

איזו רשת מזון מובילה בחוסר ההגינות?

מועצה לצרכנות ומינהל מחקר וכלכלה של משרד הכלכלה, שאלו 1,240 צרכנים איזו רשת הכי הוגנת לדעתם לפי 14 פרמטרים. המטרה: לנסח את "מדד ההגינות", שמבוסס על דעות הצרכנים. 54% מהנשאלים העידו כי נתקלו בחוסר הגינות בסופרמרקט. מבין 5 רשתות המזון הגדולות - איפה נחשפו הצרכנים להכי הרבה אירועים לא הוגנים?

מירב קריסטל פורסם: 26.03.14, 14:02

צרכנים יקבעו את מידת ההגינות של רשתות השיווק: המועצה לצרכנות הציגה היום (ד') את מדד ההגינות בחיי המסחר, שפותח יחד עם מינהל מחקר וכלכלה של משרד הכלכלה, בראשות בני פפרמן ופרופ' דניאל לוי מאוניברסיטת בר אילן.

מדד ההגינות יופעל לראשונה בענף רשתות המזון ובהמשך - בענפים אחרים. בענף המזון, המדד בנוי על תשובות של 1,240 צרכנים בני 18 ומעלה וכולל 14 פרמטרים להגינות. המדד נותן כוח לדעות, לתפיסות ולעדויות של צרכנים על רשתות, אך החולשה שלו היא שהוא מסתמך על דעות ואמירות של צרכנים ולא על הוכחות בשטח. למרות שקל למצוא הוכחות כאלה, המדד לא כולל כרגע בדיקות בפועל של סיירי המועצה לצרכנות או של פקחי משרד הכלכלה. בנוסף, הוא לא יביא לקניסת רשתות שימצאו כלא הוגנות, אלא רק לפרסום רע, נזיפה ותקווה שישנו את דרכיהן.

הרשתות ייבדקו כל רבעון

"המטרה היא להראות לרשתות שהגינות היא גם כלי עסקי שיאפשר לספק מידע לרשת השיווק באלו פרמטרים עליה להשתפר", הסביר פפרמן במסיבת עיתונאים שנערכה היום (ד'). "המדד כולל את פירוט רכיבי ההגינות לתשומת לב הצרכן, דירוג בתי העסק במדד ההגינות ומעקב אחר שיפור ההגינות של בית העסק ביחס לעצמו וביחס למיקומו בדירוג בית העסק. חוסר ההגינות גובה מחיר כבד לצרכן וגם למשק."

לפי עו"ד אהוד פלג, מנכ"ל המועצה לצרכנות, בכל רבעון יימדד ענף אחר.

חדשות הצרכנות



מועצה הישראלית לצרכנות
ISRAEL CONSUMER COUNCIL

מועצה לצרכנות
צילום: המועצה לצרכנות

התוצאות יפורסמו באתר מנהל מחקר וכלכלה ואתר המועצה לצרכנות ובדיקה חוזרת תיערך תוך שנה. "יש תחושה של אי נוחות מרמת ההגיונות במסחר בישראל, כי שעולה בין היתר מריבוי תלונות על ניצול צרכנים", אמר. "לעסק יש זכות להרוויח, אך הזכות הזאת כפופה לזכות הצרכן להגיונות. יש שתי דרכים להתמודד עם חוסר הגיונות: חינוך להגיונות, שלרוב מוזנח לעומת החינוך להישגיות ולעומת בתי הספר למנהל עסקים שמלמדים כיצד למקסם רווחים ואכיפה. יש בישראל תת תרבות של חוסר הגיונות, שבאה על חשבון הצרכנים."

לדעת הצרכנים: כל הרשתות לא הוגנות; יינות ביתן מובילה

בהשוואה בין רשתות, נשאלו צרכנים על אירועים לא הוגנים שקורים ברשת בה הם עורכים את רוב הקניות שלהם. התוצאה: צרכנים טענו שנחשפו ביינות ביתן לאירועים לא הוגנים, בשיעורים הגבוהים ביותר, בארבעה מקרים. למשל: 73% מהצרכנים שקונים ביינות ביתן והשתתפו בסקר טענו שברשת לא הורידו שלט מבצע, למרות שתם המבצע. עוד טענו כי מוצר יקר הוצג ברשת על גבי המדף באופן בולט יותר ממוצר זול; קושי בהשוואת מחירים עקב אי עמידה בחוק המחייב הצגת מחיר ליחידת מידה והנחת מחיר שכוללת תנאי מסוים שלא נכלל בשלט (כמו הנחה רק לחבר מועדון או הנחה רק למי שקונה מעל סכום מסוים). גם מקרים אחרים של חוסר הגיונות הופיעו ברשת, אם כי בשיעורים נמוכים יותר

ש.11 אחוז הנחשפים לאירועים לא הוגנים בחנויות המזון (בקרוב קוני אותה רשת)-סיכום כלל הרשתות

חצי דגים	יינות ביתן	רמי לוי	הריבוע הכחול	שופר סל	ממוצע מינימקסים ומכילות	ממוצע רשתות השיווק
85%	85%	81%	83%	79%	71%	83%
65%	75%	77%	71%	61%	47%	70%
84%	80%	66%	70%	67%	65%	69%
51%	73%	57%	62%	57%	31%	59%
49%	54%	51%	55%	56%	39%	56%
47%	59%	56%	57%	49%	52%	55%
54%	62%	52%	48%	55%	35%	54%
52%	68%	65%	51%	48%	32%	54%
36%	77%	48%	45%	46%	30%	49%
44%	49%	55%	45%	42%	39%	47%
43%	49%	49%	47%	43%	34%	45%
38%	51%	39%	38%	36%	30%	39%
22%	35%	33%	34%	31%	30%	32%
24%	17%	35%	26%	24%	25%	26%

כל הטבלות מבוססות על ייסוסים לטובת נגזרות בסקר וזכרו: ייחסי גומלין בסקר וזכרו: נתונים אלו אינם קבועים ויש להתייחס אליהם כערכי מדגם בלבד.

מתוך הסקר: השאלות הבאות מתייחסות לנושא ההגיונות במקום הקנייה העיקרי, או במקום שבו

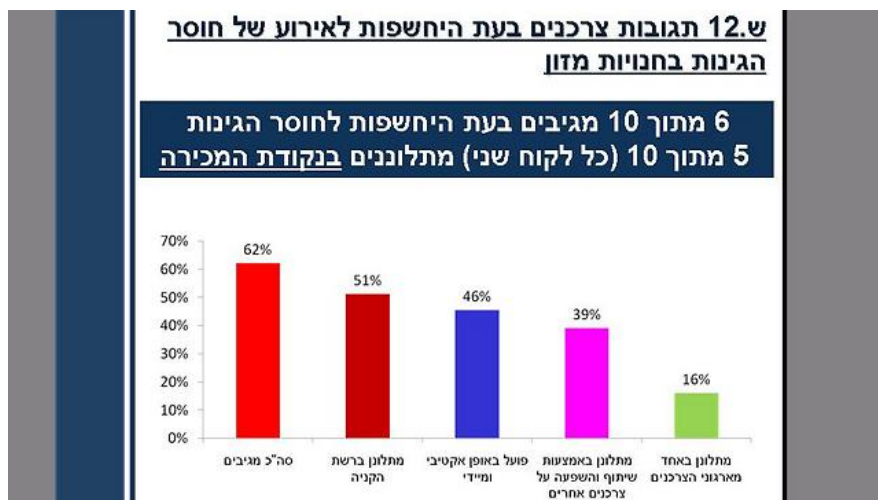
אתה קונה את רוב הקניות למוצרי מזון שציינת. האם בחצי השנה האחרונה קרה לך הדבר הבא

במקום השני בשיעורים הגבוהים ביותר של חוסר ההגינות בפרמטרים מסוימים: רמי לוי, רשת שנמצאה הכי לא הוגנת בשני פרמטרים: 77% מהצרכנים שהשתתפו בסקר וקונים ברשת בקביעות טענו שקנו אצלו מוצר בקופסא גדולה שמכיל כמות קטנה ביחס לגודל הקופסא. 55% טענו שנדרשו לשלם מחיר גבוה עבור מוצר נתון, כיוון שהיה בו מחסור בנקודת זמן מסוימת.

במקום השלישי: חצי חנמם שהובילה ב"אין תמורה הולמת למחיר". 84% מהצרכנים שקונים ברשת והשתתפו בסקר, חשבו כך. גם בשופרסל ומגה נמצאו אחוזים גבוהים של מצבים לא הוגנים, אך הן הובילו רק בקריטריון טעויות בקופה.

מעניינת היתה ההשוואה בין הדעה של הצרכנים שהשתתפו בסקר על רשת מסוימת שהם קונים בה לעומת דעת הצרכנים שהשתתפו בסקר ולא קונים ברשת. כך למשל 23% מהצרכנים שלא קונים בשופרסל, חושבים שרמת אי ההגינות ברשת בינונית, אך רק 13% מהקונים ברשת חושבים שהרשת לא הוגנת וברמה נמוכה יותר. מנגד, רמי לוי לא נתפס טוב בציבור - 48% חושבים שהרשת לוקה באי הגינות אך הקונים שלו תופסים אותו כהגון - 1% בלבד תופסים אותו כלא הגון.

נראה שרוב מי שנתקל באי הוגנות ברשתות - לא משתף בכך את חבריו הצרכנים. 51% מהנתקלים באי הגינות, מתלוננים ברשתות עצמן ורק 39% באמצעות שיתוף צרכנים אחרים.



איך נערכה הבדיקה?

בשלב הראשון, הוגדרה הגינות כ"התנהלות ישרה ושקופה של עוסק כלפי צרכן, בלי לנסות להטעותו או לנצל לרעה את חולשתו או מצוקתו". או אז מופו 14 מצבים המבטאים חוסר הגינות בענף חנויות המזון. בשלב השני

נסקרו 1,240 צרכנים בני 18 ומעלה שנשאלו לגבי מידת ההגיונות ב- 14 הסיטואציה. בין היתר: הצגת מוצר כנמכר במבצע, אך בעצם מחירו הועלה לפני המבצע; טעויות בקופה; כיתוב מטעה על גבי המוצר ומכירת מוצרים זולים כיקרים. מתשובות הצרכנים עלה כי המצבים נתפסו כלא הוגנים בקרב 80%-95% מהצרכנים שהשתתפו בסקר.

ברשתות מטעים יותר מאשר במינימרקטים ובמכולות

הצרכנים שהשתתפו בסקר לרוב טענו שלרוב העוולות נחשפו דווקא ברשתות, זאת בניגוד להערכת עורכי המחקר שחשבו שהצרכנים יתקלו ביותר חוסר הגיונות במינימרקטים ובמכולות. כך למשל, ברשתות המזון הם מצאו יותר מוצרים שמתומחרים ב-9.99 (הסקר נערך לפני החוק שאוסר על הצגת מחיר באופן הזה) קנו יותר מוצרים בקופסא גדולה שמכילים כמות קטנה ביחס לגודל הקופסא, גילו שההנחה היא רק לחברי מועגון, לא הורידו שלט המכריז על מבצע לאחר סיום המבצע, מצאו שיש חוסר במוצרים בפיקוח, או חשו בקושי בהשוות מחירים עקב חוסר הצגה של מחיר ליחידת מידה.

יחד עם זאת, אפשר לפרש את התוצאות אחרת: במינימרקטים ובמכולות מתמחרים פחות ב-9.99 באופן טבעי לכן הצרכנים פחות נתקלו בהטעיה הזאת במינימרקטים; יש במינימרקטים ובמכולות פחות מבצעים אז יש פחות מקום להטעות במבצעים ומוכרים במינימרקטים ובמכולות פחות מוצרים אז ברור שיהיו שם פחות מוצרים עם קופסא חצי ריקה (שהרי זו הטעיה שאינה קשורה לסופר, אלא ליצרן). כך או כך, אין ספק שאם קיימת אי הגיונות, ברשתות הגדולות, היא מאורגנת יותר ועוצמתית יותר.

[למצגת המחקר <<](#)

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4503458,00.html>

קישורית למאמר באתר Ynet: