

החברים של פארטו

ניתוח מדיניות חוקים והצעות חוק והשפעתם על החברה והכלכלה

יום שני, 25 באוגוסט 2014

חוק סימון מחירים - השפעת חיוב הצגת מחיר על כל פריט על חשבון הוצאות שלנו



חוק סימון מחירים הפך נושא מרכזי בפוליטיקה הארצית והמקומית בארה"ב יחד עם פיתוחו של מכשיר בר-קוד זמין וזול על ידי IBM בתחילת שנות השבעים ומאמצע שנות השבעים המכשירים החלו להיכנס לחנויות ומרכולים וביטלו את הצורך בהקלדת המחיר של הפריטים באופן ידני (ובצורך של החנות לסמן את המחירים על המוצרים). עם כניסת המכשירים חששו צרכנים וארגוני צרכנים כי העלמות המחיר מעל המוצרים והמעבר לבר-קוד המצריך סורק כי הצרכנים לא יוכלו לראות המחיר לפני הקניה ויאבדו את היכולת להשוות את המחיר ולקבל החלטה מושכלת לגבי קניית המוצר לפני שלקחו את המוצר לעגלת הקניות.

המוטיבציה הצרכנית לסימון מחירים

הטענות של פוליטיקאים וארגוני צרכנים הן שחוק סימון מחירים מציע מספר יתרונות לציבור הקונים. למשל, החוק מקל על הצרכנים לגלות טעויות מחירים במקרה והמחיר שהם נדרשים לשלם בקופה שונה מהמחיר המודבק על המוצר. במידה וקונים מוצרים ספורים וניתן לעמוד ליד הקופה בזמן עריכת החשבון ולא אורזים את המוצרים תווית המחיר שעל המוצר מאפשרת לקונה להשוות את המחיר שעל התווית למחיר שבקופה הרושמת ולהתריע את הקופאי במידה ויש פער ביניהם. ללא חוק סימון מחירים, הקונים יתקשו באימות ובמעקב אחר טעויות אפשריות כאלו.

טענה נוספת היא שחוק סימון מחירים עוזר לצרכנים בהשוואת מחירים בחנות וגם בבית. תוויות המחירים המודבקות על המוצרים מקלות על הצרכנים לגלות עבור איזה מן המוצרים הם משלמים מחירים גבוהים/נמוכים יותר בהשוואה למחירים שהם שילמו בקניות קודמות (באותה חנות או בחנות אחרת). בנוסף, תוויות מחירים שעל המדף לא תמיד ברורות, המוצרים לא תמיד ממוקמים במקום הנכון, תוויות המדף לעיתים חסרות, וכל זה מקשה על צבור הקונים.

המוטיבציה הצרכנית לביטול החוק

יחד עם זאת לחיוב הצגת המחירים על כל פריט ישנה גם עלות כלכלית לא מבוטלת על מחיר סל הקניות והיא נעה בין 5%-10% מעלות סל הקניות.

האם אפשר לקבל מידע מלא על מחיר המוצרים בלי העלות הגבוהה של החוק הקיים



עם התפתחות הטכנולוגיה ושינויים רגולטורים שבוצעו בעקבות התפתחות הטכנולוגיה (חוק שקיפות מחירים) אנו נמצאים במצב חדש בו אנו יכולים להינות מהיתרונות של ידיעת המחיר של כל פריט לפני הקניה, בזמן אמת ולאחר הקניה בביתנו ללא העלות הגבוהה הנדרשת לסמן ידנית כל אחד מהפריטים.

השינוי הרגולטיבי הראשון שהוא תוצאה של ההתפתחות הטכנולוגית ומעבר של המחירים ברשתות השיווק למאגרי נתונים מרכזיים שביחד עם החדירה של האינטרנט והסמרטפונים בידי הצרכנים והתקשורת הזמינה של מידע מהאינטרנט, הוא חיוב הרשתות להנגיש את מאגר הנתונים בזמן אמת בפני הציבור ובעצם יאפשר בקרוב מאוד לכל אדם לקבל את מחירו של כל מוצר בכל סניף בעזרת שם המוצר או בעזרת הברקוד המודפס על כל מוצר ומבטל את הצורך במדבקת מחיר. השינוי השני גם הוא תוצאה של התפתחות טכנולוגית וירידת מחירים דרמטית במחירי מערכות ה-ESL יחד עם חיבור למערכות המחשוב הקיימות לניהול התמחור ברשתות השיווק שמאפשר התקנת מערכות כאלו בהשקעה נמוכה מאוד ושינויי מחירים דינמיים בעלות מזערית לרשתות השיווק תוך עידוד התחרותיות והורדת המחיר הסופי לצרכן.

דרך הצגת המחירים לאורך השנים

כאשר היו הדוכנים והמרכולים קטנים ועם מספר מועט של מוצרים ובעל העסק היה גם איש הרכש וגם המוכר והמסדר (חנווני) ומספר הקונים היה מועט, כאשר הגיע הקונה לדוכן המכירה הציע המוכר את מרכולתו במחיר שדלה מזכרונו ועל פי השעה ביום העסקים והמלאי שעמד לרשותו מול הביקוש למרכולתו. עם השנים גדלו המרכולים ומגוון המוצרים יתעצם ונוספו עובדים שתפקידים למכור את הסחורה ומתחרים שהורידו מחירים והציעו שירות יעיל יותר ובעלי המרכולים נאלצו לשפר את המחיר והשירות ולהפוך את חווית הקניה לנעימה ויעילה יותר ושלפת מחיר מהזכרון לכל אחד מהמוצרים הפכה לבלתי אפשרית וכך נולד סימון המחירים על כל מוצר.

בשנות השבעים נוסף הברקוד (הומצא כבר בשנות החמישים של המאה ה-20 אך מחירו היה גבוה מדי) ואפשר זיהוי מדויק של מוצר ושלפת מחירו ממאגר נתונים מרכזי מתעדכן תוך ביטול הצורך בעדכון המחיר על כל מוצר ומוצר וחיסכון גדול בעלויות.



הצגת מחירים על המדף בצגי-ESL

רוב העולם המפותח חוקק חוקים שחייבו הצגה ברורה ונוחה של המחיר בלי התערבות של המחוקק בדרך הצגת המחיר ובחלק גדול מהמקומות נוספה דרישה להציג את המחיר גם על בסיס יחידה/משקל תוך ביטול ההשפעה של שינוי בגודל האריזה בין מוצרים ממותגים שונים והגדלת ההומוגניות והתחרות ואלו המקומות שנהנו מהמחיר לצרכן הטוב ביותר. בחלק מהעולם המערבי (ישראל, פיליפינים וכמה מדינות בארה"ב) נוספה החובה לסמן את המחיר על המוצרים עצמם ואפשרות הצגה שלישית שאליה עברו חלק מהמדינות שחייבו הצגת מחירים על כל מוצר ומוצר בעבר היא שיטת ה-ESL - ELECTRONIC SHELF LABELS שיטה המאפשרת עידכון של מחירי המוצרים ממאגר מרכזי של נותנים לכל המוצרים (הסימון על המדף בצמוד למוצרים הרלוונטיים) בלחצת כפתור ובעלות זניחה, שיטה שמאפשרת הורדה במחיר המוצר הסופי ללקוח עכב הורדת העלויות לקמעונאי וסינכרון מושלם בין המחיר על המדף למחיר שיוחב בקופה שכן שתי המערכות מקבלות את הנתונים מאותו מאגר נתונים בזמן אמת.

מערכת ESL

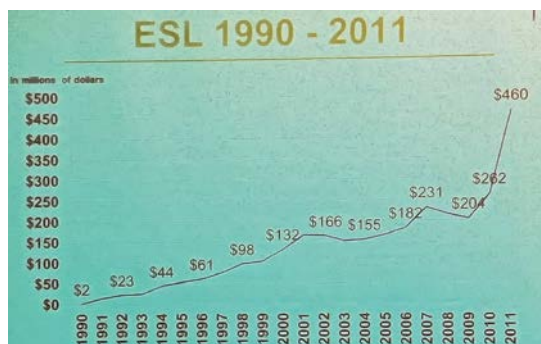


מערכת שידור וצגי ESL

המערכת מורכבת ממשדר אלחוטי פשוט וזול הדומה לראוטור אינטרנט ביתי שמחובר אל מאגר הנתונים המרכזי של הרשת/חנות שאליו מחוברות הקופות הרושמות ומשדר בזמן אמת את המחירים המעודכנים לצגים קטנים או ניירות אלקטרוניים המוצבים על המדפים והמציגים את מחיר המוצר ליד המוצרים בדיוק כמו שלטי מחיר מנייר או פלסטיק המשמשים את התעשייה שנים רבות.

מחירים של הצגים ירד מאוד בשנים האחרונות והם נמכרים ממחיר של דולר ליחידה ועם סוללות המחזיקות עד 3-5 שנים כך שעלות הרכישה והתחזוקה של המערכת נמוכה מאוד ביחס לעידכון מחירים ידני על כל פריט ופריט

הירידה הדרסטית במחיר מערכות ESL והתועלת הרבה בשימוש במערכות הובילה לגידול השוק מ 2 מיליון דולר לשנה בשנת 1990 ל 460 מיליון דולר בשנה בשנת 2011



התפתחות שוק מערכות ה ESL בעולם

חוק סימון מחירים בעולם

עם כניסת הסורקים והקופות הרושמות האלקטרוניות עברו המרכולים להצגת מחיר על המדף במקום על המוצרים וארגוני צרכנים ופוליטיקאים במספר מדינות בארה"ב העבירו חוקים שחייבו הצגת מחירים על המוצרים.



במדינה אחת ברמה הארצית (מישיגן) לכל קמעונאי, ובקליפורניה, קונטיקט, מסצ'וסטס ורוד-איילנד לקמעונאי מזון בלבד.

בארבע מדינות אחרות (אריזונה, מינסוטה, ניו המפשייר, נורת' דקוטה) לקמעונאים יש בחירה: הם יכולים לסמן מחירים על כל פריט ופריט, או לחילופין, הם יכולים לסמן מחירים על המדף באופן ברור, מדויק ולא מבלבל, בתנאי שהם מציעים

לקונים אמצעי לרישום מחיר על הפריטים הנמכרים בחנות (כגון עטי כתיבה ומדבקות בדומה לאיקאה בישראל). בשלוש מדינות נוספות ישנה חקיקה ברמה עירונית מקומית (ניו יורק, פנסילבניה, אילינוי).

בקנדה, חוק סימון מחירים מחייב היה קיים במחוז קוויבק מ-1978 עד דצמבר 2000. סעיף חדש שהוכנס לחוק בינואר 2001, הופך סימון מחירים על כל פריט ופריט לאופציה בכך שמאפשר לקמעונאיים שיבחרו בכך, לשים תוויות מחירים



על המדף (במקום הדבקת תוויות מחירים על כל פריט ופריט), בתנאי שהקמעונאי מתקין בחנות סורקים לשימוש הצרכנים שבאמצעותם הצרכנים יכולים לבדוק בקלות ובמהירות, ככל הנדרש, מחירי פריטים שונים.

בפיליפינים חוק סימון מחירים קיים מאז יולי 22, 1991.

1. למעט ישראל חוק סימון מחירים לא קיים במדינות אחרות שלא נזכרו כאן, בארה"ב או במחוזות אחרים, בקנדה.
2. חוק סימון מחירים לא קיים באף אחת ממדינות האיחוד האירופי.
3. ברוב המכריע של המקומות שאימצו את הדרישה של הצגת מחיר על כל פריט ופריט, החוק לא חל באופן גורף.

ביטול החיוב וחזרה להצגת מחיר על מדף

עם ההבנה של המחיר הגבוה שמשלמים הצרכנים כתוצאה מהחיוב להצמיד את המחיר לכל פריט שונה החוק במקומות רבים בעולם בהם חוקק חיוב סימון פריטים ולדוגמא:

מדינת ניו יורק, אשר אימצה את חוק סימון המחירים ברמת המדינה בשנת 1977, ביטלה את החוק בשנת 1991. מאז, גרסאות שונות של החוק קיימות במדינה במספר מחוזות ורשויות מקומיות בלבד. באופן דומה, מדינת אריזונה ביטלה את חוק סימון המחירים שלה ב-1993 ובמקומו אימצה חוק סימון מחירי מדף בתנאי שקמעונאים יספקו לצרכנים אמצעי לרישום מחירים על פריטים.



מתברר שבארה"ב הדאגה העיקרית בהקשר של חוק סימון המחירים היא החשש מטעויות בסימון מחירים, דהיינו: במצבים שבהם קיים פער בין המחיר המוצג על המדף לבין המחיר המופיע בבסיס על רקע זה, במספר מדינות בארה"ב שינו את

החוק ע"י מתן אפשרות לפטורים (בסימון על המוצר) מסוגים שונים, ובלבד שהקמעונאי עומד ברמת דיוק מחירים נדרשת, בדרך כלל דיוק של לפחות 97%-98% מסך המוצרים, דיוק הנקבע על בסיס דגימת מחירים בעת ביקורים תקופתיים או ביקורי פתע של פקחי הרשויות הממונות על אכיפת החוקים לסימון מחירים.

להלן מספר דוגמאות:

1. במדינת ניו יורק, במחוז נסאו (Nassau) ובמחוז ארי (Erie), חנויות שבהן קיים דיוק מחירים של 98% או יותר

פטורות מחוק סימון מחירים.

2. במחוז סקנכטידי (Schenectady) שבמדינת ניו-יורק, חנויות שבהן קיים דיוק מחירים של 97.7% או יותר, פטורות מהחוק המקומי לסימון מחירים. בנוסף, החוק דורש החזרת חוק סימון מחירים לחנויות שקבלו פטור, אם בבדיקת דיוק מחירים תקופתי נמצא שאחוז הטעויות עולה על המותר.

3. במדינת מסצ'וסטס החוק פוטר כל קמעונאי מחובת הצגת מחיר על כל פריט ופריט אם מידת דיוק המחירים בחנות מגיעה ל-98% או יותר. בנוסף נדרש שבחנות יהיה סורק אחד לכל 5,000 רגל מרובע לשימוש הקונים. הסורק צריך לאפשר לקונים המעוניינים בכך להדביק תווית מחיר על המוצרים שהם רוכשים.

4. בעיר פילדלפיה במדינת פנסילבניה, לרשתות שיווק יש אופציה להדבקת תווית על כל פריט, או לחילופין, רשות להשתמש בתוויות מחירי מדף מוגדלות. חנויות המשתמשות בתוויות מדף, חייבות לסמן מחירים על כל פריט ופריט במידה ויחס בין טעויות המחיר כלפי מעלה (כלומר טעות לטובת הקמעונאי) לבין טעויות המחיר כלפי מטה (כלומר טעות לטובת הצרכן) עולה על 3 ל-1 במהלך שלוש בדיקות רבעוניות רציפות.

5. במדינת קונטיקט המחוקק מאפשר לרשתות שיווק מזון החייבות לסמן מחירים על כל פריט ופריט, לקבל פטור מהחוק, אם הן משתמשות במערכת תוויות מדף אלקטרוניות (Electronic Shelf Label) הידועה בשם ESL. מערכת ESL מבוססת על מחשב מרכזי, ותוויות מחירים אלקטרוניות, המקבלות מהמחשב אינפורמציה על המחיר, הכמות, מחיר ליחידת מדידה, תיאור המוצר, וכד' באמצעות תקשורת אלחוטית. המחשב שולף את האינפורמציה מבסיס נתונים מרכזי שאליו מחוברים גם הסורקים והקופות הרשמיות של הקמעונאי. שיטה זו מבטיחה שמחיר המוצר על התווית האלקטרונית ומחיר המוצר בקופה הרשמית יהיו זהים. באופן זה המערכת מבטיחה 100% דיוק במחירים. חלק מרשתות השיווק הגדולות הפועלות במדינת קונטיקט, אכן עברו לשימוש במערכות אלו.

התוצאה הסופית היא שחוק סימון מחירים כיום נפוץ הרבה פחות ממה שהוא היה לפני עשור או לפני שני עשורים. בנוסף, חוקי סימון מחירים שבכל זאת שרדו, אינם חלים בצורה גורפת, הם גמישים יותר ומותנים בהיקף הסחר הקמעונאי בחנויות שבהן הם חלים.

תמונת מצב בעולם



מדינות האיחוד האירופי

החוק לא קיים באף אחת ממדינות האיחוד האירופי. במרבית המדינות של האיחוד האירופי החוק, שהוא משותף לכל המדינות החברות באיחוד, אומנם נותן לקמעונאיים המעוניינים בכך, אופציה להדבקת תוויות מחירים על כל פריט ופריט, אולם החוק גם מאפשר להן הצגת מחירים על תוויות המדף, וזאת האופציה שמרבית הקמעונאים אכן בוחרים בה.

שאר המדינות המפותחות

פרט לישראל ולפיליפינים ומדינות מסוימות בארה"ב שהוזכרו בסעיף הקודם לא קיימת חובת הצגת מחירים פרטנית על מוצרים במדינות המערב והנוסח של החוק הוא סביב הדרישה שמחירי מוצרים יהיו מוצגים בצורה ברורה, חד-משמעית, ולא מבלבלת, ובאופן יעיל ופשוט.

עלות החוק לצרכן



החלק החשוב ביותר הוא מהי ההשפעה של חיוב הצמדת המחיר לכל פריט ופריט האם התועלת אכן גבוהה מהעלות. כמה זה עולה לנו כצרכנים ואיך זה משפיע על גמישות המחירים. כאשר אנו כופים עלות על יצרן ספק או משווק מי שישלם את העלות תמיד יהיה הצרכן כמובן אבל לא רק על תוספת העלות הישירה אנחנו משלמים אלא גם על העיוות הנוצר כתוצאה מחוסר היכולת לבצע התאמה מהירה של מחירים. כאשר אנו יוצרים עלות לשינוי במחיר אנחנו מקטינים את מספר ההתאמות המבוצע על ידי רשתות השיווק ומקטינים את יכולתם להגיב ולהתחרות וכתוצאה מכך מקטינים את התחרותיות בענף.

מניתוח עבודת המחקר שפורסמה לאחרונה ע"י פרופסור דניאל לוי מאוניברסיטת בר-אילן ושותפיו על עלות סימון מחירים, "Things Mean a Lot: On the Inefficiency of Item Pricing Laws," Journal of Law and Economics, עולה כי רשתות שיווק במקומות בהם אין חובת סימון מחירים זולות ב-25 סנט וחנויות שמשתמשות במערכת ESL זולות ב-15 סנט מחנויות דומות באזורים בהם נהוגה חובת הצגת מחירים על כל פריט ובהשוואה בין חנויות של אותה רשת כאלו שמחויבות בסימון מחירים מול סניפים זהים המשתמשים במערכת ESL נמצא פער של 20.1 סנט לרעת הסניפים באזורים המחייבים סימון מחירים על כל פריט.

סיכום התוצאות:

ניתן להכליל ולסכם כי הבדיקה העלתה שקיימות שלוש קבוצות שונות של מחירים, בהתאם לסוג הסופרמרקטים:

- (א) מחירים בסופרמרקטים שעליהם לא חל חוק סימון מחירים
- (ב) מחירים בסופרמרקטים שמשתמשים במערכות של תוויות אלקטרוניות להצגת מחירים (ESL)
- (ג) מחירים בסופרמרקטים שעליהם חל חוק סימון מחירים



אם נתייחס למחירים בסופרמרקטים שעליהם לא חל חוק סימון מחירים כמחירים בסיסיים שאליהם אנו משוואים את המחירים בסופרמרקטים האחרים, אזי המחירים לצרכן בסופרמרקטים שעליהם חל חוק סימון מחירים והם בוחרים לא להצטייד במערכת ESL, נמצאו גבוהים יותר ב-0.20\$-0.25\$ בממוצע. במידה והסופרמרקטים בוחרים כן להצטייד במערכת תוויות אלקטרוניות, אז המחירים שלהם גבוהים מהמחירים הבסיסיים ב-0.10\$ בממוצע. לתוצאות כאלו היינו מצפים כאשר מערכות תוויות אלקטרוניות באמת מייעלות את תהליכי שינוי מחירים ומצמצמות את עלותם.

האם פער מחירים של 25¢ הוא משמעותי? במונחים אבסולוטיים 25¢ אומנם נראה סכום זעום יחסית, אולם, אם מסתכלים על סכום זה במונחים יחסיים, מתקבלת תמונה שונה. אפשר להסתכל על פער של 25¢ בשני אופנים במונחים יחסיים. ראשית כל, המחיר הממוצע למוצר ברשתות שיווק האמריקאיות הגדולות (המיוצגות במדגם הנזכר) הינו בין \$2.50-\$2.70, בקירוב. ולכן פער מחירים של 25¢ הוא פער של 10%-8% במחיר סל הקניות הממוצע, סכום בהחלט לא מבוטל. שנית, כדי לראות סכום זה מנקודת ראות של סה"כ ההוצאות של המשפחה, נזכיר שלפי הדו"ח של Council of Economic Advisers של ממשלת ארה"ב (שפורסם ב-2003), בשנת 2002 הוצאות על מזון היוו 14% מסה"כ ההוצאות של משקי הבית האמריקאיים (Personal Consumption Expenditures). אם אפשר להשתמש באחוז זה של ההוצאות כאומדן להוצאות על מוצרי מזון, נראה שחוק סימון מחירים מוריד את ההכנסה הריאלית של משקי הבית המושפעים מהחוק ב-1.12%-1.40%, בקירוב, וסכום זה אינו מבוטל כלל.



במחקר זה נבחן גם ההיבט האחר של חוק סימון מחירים - התועלת שחוק זה מביא. מכיוון שהסיבה העיקרית לשימוש בחוק סימון מחירים היא טעויות במחירים, ניסינו לכמת את התועלת שבחוק ע"י מדידת טעויות מחירים המתרחשות ברשתות השיווק האמריקאיות הגדולות. בהנחה הקונסרבטיבית שחוק סימון מחירים יכול למנוע את כל טעויות המחירים שקורות, נמצא כי חוק סימון מחירים בממוצע יביא תועלת של כ-1¢ על כל פריט שנרכש (במונחים של טעות מחיר ממוצעת שהחוק מונע). לעומת זאת, כפי שהוכחנו לעיל, החוק עולה לצרכנים בין 20¢-25¢ לפריט בקירוב. יוצא אפוא, שעלות החוק גבוהה פי 20 או יותר מהתועלת העיקרית שהחוק נותן לצרכנים האמריקאים. במובן זה, אנו מסיקים במחקר שחוק סימון המחירים אינו יעיל.

השפעת חוק סימון מחירים על המחירים לצרכן בישראל

השפעת חוק סימון מחירים על המחירים לצרכן בישראל - ממצאים ראשוניים

מהי ההשפעה של חוק סימון המחירים על המחירים לצרכן בישראל? לא התפרסמו מחקרים אקדמאיים שמניסים לענות על שאלה מעניינת זאת. ישנה עבודת מחקר אחת שטרם הושלמה (Levy, D., 2008, Work in Progress), שבה נערך אומדן של פונקצית מחירים עבור המשק הישראלי ברמה של מדד המחירים לצרכן תוך שימוש בסדרות עתיות של מדד המחירים הסיטונאיים ושער חליפין וכן מדד לביקוש מצרפי כמשתנים מסבירים. ניסינו לאמוד את האפקט של חוק סימון המחירים על מדד המחירים לצרכן תוך שימוש במשתנה דמי עבור החודש שבו נכנס החוק לתוקף.

תוצאות האמידה הראשוניות מראות שהמדד עלה בקירוב ב-4% עד 5% כתוצאה מהדרישה להדבקת תוויות מחירים על כל פריט ופריט. יוצא אפוא, בהנחה שאומדן זה פחות או יותר מדויק, שההשפעה של חוק סימון מחירים על המחירים לצרכן בישראל הייתה נמוכה יחסית לארה"ב, בערך 1/2 כחצי מהשפעת חוק סימון מחירים האמריקאי על רמת המחירים לצרכן בשוק האמריקאי.

על פניו, ממצא זה נראה מפתיע, בגלל העובדה שהשוק הקמעונאי הישראלי הוא פחות תחרותי מהשוק הקמעונאי האמריקאי. אבל דווקא עובדה זו מסבירה את התוצאה: לקמעונאים הישראלים יש מרווח (mark-up) גבוה יותר, ולכן הם יכולים להרשות לעצמם לספוג חלק גדול יותר של העלויות. בשוק האמריקאי, התחרות גדולה יותר, וכמו שהמודל הניאו קלאסי של שוק תחרותי מנבא, במקרה כזה העלייה בעלויות תפעול תשתקף ברמת המחירים בצורה מלאה יותר.

עלות בזמן ובאיכות השירות



לבסוף, יש לזכור שקמעונאים יכולים לגלגל על הצרכנים את עלויות התפעול הגבוהות הנגרמות להם מחוק סימון מחירים גם באופן עקיף, ע"י צמצום אספקטים אחרים של השירות שהם נותנים בחנות/בסופרמרקט כגון: צמצום מספר הקופות הפועלות ברגע נתון, כך שהקונים יאלצו לעמוד בתורים ארוכים יותר, או צמצום התדירות שבה הקמעונאים מוציאים סחורה למדפים שהתרוקנו, כך שצרכנים לפעמים ימצאו מדפים ריקים בבואם לערוך קניות. דרך אחרת היא צמצום מספר העובדים העוסקים בניקיון החנות כך שיתכן שהחנויות תהיינה פחות נקיות. עוד דרך לחסוך בהוצאות היא לצמצם את מספר העובדים במחלקות שירות כגון במחלקת גבינות, סלטים, בשר טרי וכו', כך שאנשים הפוקדים מחלקות אלו יצטרכו להמתין בתורים ארוכים יותר. המשמעות שירות בכל אחד מהמקרים היא שבסופו של דבר הצרכנים ישלמו את מחיר חוק סימון מחירים או באופן ישיר במונחים של מחירים גבוהים יותר, או באופן עקיף במונחי הזמן שלהם ע"י עמידה בתורים ארוכים יותר, או במונחי איכות השירות שהם מקבלים בחנות.

מקורות:

*המידע נלקח מ-"חוק סימון מחירים סקירת מצב בעולם, המגמות המסתמנות והערכת השפעת החוק על המחירים לצרכן" של פרופסור דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר-אילן. לפרטים נוספים, ראה עותק המחקר המקורי שאותו ניתן להוריד מאתר האינטרנט של מחבר דו"ח זה, <http://econ.biu.ac.il/en/levy>

כאן מסוכמים המתודולוגיה ותוצאות המחקר בקצרה. עד כמה שמחבר דו"ח זה יודע, מחקר זה הוא היחיד שבדק את השפעת חוק סימון מחירים על המחירים לצרכן.

M. Bergen, D. Levy, S. Ray, P. Rubin, and B. Zeliger (2008), "When Little Things Mean a Lot: On the Inefficiency of Item Pricing Laws," *Journal of Law and Economics*, forthcoming;

Levy, D, M. Bergen, S. Dutta, and R. Venable (1997), "The Magnitude of Menu Costs: Direct Evidence from Large US Supermarket Chains," *Quarterly Journal of Economics* 112, 791-825.

פורסם על ידי - Moshe Refael

קישור למאמר זה באתר "החברים של פארטו":

<http://paretosfriends.blogspot.co.il/2014/08/blog-post.html>