شبکه‌های مختلف مجازی آن را اجرا می‌کنند و از فواید آن بهره‌مند می‌گردند، برنامه‌ریزی شود. باتوجه به اینکه فری سایکل در ایران ناشناخته می‌باشد و کارشناسان مورد پژوهش معتقد بودند که تا فردی در جریان یک عمل قرار نگیرد، نمی‌تواند بطور کامل و یقین در رابطه با چالش‌های آن اظهارنظر نماید، لذا پژوهشگران لازم دیدند جهت پاسخ به سوال اصلی پژوهش که "ایران برای فری سایکل شدن با چه چالش‌هایی مواجه است؟" بود، پیرامون فری سایکل و عمل فری سایکلینگ، علاوه بر نظر کارشناسان مورد پژوهش، از نظرات فری سایکلرهای کشورهای مختلف و مواردی که در مطالعات خارجی به آنها اشاره کرده بودند نیز بهره ببرند، که خلاصه آنها همراه با تجمیع نظرات کارشناسان پژوهش حاضر به‌طور شفاف و مفصل در جدول ۱ ارائه گردیده و مجموع نظرات این بوده است:

1. green-washed

گروه دیگر خلاقان و هنرمندان هستند که در ساخت تزیینات و کارهای هنری فعالیت دارند، این افراد حتی اقلام دورریختنی که کاملاً در بین کیسه و سطل‌های زباله دیگران جای می‌گیرند را به‌عنوان زمینه و مواد اولیه آثار هنری خود نیاز دارند، اقلامی مانند بطری‌های خالی و یا ظروف و شیشه‌های شکسته و هر ماده دور ریختنی دیگری، پس ارائه آنها در فری سایکل هم از حجم زباله می‌کاهد و هم نیاز خلاقان و هنرمندان را تامین می‌کند (Ozcelik & Kaplan, 2021). در واقع، بیشتر اشیاء موجود در زدگی و بازار غیرقابل تجزیه هستند (یعنی آنهایی که پلاستیک دارند)، از لباس، مبلمان، لوازم خانگی و بقیه انواع تجهیزات و وسایلی که ما در زندگی روزمره با آنها سر و کار داریم. زندگی در جامعه‌ای به شدت مصرف‌گرا، دو مشکل عمده دارد: اول این که چگونه می‌توان از شر این همه پلاستیک خلاص شد، زیرا می‌دانیم که این پلاستیک برای اکوسیستم زمینی بسیار مضر است و بیشتر آن به محل‌های دفن زباله فرستاده می‌شود و سوزانده می‌شود و باعث انتشار گاز می‌شود و اثر گلخانه‌ای به شدت برای اکوسیستم مضر است. دوم این که هرچه زباله‌های بیشتری تولید و دفع شود، محصولات بیشتر و بیشتری به منظور پاسخگویی به تقاضای موجود تولید می‌شوند (Figueiredo, et al., 2022). در هر کشور، وسایات اصلی فری سایکل توسط تعداد انگشت شماری از افراد که قوانین را بنابر اصول بنیانگذار اصلی آن وضع نموده و بر کار اعضا نظارت می‌کنند، مدیریت می‌شود و توسط حامیان و پشتیبانان مالی و وسایات تامین مالی می‌شوند، اما شبکه‌های اجتماعی محلی آن توسط افراد داوطلب و به صورت خودجوش در هر ایالت و شهر اداره می‌گردد که همگی از قوانین شبکه اصلی تبعیت می‌کنند؛ اما کارشناسان پژوهش معتقد بودند دولت علاوه بر اینکه باید در زمینه پشتیبانی و امنیت پلتفرم نیز همکاری نماید، باید در رسانه‌های عمومی و دیگر بسترها افراد جامعه را جهت پیوستن به فری سایکلینگ تشویق نماید. آنها همچنین پیشنهاد داشتند باتوجه به اینکه اقلامی مانند وسایل کودک، اقلامی گران‌قیمت و البته نیاز موقتی هستند و عمر نیازشان برای مصرف‌کننده خیلی کوتاه است و خیلی زود به‌عنوان زباله وارد چرخه بازیافت می‌شوند، تولیدکنندگان می‌توانند اقدام به اجاره‌ی آن اقلام برای افرادی که قدرت خرید آن را ندارند نیز نمایند. علاوه بر این، طبق نظر فری سایکلرهای کشورهای مختلف، طراحان محصول می‌توانند در طراحی محصول امکان تغییر کاربری محصول، پس از اتمام چرخه اصلی عمر آن را فراهم نموده و آموزش دهند. ارائه‌دهندگان با انگیزه‌های مختلفی اقدام به اهدای اقلام اضافی خود می‌کنند و آن‌گونه که فری سایکلرهای کشورهای مختلف عنوان کرده‌اند انگیزه اصلی آنها نگرانی محیط‌زیست است و سپس نوع دوستی و در نهایت خلوت شدن خانه‌شان و دیگر انگیزه‌های ممکن. آنها معتقدند "وقتی قصد فروش اقلام اضافی را دارید خریدار در بیشتر موارد همه اقلام را یکجا نمی‌خرد و همیشه بخشی از آنها روی دستمان می‌ماند و یا حتی چندروز ممکن است معطل آمدن خریدار شویم و در این مدت بارش باران صورت گیرد و وسایل ما آسیب ببینند و خریدار آن را از ما نخرد، اما طبق قوانین فری سایکل در ایمیل‌هایی که رد و بدل می‌شود، برای تمام اقلام اضافی فرد مورد نظر و زمان و نحوه ارسال را مشخص می‌کنیم و فرد در زمان مقرر مراجعه می‌کند و اگر مراجعه نکند، سریع با فرد دیگری که خواهان بوده وارد گفتگو می‌شویم". تعدادی از ارائه‌دهندگان اذعان داشته‌اند "در سالهای اول که عضو فری سایکل شده بودم، گاهی پیش می‌آمد که برخی از گیرندگان وقتی برای

دریافت حضوری کالا مراجعه می‌کردند از روی ظاهر شیک‌شان و یا جواهرات گران‌قیمتی که به همراه داشته‌اند، تصور می‌کردم عجز و ناله و احساس نیازی که در چت‌ها برای ترغیب من جهت اهدا به وی بیان داشته، ساختگی بوده و این فرد چندان به آن کالا نیازمند نیست و همین مسئله مرا دچار تردید می‌کرد، وقتی موضوع را با برخی از اعضا و گردانندگان فری سایکل مطرح کردم، متوجه شدم که لزومی ندارد گیرنده از نظر مالی در سطح پایین‌تری نسبت به ارائه‌دهنده باشد بلکه هدف فری سایکل ممانعت از خرید مکرر یک وسیله توسط افراد مختلف و در نتیجه کاهش حجم زباله است". البته گیرندگان نیز ممکن است نگرانی‌هایی از بابت اینکه به‌عنوان مثال، "اگر وسیله‌ای از طریق فری سایکل دریافت کنند و همکاران و دوستان و بستگان متوجه شوند، آیا احساس ناخوشایندی نسبت به فرد پیدا می‌کنند یا خیر؟" داشته باشند، و یا همچنین برخی از آنها ممکن است بابت اینکه "آیا وسیله دریافتی از نظر ایمنی و بهداشت (به‌عنوان مثال، در رابطه با وسایل شخصی و لباس، بخصوص لباس نوزاد و کودک باتوجه به حساسیت و ظرافت پوست این گروه سنی) خطری برای آنان دارد یا خیر؟" نیز نگران باشند. گیرندگان همچنین تمایل دارند اقلام مورد نیاز خود را از ارائه‌دهندگانی که از نظر مسافت به آنها نزدیکتر هستند دریافت نمایند، تا باتوجه به هزینه حمل و رفت و آمد و مدت زمان صرف شده برای دریافت کالا، برای آنها به صرفه باشد. برخی از کارشناسان پژوهش معتقد بودند که فری سایکل می‌تواند موجب انسجام و همبستگی بین اعضای جامعه فری سایکل شود، اما آپتکار (۲۰۱۶) در مطالعه خود خلاف این موضوع را عنوان کرده و معتقد است چون اعضا برای یکدیگر ناشناخته می‌باشند و در شبکه و بستر مجازی به غیر از درج پست‌های «پیشنهاد» و «درخواست» و یا مشاوره و آموزش، اجازه‌ی چت اضافی و یا خاج از هدف اصلی فری سایکل ندارند و اینکه ارائه‌دهندگان و گیرندگان به ندرت بیش از یکی دو مورد بین‌شان بده-ستان صورت می‌گیرد و تعاملات مداوم بین‌شان وجود ندارد، و طبیعی‌ست ارائه‌دهندگان دوست ندارند همیشه به یک تعداد ثابت و همیشگی کالا اهدا کنند و بقیه افراد بی‌نصیب از اقلام آنها باشند و یا توسط یک سری از افراد گیرنده مورد سوء استفاده قرار گیرند، لذا وی معتقد است که فری سایکلینگ موجب انسجام بین اعضای جامعه فری سایکل نمی‌شود و صرفاً "نوعدوستی و همبستگی اجتماعی را تسهیل می‌کند، آن‌هم چون هدف مشترک همه-ی آنها ممانعت از تکرار خرید و در نتیجه کاهش حجم زباله و حمایت محیط‌زیستی می‌باشد (Aptekar, 2016). رقبای پولی فری سایکل (به‌عنوان مثال، گروه‌های موبایلی بازار یا دیوار در ایران) ممکن است نسبت به فری سایکل جبهه بگیرند و یا حتی احتمال دارد برخی افراد اقدام به دریافت کالای رایگان از فری سایکل و فروش آن در شبکه‌های پولی (مثلاً بازار و دیوار در ایران) نمایند، که در این مورد برخی فری سایکلرها اظهار داشتند که "گاهی جهت راستی‌آزمایی گیرندگان، اقلام اهداشده‌ام را در گروه‌های پولی جستجو می‌کردم که مطمئن شوم آنجا برای فروش گذاشته نشده است"، البته برخی از آنها عکس این حالت را نیز مطرح نمودند به این‌صورت که وقتی به چیزی نیاز دارند ابتدا به فری سایکل مراجعه نموده و اگر موجود نباشد در شبکه‌ها و گروه‌های پولی به جستجوی آن می‌پردازند. به‌طور کلی، همان‌گونه که در زندگی روزمره اتفاق می‌افتد می‌توان در جایجایی منازل، خانه‌تکانی‌ها و تولدیا مرگ نزدیکان که معمولاً یک سری اقلام اضافی و بدون استفاده هستند، اقلامی را از طریق فری سایکل به

داشته باشند و سپس از دور خارج شوند و به زباله تبدیل شوند و از بین بروند؛ از طرفی، چون بدون در نظر گرفتن نقش کلیدی و اساسی تولید کنندگان زباله های شهری، یعنی شهروندان، تمام راهکارها نافرجام خواهد ماند، و بدون مشارکت آنان تغییری در میزان زباله های تولیدی روزانه ایجاد نمی شود؛ علاوه بر این، باتوجه به اینکه ایران جزو کشورهای اسلامی بوده و در آموزه های دینی آن به کرار نسبت به فضیلت بخشش و هدیه سفارش شده است و مردم آن نیز در بحرانیها و موقعیتهای مختلف و حساس (مانند سیل و زلزله و ...)، رغبت خود را نسبت به کمک به هموعان و هموطنان نشان داده و ثابت کرده اند که حاضرند حتی اقلام نو و کمکهای مالی خود به مناطق مختلف کشور و حتی خارج از کشور را ارائه نمایند؛ لذا انتظار می رود که از اقداماتی نظیر مشارکت در فری سایکلینگ و اهدای اقلام دست دوم و غیرقابل استفاده ی خود (اما مورد نیاز دیگران) نیز استقبال نمایند، بخصوص وقتی قرار است اثرات آن که سلامت افراد و محیط زیست شان می باشد، به خودشان نیز برگردد.

افرادی که در آن زمان به آنها نیاز دارند، اهدا نمود. در نهایت، فری سایکلینگ طی دو دهه ی گذشته، در کشورهایی که به اجرا در آمده است، توانایی خود را ثابت کرده است و علاوه بر کاهش حجم زباله در محل های جمع آوری زباله، موجب شکل گیری هنجارهای اجتماعی زیست محیطی در جامعه و تغییر در نحوه مصرف و سبک زندگی افراد شده و از طرفی، به کالاهای مصرفی افراد، زندگی های متعدد و چرخه طولانی تری اهدا کرده است. بنیانگذار سایت فری سایکل برآورد می کند که به طور متوسط یک جنس در سایت فری سایکل حدود یک پوند وزن دارد، معنایش این است که جنش هر روزه ی فری سایکل از ۳۰۰ تن زباله جلوگیری می کند و این یک موفقیت بزرگ می باشد (سولومون، ۱۳۹۲). در پایان، با توجه به اهمیت مسائل زیست محیطی در جهان و وضعیت بحرانی ایران در زمینه آلودگی های محیط زیست و محدودیت هایی از جانب سرمایه گذاری مالی در ایجاد کارخانه ها و تجهیزات بازیافت زباله در تمام مناطق کشور و اثرات تخریبی دفن یا سوزاندن حجم عظیم زباله های کشورهای سلامت محیط و جامعه، امروزه کفایت نمی کند تصور کنیم که محصولات در تمام زندگی خود فقط یک مالک

منابع

- حاجی آقایی، ل، ۱۴۰۱. تاثیر سرمایه اجتماعی بر بازیافت زباله در شهر قزوین، فصلنامه آینده پژوهی شهری، دوره ۲، شماره ۱، ص ۳۱-۴۹.
- راشدی، م، مشهدی، ع، ۱۴۰۰. تحلیل جایگاه مدیریت پسماند در قوانین برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات علوم محیط زیست، دوره ۶، شماره ۳، ص ۳۹۴۴-۳۹۳۸.
- روشن، س، کوه کن، م، سعیدیان راد، ع، پازوکی، م، ۱۳۹۶. آنالیز فیزیکی و شیمیایی پسماند جامد شهری در کلانشهر اصفهان و بررسی استراتژی های مشارکت مردمی در طرح تفکیک از مبدا، فصلنامه مطالعات علوم محیط زیست، دوره ۲، شماره ۳، ص ۵۰۸-۴۹۹.
- ززولی، م، علاء، ع، مؤده، ر، ۱۳۹۹. ارزیابی اقتصادی بازیافت پسماندهای جامد بر اساس مطالعه موردی در شهرستان های جویبار و قائمشهر ایران، فصلنامه پژوهش در بهداشت محیط، دوره ۶، شماره ۳، ص ۲۸۴-۲۷۵.
- سولومون، م، ۱۳۹۲. رفتار مصرف کننده: خریدن، داشتن، بودن، ترجمه حیدرزاده، ک، چاپ نخست، تهران: انتشارات بازاریابی.
- غایب زاده، م، اصلانی، ح؛ تقی پور، ح، ۱۴۰۰. ارزیابی مقایسه ای کاربرد فناوری زباله سوز و سایر روش های دفع پسماند در ایران با استفاده از روش AHP، مجله سلامت و بهداشت، سال ۱۲، شماره ۲، ص ۱۶۶-۱۵۳.
- کردی، م، تیموری، س، مرادعلیان، ا، ۱۳۸۸. تفکیک زباله در مبدا و نقش آن در افزایش راندمان بازیافت مواد، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال ۱، شماره ۲، ص ۲۴-۱.
- ملکی پور، ا، ملکی پور، م، معمر حور، ج، ۱۳۹۵. ارزیابی میزان عملکرد رسانه های جمعی بر فرهنگ سازی ارزش های زیست محیطی از دیدگاه فرهنگیان منطقه دهلران، فصلنامه علمی ترویجی فرهنگ ایلام، دوره ۱۷، شماره ۲، ص ۵۳-۱۴۵.
- Aptekar, S., 2016. Gifts among strangers: The social organization of freecycle giving. *Social Problems* 63(2), P.266–283. <https://doi.org/10.1093/socpro/spw005>
- Cox, J., et al. 2013. Consumer understanding of product lifetimes. *Resources, Conservation & Recycling* 79, P.21– 29. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2013.05.003>
- Eden, S., 2015. Blurring the boundaries: Prosumption, circularity and online sustainable consumption through Freecycle. *Journal of Consumer Culture* ,17(2), P.1–21.
- Ellen MacArthur Foundation. (2012). Towards the circular economy: An economic and business rationale for an accelerated transition. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/towards-the-circular-economy-vol-1-aneconomic-and-business-rationale-for-anaccelerated-transition>
- Figueiredo, B., et al. 2022. Freecycle Applied to Community Tourism: An Approach. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, Volume 293, Chapter 38, P.447-454.
- Kaza, S. L., et al. 2020. What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. World Bank Group, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317>. Accessed November 7.
- Klug, K., 2017. A Gift for a Stranger: Freecycling as a Current Lifestyle of Sustainable Consumption. *Sustainability, Ethics & Governance*, DOI 10.1007/978-3-319-54603-2_17.
- Moloney, B., Doolan M. A., 2016. comparison of obstacles in emerging and developed nation dry waste recovery. *Procedia CIRP*. No 40, P. 347-352.

- Ozcelik, A., Kaplan, A., 2021. Multiple Lives OF The Products: An Investigation Of Products' Journey In Freecycle Community. No 9 (2021): Nordes 2021: Matters Of Scale, ISSN 1604-9705. www.nordes.org

Identifying the basic issues and challenges of creating and developing free cycling in Iran

Ghasem Zarei^{1*}, Zeinab Mahmoodi Pachal²

*1- Associate Professor, Faculty of Social Sciences, Department of Business Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

2- Ph.D. student, Faculty of Social Sciences, Department of Business Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

*Email Address: Zareigz@gmail.com

Abstract

Introduction

Like it or not, we live in a society full of disposable products, and it's not just paper products and fast food containers that we throw away. We use televisions, computers, mobile phones, clothes and other products until something better comes along and then we throw them away. The earth is full of garbage that we create everywhere (Solomon, 2012). Therefore, the increase in the amount of waste along with the lack of space to empty it has polluted all the cities of Iran and the world (Kordi, et al., 2008). But what if people could find someone to take their old junk off their hands? Or what if people can find a needed sex that someone else has thrown away? It is better to know that Freecycle responds to this need. This website was created as a recycling concept, to reduce the pressure on the earth and reduce the generation of consumer waste. This site, which uses a forum structure, works well because of its simplicity. This site connects people who have items to throw away with people who need them and vice versa. Since the start of this site in Tucson, Arizona in 2003, today there are millions of members who have formed thousands of user communities in more than 75 countries. They say that they change the world with their every gift. This site is one of the most popular non-profit sites in cyberspace, and this reputation has been achieved within a few short years, without using any advertising other than word of mouth or free advertising. Anyone can join this 24/7 virtual garage sale and membership is free. In fact, the basic rule of Freecycle is that you can only give things away for free. Sellers and receivers contact each other via email and then arrange to send or receive in person. The founder of the site estimates that an average item on the Freecycle site weighs about one pound, which means that Freecycle's daily movement prevents 300 tons of waste. Therefore, Freecycle has created another cycling option that is growing rapidly and can also affect the buying habits of consumers (Solomon, 2012). Therefore, the present researchers decided that due to the large volume of waste in Iran and the lack of waste management and the principled and engineering method of waste disposal in all regions of the country, and as a result, serious damage to the environment and the health of people who live in the waste dumping areas. , examine the challenges facing the flow of "free-cycling" in Iran, as a method of recycling second-hand goods that can be used in various matters, in order to reduce the amount of waste. Because free-cycling is the previous and the first step in relation to waste and is the so-called prerequisite for the rest of the methods (separation, burial, burning, etc.); Because the amount of existing waste should be reduced first, and then destruction or recycling engineering methods should be used for the amount of waste created.

Methodology

The current research is a qualitative type of research, in which, using in-depth interviews in WhatsApp and content analysis approach, the basic issues and challenges facing free cycling in Iran, from the point of view of 4 marketing experts and also 3 environmental experts, were analyzed. Along with the theoretical review of the findings of the researchers and the opinion of the freecycleists of the countries that are active in the freecycle course, they were found.

Results

The findings in five main areas include "1. Issues related to the structure of Freecycle (including: Freecycle rules, the support provided by Freecycle, the uses of items donated in Freecycle); 2. supports that are better or necessary from the government, companies and organizations and product designers; 3. Issues related to free cycle users or free cyclers (including: motivations and behavior of gift givers and gift recipients); 4. Challenges related to people in the society (their point of view towards free-cycle and participation in it, culture-building of free-cycle); 5. Free cycle effects (including: environmental effects and social effects)" were categorized.

Conclusion

Nowadays, it is not enough to imagine that products have only one owner in their whole life and then they go away and become waste and disappear; On the other hand, because without considering the key and fundamental role of urban waste producers, i.e. citizens, all solutions will fail, and without their participation, there will be no change in the amount of waste produced daily; Following such a problem, in recent years, with the participation of citizens, efforts have been made to manage waste, and measures such as collecting wet and dry waste in separate bins, clean neighborhood plan, collection program Smart collection of waste and other such cases have been implemented, and according to the experts interviewed in this research, while achieving relative success, they have also faced major failures, and the reason for them, in addition to the lack of correct science and knowledge, lack of investment from the government; Because they believed that, for example, in all provinces and cities of Iran, there are no waste recycling factories and equipment, and there are no engineering methods for burial and disposal, and there are not enough facilities to transfer waste from all parts of the country to places with existing equipment. There is no, or in some areas, a garbage truck transports wet and dry garbage at the same time, and practically, the separation of wet and dry garbage has been useless, and the environmental damage is still strong. In this regard, considering that the basic rule and law of Freecycle is that the providers offer their goods only for free to the receivers and in no way have the right to sell and earn profit from them or even They do not have barter; on the other hand, the receivers must really need the goods and not intend to sell or abuse them. Therefore, the providers should be able to donate their extra items to others with different motivations and non-economic goals and without obtaining financial profit, and the receivers should not have the intention of abusing and demand the received goods only to satisfy their needs. Of course, if Be careful in the interactions of the Iranian society, the act of free cycling and donating goods and even financial aid has existed informally in Iran since the beginning, and members of the society often donate their second-hand goods or new goods to others (generally relatives). or acquaintances, but the main purpose of Free Cycle is to prevent some people from buying goods (on the one hand), and throwing away the same goods used by some people (on the other hand), by connecting these two group of people to each other, whether the recipient has purchasing power or not; Of course, gift givers usually choose the recipient of their goods based on various criteria and usually try to choose the person who needs the goods most and most vitally among the applicants. In addition, it is necessary that the government, while officially accepting Freecycle, by setting special tariffs for the transfer of items that need to be sent and received in absentia and through mail, as well as programs to encourage people in the community to join Freecycle, and Of course, technical and financial support for the website and its networks, participate in this movement. Finally, due to the fact that Iran is one of the Islamic countries and in its religious teachings, the virtue of forgiveness and gifts is highly recommended, and its people are also in different and sensitive crises and situations (such as floods, earthquakes, etc.), the desire They have proven themselves to help their fellow citizens, so it is expected that Freecycle will be well received.

Keywords

Waste; Environment; Freecycling; Gift economy