

www.globes.co.il

גלובס

עיתון העסקים של ישראל

• נתח שוק וצרכנות

אחת ולתמיד: איפה כדאי לקנות מוצרי חשמל?

06:25 ,11/09/2014 ✉ אפרת אהרוני ✉ דפנה הראל כפיר

מדד ההגינות של המועצה לצרכנות בדק את חוויית הקנייה ברשתות ובחנויות החשמל ■ המסקנה: חנויות החשמל הפרטיות הוגנות יותר מהרשתות הגדולות ■ הרשתות הנתפסות כפחות הוגנות: מחסני חשמל ואבי סופר



חנות מוצרי חשמל / צלם: תמר מצפי

אחד מכל 3 צרכנים ברשתות החשמל הגדולות נחשף לחוסר הגינות - כך עולה ממחקר ההגינות שמפרסמת [המועצה לצרכנות](#) במסגרת "מדד ההגינות" שהשיקה לאחרונה בשיתוף מינהל מחקר וכלכלה במשרד הכלכלה.

המחקר מעלה ממצאים מדאיגים בנוגע להתנהגות המוכרים בחנויות, לטיפול במקרים של תלונות ולנטילת אחריות על המוצרים שנמכרו. מחצית ממקרי התלונות על פגמים או תקלות במוצר, מסתיימות כשהתקלה לא תוקנה, או שלא תוקנה לשביעות רצון הצרכן. אחד מכל 3 קונים שחוו תקלה או פגם במוצר נתקלו בהתכחשות הספק לאחריות. כ-40% מהקונים שנתקלו בתקלה או פגם במוצר נחשפו לחוסר הגינות בשירות שקיבלו בעקבות התקלה.

מנגד, מעודד אולי לגלות כי הציבור לא נשאר אדיש ו"מעניש" חנויות לא הוגנות: רוב הציבור (64%) לא יתפתה למחירים נמוכים ויעדיף לקנות בחנות הוגנת. 76% מהצרכנים שנתקלו בחוסר הגינות לא יחזרו לחנות, 75% מהם יפסיקו את הקנייה במקום, 70% יתלוננו בפני המוכרים בחנות, ו-58% יפרסמו פרסום שלילי.

"יש תחושה של זלזול בצרכן ושל התנערות מאחריות למוצרים איכותיים ולשירות אמין וטוב", אומר עו"ד אהוד פלג, מנכ"ל המועצה לצרכנות. "הצרכנים צריכים להיות בכוננות מתמדת, לבדוק היטב כל מידע ולהרבות בשיתוף ובהשוואות של חוויות קנייה. המדינה מצדה צריכה להחליט על מאמץ לאומי לשינוי תרבות החוסר ההגינות בישראל."

את "מדד ההגינות" [השיקה](#) המועצה לצרכנות לפני כחצי שנה, במטרה לתת לציבור הצרכנים כלי מבוסס לאמוד את מצב ההגינות בבתי העסק, כל פעם בענף אחר, כשהענף הראשון שנדגם היה רשתות המזון.

המחקר נערך בחודשים יוני-יולי 2014 באמצעות סקר טלפוני בקרב מדגם מייצג של 716 גברים ונשים שרכשו בשנה האחרונה מוצר חשמלי כלשהו (פרט למחשבים וציוד מחשב).

במסגרת המחקר נבדקה חשיפתם למה שנתפס בעיניהם חוסר הגינות בתחום מוצרי חשמל ואלקטרוניקה. הוגדרו 25 אירועים המבטאים אספקטים שונים של חוסר הגינות בתחום, לפי 4 תחומים:

■ החנות: מידע מבלבל על הנחות או מבצעים, הסתרת מידע על המוצר או על תנאי הרכישה, ההובלה או ההתקנה, המלצה של מוכר על מותג מסוים מתוך אינטרסים ועוד.

■ ההתקנה: זמן המתנה בלתי סביר עבור שירותי התקנה או תיקון, דרישה לתוספת תשלום עבור הובלה ואספקה למרות שנכללו במחיר ששולם ועוד.

■ ביטול עסקה או החזרת המוצר: סירוב החנות לביטול עסקה בטווח שקובע החוק.

■ תקלות ופגמים במוצר: אירועים דוגמת התכחשות הספק לאחריות או אי-לקיחת אחריות מצד הספק אודות תקלות חוזרות.

מי הוגן, מי פחות?

המחקר מעלה כי כרבע מלקוחות רשת החשמל אבי סופר (26%) סבורים כי הרשת אינה הוגנת. לאחריה בדירוג, 4 רשתות המציגות ממצאים דומים של תפיסת חוסר ההוגנות: שקם אלקטריק (18%), מחסני חשמל (17%), א.ל.מ. (17%), וטרקלין חשמל (16%).

בפועל, מבחינת שכיחות המקרים של חוסר ההגינות ברשת - מחסני חשמל מדורגת ראשונה עם 36%. אחריה א.ל.מ. עם 32%, ובמקום השלישי אבי סופר עם 31%.

דווקא בחנויות הפרטיות, ולא ברשתות, השכיחות של מקרים של חוסר הגינות היא הנמוכה ביותר, ועומדת על 27%.

על מה מתלוננים בכל רשת?

■ מחסני חשמל: בלטו לרעה התנהגויות כמו מידע מבלבל, אי-התאמה בין הבטחות ומציאות, שילוט מבצעים מטעה, טעויות בקופה והסתרת מידע לגבי מפרט המוצרים או לגבי תנאי ההובלה.

תגובת הרשת: "מחסני חשמל פועלת ללא לאות על מנת לשרת את לקוחותיה במסירות, ביעילות ובאמינות. כמו כן, הרשת מאפשרת ביטול עסקה עד חודש ימים מיום הקנייה."

■ אבי סופר: כאן התלוננו יותר לקוחות על הסתרת מידע לגבי חלופות ולגבי מוצרים נלווים שיש לרכוש, וכן על אי-מסירת תעודת אחריות.

תגובת הרשת: "נפיק לקחים בהתאם, תוצאות הסקר יועברו לכל החנויות, ויתוקנו כל הליקויים. יש לציין כי קהל הלקוחות של אבי סופר מורכב ברובו מלקוחות חוזרים, שמרוצים מהשירות ומהמחירים ברשת."

■ א.ל.מ: בלטו לרעה התנהגויות כמו הסירוב למסור מחיר בטלפון, המלצות מוטות אינטרסים ואי-בירור צורכי הלקוח.

מהרשת לא נמסרה תגובה עד מועד לפרסום הידיעה.

■ שקם אלקטריק: שילוט בעייתי ו"אי-תמורה למחיר."

תגובת הרשת: "כשיגיע הסקר נתייחס אליו במלוא הרצינות."

■ טרקלין חשמל: שיעור גבוה מלקוחות הרשת התלוננו על מסירת מידע חלקי בנוגע לאחריות.

תגובת הרשת: "טרקלין חשמל עובדת מול הנחיות של אמון הציבור. כל תלונה מטופלת באופן מוחלט עד לשביעות-רצון הלקוח. זו הרשת היחידה בישראל שנותנת אחריות כפולה, של היבואן ושל החנות, ומאפשרת לכל לקוח לפנות אליה בכל בעיה, והרשת מחויבת לפתור אותה. הרשת תמשיך לפעול על-פי אמות-מידה אלה."

■ חנויות פרטיות: פחות מקרים של מידע מבלבל.

חנות או רשת?

אולי בזכות הכרות אישית עם לקוחות, אולי בהיעדר פרקטיקות התנהגות מסחריות הנהוגות ברשתות גדולות כמו תמריצים בעייתיים למוכרים על-פי מסות מכירה - דווקא החנויות הפרטיות הן אלה בהן מעידים הלקוחות על פחות מקרים של חוסר הגינות כלפיהם.

בסופו של דבר, צריך לזכור שגם הן מציבות לעתים אלטרנטיבה לא רעה, גם אם הן אינן מפרסמות. קל לשכוח את קיומן בשפע דקות השידור ועמודי הפרסומת שמפמפמים את התחרות בין השחקניות הגדולות.

איפה לקנות מוצרי חשמל?

לפני חודשיים בדיוק פרסמנו במדור זה סדרה בת שתי כתבות העוסקות ברשתות החשמל, שבה השתקפו בדיוק אותם ליקויים העולים במחקר המועצה לצרכנות: מוכרים לא מקצועיים, קידום של מותגי הבית על חשבון מותגים אחרים, חוסר התאמה של המוצר לצורכי הלקוח ועוד.

כפי שעולה מהמחקר, בחנויות הפרטיות יש פחות מקרים של חוסר הגינות. אלא שרבים מהצרכנים קונים דווקא ברשתות.

דווקא בתחום החשמל, לקנייה בחנות פרטית יש יתרון: ראשית, בגלל האחריות שחש בעל החנות לבית העסק שלו והצורך שלו לייצר נאמנות ולקוחות חוזרים. שנית, בגלל הבקיאיות שמאפיינת מוכר המלווה את התחום לאורך שנים, בניגוד לחלק מהמוכרים בחנויות החשמל, שמתחלפים מהר.

בנוסף, בהיעדר הוצאות שיווק עצומות, לא פעם המחירים בחנויות הפרטיות אטרקטיביים.

בשורה התחתונה, כל קנייה - בכל רשת או חנות פרטית - היא בבחינת "דף חדש". הבחירה בנקודת המכירה צריכה להיות מושכלת ולא מונעת מהרגלים ישנים.



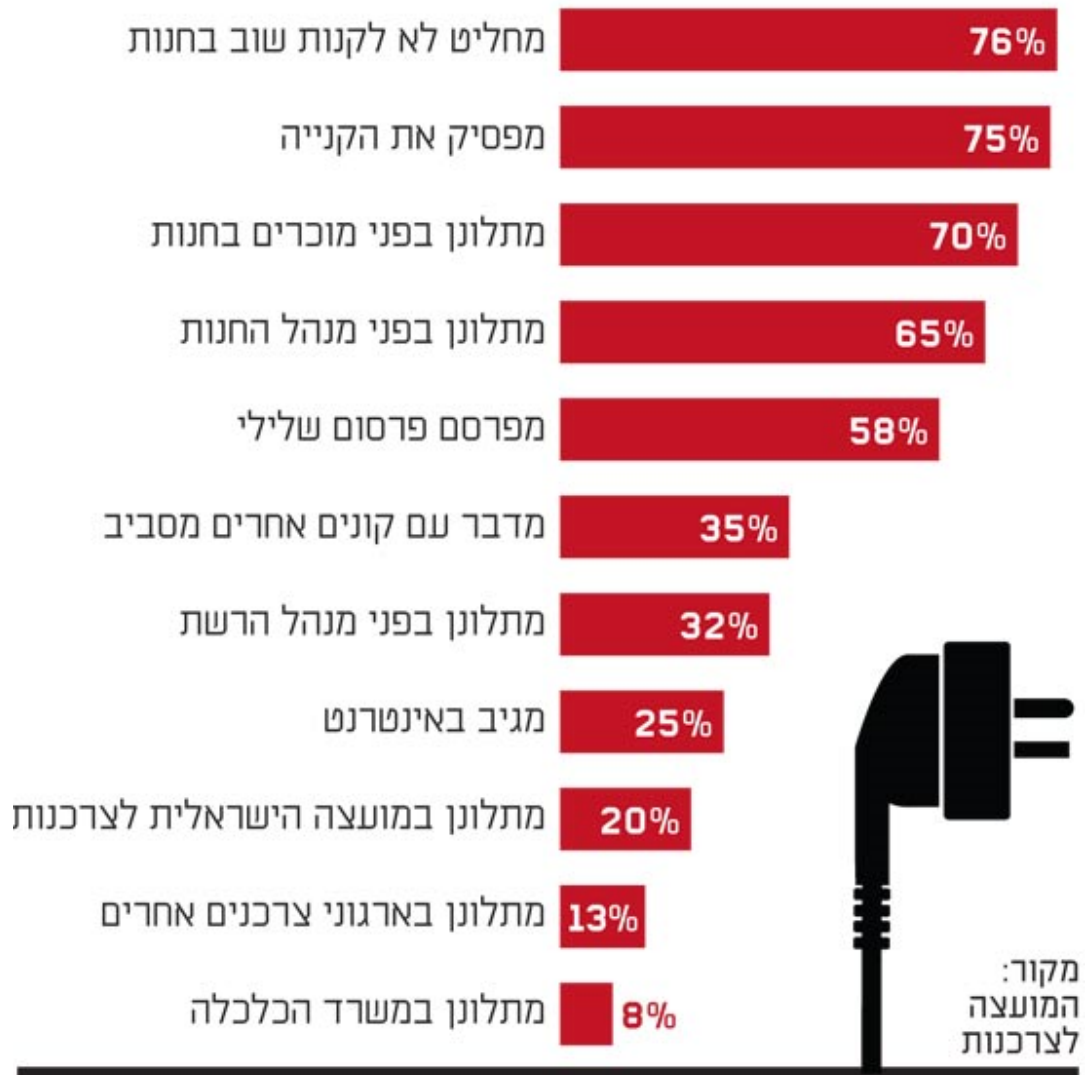
שכירות המקרים הנתפסים כיחוסר הגינות לפי חנויות, בקרב קווי אותה חנות

יוני 2014, באחוזים

■ שכירות נמוכה ■ שכירות גבוהה

חנות פרטית	אר.ב.	סופר	חמסי חשמל	אל.מ.	ape אלקטריק	חשמל סתלי	כלל הקונים מחוצים
המוכר המליץ על מותגים המשרתים אינטרסים שלו/של החנות	39	43	46	56	39	40	43
המוכר לא בידר לענות את הצורך של הלקוח	28	28	34	25	24	23	30
השילום מבטיח הנחה, אך התנאים לקבלתה לא מופיעים	43	43	50	47	46	41	46
מער בין מה שהוכחש ללקוח לבין מה שקיבל	33	33	45	41	27	30	33
המוכר הציג מידע מבלבל כדי להשפיע על ההחלטה	20	26	41	38	26	22	28
אין תמורה הולמת למחיר	40	46	39	28	43	32	39
הלקוח נתקל בטעויות בחשבון בקופה	21	21	36	23	27	27	26
נחסר מידע חלקי בנוגע לאחריות	30	19	37	32	19	39	29
תנאי הרכישה/ההובלה/ההתקנה לא הובהרו	22	16	27	25	23	25	22
החנות/המוכר הסתייג מידע בקשר לכל החלופות האפשריות למוצר שנרכש	20	38	30	20	19	15	22
הוסתר מידע בנוגע למפרט המכני	21	23	29	20	20	16	21
הוסתר מידע בנוגע לצורך לרכוש מוצרים נלווים למוצר	16	31	25	9	22	19	19
לא נמסר הסכם רכישה או תעודת אחריות	13	22	17	14	19	14	16
סה"כ שכירות מקרי חוסר הגינות ברשת	27	31	36	32	28	28	30

איך מגיבים צרכנים לחוסר הגינות בחנויות חשמל?



<http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000970474>

קישורית למאמר באתר *Globes*: