



המועצה הישראלית לצרכנות
ISRAEL CONSUMER COUNCIL

מדד ההגינות בחיי המסחר תחום אלקטרוניקה ומוצרי חשמל נתוני סקר מיוחד, מינהל מחקר וכלכלה



ספטמבר 2014

ש.1 מדד ההגינות -רקע

גישות כלכליות המעודדות ניצול הזדמנויות, עלולות לעיתים להעמיד במבחן את ההגינות של הקמעונאי והמשווק.

ניתן להצביע על ארבע סיבות לצורך בהגינות במסחר:

1. כך ראוי בחברה מתוקנת, הן כאינטרס צרכני והן כאינטרס עסקי.
2. עלות/ מחיר חוסר הגינות בעסקים מבחינת הפרט הבודד, משקי בית וכלל המשק.
3. הגינות במסחר מגבירה את תחושת האמון בין הקמעונאים לצרכנים.
4. הניסיון הבינלאומי של מדינות מערביות שונות, וביניהן ארה"ב, שבהן קיימת מסורת מחייבת של הגינות בעסקים. נראה שזו טרם השתרשה בתרבות העסקים בישראל.

לאור תחושת אי הנוחות מרמת ההגינות במסחר בישראל כפי שעולה בין היתר מריבוי תלונות על ניצול צרכנים, ובמיוחד לאור חוסר הסימטריה ביחסי צרכן - עוסק, וביתרון היחסי שיש למשווק ולמוכר על הצרכן היחיד, המועצה הישראלית לצרכנות פנתה אל מינהל המחקר והכלכלה במשרד הכלכלה כדי לפתח את מדד ההגינות, לצורך שיפור רמת ההגינות של עסקים בישראל.

ש.2 מדד ההגינות -רקע (המשך)

מטרות:

- א. פיתוח מודל למדידת הגינות
- ב. יצירת מדד למדידת הגינות בעסקים
- ג. מדידה ושיקוף של מצב ההגינות בענף משקי נבחר
- ד. העמדת כלי הערכה לרשות הצרכנים

תיאור התהליך

- א. פיתוח וזיהוי הפרמטרים הרלוונטיים
- ב. בחינת רמת ההגינות הנתפסת בתחום המזון (בוצע ופורסם ב-26 למרץ, 2014)
- ג. בחינת רמת ההגינות הנתפסת בתחום מוצרי החשמל ואלקטרוניקה באמצעות סקר טלפוני בקרב 716 נשים וגברים בגילאי +18 אשר רכשו במהלך השנה האחרונה מוצר חשמלי כלשהו (פרט למחשבים וציוד מחשב).

צוות הפרויקט:

יוזם מדד ההגינות – עו"ד אהוד פלג, מנכ"ל המועצה הישראלית לצרכנות ראש הצוות - בני פפרמן, ראש מנהל מחקר וכלכלה, משרד הכלכלה יועץ מדעי - דניאל לוי, פרופסור לכלכלה באוניברסיטת בר אילן צביקה וושלר – סמנכ"ל המועצה הישראלית לצרכנות גיל ברגפרוינד – כלכלן, המועצה הישראלית לצרכנות מיכל ברומר – חוקרת בכירה, מומחית בצרכנות ושיווק, מנהל המחקר במשרד הכלכלה

ש.3 הגינות - הגדרה

הגינות: התנהלות ישרה ושקופה של עוסק כלפי צרכן
בלא לנסות להטעותו או לנצל לרעה את
חולשתו או מצוקתו.

ש.4 הגינות – מושג רב מימדי

הצוות הגדיר 25 אירועים המבטאים מימדים שונים של חוסר הגינות בתחום מוצרי חשמל ואלקטרוניקה, לפי הממשקים הבאים:

1. החנות
2. שירות התקנה
3. ביטול עסקה או החזרת המוצר
4. תקלות ופגמים במוצר

ש.5 אירועים שנבדקו הנתפסים כחוסר הגינות

1. ממשק החנות - בממשק זה נבדקו 15 אירועים המבטאים חוסר הגינות

חוסר הגינות כללית בחנות

- א. המוכר המליץ על מותגים מסוימים מאינטרסים אישיים שלו או של החנות
- ב. המוכר לא בירר לעומק את הצורך של הלקוח על מנת להתאים את המוצר האידיאלי

מידע מבלבל

- ג. בחנות הוצג שלט המכריז על הנחה במחיר מוצר, אבל התברר שההנחה היא רק למי שמקיים תנאי מסוים שלא הופיע בשלט
- ד. נמצאה אי התאמה ברמת הציפיות בין מה שהובטח ללקוח לבין מה שקיבל בפועל
- ה. המוכר הציג מידע מבלבל בעסקה על מנת להשפיע על ההחלטה

חוסר הגינות במחיר

- ו. אין תמורה הולמת למחיר שמשלמים על מוצרי חשמל בחנות
- ז. הלקוח נתקל בטעויות בחשבון בקופה

הסתרת מידע

- ח. המוכר סירב למסור מחיר בטלפון
- ט. לא נימסר מידע שלם בנוגע לתכולת האחריות
- י. לא צוין דירוג האנרגטי של המוצר
- יא. תנאי הרכישה, הובלה או התקנה לא הובהרו ללקוח לפני הרכישה של המוצר
- יב. החנות| המוכר הסתירו מידע בקשר לכל החלופות האפשריות למוצר שנרכש
- יג. החנות| המוכר הסתירו מידע בנוגע למפרט הטכני או תכונות המוצר שנרכש
- יד. החנות| המוכר הסתירו מידע בנוגע לצורך לרכוש מוצרים נלווים למוצר שנרכש
- טו. בחנות לא נמסר הסכם רכישה או תעודת אחריות

ש.6 אירועים שנבדקו הנתפסים כחוסר הגינות (המשך)

2. שירות התקנה - בממשק זה נבדקו 3 אירועים

- א. הטכנאי שהגיע להתקין את המוצר ניסה למכור ללקוח מוצרים נלווים
- ב. זמן המתנה עבור שירותי התקנה או תיקון היו בלתי סבירים
- ג. נדרשה תוספת תשלום עבור הובלה ואספקה למרות ששירותים אלה נכללו במחיר ששולם על ידי הלקוח

3. ביטול עסקה או החזרת מוצר – בממשק זה נבדקו 3 אירועים

- א. החנות סירבה לבטל עסקה בטווח של 14 יום לאחר הרכישה
- ב. לאחר ביטול עסקה, החנות לא החזירה את הסכום המגיע לפי החוק
- ג. בעת החזרת המוצר, הלקוח נדרש לשלם עבור האריזה שנפתחה או נזרקה

4. תקלות ופגמים במוצר – בממשק זה נבדקו 4 אירועים

- א. זמן המתנה עבור שירותי התקנה או תיקון היו בלתי סבירים
- ב. הספק לא לקח אחריות על תקלות חוזרות של המוצר שנרכש
- ג. הספק התכחש לאחריות
- ד. על מנת להפעיל את האחריות של היצרן או הספק, הלקוח נדרש לעמוד בתנאים או דרישות בלתי סבירים

ש.7 עיקרי הממצאים

77% מהציבור תופסים את האירועים שנבדקו כ- 'לא הוגנים'.

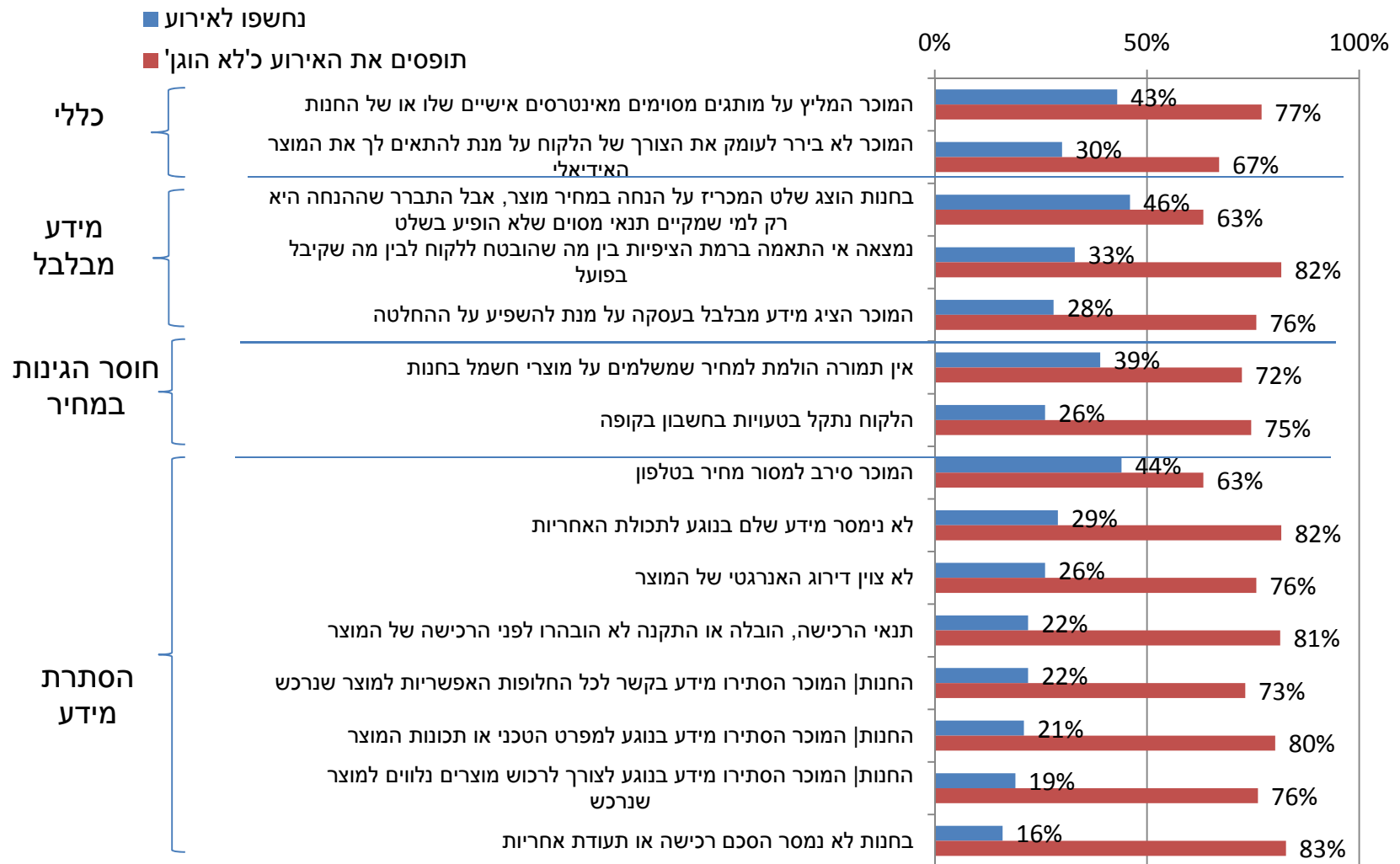
30% מהציבור נחשפו לחוסר הגינות בחנות מוצרי חשמל ואלקטרוניקה.

כ- 40% מהקונים שנתקלו בתקלה או פגם במוצר נחשפו לחוסר הגינות בשירות שקיבלו בעקבות התקלה או פגם במוצר שנרכש.

ש.8 ממשק החנות

תפיסת אירועים כ'לא הוגנים' אל מול שיעור ההיחשפות

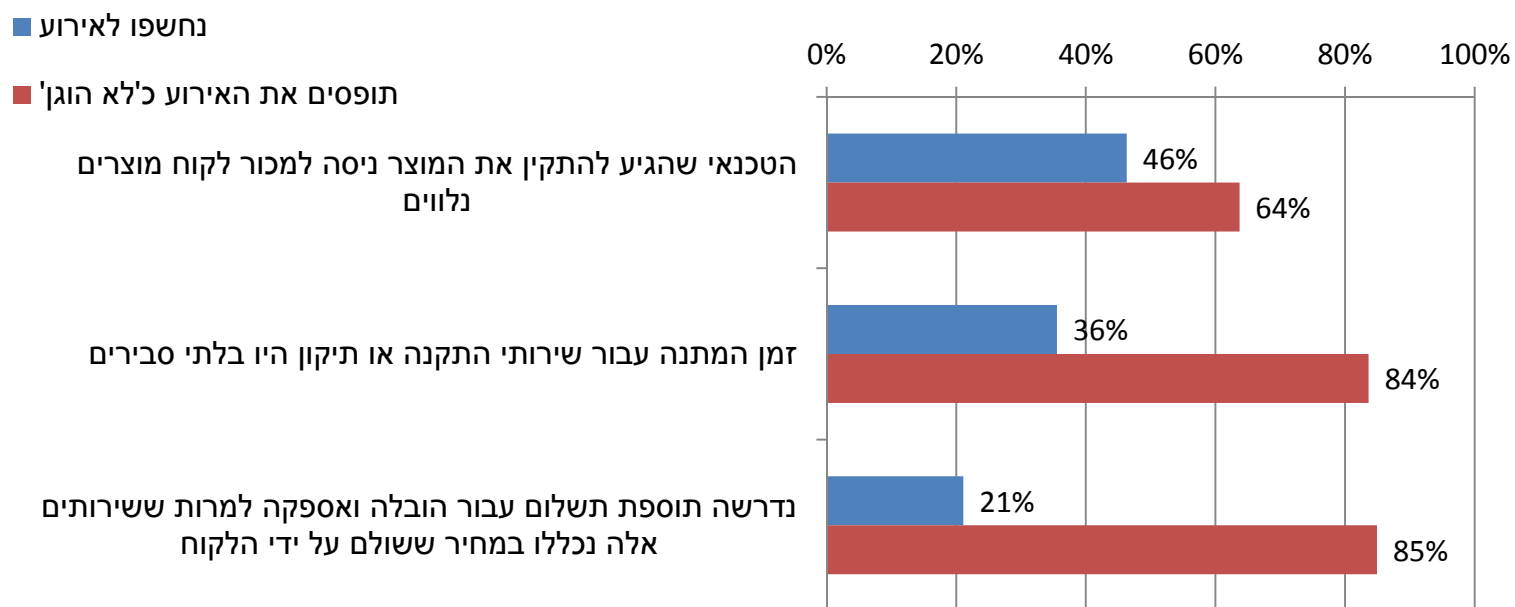
1מכל 3 לקוחות נחשפים לחוסר הגינות בחנויות מוצרי חשמל



ש': אקריא לך רשימה של היגדים בהתייחס למוצר שקנית. עבור כל היגד ציין האם זה קרה לך בשנה האחרונה. לאחר מכן, עבור כל היגד, אמור לי האם התיאור נתפס בעיניך כהוגן או לא הוגן.

ש.9 ממשק שירותי התקנה תפיסת אירועים כ'לא הוגנים' אל מול שיעור ההיחשפות

1מכל 3 לקוחות נחשפים לחוסר הגינות בממשק של שירותי התקנה



ש': אקריא לך רשימה של היגדים בהתייחס למוצר שקנית. עבור כל היגד ציין האם זה קרה לך בשנה האחרונה. לאחר מכן, עבור כל היגד, אמור לי האם התיאור נתפס בעיניך כהוגן או לא הוגן.

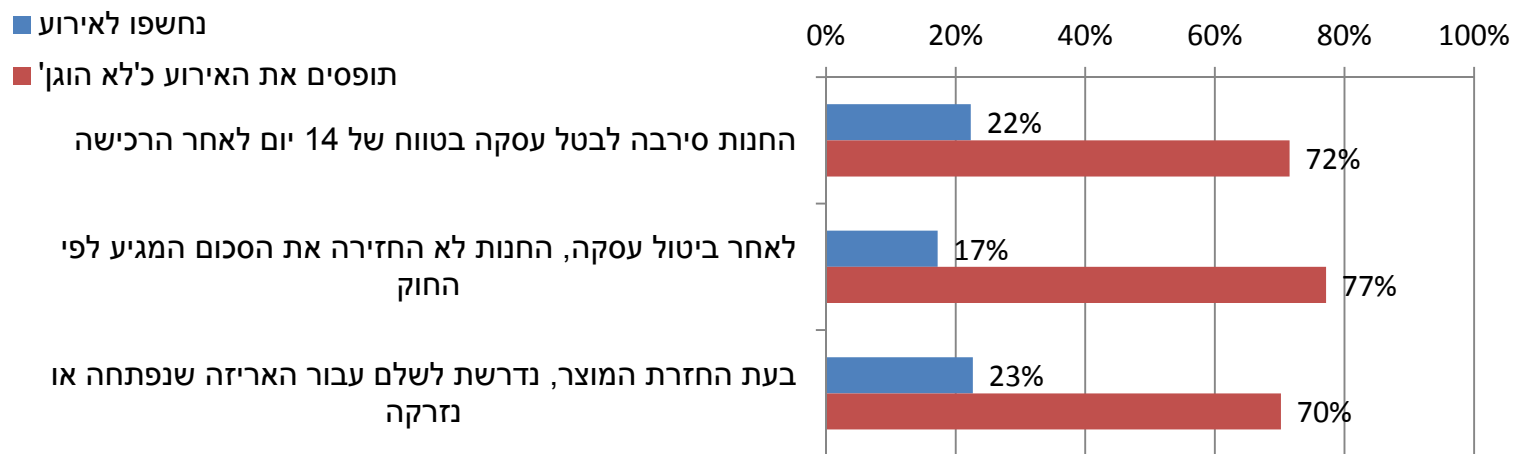
ש.10 ממשק ביטול עסקה / החזרת מוצר

תפיסת אירועים כ'לא הוגנים' אל מול שיעור ההיחשפות

בקרב קונים אשר נתקלו בתקלה או פגם במוצר

1 מתוך 5 קונים שניסו להחזיר את המוצר שנרכש, נתקלו
בסירוב מצד החנות

בקרב קונים אשר נתקלו בתקלות במוצר



ש': אקריא לך רשימה של היגדים בהתייחס למוצר שקנית. עבור כל היגד ציין האם זה קרה לך בשנה האחרונה.
לאחר מכן, עבור כל היגד, אמור לי האם התיאור נתפס בעיניך כהוגן או לא הוגן.

ש.11 תקלות בהפעלת המוצר

תפיסת אירועים כ'לא הוגנים' אל מול שיעור ההיחשפות

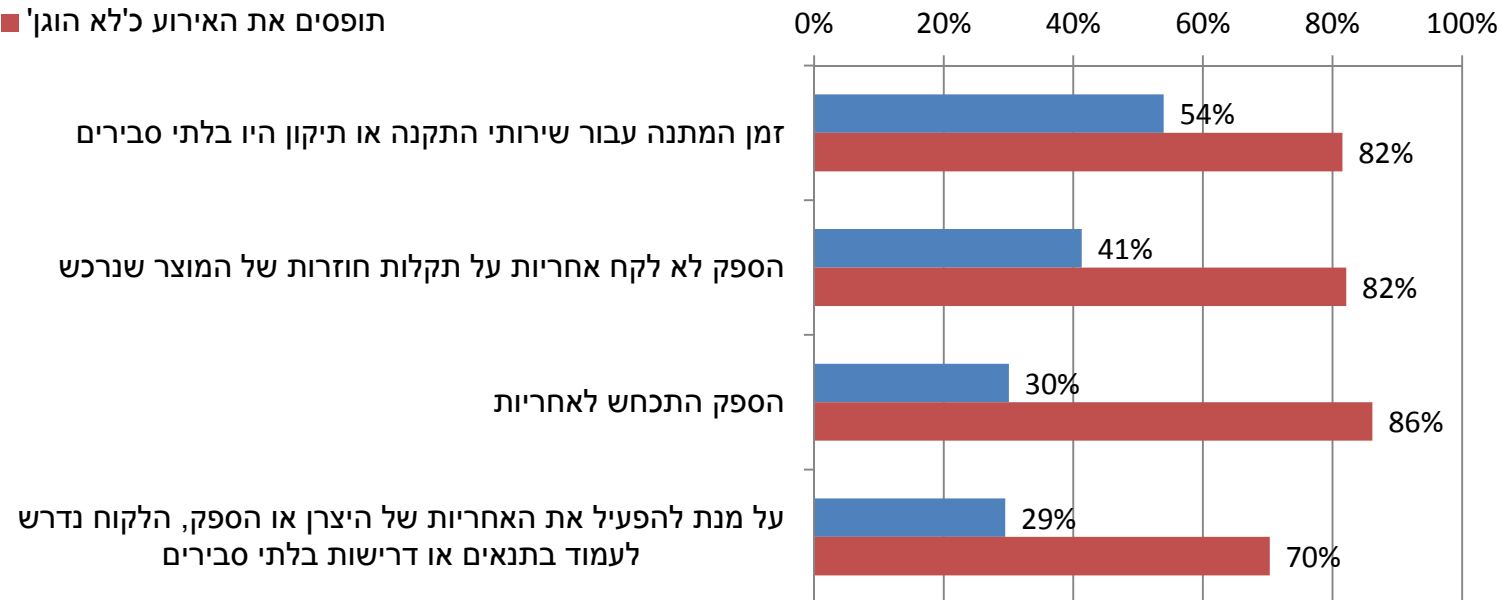
בקרב קונים אשר נתקלו בתקלה או פגם במוצר

1מכל 5 קונים נתקלו בתקלה או פגם במוצר.
שליש מהם, נתקלו בהתכחות הספק לאחריות.

בקרב קונים אשר נתקלו בתקלות במוצר

■ נחשפו לאירוע

■ תופסים את האירוע כ'לא הוגן'



ש': אקריא לך רשימה של היגדים בהתייחס למוצר שקנית. עבור כל היגד ציין האם זה קרה לך בשנה האחרונה. לאחר מכן, עבור כל היגד, אמור לי האם התיאור נתפס בעיניך כהוגן או לא הוגן.

ש.12 שכיחות המקרים הנתפסים כ'חוסר הגינות', לפי חנויות

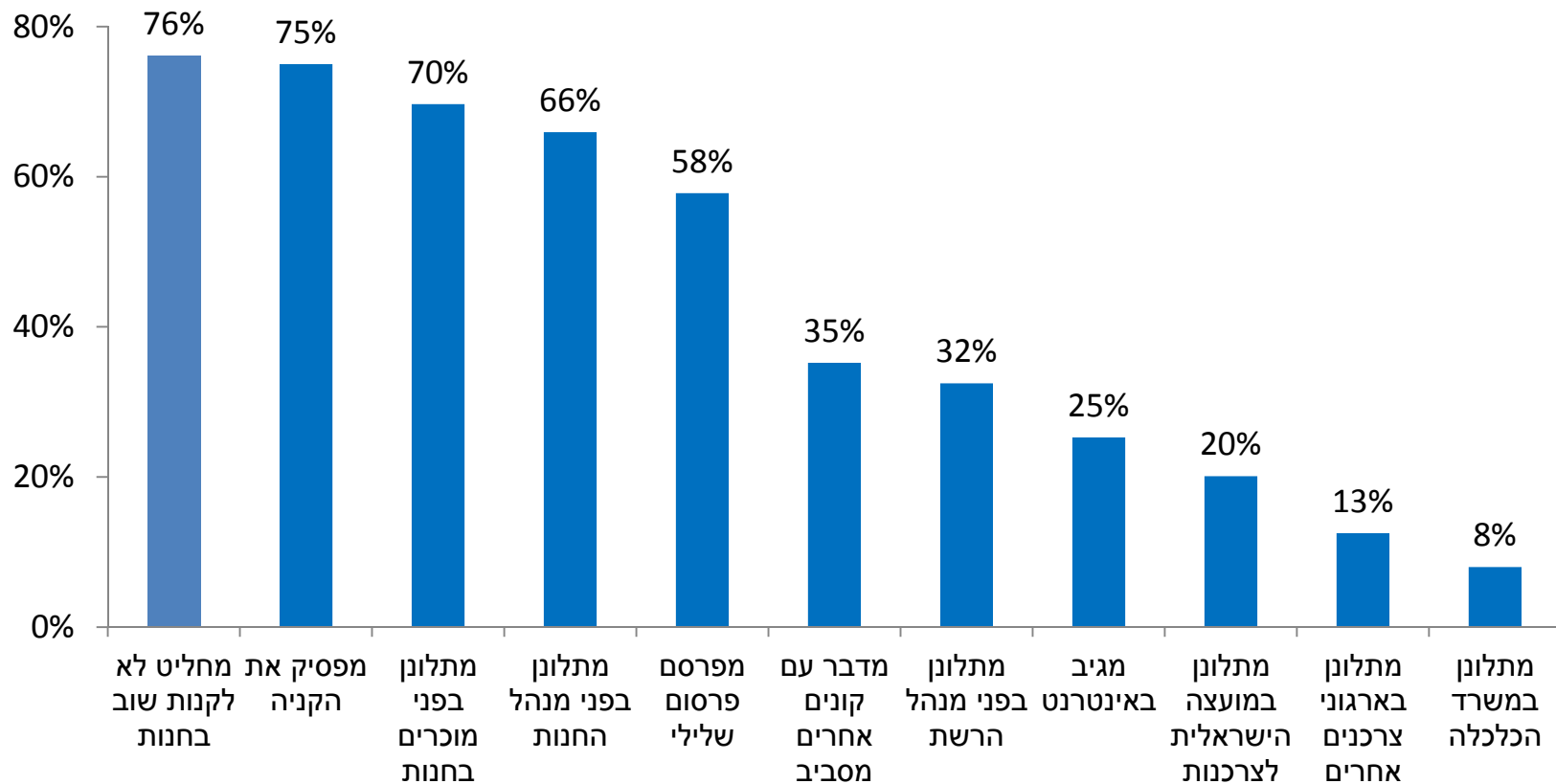
בקרב קוני אותה חנות

		ממוצע כלל הקונים	טרקלין חשמל	שקם אלקטריק	אלמ	מחשני חשמל	אבי סופר*	חנויות פרטיות
כללי	המוכר המליץ על מותגים מסוימים מאינטרסים אישיים שלו או של החנות	43%	40%	39%	56%	46%	43%	39%
	המוכר לא בירר לעומק את הצורך של הלקוח על מנת להתאים לך את המוצר האידיאלי	30%	23%	24%	35%	34%	28%	28%
מידע מבלבל	בחנות הוצג שלט המכריז על הנחה במחיר מוצר, אבל התברר שההנחה היא רק למי שמקיים תנאי מסוים שלא הופיע בשלט	46%	41%	46%	47%	50%	43%	43%
	נמצאה אי התאמה ברמת הציפיות בין מה שהובטח ללקוח לבין מה שקיבל בפועל	33%	30%	27%	41%	45%	33%	33%
	המוכר הציג מידע מבלבל בעסקה על מנת להשפיע על ההחלטה	28%	22%	26%	38%	41%	26%	20%
חוסר הגינות במחיר	אין תמורה הולמת למחיר שמשלמים על מוצרי חשמל בחנות	39%	32%	43%	28%	39%	46%	40%
	הלקוח נתקל בטעויות בחשבון בקופה	26%	27%	27%	23%	36%	21%	21%
הסתרת מידע	המוכר סירב למסור מחיר בטלפון	44%	46%	42%	61%	56%	39%	37%
	לא נימסר מידע שלם בנוגע לתכולת האחריות	29%	38%	19%	32%	37%	19%	30%
	לא צוין דירוג האנרגטי של המוצר	26%	26%	39%	28%	21%	43%	20%
	תנאי הרכישה, הובלה או התקנה לא הובהרו לפני הרכישה של המוצר	22%	25%	23%	25%	27%	16%	22%
	החנות המוכר הסתירו מידע בקשר לכל החלופות האפשריות למוצר שנרכש	22%	15%	19%	20%	30%	38%	20%
	החנות המוכר הסתירו מידע בנוגע למפרט הטכני או תכונות המוצר	21%	16%	20%	20%	29%	23%	21%
	החנות המוכר הסתירו מידע בנוגע לצורך לרכוש מוצרים נלווים למוצר שנרכש	19%	19%	22%	9%	25%	31%	16%
	בחנות לא נמסר הסכם רכישה או תעודת אחריות	16%	14%	19%	14%	17%	22%	13%
סה"כ שכיחות מקרי חוסר הגינות ברשת		30%	28%	29%	32%	36%	31%	27%

ממצאי אבי סופר מבוססים על 23 קונים אשר רכשו במהלך השנה האחרונה מוצר חשמל באבי סופר. על מנת לחזק את הממצאים נעשתה בדיקה של רמת ההגינות הנתפסת בקרב מדגם של 158 צרכנים נוספים אשר קנו או ביקרו אי פעם באבי סופר (כפי שמוצג בש. 14).

ש.13 תגובות צרכנים בעת היחשפות לאירוע של חוסר הגינות בחנויות חשמל

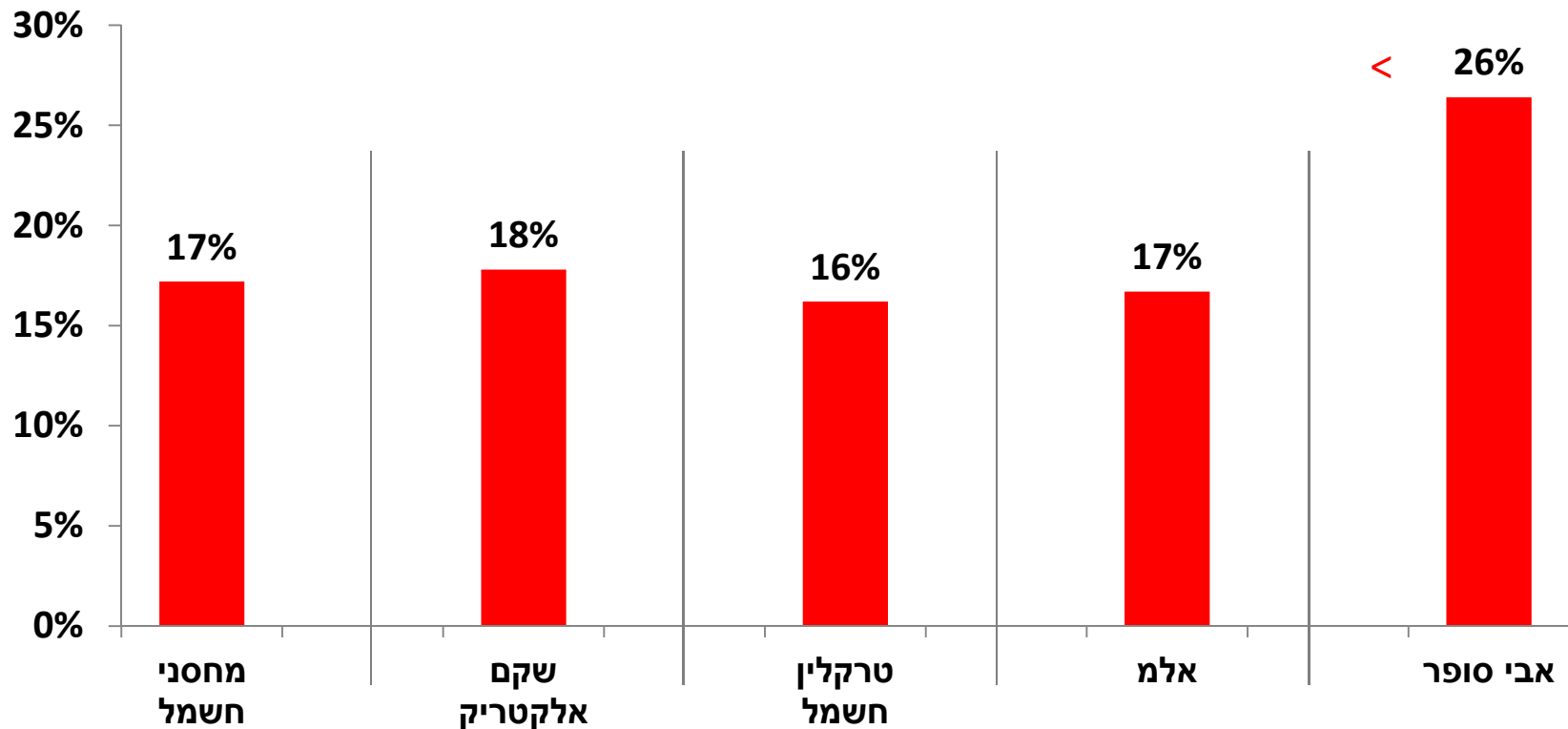
76% מהקונים לא יחזרו לחנות בה נתקלו בחוסר הגינות



ש.14 תפיסת הרשת כ'לא הוגנת' בקרב המבקרים בה

בקרב מי שקנה או ביקר אי פעם בכל רשת

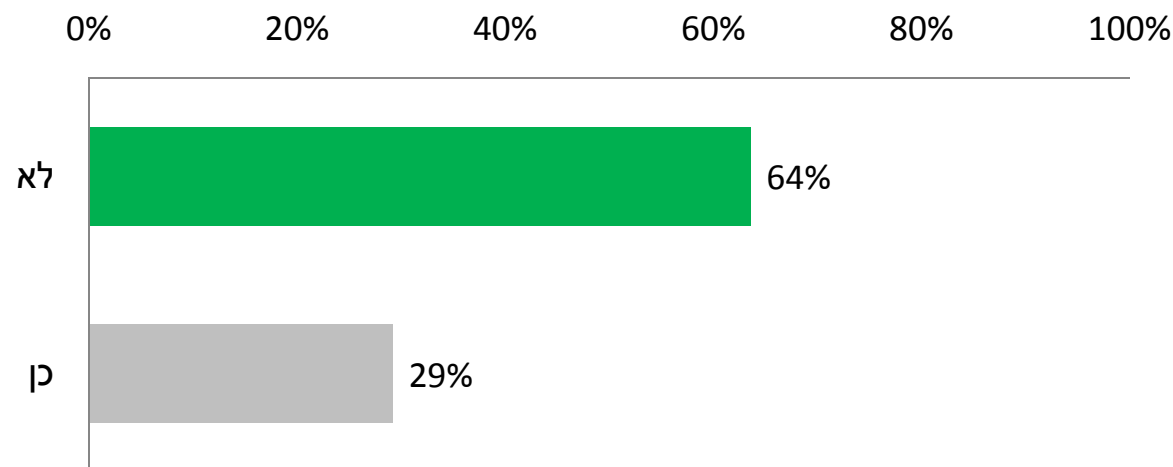
אבי סופר נתפסת הרשת הפחות הוגנת מבין הרשתות שנבחנו.
1מכל 4 צרכנים שביקרו בחנות אבי סופר דירגו את הרשת כ'לא הוגנת'



ש'. דרג בבקשה את החנויות הבאות המשוקות מוצרי חשמל ביחס למידת ההגינות שלהן: במידה נמוכה מאוד.... במידה גבוהה מאוד
ש'. באיזה מהחנויות הבאות רכשת או ביקרת אי פעם

ש.15 נכונות לרכוש מוצרי חשמל ואלקטרוניקה בחנות שאינה הוגנת אך מחיריה נמוכים יחסית

רוב הציבור לא יתפתה למחירים זולים ויעדיף לקנות בחנות בה רמת ההגינות הנתפסת גבוהה.



ש' האם תהיה מוכן לקנות מוצרי חשמל ואלקטרוניקה בחנות שבה רמת ההגינות נמוכה יחסית, אבל המוצרים בה זולים. בהשוואה לחנויות דומות אחרות?

מדד ההגינות – כלי לשיפור ההגינות בחיי הסחר

✓ תמונת פרופיל ההגינות של רשת שיווק ומה עליה לשפר.

✓ פירוט רכיבי ההגינות לתשומת ליבו של הצרכן.

✓ דירוג בתי העסק במבחן ההגינות.

✓ מעקב אחר שיפור ההגינות בבית העסק לאורך זמן:

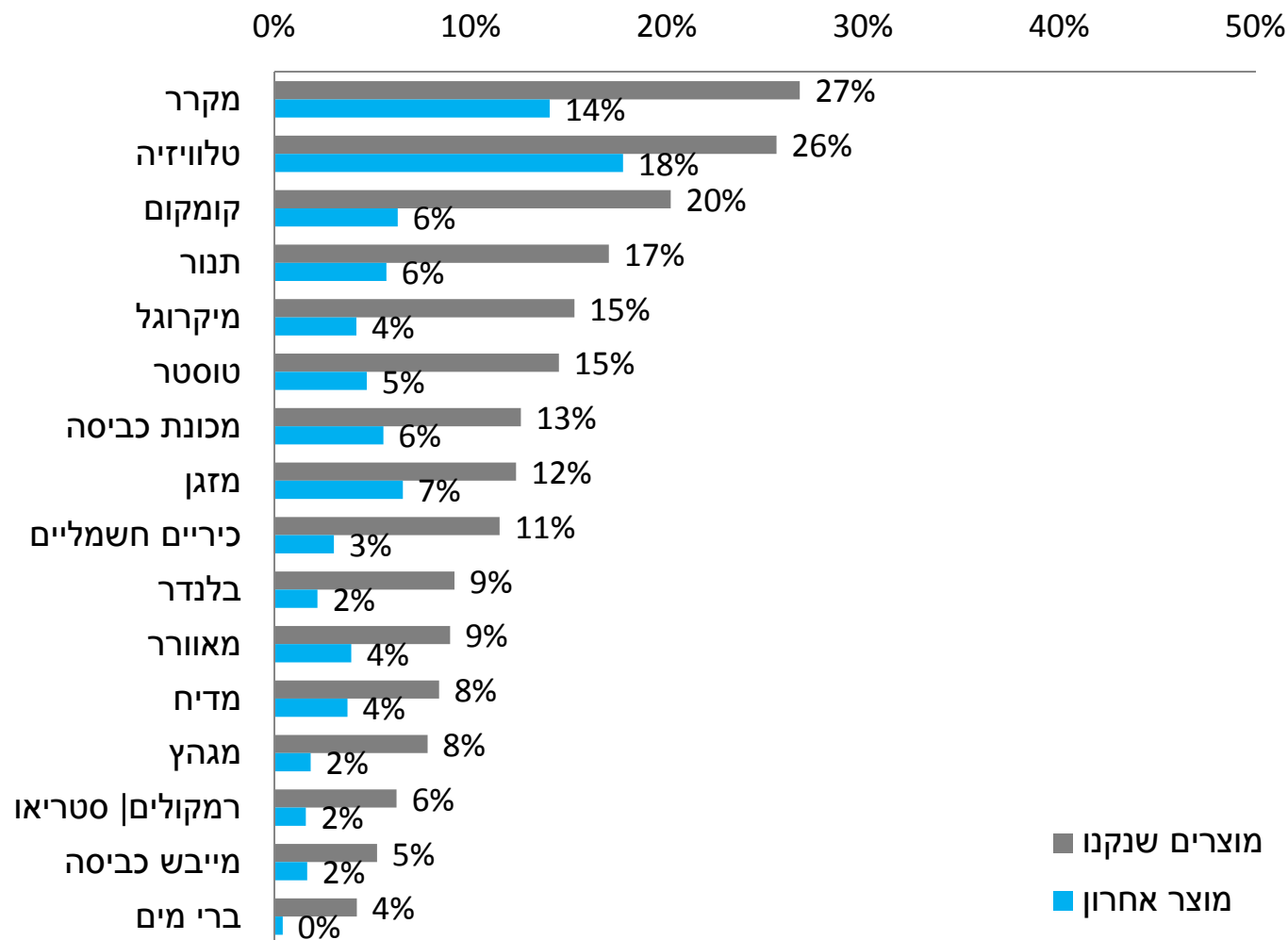
1. ביחס לעצמו.

2. ביחס למיקומו בדירוג בתי העסק.



נספחים

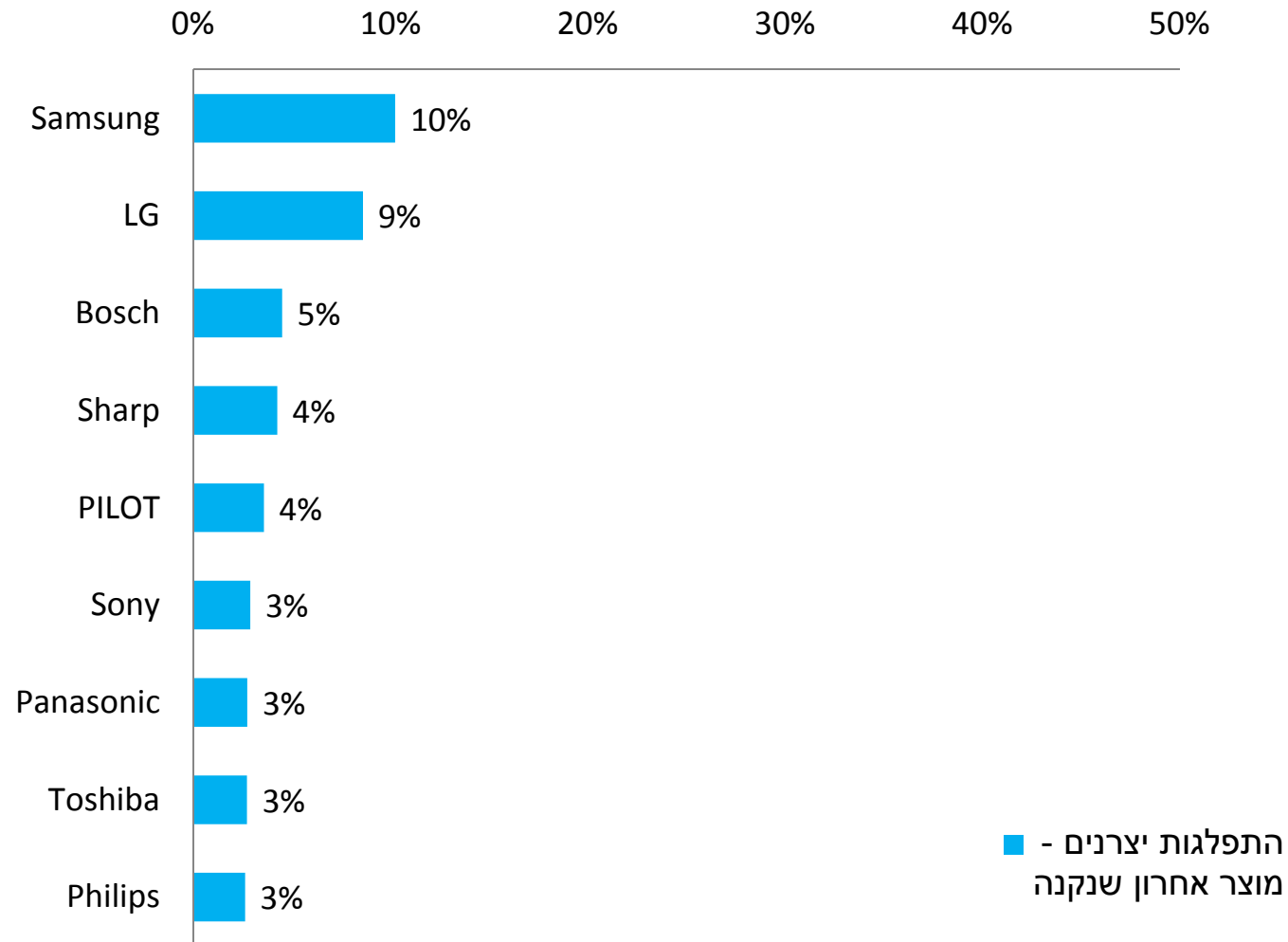
מוצרי חשמל ואלקטרוניקה שנקנו בשנה האחרונה



ש'. איזה מבין המוצרים הבאים קנית בשנה האחרונה?
ש'. מהו המוצר האחרון שקנית?

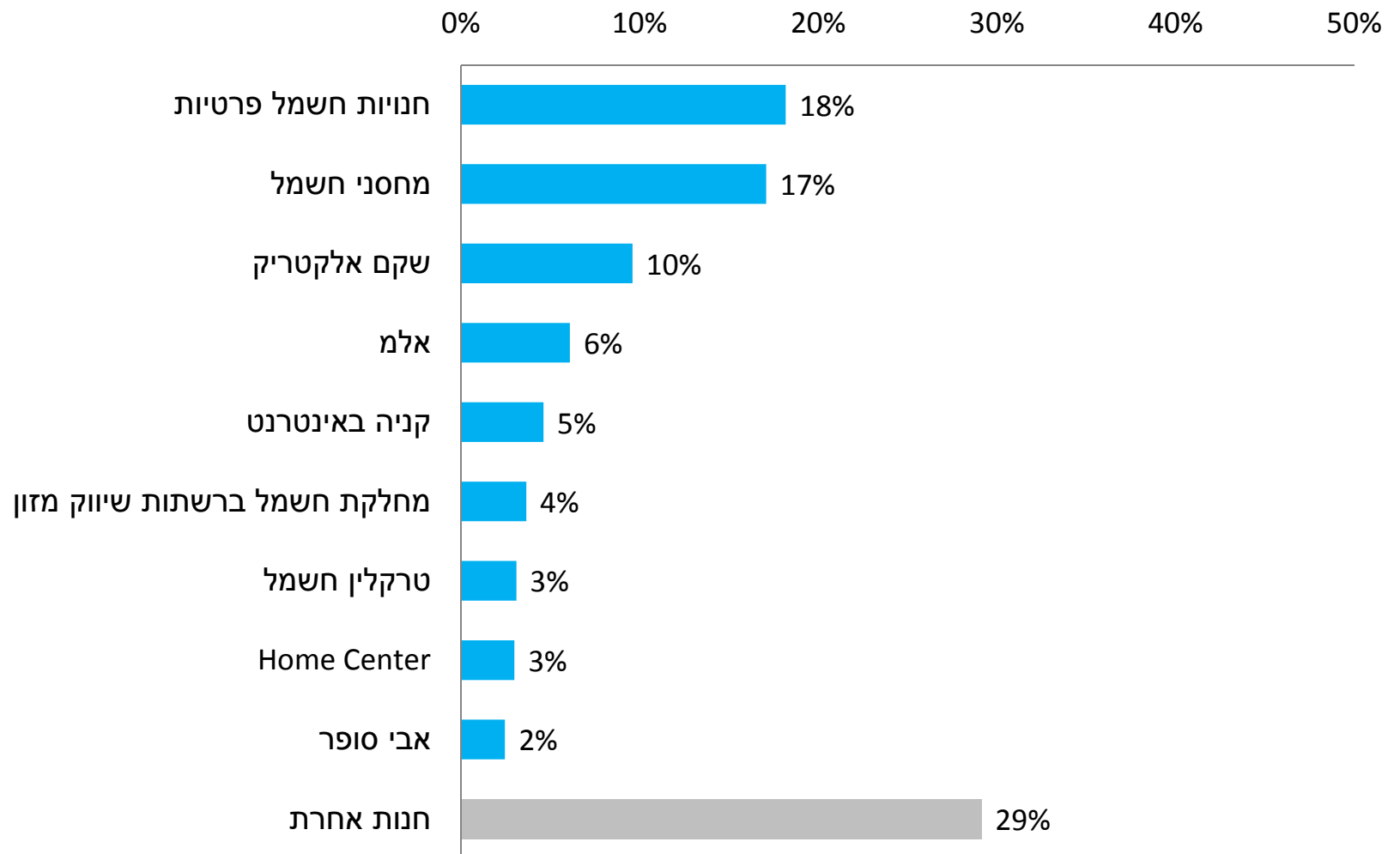
התפלגות יצרנים של מוצרי חשמל ואלקטרוניקה

מוצר אחרון שנקנה בשנה האחרונה



התפלגות חנויות לשיווק חשמל ואלקטרוניקה

מוצר אחרון שנקנה בשנה האחרונה



שיעור צרכנים אשר ביקרו אי פעם בחנויות לשיווק מוצרי חשמל ואלקטרוניקה

