

חוק סימון מחירים פוגע ישירות בצרכנים

סקירה חדשה של משרד התמ"ת מגלה כי רשתות שיווק הפועלות באזורים בהם חל החוק, גובות מחיר הגבוה בכ-10% לכל מוצר, לעומת אזורים בהם לא חל החוק. הנפגעים העיקריים: הצרכנים שנאלצים לממן את העלייה בעלויות

שרון מרוז | 16/7/2008

חובת סימון מחירים על כל פריט ופריט באמצעות חוק פוגעת לא רק ביצרנים, אלא גם בצרכנים עצמם. כך עולה מסקירה חדשה שמפרסם היום (ד'), של מינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת.

ממחקר שבוצע בארה"ב עולה כי רשתות שיווק הפועלות באזורים בהם חל חוק סימון המחירים גובות מחיר גבוה ב-9.6%-8% לכל מוצר, לעומת אזורים בהם לא חל החוק. מחקר אחר מצא כי החוק גורר התייקרות בעלויות נוספות כדוגמת: עלות הדפסת תוויות מחירים, עלות החלפת תוויות מחירים ישנות בתוויות חדשות וכדומה.

החוקרים מציינים כי בעקבות החוק, נאלצים הצרכנים לממן את העלייה שחלה בכל פריט, זאת בהמשך לפגיעה הישירה ביצרנים בשל העלייה בעלויות התפעול.

עוד עולה מהסקירה כי חוק סימון מחירים לא קיים כיום במדינות האיחוד האירופי, ולא במרבית מדינות ארה"ב. למעט מדינת מישיגן, שם מיושם החוק בצורה גורפת.

בישראל, נחקק החוק בשנת 2005 וקבע כי המחיר המחייב של המוצר, הוא המחיר אשר מוטבע עליו, גם אם מחירו בקופה גבוה יותר. אי סימון מחירים או גביית סכום גבוה מהנקוב, עשוי לגרור קנס עד פי שלושה מהקנס הקבוע בחוק העונשין.

עם זאת, בבדיקה שנערכה לפני מספר חודשים על-ידי רשות ההסתדרות נמצא, כי 50% מבתי העסק שנבדקו ברחבי הארץ לא הקפידו על סימון מחירים כנדרש, 24% בחרו לסמן מחירים רק על חלק מהמוצרים בחלונות הראווה, וב-22% מבתי העסק לא סומנו כלל מחירים בחלונות הראווה.