

נשלח ב-11/5/2004 12:35

סימון מחירים גורם לעליה של 10% במחיר.

אוניברסיטת בר אילן מתייצבת לצד הקמעונאים: טוענת כי חוק סימון מחירים גורם לייקור של 10% במחירים לצרכן

13:15 | 10.5.2004 אמיר טייג | דה מרקר

חוק סימון מחירים בארה"ב מעלה את מחירי המוצרים לצרכן ב-10% במוצע, כך קובע פרופ' דניאל לוי מאוניברסיטת בר אילן. לוי טוען כי הסיבה לכך היא שרשתות השיווק מגלגלות על הצרכנים את עלויות התפעול הגבוהות הנובעות מחוק סימון מחירים. מרבית הסוחרים הקמעונאים, ובראשם הרשתות הקמעונאיות, מתנגדים לחובת סימון המחירים, אך הגופים המפקחים דורשים זאת על מנת להעלות את רמת התחרותיות בענף.

"מכיוון שרשתות השיווק הישראליות והאמריקאיות משתמשות בשיטות תמחור דומות, סביר להניח שגם הצרכנים הישראלים משלמים את העלויות הנובעות מחוק סימון המחירים הישראלי, וספק אם הם מודעים למחיר זה", מסיק לוי במחקרו, ומדגיש כי תוצאות מחקר זה רלוונטיות לצרכנים, יצרנים ומחוקקים בישראל, מאחר שבימים אלו יש ניסיון להעריך מחדש את נחיצותו של חוק סימון המחירים הקיים במדינה מאז 1998.

לוי מבסס את תוצאות מחקרו על בחינת המחירים הקמעונאים ב-20 סופרמרקטים גדולים בארה"ב במדינות ניו יורק, ניו ג'רזי וקונטיקט. השוואת המחירים בין המדינות, רשתות שיווק וסופרמרקטים מעלה כי המחירים בהנחות בהן חל חוק סימון מחירים גבוהים במוצע ב-25 סנט, או ב-10% יותר, בהשוואה לחנויות שבהן לא חל החוק.

ההסבר העיקרי שמציעים החוקרים לממצאים אלו הוא שהדרישה לסימון מחירים על פי חוק מעלה את עלות התפעול השוטפת של רשתות שיווק, מאחר שהיא דורשת לשים תווית מחיר על כל פריט שמוצע למכירה. בנוסף, מעלה החוק לסימון מחירים את עלות שינוי המחיר, מאחר שהחלטה לשנות מחירו של מוצר מחייבת שינוי תווית המחיר על גבי כל הפריטים הנמצאים על המדף.

להערכת החוקרים, הציבור הישראלי היה מפיק יותר תועלת לו דרש החוק שבנוסף למחיר האריזה, תכלול תווית המחיר שעל המדף גם מידע על מחיר המוצר ליחידת מדידה סטנדרטית, כמו מחיר לק"ג. לדידם, החלת חוק ברוח זו לא תביא לעליית מחירים כיוון שהיא דורשת מרשתות השיווק השקעה חד פעמית בעיצוב ובתכנון תוויות מחירים חדשות.

http://www.bhol.co.il/forums/topic.asp?topic_id=931600&forum_id=8888

April 20, 2018