

הארץ

כללי

מחקר באוניברסיטת בר אילן: חוק סימון מחירים בארה"ב ייקר מוצרים ב-10% בממוצע

הערכה: החוק בישראל גרם לעלייה של 5% במחירים לצרכן; המחקר בישראל עדיין לא הושלם, ועדיין לא שוקללו כל המרכיבים הנדרשים

אורה קורן | 11.05.2004 | עודכן ב: 04:35

חוק סימון המחירים בארה"ב הביא לעלייה של 10% בממוצע במחירי מוצרים - כך עולה ממחקר שערך פרופ' דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר אילן בשוק הקמעוני האמריקאי. על פי מחקר שמבצע לוי בישראל, ואשר עדיין לא הושלם, מסתמן כי מחירי מוצרים בישראל עלו ב-5% בממוצע לאחר כניסתו לתוקף של חוק חובת סימון מחירים. עם זאת אמר לוי כי המחקר בישראל עדיין נמצא בהליכי עבודה, ועדיין לא שוקללו בו כל המרכיבים הנדרשים.

הבדיקה בישראל מתבצעת באמצעות השוואת נתונים מצרפיים, דוגמת מדדים של מחירים סיטוניים ומחירים לצרכן, ולא תוך השוואת מחירי מוצרים. לוי אמר כי הסיבה לכך היא שהמחקר מתבצע בשלב שבו לא ניתן למצוא, לשם השוואה, מחירים מהתקופה שלפני כניסת החוק לתוקף ב-98'. לדבריו, הנחת העבודה של המחקר בישראל ובארה"ב היא שמחירי מוצרים מגיבים לשינוי בעלויות, ושעלויות סימון המחירים, בין אם הן חלות על היצרן או על הרשת, מתגלגלות, כנראה, לצרכן.

המחקר בישראל התייחס לשנתיים שקדמו לכניסת החוק לתוקף ולשנתיים שלאחר כניסת החוק לתוקף, ועדיין לא שוקללו בו החרפת התחרות בין הרשתות והלחצים להורדת מחירים שהפעילו הרשתות על הספקים בשנות המיתון. לוי אמר כי ייתכן שהצרכן הישראלי יהיה מוכן לשלם תוספת של 5% למחיר ולדעת כי המחירים מסומנים על כל מוצר, ואולם ראוי שיידע כי יש לכך עלות מבחינתו. לדבריו, ייתכן שיהיו צרכנים אשר יעדיפו לא לשלם את תוספת המחיר ולסמוך על התחרות הקיימת בין רשתות השיווק שתמנע עליית מחירים.

לוי אמר כי להערכתו, הציבור הישראלי היה מפיק תועלת רבה יותר, לו היתה קיימת דרישה בחוק כי נוסף על המחיר שעל גבי האריזה תכלול תווית המחיר שעל המדף גם מידע על מחיר המוצר ליחידת מדידה, כמו ק"ג אחד; הדבר היה מאפשר לצרכנים להשוות מחירים של מוצרים מתחרים או מחירים של אותו מוצר המשווק באריזות שונות ובגדלים שונים. לדבריו, החלת החוק בצורה זו לא תוביל לגידול בעלויות, מכיוון שנדרשת מהרשת השקעה חד-פעמית בסימון על המדפים, וכמו כן סימון זה גם יקשה על יצרנים להקטין את תכולת האריזות בלי לשנות את מחיריהן ובלי שהצרכן יבחין בכך.

במחקר בארה"ב, שהתבצע בשיתוף חוקרים מארה"ב ומקנדה, הושוּו מחירי מוצרים ברשתות במדינות שבהן קיים חוק סימון מחירים, למחירים במדינות שבהן אין חוק מחייב. כמו כן נבדקו רשתות בסמיכות גיאוגרפית אשר מסמנות ואשר אינן מסמנות מחירים. נבחנו 20 סופרמרקטים גדולים במדינות ניו יורק, ניו ג'רזי וקונטיקט. השוואת מחירים בין מדינות, רשתות, קטגוריות מוצרים ומוצרים העלתה כי ברשתות שבהן חל חוק סימון מחירים, המחירים היו גבוהים בממוצע ב-10%.

ההסבר העיקרי שהציעו החוקרים היה שסימון מחירים ושינוי מחיר מדי שבוע גורמים לעלויות ניכרות לרשתות המסמנות. לדבריהם, המטרה הראשית בחוק האמריקאי היא להגן על הצרכן מפני חיוב יתר, במקרה שהמחיר בקופה גבוה מהמחיר המסומן על גבי המוצר. במחקר נעשה ניסיון לבדוק את מספר הטעויות בקופה. על בסיס זה העריכו החוקרים כי עלויות החוק גבוהות פי-כמה מתועלתו.

המחקר עסק גם בטכנולוגיה חדשה של סימון מחירים אלקטרוני על מדפים - שיטה הנמצאת בשימוש במספר קטן של רשתות שיווק בקונטיקט. בשיטה מוצע דיוק מחירים של כ-100%, וכן תימחור וניהול יעילים יותר של תהליך שינוי המחירים בהשוואה לשיטות האחרות; חסרונה בכך שעלותה גבוהה, ולכן לא צפוי שימוש נרחב בה בתקופה הקרובה.

<http://www.haaretz.co.il/misc/1.965267>

קישורית למאמר באתר **הארץ**:

<http://www.themarker.com/misc/1.232841>

קישורית למאמר באתר **The Marker**: