

חדשות

www.TheMarker.com

סימון מחירים
אורה קורן

יזמה תמוהה ומיותרת

שיטת סימון המחירים הנוכחית משרתת את הצרכן הישראלי בצורה הטובה ביותר, ויש לשמור עליה בקנאות

אתמול פרסמו במפתיע תוצאות המחקר שהוכן בעבור משרד התמ"ת בדבר שינוי חוק חובת סימון מחירים. שאלת עיתוי הפרסום נותרה עם תשובה לא משכנעת – "המחקר הסתיים, אז הוחלט לפרסם"; ועם קריאת המחקר עלו תהיות על התכנים שנבחרו לפרסום. חוק חובת סימון מחירים הוא ההישג המרכזי של שר התמ"ת לשעבר נתן שרנסקי, וסיכול ביטולו הוא אחד ההישגים הבולטים של שר התמ"ת הנוכחי, אלי ישי. לא במקרה מנסים בעלי ההון לשנות אותו לאורך השנים: יש להם אינטרס לבלבל את הצרכן ולהקשות עליו להשוות מחירים בין קמעונאים. הרי כשהמחיר מוטבע על המוצר, קל להשוות את מחיר המוצר שנרכש היום של המוצר שנרכש לפני חודש במקום אחר, ולהחליט היכן להמשיך



תצלום: אריאל שליס

לרכוש. את היתרון הזה לצרכן מנסים בעלי ההון לחסל בנימוקים שונים. מתברר כי המסקנות שפירסם משרד התמ"ת – והשיחה שנערכה בעקבות פרסומו עם בני פפרמן, ראש מינהל המחקר והכלכלה במשרד התמ"ת – הציגו בצורה מאוד לא מאוזנת, בלשון המעטה, את תוצאות העבודה היסודית שנעשתה. פפרמן הציג את החלקים שתמכו במצדדי השינוי, בעלי רשתות שיווק ויצרנים, ושכח את הנימוקים נגד השינוי, שמצדדים בצרכנים. כפי שאמר פפרמן, שר התמ"ת ישי קבע בעבר שהחוק לא ישונה, ועמדת השר

לבעלי ההון, המנסים לשנות את חוק חובת סימון מחירים לאורך השנים, יש אינטרס לבלבל את הצרכן ולהקשות עליו להשוות מחירים

היא הקובעת. עם זאת, ייתכן כי פפרמן סבור שהשינויים הפוליטיים יובילו לחילופי שרים במשרד התמ"ת, וזו תהיה סיבה לבעלי ההון לעלות שוב לירושלים, לשחרר לפתחו של השר החדש ולהסביר לו שיש צורך בשינוי החוק. במצב זה, אפשר לדמיין את פפרמן שולף במהירות מהמגירה את המחקר המוכן ותומך בהם, בנימוק שהחוק מיושן ואינו מקובל כיום במדינות מפותחות.

אז, קודם כל, ישי אמר באחרונה כי הוא מעוניין להמשיך להחזיק במשרד התמ"ת גם אם הרכב הקואליציה ישתנה. נוסף על כך, המחקר כלל אינו קובע שיש לשנות את החוק המחייב סימון פרטני על כל מוצר. להפך: המחקר קובע שהשוק בישראל אינו תחרותי דיו, כמו במדינות המפותחות. יבואו חכמים ויוכיחו באותות ובמופתים שבשוק ישנה תחרות עזה; זה נכון – אבל, כנראה, עדיין לא מספיק בהשוואה לחו"ל, לגישתו של עורך המחקר.

גם אם שיטת הסימון נראית פרימיטיביות, הרי שברמת התחרות במשק הישראלי היא זו שמשרתת את הצרכן בצורה הטובה ביותר, ולכן יש לשמור עליה בקנאות.