

ההצעה חייבת להימשך

הכותב הוא מנכ"ל רשות
ההסתדרות לצרכנות

חשיבותה של חובת סימון המחירים בישראל /
מאת: עו"ד ירון לינסון



אלקטרוני – כפי שמקובל כיום בעולם, כהמגמה היא לסמן מחירי מוצרים באמצעות צגים אלקטרוניים.

אלא שסימון אלקטרוני אינו ניתן ליישום על כל מוצר ומוצר, כמובן. לפיכך, מבקשים בעלי העסקים כי סימון המוצרים יהיה במדף שליד המוצרים - אולם סימון מחירים כזה כבר יצר בישראל בעיות רבות שהובילו את המחוקק לקבוע חובת סימון מחיר על כל מוצר ומוצר. למעשה, אם תשונה חובת סימון המוצרים כאמור, כל היתרונות לצרכן שצוינו בתחילת מאמר זה יהיו כלא היו. ומה יקרה אם בעלי העסקים יחליטו לייקר את מחיר המוצר בעשרות אחוזים דקה לפני שהגענו לקופה? כל זאת, ועוד לא דיברנו על העובדה שלסימון אלקטרוני גם יש עלויות.

טענה נוספת שמעלים בעלי העסקים המתנגדים לשיטה הקיימת היא, ש"כך מקובל בעולם". לגבי טענה זו ניתן לומר כי אין בה כדי ללמד באופן אוטומטי שזה מה שטוב לעשות, או שזה הטוב ביותר שניתן לעשות; יש להזכיר לבעלי העסקים כי בעולם גם מקובלת אכיפה ממלכתית משמעותית של דיני הגנת הצרכן, אכיפה שהיא חלשה יחסית בישראל.

בטענה כי "כך מקובל בעולם" למעשה מבקשים בעלי העסקים לקבל את השיטה הנהוגה במקומות רבים בעולם, אך לא את התוצאה הצרכנית שהיא משיגה.

לסיכום, עלינו כמגני הצרכנים להמשיך לעמוד על המשמר ולהתנגד לשינויים המוצעים בשיטת הצגות המחירים הנהוגה כיום בישראל.

לגגול העלות לכיסם של הצרכנים אלא לכיסם של בעלי העסקים. אבל מה לעשות, בישראל "כוחות השוק" פועלים לעתים מזומנות באופן הפוך לחלוטין ממה שנרמה.

הדוגמה המוכרת ביותר לכך היא פרשת מחירי הקוטג'. עד לשנת 2006 מחיר הקוטג' היה נתון תחת פיקוח משרד הכלכלה (או בשמו הקודם, משרד התמ"ת). פיקוח על המחיר משמעותו קביעת מחיר על ידי הממשלה בהתחשב בעלויות הייצור מצד אחד, ובקביעת שיעור רווח מקסימלי ליצרן מצד שני. היצרנים רצו, כמובן, לבטל את הפיקוח בטענה כי עצם הטלתו קובעת מחיר גבוה שכל היצרנים "מתיישרים" לפיו, וכן שהסרת הפיקוח תוביל לפעולת "כוחות השוק" ולהורדת מחירים בשל הגברת התחרות. ואכן, הפיקוח הוסר.

ומה קרה? מאז ועד היום, מחירי הקוטג' קפצו בשיעורים של עשרות אחוזים. כך עבדו "כוחות השוק" בישראל בכל הנוגע לצרכנים. מעניין לציין כי הציבור הפנים מגמה זאת היטב, ובסקר שערכה לאחרונה רשות ההסתדרות לצרכנות התברר שיותר מ-80 אחוז מהציבור לא מאמינים לטענה שביטול חובת הסימון תורגם להורדת מחירים. כלומר, הצרכנים בעלי הניסיון המרבינו כי הסרת חובת סימון המוצרים רק תפגע בזכויותיהם ולא תזויל את המחירים, והדבר משתקף היטב בסקר הזה.

טענה נוספת של בעלי העסקים המתנגדים לשיטה הקיימת מועלית בשם "הקדמה הטכנולוגית". בעלי העסקים טוענים שלא ניתן להישאר בעידן הברזל (או עידן הנייר), בו מדבקות פשוטות מסמנות את מחיר המוצר, ויש לעבור לאמצעי

אחד ההישגים הצרכניים החשובים ביותר שהושגו בישראל הוא חובת סימון כל מוצר ומוצר בתווית הנושאת את מחירו. היתרונות הגלומים בכך לצרכנים רבים מאוד:

1. הצרכן יכול לדעת את המחיר באופן מידי תוך חסכון בזמן יקר באיתורו.
 2. ניתנת לצרכן אפשרות להשוות את מחיר המוצר עם מחיר מוצר דומה במדף אחר.
 3. הצרכן יכול לבדוק בבית את מחיר המוצר הנקוב ולהשוות אותו עם מחירי מוצרים זהים שנקנו בעבר או במקום אחר.
 4. היתרון החשוב מכולם: הצרכן יכול לוודא בקלות יתרה שהמחיר שבו חויב בקופה אינו גבוה יותר מהמחיר הנקוב על המוצר.
- בכל הנוגע לחלק מבעלי העסקים, היתרונות הללו הופכים לחסרונות. לפיכך, ברור מדוע בעלי עסקים שונים מנסים מדי פעם לפגוע בהישג הצרכני החשוב הזה - על חשבון הצרכנים.
- הטענה המרכזית של מתנגדי השיטה הקיימת היא, שחובת סימון המוצרים יוצרת עלות גבוהה המגולגלת אל הצרכנים. לפיכך, הם טוענים, הסרת חובת הסימון תגרום ל"כוחות השוק" להוריד מחירים.

מבדיקות השוואתיות שנערכו בחו"ל בין רשתות שבהן המחיר מצוין על גבי כל מוצר ומוצר לבין רשתות המחירים מחירים באופן אחר, עלה כי הפער במחירים בין הרשתות זניח. כלומר, ברור ש"העלות הגבוהה" של חובת סימון כל מוצר ומוצר לא מוטלת על הצרכן. שנית, גם אילו היתה עלות המוטלת על הצרכן בגין חובת סימון כל מוצר ומוצר, הרי שהמציאות מלמדת שביטול חובת סימון כל מוצר ומוצר לא היתה גורמת

