



ראשי > הודעות לתקשורת ולעתונות > ארכיון הודעות לתקשורת ולעתונות משנים קודמות > הודעות
לעתונות - 2008 > יולי 2008

חוק סימון מחירים – תמונת מצב והמגמות המסתמנות בעולם המערבי בשנים האחרונות (16.7.08)

מינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת התבקש לערוך ניתוח השוואתי של דרכי הצגת מחירים והחוקים
הנוגעים לאופן הצגת המחירים הנהוגים כיום במדינות מפותחות שונות בעולם.

שיטת סימון מחירים על כל פריט ופריט לעומת שיטות אחרות של הצגת מחירי מוצרים, עולה לסדר היום הציבורי מעת לעת, לרבות הצעת משרד התמ"ת מ-2006, לערוך בישראל ניסוי לבחינת שיטת הצגת המחיר הרצויה והמועדפת. מינהל המחקר והכלכלה במשרד סבר בשעתו, כי נכון לקדם ניסוי מבוקר כדי להשוות בין השיטה הנוכחית של סימון מחיר על כל מוצר ומוצר באופן גורף, הנהוגה בישראל על פי חוק, לבין שיטות וטכנולוגיות אחרות של הצגת מחירים הנהוגות כיום במרבית המדינות המערביות, כגון: הצגת מחיר על המדף, הצגת מחיר ברשימה ליד המדף, או אופן הצגה אחר של המחיר (כמו שימוש במערכת של תוויות מדף אלקטרוניות, ועוד).

נקודת המוצא הייתה שניתן לעבור משיטת סימון גורף של מחיר על כל פריט ופריט, לשיטות הצגת מחירים אחרות, בדומה להתפתחויות שחלו בתחום הצגת המחירים במדינות מערביות אחרות שבהן לא מוצג כיום מחיר על כל פריט, אלא כאמור, נהוגות שיטות הצגה שונות, אך מנגד יש להחמיר את הענישה על מי שאינו עומד בסטנדרט דיוק במחיר בעת התשלום בקופה.

בסופו של עניין, נדחה רעיון הניסוי, בין היתר בשל לחצים מצד תומכי השיטה הנוכחית, אך במקביל לדחיית הצעת הניסוי, התבקש מינהל המחקר והכלכלה בתמ"ת בראשותו של בני פפרמן לערוך ניתוח השוואתי של דרכי הצגת מחירים והחוקים הנוגעים לאופן הצגת המחירים הנהוגים כיום במדינות מפותחות שונות בעולם.

הסקירה, שנערכה ע"י פרופ' דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר-אילן, מציגה את שלבי ההתפתחות בחובת סימון מחירים במדינות המערב תוך בחינת הרקע לפיתוח סורקים אלקטרוניים וקופות רושמות שהביאו להחלפה ועדכון של חוקי סימון מחירים שהיו קיימים עד תחילת שנות ה-70. תמונת המצב המוצגת בסקירה מתארת את המגמות המסתמנות בהקשר לחוק סימון מחירים במקומות שונים, תוך פרוט השוואתי של החוק, דרישותיו ודרכי יישומו במדינות שונות. בהמשך מוצגות טכנולוגיות חדשות להצגת מחירים שפותחו בשנים האחרונות ושכבר תפסו את מקומן בשווקים קמעונאים באירופה, בארה"ב, ובמזרח הרחוק, אך מרביתן טרם אומצו בישראל. בסקירה מפורטות השיטות השונות האפשריות להצגת מחירים, והיא כוללת ניתוח של תהליכי סימון ושינוי מחירים לצד אומדני העלויות של תהליכים אלו במטרה להבין לעומקן את סוגיית העלויות של חוק סימון מחירים וליצור מסגרת לחשיבה ולהערכה של השיטות השונות. כן נכללת בסקירה הערכה של השפעת חוק סימון מחירים על המחירים לצרכן תוך שימוש בנתוני מיקרו.

מהסקירה עולה כי חוק סימון מחירים פרטני וגורף המחייב כל סוגי הקמעונאים ללא יוצא מן הכלל לשים תווית מחיר על כל פריט ופריט, לא קיים כיום במדינות האיחוד האירופי, ולא במרבית מדינות ארה"ב. **רק במקום אחד בארה"ב, במדינת מישיגן, החוק מיושם ברמת המדינה כולה בצורה גורפת.** [1] באותן מדינות שבהן קיים חוק סימון מחירים על כל פריט ופריט, הרי שהוא אינו מוחלט או גורף, ותחולתו היא חלקית בלבד, וחל רק במחוזות או באזורים מסוימים במדינה, רק על קמעונאים מסוימים (בתחום המזון בעיקר), ורק על חלק מהמוצרים כאשר פריטים רבים פטורים מחובת סימון המחירים. עם זאת, החוק דורש שמחירי המוצרים יהיו מוצגים בצורה ברורה, חד-משמעית, ולא מבבלבלת, ובאופן יעיל ופשוט, וכי תהיה הצגת מחיר עבור כל מוצר (אך לא בהכרח על כל פריט).

הסקירה מלמדת כי לעיתים קרובות, אף במקומות שבהם קיימת חובת סימון מחירים על פי חוק, החוק אינו קובע את צורת הסימון של המחיר, ומשאיר לקמעונאים את האופציה בין דרכי ההצגה השונות של המחיר כאשר סימון

מחיר על כל פריט ופריט מהווה רק אחת ממגוון אפשרויות ההצגה, כאמור: הצגת מחיר על המדף או ברשימה ליד המדף, על כל פריט ופריט או בצורה אחרת כגון: באמצעות שימוש במערכת של תוויות מדף אלקטרוניות.

מתברר שחוקי סימון מחירים פרטניים הקיימים במדינות השונות נותנים לקמעונאים רשימה לא מבוטלת של מוצרים וקבוצות מוצרים, הפטורים מחובת סימון מחירים על כל פריט ופריט, כגון: מוצרים בתפזורת (פרות וירקות, דברי מאפה, פרחים, וכד'), מוצרים הנמכרים במכונות (Vending Machines), מוצרים מתחת למחיר, משקל או גודל מינימלי (המפורט בחוק), מוצרים "המתחלפים מהר, בכמויות גדולות" כגון חטיפים, מסטיק, צ'יפס (ת"א/תירס), סוכריות וממתקים, בוטנים למיניהם, משקאות קלים (בבקבוקים ובפחיות), וכד', מוצרים בעלי חיי מדף קצרים (בדרך כלל, שבועיים או פחות) כגון ביצים, לחם, מיצים קפואים, חלב, מוצרי חלב שונים (כמו יוגורט), ועוד.

במרבית המקומות שבהם קיים כיום חוק כלשהו המחייב סימון מחירים על המוצר, הוא חל רק על רשתות שיווק, סופרמרקטים, וחנויות המוכרות מוצרי מזון בלבד, כך שקמעונאים אחרים בעצם פטורים מחוק זה. בנוסף לכך, החוק פוטר מחובת סימון מחיר על המוצר גם חנויות קטנות במיוחד, כגון: חנויות שבהן 3 עובדים או פחות, חנויות שלהן היקף מכירות שנתי מינימלי, חנויות בודדות (שאינן שייכות לרשת), חנויות ששטחן מינימלי (כמפורט בחוק), וכד'.

כמו כן, באותן מקומות שבהן עדיין חל חוק סימון מחירים על הפריטים במידה זו או אחרת, כגון: קליפורניה, קונטיקט, ומספר מדינות מערביות, המגמה היא לפטור את הקמעונאים מדרישות סימון מחירים פרטני כל עוד הם עומדים ברמות דיוק מחירים נדרשות (בד"כ, דיוק מחירים של 97%-98%). כלומר, הקלות בחובת הסימון מותנת בעמידה בסטנדרט דיוק ברמת המחיר בעת התשלום בקופה. עסקים חייבים לעמוד בביקורת מחמירה של רמת הדיוק במחיר, והם צפויים לקנסות ולחזרה לחובת סימון המחיר על כל פריט ופריט אם מתברר ששעור הטעויות בהם נמצא גבוה מהמותר. רק לאחר שעמדו בביקורת חוזרת, ניתן להם פטור מחדש מחובת הצגת מחיר על כל פריט.

במדינות האיחוד האירופי מחייב החוק בנוסף להצגת מחיר של כל מוצר (אך לא בהכרח באמצעות רישום המחיר על כל פריט ופריט), גם הצגת מחיר ליחידת מדידה סטנדרטית, אך אינו קובע את צורת הסימון של המחיר ליחידת מדידה בהתייחסו לאפשרות שיתכן שמוצרים זהים ימכרו במדינות שונות ביחידות מדידה סטנדרטיות שונות.^[2] מתברר כי גם במדינות שונות בארה"ב, שבהן אין חובה, על פי חוק, להצגת מחיר ליחידת מידה, בוחרות רוב החנויות ורשתות שיווק (גדולות כקטנות) לספק אינפורמציה על מחיר ליחידת מדידה סטנדרטית, באופן וולונטרי כסימן להגינות ואמינות הקמעונאי.

מהסקירה מתברר שבמדינות האיחוד האירופי, חוק סימון מחירים משאיר למדינות החברות את הזכות לקבוע את הפרטים הספציפיים עליהם יחול החוק, והוא מכיל סעיפים המאפשרים למדינות החברות להתאים את דרישות החוק למקרים שונים (כגון למקרים של קמעונאים קטנים) בהתאם לצרכים ולהעדפות במדינות השונות. בנוסף משאיר החוק למדינות האיחוד את הזכות לקבוע את סוגי הפטורים מחובת הצגת המחיר, ואת החופש לקבוע את כללי האכיפה והבקרה, ואת חומרת הקנסות והעונשים שיוטלו על מפירי החוק.

טכנולוגיות חדשות להצגת מחירים שהתפתחו במהלך השנים, החליפו את חוקי סימון מחירים שהיו נהוגים בשנים קודמות במדינות מערביות שונות. טכנולוגיות אלו מיעלות את תהליכי ביצוע שינוי ועדכון מחירים, ומבטיחות דיוק מרבי של המחירים שצרכנים נדרשים לשלם בקופות חנויות רשתות שיווק המזון. בנוסף להן, פותחו טכנולוגיות המאפשרות לציבור הקונים מעקב בזמן אמת אחר סכום הקניות שלהם (כגון מעקב אחר הסכום המצטבר של עלות המוצרים המונח בעגלת הקניות), וכן מערכות קופות וסורקים לשימוש עצמי.

חידושים טכנולוגיים אלו, המתרחשים בתחומים של תמחור והצגת מחירים במערכות קמעונאיות, לצד ההכרה שחוקי סימון מחירים עולים לקמעונאים הרבה כסף ושבוטפו של דבר, חלק מעלויות אלו מגולגלות על הצרכנים, הביאו לשינוי החוקים לסימון מחירים במדינות רבות במערב, במטרה לאזן את הצרכים של הצרכנים מול אלו של הקמעונאים, ותרמו לכך שחוק סימון מחירים הדורש הדבקות תווית מחיר על כל פריט ופריט נתפס כמיושן ומיותר במדינות רבות. הטכנולוגיות החדשות של הצגת מחירים הולכות ומחליפות את חוקי סימון מחירים פרטניים.

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.

השוואה שנערכה בארה"ב (Levy, et al., 2008) בין רשתות שיווק הפועלות באזורים שבהם חל חוק סימון מחירים על כל פריט ופריט ובין אזורים שבהם לא חל החוק, אלא מופעלות שם שיטות אחרות להצגת מחיר, מלמדת כי רמת המחירים ברשתות שיווק למוצרי מזון באזורים שבהם חל החוק גבוהה בממוצע ב-25-20 סנט (מחיר גבוה ב-9.6%-8.0% ממחיר מוצר ממוצע) בהשוואה לאזורים שבהם לא חל החוק. מחקר אחר בתחום (Levy et al.,)

(1997), מצאה שחוק סימון מחירים על כל פריט ופריט מייקר את עלות שינוי במחיר מוצר ממוצע מ-\$0.52 ל-\$1.33, שכן גורר עלויות הנוגעות לאספקטים הפיסיים של שינוי מחירים (כגון: עלות הדפסת תוויות מחירים, עלות החלפת תוויות מחירים ישנות בתוויות חדשות, וכד'). [3]

מן הסקר נובע שתחרות אמיתית בין רשתות שיווק וקמעונאים אחרים היא תנאי הכרחי לשינוי בחוק הנוכחי של סימון מחירים על כל פריט ופריט, ועל כן, עידוד התחרות ויצירת תרבות של מסחר הוגן ואמון הדדי בין יצרנים, משווקים וצרכנים עשויה להבטיח שגם הצרכנים ייהנו מהחיסכון בעקבות שינוי שיטת הצגת המחיר, במידה ושינוי כזה ייעשה. לצד אלו, נדרשת עמידה בביקורת מחמירה של דיוק ברמת המחיר והחמרה בענישה של מי ששעור הטעויות שלו גבוה ממה שייקבע בחוק.

מצ"ב הסקירה של פרופ' דניאל לוי –

<http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/60A0BF71-556D-473B-A303-CF3EEFA81A6E/0/x1.pdf>

נספח 1 לסקירה –

<http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/2F89DBFA-3D27-4FBB-BC7E-7C58405B31C9/0/x2.pdf>

[1] מבין המדינות המפותחות האחרות שנבדקו, נמצא שרק בפיליפינים קיים חוק סימון מחירים הדורש הדבקת תווית מחיר על כל פריט ופריט.

[2] ראה סעיף 8 בחוק הצגת מחירים של האיחוד האירופי, בנספח מס' 1, בסוף הדו"ח.

[3] מוצר מוגדר לפי SKU ("Stock Keeping Unit"). למשל, דגני בוקר CORNFLAKES של KELLOG, 500 גרם, מוגדר כמוצר. בחישוב זה לא נכללו עלויות הזמן הנדרש למנהלי רשתות שיווק לתמחור, להחלטות על שינוי ועדכון מחירים, לאיסוף מידע על מחירי המתחרים, וכד'.

קישורית להודעה לעיתונות (מסמך זה) באתר משרד הכלכלה (משרד התמ"ת לשעבר) –

<http://www.moital.gov.il/NR/exeres/800833FA-109D-4837-8A22-00244D1D6AA0.htm>