

ביטול חובת סימון מחירים? הצרכנים רק יפסידו

משרד התעשייה והמסחר הזמין מחקר על סימון המחירים, אבל פרסם רק את המסקנה הנוחה לו - שסימון המחירים גורם להעלאת מחירים - והסתיר מסקנות אחרות, כמו הטענה שהסוחרים כאן מצפצפים על הצרכן ולכן מגלגלים עליו את עלות הסימון. התמ"ת מסיק מהדו"ח שצריך לבטל את חובת הסימון, אבל מכך ירוויחו רק הסוחרים ומשרד התמ"ת עצמו

האותיות הקטנות / יעל אונגר

12:53 , 24.07.08

זה סיפור על אמת וכל האמת, וזה גם עניין די מחפיר, במיוחד כיוון שמעורב בו משרד ממשלתי שאמור להגן על הצרכנים. ובמערכה האחרונה גם נבדוק מי ירוויח מכל זה.

בשבוע שעבר הוציא משרד התעשייה והמסחר והתעסוקה הודעה לעיתונות שכותרתה: "חוק [סימון מחירים](#) - תמונת מצב והמגמות המסתמנות בעולם המערבי בשנים האחרונות". וההסבר היה ש"מינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת התבקש לערוץ ניתוח השוואתי של דרכי הצגת מחירים והחוקים הנוגעים לאופן הצגת המחירים הנהוגים כיום במדינות מפותחות שונות בעולם".

לאחר מכן באה סקירת חלק מהמאבק המתנהל בישראל כבר שנים רבות על העניין. הצרכנים וכל מי שתומך בהם רוצים בסימון המחיר על כל מוצר, כיוון שהדבר מקל על הצרכנים להשוות מחירים ולערוך קניות בצורה מושכלת. לעומתם, רשתות השיווק וארגוני הסוחרים למיניהם מתנגדים ודוחפים לקראת סימון מחירים על המדף, קריאתם באמצעות קורא אופטי, ועוד כהנה וכהנה רעיונות שלצרכן אין מה להרוויח מהם.

כיוון שהייתה התנגדות לערוך ניסוי לגבי שינוי שיטת הסימון הקיימת כיום בארץ, פנה משרד התמ"ת לפרופסור דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר אילן, וזה ערך מחקר בנושא זה. מתוך מחקר ארוך זה בחר משרד התמ"ת להציג בהודעה לעיתונות בעיקר כל מה שלטעמו אינו תומך בשיטת הסימון הנוכחית כאן, שכאמור רק מיטיבה עם הצרכנים.

מה מסמן
התמ"ת?



שר התמ"ת, אלי
שיצילום: זאב טרכטמן

לצרכן עולה יותר - האמנם?

מילא שבמדינות אחרות חושבים אחרת ומתנהגים אחרת. זה לא אומר שזה טוב יותר לצרכנים. אבל השורה התחתונה שבחר התמ"ת להבליט היא זו: לצרכן זה עולה בסוף יותר.

"הסקירה מדגישה כי חובת סימון מחירים על כל פריט ופריט באמצעות חוק פוגעת לא רק ביצרנים, שבהם הפגיעה היא ישירה בשל העלייה בעלויות התפעול הנגרמת להם (חוק סימון המחירים מביא לעליה בעלות השולית של כל פריט ופריט), אלא גם בצרכנים עצמם, שעליהם קרוב לוודאי מגולגל חלק לא מבוטל ממימון פעולת סימון המחיר על המוצר".

זו בדיוק הטענה שתמיד הועלתה לאורך כל דרך [המאבקים בנושא](#). זו הייתה האצבע המאיימת שהונפה על מול חוטם ארגוני הצרכנים שסירבו לסגת מעמדתם העקרונית, ודרשו סימון על כל מוצר ומוצר בנפרד. מי שהיה מסתפק בקריאת ההודעה לעיתונות של התמ"ת היה יכול לומר לעצמו, שאולי, למרות הכל, יש משהו בזה. אבל אנחנו לא התעצלנו, וקראנו גם את הדו"ח המלא. ושם היו דברים אותם התמ"ת בחר לא לספר לנו.

נתחיל עם עניין העלויות המגולגלות על הצרכן. המחקר בדק גם את השאלה, האם, בהנחה שתשונה גם כאן שיטת הסימון ויפחתו העלויות, יגלגלו הסוחרים את ההנחה אל הצרכנים. פסופסור לוי הוא כנראה אדם מפוכח מאוד: "לדעת כתב דו"ח זה, אין מכניזם שיבטיח שחלק מהחיסכון שייגרם כתוצאה מביטול מלא או חלקי של חוק סימון המחירים יגיע לצרכנים".

ומדוע, בעצם? לוי מסביר שמה שיבטיח שצרכנים ייהנו מהחיסכון הזה הוא תחרות. אבל מה? בישראל [אין מספיק תחרות](#), ו"חוסר תחרות זה מביא לידי כך שהקמעונאים לא מתחשבים מספיק ברצונות ובחששות הצרכנים".

להרוויח כמה שיותר

אחרי שהוא מסביר כי אצל הסוחרים בישראל, בהשוואה לעמיתיהם במדינות מפותחות אחרות, [לא קיימת התפיסה שהצרכן תמיד צודק](#), הוא ממשיך, ואת הציטוט הבא לא יכול היה שום ארגון צרכנים לוחמני לכתוב טוב יותר: "גישה זו של הקמעונאים היא אחת הסיבות לחוסר האמון ההדדי בין הצרכנים והקמעונאים. הציבור רואה את הקמעונאים כמי שמטרתם היחידה היא להרוויח כמה שיותר, לקחת מהציבור כמה שיותר, ולא משנה באיזה מחיר".

זה לא מפתיע לאור העובדה שקמעונאים (ויצרנים) ישראליים לעיתים קרובות מדי "נתפסים כשהם משווקים מוצרים באותו מחיר אבל בתכולה נמוכה מבעבר, מבלי שהם דואגים ליידע את ציבור הקונים על השינוי, באמצעות פרסום השינוי באותיות גדולות ובשלטים צבעוניים, כפי שהם נוהגים לעשות כאשר הם מציעים מבצעים שונים".

ואם כך, מה בכל אופן צריך לעשות? בעניין זה כותב לוי בפירושו, כי "בעולם שבו התחרות אינה חזקה דיה, יש מקום להתערבות של המחוקק בקביעת כללים להצגת מחירים. ישראל היא דוגמא טובה לכך". בזה אין שום חידוש, אבל זה בדיוק ההסבר הנכון מדוע כן צריך להשאיר את סימון המחירים בשיטה הנוכחית.

אז מה בדיוק מניע את התמ"ת להתמקד רק בחלק שנח לו בדו"ח של פרופ' לוי? נראה שהתשובה לכך תהיה כרוכה מאוד בתשובה לשאלה, מי יהויח מאי-סימון המחירים על כל מוצר?

מי מרוויח?

גורם אחד כבר מזהה הדו"ח – הסוחרים. הגורם השני הוא לא אחר מהתמ"ת עצמו. שהרי אם השיטה תשונה, התמ"ת לא יאלץ לאכוף את החוק בצורה המתחייבת מהמציב כיום, לא יצטרך להוציא פקחים לשטח לבדוק אם אכן על כל מוצר ומוצר מודבק מחירו, לא יאלץ לטפל בתלונות צרכנים שיתלוננו על ההטעיה הכרוכה באי-הצגת המחיר כנדרש בחוק.

ייתכן שהתמ"ת גם לא יאלץ להתמודד עם דו"ח נוסף של מבקר המדינה על כך שאינו מגן מספיק על הצרכנים, ועם מאמרים ביקורתיים כמו זה שפרסמנו כאן וחשף מה עושים, וליתר דיוק לא עושים, בתמ"ת לטובת הצרכנים.

לכאורה, גם אם הצגת מחקרו של פרופ' לוי באופן חד-צדדי אכן משרתת את התמ"ת, ניתן לומר שזה עניין לגיטימי, וכך נוהג העולם. אלא שהתמ"ת אינו המשרד הפרטי של אף אחד, ואם כבר טרח והזמין מחקר מעין זה, היה עליו לפרסם את עיקרי המסקנות שלו – כולל את אלו שאינן נוחות לו.

נכון שהדו"ח המלא של פרופ' לוי מצוי באתר התמ"ת, ולכאורה כל אחד יכול לקרוא אותו. אבל התמ"ת כנראה סומך על זה שלא רבים יגיעו לעמודיו האחרונים של דו"ח המחזיק יותר מ-130 עמודים, ודווקא שם נמצאים הדברים הפחות נעימים לו.

כך או אחרת, אם התמ"ת רוצה עכשיו לפתוח מחדש את סוגיית סימון המחירים, שישכח מזה. אפילו הדו"ח שהוא עצמו הזמין לא תומך בזה.

הכותבת היא עורכת דין המתמחה בנושאי צרכנות

לינק למאמר המקורי באתר Ynet:

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3572231,00.html>