

פרוטוקול מס' 177  
מישיבת ועדת הכלכלה  
יום רביעי, י"ט בחשוון התשנ"ז (19 בנובמבר 1997), שעה 09:00

נכחו: יושב-ראש הכנסת דן תיכון

חברי הוועדה: אברהם יחזקאל - היו"ר  
עבד אלמאלכ דהאמשה  
אברהם פורז  
שלום שמחון

מוזמנים: דב מישור - מנכ"ל משרד המסחר והתעשייה  
מירון הכהן - יועץ משפטי - משרד המסחר והתעשייה  
אביקס בלר - אגף התקציבים - משרד האוצר  
דוד אלפנדרי - נשיא שופרסל ויו"ר איגוד רשתות השיווק  
יעקב גלברט - מנכ"ל קו-אופ - איגוד לשכות המסחר  
יוסי שוסטק - סמנכ"ל - איגוד לשכות המסחר  
אסף גדיש - התאחדות התעשיינים - מנהל שיווק שטראוס  
סיגל בלט - כלכלנית התאחדות התעשיינים  
איתן גליק - " " - עלית  
איתן אביבי - מזכ"ל האיגוד הישראלי למסחר  
עזרא עתיה - מזכיר מחוז ירושלים - האיגוד הישראלי למסחר  
יוסי שא-נס - מנכ"ל הרשות להגנת הצרכן  
חני מונין - מנהלת מח' הסקרים והבדיקות - הרשות להגנת הצרכן  
אריאלה רבדל - מנכ"ל המועצה הישראלית לצרכנות  
אורנה ביבר - דוברת המועצה הישראלית לצרכנות  
יאיר קורח - התאחדות הסוחרים  
עו"ד לורי לוין זולברג - לשכת עורכי הדין

מנהלת הוועדה: לאה ורון

קצרנית: מזל כהן

סדר-היום: סימון והצגת המחירים ברשתות השיווק ובחנויות.

סימון והצגת המחירים ברשתות השיווק ובחנויות

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני פותח את הישיבה.

אברהם פורז:

יש פה בקשה לצוים?

היו"ר אברהם יחזקאל:

לא. אנחנו קבענו את הדין הזה על מנת לבדוק את הענין פרו מצב. אני חושב שנושא הצו הוא דבר חשוב לכשעצמו אבל צריך לבדוק מה המצב דהיום ולאן זה מוביל. אני חושב שצריך לשמוע את דעתם של הצרכנים ורשתות השיווק, אבל כל הדברים האלה הם דברים שמחייבים התייחסות של הוועדה עוד לפני הגשת הצו. כשיוגש הצו אנחנו נהיה, פחות או יותר, בעמדה ברורה. אני גם מציע שניזום סיור של ועדת הכלכלה ברשתות השיווק.

אני רוצה להעיר הערה שקשורה למשרד. ראשית, אני מבקש לפנות למשרד המסחר והתעשייה גם בנימה של נזיפה. אני רוצה לדעת מה קורה בענין הממונה על הצרכנות. לא יכול להיות מצב שבו מזה חודשים רבים אין ממונה. אמנם יש מועצות ציבוריות למיניהן שעוסקות בענין ועושות עבודה מצויינת, אבל זו התייחסות לא טובה כשאינן מינוי ממשלתי לנושא כזה.

נקודה שנייה - נכון לעכשיו, החקיקה הקיימת והצוים הקיימים לא נאכפים. מדוע הולכים להרחיב את היריעה? זו שאלה של הגיון פשוט. נעשו בדיקות בשמונה חנויות ורק בשתי חנויות, אחוז הסימון על גבי המוצר היה גבוה ביותר. כל הענין של סימון הוא שערורייתי, הוא פיקציה, הוא לא אמת. אם רוצים להרחיב את היריעה, ראוי לפתור תחילה את הבעיות הקיימות.

אדוני יושב-ראש הכנסת, אני מבין שיש לך קונספציה מזה שנים רבות. אנא.

יושב-ראש הכנסת דן תיכון:

אני עוקב אחרי הענין הזה הרבה שנים. בעצם יש לנו ויכוח ארוך עם העורך הכלכלי של "הארץ". הסיפור הוא לא כפי שמצטייר במשרד המסחר והתעשייה ולא כפי שמצטייר בעתון "הארץ" אליבא דשטרסלר. יש בעתון "הארץ" גם צד שני שנקרא אברהם טל, והוויכוח הוא ארוך ומייגע. זה לא ויכוח בין מתקדמים למפגרים, גם אני לא הייתי משתמש במלה איוולת.

ראשית, צריך להבין מה קרה בכנסת. זה נושא שפיצל את הכנסת במשך תקופה ארוכה, כשבאחת ההצבעות הדרמטיות ביותר שנערכו בבית הזה, הצעת החוק עוברת בקריאה ראשונה והיא מורדת במליאת הכנסת. הסיפור הוא כדלקמן:

מי שמסייר בעולם ועובר ברשתות השיווק רואה את התופעה הבאה: הרשתות בעולם המודרני, ללא יוצא מן הכלל - ואני אומר את הדברים האלה כי אני עוקב אחר מה שנעשה בעולם עד עצם היום הזה, ואין ביקור שאני לא נכנס לרשתות ורואה מה קורה - השיטה הנהוגה היום בכל העולם היא ברורה, הכל ממוחשב, יש קופות רושמות מה שנקרא "סקינר", יש בר-קוד, אין רישום מחירים על כל מוצר ומוצר. השאלה שאנחנו צריכים לשאול את עצמנו למה אצלנו זה לא כך? הרי אצלנו זה היה יכול להיות בדומה למה שמקובל היום בכל המדינות המודרניות בעולם. אני עוד אחזור לנושא שווייץ, כי נושא שווייץ כיכב בשעתו במאמרי המערכת של עתון "הארץ".

כעקרון שיהיה ברור, בכל רשת שמכבדת את עצמה בכל מקום בעולם המודרני לא מטביעים מחירים על כל מוצר ומוצר. אגב, אני צריך לומר שיש לי מחלוקת גדולה עם אשתי בעניין הזה. אני רוצה להסביר מה בעצם קרה.

היה חוק סימון מחירים שלא נאכף במשך שנים רבות. יום אחד באה קבוצת חברי כנסת: דן תיכון, דדי צוקר ואברהם בורג, ומחליטה שכל עניין סימון המחירים לוקה בחסר כי הוא מתבסס על חוקים מלפני ארבעים שנה, כשאני הייתי במשרד המסחר והתעשייה ממונה על העניין הזה. החלטנו לאמץ את השיטה שעל פיה יוכנסו קופות רושמות, "סקינרים", סימון על המדף, כי ידענו שבכל זאת העולם מתקדם, יש בר-קוד. אבל פתאום קפץ עלינו רוגזו של איש אחד רב השפעה, ובשיחות שהוא מקיים עד עצם הימים הללו הוא יכול לשכנע כל בן-אדם שהדבר הפשוט ביותר זה לסמן מחיר על כל מוצר ומוצר. כשב"מיגרו" היו אלפיים מוצרים, אפשר היה לסמן מחיר על כל מוצר ומוצר, כי היו בסך הכל אלפיים מוצרים. אבל כשב"מיגרו" יש עשרים אלף מוצרים היום וכל שיטת השיווק השתנתה, אי-אפשר יותר לסמן אפילו ב"מיגרו" בצורה ידנית, לא מכיוון שזה עולה כסף, ואין קשר לאינפלציה ולסימון המחירים.

בוויכוח שהתנהל בחדר הזה היו שתי גישות: גישה אחת של אותם חברי כנסת שטענו שהעולם מתקדם וצריך להכניס קופות רושמות כי אין אפשרות אחרת. אתם צריכים לדעת שהקופה הרושמת, כשהיא קוראת את המחיר היא גם רושמת את שם הפריט. זאת אומרת, הטענה שהאיש לא יודע מה הוא קונה וכשהוא בא הביתה הוא לא מזהה את הפריטים, איננה נכונה, כי ה"סקינר" קורא הכל וכותב הכל. אבל בחדר הזה היו שתי הצעות: אחת, של שושנה ארבל-אלמוזלינו, שהיא עד היום ממורמרת. היא ביקשה לסמן את המוצרים, כל מוצר בנפרד בצורה ידנית או בצורת אקדח שיורה את המחירים; הצעה שנייה היתה של אלה שחשבו שהעולם התקדם ויש שיטות חדשות. שושנה ארבל-אלמוזלינו ניצחה במליאה. הצעתנו הורדה במליאה. היה ברור שמהשיטה של שושנה ארבל-אלמוזלינו לא ישאר שריד ופליט, כי גם היה ברור שהרשתות לא תשקענה יותר כספים בשיטה המודרנית, שהרי כל ה"סקינרים" וכל הרישום חייבו השקעות עתק. החוק לא תמך יותר ב"סקינרים" ולא תמך בשיטה במודרנית. ואכן, כל העניין נעצר ומה שקרה מאז ועד היום - תוהו ובוהו. אין סימון מחירים בצורה זו ולא בצורה אחרת, וכשיש סימון בדרך כלל הוא לא נראה, הוא מבולבל, הוא באותיות קטנות, לעתים אין בר-קוד, לעתים יש בר-קוד, כי החוק לא מחייב, החוק עצר בשיטה הידנית. כמובן מה שקרה אז, גילו פירצה בתקנות ובחוק והסתבר שאם אתה שם דברים במרוכז, בערימה, אתה יכול להסתפק רק בשלט אחד גדול ואז מרבית המוצרים בארץ הפכו למוצרים בערימות. כשאתה נכנס ל"סופרים" למיניהם אתה רואה שהכל ערימות, ערימות. מדינת ישראל היא המדינה היחידה שבה הכל נמכר בערימות, בסלסלות כדי לעקוף את החוק המוזר הזה שאישרה הגב' ארבל-אלמוזלינו בשעתו.

אני חוזר לעניין שעומד על סדר יומנו. זו איננה בעיה פשוטה. מאז הוויכוח החריף והסוער בכנסת, שכמותו לא זכור לי, העולם התפתח. חלפו שש-שבע שנים. אין ויכוח היום איזו שיטה ניצחה. בשעתו היה ויכוח ביני לבין שטרסלר לגבי המצב בשווייץ. הדבר הכי גרוע שהוא היה יכול לעשות זה לבחון אותי מה קורה בשווייץ. כמובן שהתברר שהוא טעה והוא התנצל. למה אני מזכיר את שווייץ? כי היא נחשבה בשעתו למתקדמת ביותר בתחום רשתות המזון. יש שם שתי רשתות גדולות שמחלקות את השוק, פחות או יותר, חצי-חצי - מיגרו וקואופ. בשעתו היה בקואופ סימון מחירים באמצעות "סקינרים" ולא בר-קודים ולא על כל מוצר, כשמנגד, הרשת הוותיקה יותר, מיגרו, סברה שצריך לסמן על כל פריט ופריט. גם מיגרו, מששנתה את שיטת השיווק שלה, עברה לשיטה המתקדמת יותר, והשיטה הזאת ניצחה בכל מקום. היום אין מחלוקת, אלא שלפתע הוויכוח הזה, שלא נדס במשך שנים, פרץ לכותרות, ושוב, אלה שבעד השיטה לסימון כל פריט, בעצם רצים קדימה.

אני מכיר את ראשי הרשות, וסהדי במרומים שלא דיברתי איתם שש שנים בנושא הזה. אני יכול להבין אותם באם הם יבואו לכאן ויטענו שבעצם מה שרוצה משרד המסחר והתעשייה זה להנציח את השיטה שאיננה קיימת יותר בעולם כשמדובר ברשת מודרנית, ובעצם אנחנו ננציח את הבלבול ואת חוסר ההבנה.

היו"ר אברהם יחזקאל:

תודה, אדוני היושב-ראש.

דב מישור:

אני מבקש להתייחס לנקודה אחת שעלתה בדבריו של חבר-הכנסת דן תיכון. קודם כל, ההשוואות לארצות אחרות ולמה זה נחוץ. יש לנו בארץ תופעת טבע כבר הרבה שנים וזה קצב האינפלציה שהיום הוא בסביבות 10%-12%. אני חושב שהיום יש כבר הסכמה ברוב החוגים שקצב האינפלציה בו אנחנו תקועים כבר הרבה שנים איננו נובע ממצב של עודפי ביקוש אלא ממצב של כמה בעיות מבניות במשק הישראלי.

יושב-ראש הכנסת דן תיכון:

כל מה שאתה אומר, אני לא יודע על סמך מה אתה אומר.

דב מישור:

אני אגיד לך על סמך מה. במשך מספר שנים האינפלציה היתה 15%-16%-17% חרף ההאטה הגדולה שהיתה במשק. ירדנו מאז לקצב של 9.5%-10%-11%, במידה רבה לא בגלל ירידה בביקושים אלא נעשו כמה צעדים מבניים. בראש וראשונה, תהליך החשיפה שחשף את המשק כלפי חוץ, ועוד כמה צעדים בתחום הרחבת התחרות במשק בתחומים שונים, צעדים שאיפשרו לרדת מדרגות נוספות באינפלציה.

אנחנו זקוקים לעוד כמה צעדים בתחום הזה כדי להגיע לאינפלציה באותה רמה של מדינות - - -

היו"ר אברהם יחזקאל:

תסביר לי מה הקשר בין אינפלציה והורדתה לבין סימון מחירים.

דב מישור:

אני אומר עוד פעם, העובדה שאנחנו נמצאים באינפלציה של שתי ספרות לא נובעת מעודף ביקושים, היא נובעת, בין היתר, מהסיבה שלצרכן אין ידיעה בעצם אילו מחירים קיימים והדבר הזה מצמצם את התחרות בין הרשתות ובין היצרנים.

ישנה טענה שאם יבוצע מהלך כזה, העלויות הכרוכות בזה יגולגלו על הצרכן. במידה וישנן עלויות הן יגולגלו על שלושה, גם על היצרנים, גם על המשווקים וגם על הצרכנים. דווקא בתקופת האטה אני סקפטי לגבי עוצמת הגלגול על הצרכנים.

לגבי השאלה היותר כללית, מה עם הממונה על הגנת הצרכן, מה עם האכיפה של המשרד בתחומים האלה. אני רוצה, ברשותך, להעיר כמה הערות כלליות יותר.

יושב-ראש הכנסת דן תיכון:

לפני זה עוד שאלה אחת. אני לא כל כך מבין בענייני כלכלה, ואני מדבר עכשיו כחבר כנסת ולא כיושב-ראש הכנסת. אילו הייתי חבר הכנסת דן תיכון, הייתי אומר כמה דברים בסגנון חריף ביותר. אבל תרשה לי לשאול אותך שאלה. בגרמניה יש סימון מחירים פרטני או סימון מחירים באמצעות "סקינריס"? איזו שיטת מחירים נהוגה בצרפת? מה רמת האינפלציה בצרפת? אנגליה, ניקח את סנסבורי.

מירון הכהן:

באנגליה יש סימון מחירים על כל מוצר.

יושב-ראש הכנסת דן תיכון:

אתה לא יודע על מה אתה מדבר.

לטעון שיש קשר בין האינפלציה לסימון מחירים - אני לא הייתי מרחיק לכת.

דב מישור:

יש בינינו מחלוקת.

יושב-ראש הכנסת דן תיכון:

אין בינינו מחלוקת.

דב מישור:

למה?

היו"ר אברהם יחזקאל:

יש ענין של עובדות.

דב מישור:

לא התווכחתי על עובדות.

אני חוזר ואומר שכדי לרדת מרמת אינפלציה של 10% שאנחנו נמצאים בה, לרמת אינפלציה של 3%-4%, שזו השאיפה של כולם, צריך לעשות צעדים בכמה תחומים. כמובן שהתחום הזה הוא תחום אחד בלבד, הוא חלק ממערכת שלמה שבה צריך לעסוק כדי לגרום לכך שנרד לאינפלציה יותר נמוכה. תשאלו אותי, האם זה תפקידו של המשרד בתחומים האלה? חלק זה תפקידו של המשרד. כמו שאמרתי קודם, הירידה בשנים האחרונות, ירידת המדרגה באינפלציה, במידה רבה מאוד נזקפת לזכות המעשים שנעשו בתחומים האלה.

יעקב גלברט:

חשוב שנציג משרד המסחר והתעשייה, שנמצא כאן אתנו, יימצא לאורך כל הדיון. אני מבין שההצעה הזו עלתה במשרד וחשוב שההתייחסות שלנו בנושא זה תישמע, משום שעד לרגע זה לא התקיים שום דיון אתנו. אנחנו הנוגעים בדבר. לא יעלה על הדעת שנושא חשוב מאוד בפעילות שיווקית מרכזית בישראל לא ייבחן ולא יישקל לגופו של ענין. הדרך היחידה שבה אנחנו יכולים לשמוע על הנושא הזה היא דרך כתבות מגמתיות בעיתונות, לרבות דברים שנאמרים על ידי נציגי המשרד בהקשר הזה.

נכנסתי לישיבה כאשר הנושא היה אינפלציה וקראתי כתבה מאוד מעניינת איך נלחמים באינפלציה. לא שמעתי שום דבר על מדיניות פיסקאלית, מה ששמעתי הוא שאם רק ניקח את הדבר הזה ונטביע את המחירים אתו, האינפלציה תרד לאפס.

דב מישור:

לא זה מה שאמרתי.

יעקב גלברט:

בשום ספר כלכלה את זה לא קראתי. אני בוגר כלכלה, בוגר חשבונאות ועוסק בתחום העסקי כבר הרבה שנים, את זה לא שמעתי, איך מדברים אינפלציה באמצעות המכשיר הזה.

לגופו של עניין, אנחנו צריכים להבין שהמיגזר העסקי - הכלכלה העולמית בכלל וכלכלת ישראל בפרט - נמצא בתהליך של התפתחות. אני לא חושב שבתוך תהליך של התפתחות צריכים להיות צווים שמחזירים אותנו לתקופות אחרות של כלכלה אחרת, מציאות אחרת, כאשר העניין של כולנו הוא שכלכלת ישראל תתבסס על טכנולוגיה, תתבסס על מערכות מודרניות שיביאו ליעול של מערכות ולא לחוסר יעילות ולתשומות מיותרות בתהליכי עשייה כאלה או אחרים.

כל מערכות השיווק בעולם פועלות תוך שימוש באמצעים ממוחשבים לביצוע תהליכים שיווקיים, החל מפעילות נקודת המכירה שמתבצעת באמצעות קופות רושמות ממוחשבות, המעניקות ללקוח את כל המידע הן בעת הקנייה והן לאחר הקנייה. בעת הקנייה באמצעות צגים שעומדים בפני הלקוח והוא יכול לראות את מחירו של כל מוצר בזמן שהמוצר עובר תהליך של קריאת אותו קוד ממוחשב שפועל על פי תקן בין-לאומי. ישראל חברה בארגון הזה, פועלת על פי התקנים האלה וכולנו מחוייבים לתקנים האלה. הלקוח חוזר לביתו עם תלוש קנייה שמפרט את כל המוצרים שנרכשו, שמותיהם ומחיריהם. זה לא היה בתקופת האבן. בתקופת האבן, מי שזוכר את התלוש של פעם, הופיעו מחירים בלבד ללא ציון שם הפריט ליד המחיר. היום התלושים מאוד מאוד מפורטים: שם המוצר, כמות המוצר, משקל המוצר, מחיר ליחידת משקל.

הטכנולוגיה הזו מאפשרת לנו, כרשתות, לדעת מה נמכר, לבנות מערכות של אספקה חוזרת, מערכות שמאפשרות לנו להזמין מהספקים, מהיצרנים את המוצרים על מנת שהם יימצאו על המדף כאשר הלקוח נכנס לחנות ומחפש את אותו מוצר. המערכת הזו של הזמנות נמצאת היום גם היא בפיתוח. אנחנו עוסקים יחד עם התעשייה הישראלית בפיתוח מערכות E.D.I. שיאפשרו ליצרן לדעת מה נמכר ולהיערך לאספקת המוצרים. צריך להבין שאנחנו לא עוסקים בחנויות מכולת של 300-400 מוצרים, אלא אנחנו עוסקים היום במרכולים של 4000-5000-10000 מטרים רבועים שטחם, עם קרוב ל-30 אלף מוצרים שמשונועים דרך המערכות האלה. הטכנולוגיה הזו, באיזשהו מקום מתנגשת במכשיר הזה.

היו"ר אברהם יחזקאל:

בוא נעשה את זה ויזיאולית. לפי המכשיר הזה ולפי מה שהחברים האלה רוצים - איך זה יהיה?

יעקב גלברט:

מה שמבקשים מאתנו הוא לקחת את אותו מוצר, להטביע עליו מחיר, למעשה ההטבעה היא הטבעה ידנית. ההטבעה היא הטבעה נומרית.

דוד אלפנדרוי:

רק מלה אחת טכנית. אני באתי היום בתור מכולתניק, לא בתור נשיא שופרסל ולא בתור יושב-ראש אגודת המוצר הישראלי. כדי שתוכל להוציא מכאן מחיר של 1.27, מישוהו בחנות צריך לקחת את המוצר, להחזיק אותו ביד, ואם הוא מוצר מתוך 24 בקרטון, הוא צריך להוציא את זה 24 מתוך הקרטון, לשלוף את זה ולשנות פעם את ה-4 ופעם את ה-2 ופעם את ה-1.

היו"ר אברהם יחזקאל:

זה ה"אקדח" הכי מודרני?

דוד אלפנדרוי:

זה ה"אקדח" הכי מודרני בעולם. אם אתה טועה, ובמקום 1 עשית 2, המחיר עלה בשקל. זה נתון בידי אדם שצריך להעביר מליונים של פריטים, וצריך לכל אחד לעשות את המחיר.

היו"ר אברהם יחזקאל:

איך זה יהיה על הפירות והירקות?

דוד אלפנדרוי:

כבוד היושב-ראש, זה הפתק. הנה המחיר, צריך ללחוץ וכל פעם יוצר פתק נוסף. את הפתק הזה צריך להדביק. זה לא נדבק על הישבן של העוף הקפוא, כי הוא עוף קפוא, עליו מדברים. זה לא נדבק על המוצרים הקפואים, זה לא נדבק על כל הדברים שעליהם אנחנו מדברים.

מה קרה? וזה הוסבר על ידי דן תיכון. את השינוי המז'ורי לחלק מהענף כבר קבעו. אחרי שהוועדה הזו יזמה עבודה של עמיל בהנחיית הוועדה והלכה ומדדה את מספר היחידות ואת היכולת הפיזית לבצע, היא הגיעה למסקנה עד כאן לסמן, ומכאן זה בלתי אפשרי. על זה אנחנו מדברים היום.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אדוני המנכ"ל, בצו החדש שאמור להיות מונח, מה אתם מתכוונים לעשות?

דב מישור:

קודם כל, סוף סוף הדיון יורד לרמה של עובדות, ומיד יסביר היועץ המשפטי על מה מדובר ועל מה לא מדובר.

דוד אלפנדרוי:

אני מבקש שתסביר את ענין האכיפה. הרי הצו הזה לא כולל אמצעים לאכיפה.

דב מישור:

מתוכנן להיות דיון על הצו ובדיון יתעוררו שאלות על אכיפה, הגנת הצרכן וכל הדברים האלה. לצורך הענין הזה הגעתי כדי לומר בצורה ברורה איפה הנושא הזה עומד.

אני בהחלט מודע, מאז שנכנסתי למשרד, שיש כמה משימות לא רק בתחומים שעומדים על סדר-היום. יש כמה משימות ובשמה אוכל לבוא להסביר לוועדה מה אנחנו עומדים לעשות במשרד. המשרד עובר עכשיו תהליך של בנייה מחדש של חלק מהיחידות שלו כדי לענות על כמה צרכים, בין היתר הצרכים האלה. אני, בהחלט, לא מרוצה מתהליך האכיפה שנעשה בשנים האחרונות על ידי המשרד בתחומים שהוא מופקד עליהם, בין היתר אכיפה בתחומי הצרכנות בשווקים. אני לא מרוצה מזה, כמו גם אני לא מרוצה מעוצמת כוח האדם המקצועי שהקדשנו לטיפול בתלונות של התעשייה. יש עוד כמה תחומים. אני לא רוצה לפרוס כאן את היריעה. אלה בדיוק הנושאים שאיתם אנחנו מתמודדים עכשיו כדי לבנות את המשרד מחדש, כדי לארגן אותו בצורה נאותה, שיתן תשובות לשאלות שעומדות עכשיו על סדר-היום. אבל אני לא יכול לתפוס את זה נקודתית אלא יש קשת של נושאים. כפי שנמסר לי זה היה נושא הדין ובשביל זה הגעתי.

בנושא צו הסימון, קודם כל נקבעה למחר ישיבה עם השר ועם אנשי הרשתות כדי ללבן את הנושא הזה ועוד כמה נושאים שאני ארצה לדבר איתם מחר, כי לאמיתו של דבר עוד לא קיימתי איתם ישיבה מסודרת.

היו"ר אברהם יחזקאל:

מה אמור להיות בצו?

דב מישור:

על זה יתן הסבר היועץ המשפטי שלנו.

מירון הכהן:

הבסיס לכל הנושא של סימון מחירים נמצא בחוק הפיקוח על מצרכים ושירותים, סעיף 21 שקובע: הכלל הוא אדם המציע, המציג או המוכר במהלך עסק מצרך לצרכן, יציג על גבי המצרך או על גבי אריזתו את מחיר המצרך. כלומר, הכלל בחוק הוא שעל כל מצרך צריך להיות סימון.

מאחר שקיימים מוצרים מסויימים, שגם המחוקק הכיר בכך שלא ניתן לסמן עליהם באופן פרטני את המחיר, כמו למשל מוצרים שנמכרים בתפזורת או במשקל או שהם מאוד קטנים כמו פיצוחים, לא יעלה על הדעת ואף אחד לא דורש שיהיה סימון מחיר על כל פיסטוק. בגלל הסיבה הזאת נקבע בחוק חריג, כשהחריג קובע שהשר רשאי, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, לקבוע סוגי מצרכים שלגביהם ניתן להציג את המחיר באופן אחר מהאמור בסעיף קטן (א) וכללים בדבר אופן הצגתם.

על סמך החריג הזה הוציא שר התמ"ס בשנת 1991 צו פיקוח על מצרכים ושירותים - הצגת מחיר של סוגי מצרכים מסויימים, שבהם הוא קבע צורת הצגה שונה מזו שאמורה להיות בכלל.

אני אעבור בקצרה מה מכיל הצו הזה היום, ומה אנחנו עומדים לשנות ומה לא.

שלום שמחון:

תגיד מה הולכים להוסיף.

מירון הכהן:

מה שהולכים לבטל - המצב היום לגבי עוף קפוא שלם, החוק קובע הצבת שלט או תווית סמוך למצרך עצמו שעליו נמצא גם מחיר ל-1 קילוגרם לפי הסוג.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אתם רוצים שעכשיו ידביקו על כל עוף?

מירון הכהן:

שידביקו על העוף את המחיר. העופות מגיעים ארוזים. לגבי לחם, אין הכוונה שיהיה על כל לחמניה ועל אלה שנמכרים בתפזורת.

היו"ר אברהם יחזקאל:

בפרקטיקה מה צריך להיות? האם צריך להדביק מדבקה על כיכר לחם?

מירון הכהן:

אם זה כיכר לחם שלא כלול במצרכים שנמצאים בפיקוח, כלומר הלחם האחיד, אז כן.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אם זה לחם כפרי למשל.

מירון הכהן:

הלחם שנמכר היום, הלחם היותר יקר, הוא נמכר ממילא באריזות ברובו הגדול.

היו"ר אברהם יחזקאל:

למשל על לחמניה.

מירון הכהן:

על הלחמניה לא יהיה. על פיתות לא יהיה, אבל אם פיתות נמכרות בשקית אז על השקית תהיה מדבקה. אני לא חושב שזה דבר אבסורדי.

חני מונין:

זה מה שקיים היום בחוק שלא אוכפים אותו.

יוסי שא-נס:

מה חידשת?

מירון הכהן:

הפטור היום למוצרי חלב שנמצאים בקירור, אשר לגביהם נקבע מחיר מירבי, למעט גבינות קשות. כל הסלטים שאנחנו רואים כאן, לרובם הגדול לא נקבע מחיר מירבי וכבר היום רשתות השיווק צריכות לסמן, אין פטור מסימון.

שלום שמחון:

על שקיות חלב ושקיות שוקו.

מירון הכהן:

צריך להיות סימון על השקית.

יעקב גלברט:

כבר לא נוכל להתחרות במחירים.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני חייב לשאול שאלה של תם. גם במצב הנוכחי, כשאשתי הולכת לקנות בקבוק יין, אין עליו סימון והיה צריך להיות עליו סימון לפי החוק. אתה עכשיו מדבר על זה שכשהיא הולכת לקנות מסטיק צריך שיהיה סימון.

אני רוצה להבין, יש פה בעיה של אבסורד. מצד אחד, אתם לא מצליחים לאכוף את הקיים, שגם הוא בעייתי. מצד שני, אתה רוצה שעל כל עוף תהיה מדבקה.

מירון הכהן:

חלק מהבעיה של האכיפה היום נובעת מקיומם של חריגים, שמרוב ריבויים והמורכבות שלהם - תיכף אצביע כאן כמה חריגים יש שהם רוצים לבטל - הם יוצרים בלבול כזה שאף אחד לא יודע, לא רשתות השיווק, לא המבקרים ולא הקונים, איזה מצרך צריך לסמן ואיזה לא. כתוצאה מזה, גם האכיפה, במידה רבה, יוצאת נפסדת.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני מצטער, המדיניות של המשרד בעניין נשמעת לי קצת מבולבלת ולא ברורה. אתם רוצים לעשות מהלך נוסף, כאשר למעשה במצב הקיים הכל בלגן. מה, אנחנו במדינה של פאטה-מורגנה, של צרכנות מזוייפת? באתי לפה בגישה ללכת במהלך זה עד הסוף, אבל כשאני רואה שאתם לא מצליחים לגבש את העבר, למה אתם מדברים אתי על העתיד? אתם עושים מעשה שיש בו בעיה, שהוא דקלרטיבי, שהוא הצהרתי, שהציבור ייצא עוד יותר מבולבל. אני רוצה להבין את העניין הזה.

מירון הכהן:

אין ספק שהאכיפה היתה הרבה יותר קלה אם היה כלל אחד. ברור, אם אני מרים את הבקבוק הזה ואין עליו סימן, לא צריך להסתכל אם הוא נכנס למסגרת של אחד מעשרים החריגים שיש.

דוד אלפנדרי:

אני מהמר שהאינפורמציה שנתן כאן המנכ"ל, שבכמה חנויות שהם בדקו, בשתיים הם לא מצאו טעויות, שהם שלי בשופרסל.

אני רוצה להבהיר דבר אחד, השיטה הידנית היא לרעת הלקוח. כששאלת את מר גלברט מהי רמת הטעות בסופרמרקטים, יש לי 29 אלף בדיקות בסופרמרקטים בארצות-הברית, רמת הטעות נעה בין 2.5% ל-3.5%.

היו"ר אברהם יחזקאל:

מה רמת הטעות אצלנו?

דוד אלפנדרי:

אותו דבר. רמת הדיוק שלנו היא מעל ל-95%. זאת אומרת, ככל שאתה מעמיס עוד סימון ידני, אתה מזיק עוד יותר לצרכן.

אברהם פורז:

המטרה היא שבקופה זה יהיה עם סקינר וקוד, אבל במקביל לזה הצרכן יידע שיש לו מדבקה כשהוא לוקח את המוצר מהמדף, ואז אין טעות, הצרכן יודע.

דוד אלפנדרי:

מה שעושים כאן זה מלמדים בן-אדם שבמקום לנסוע עם אופניים ולעבוד עם הפידלים, הוא מקבל מרצדס. אבל אומרים לו: תשמע, אתה נוסע במרצדס, תוך כדי הנסיעה תפתח את הדלת ותדחוף גם ברגל. אותו דבר כאן, אתה מכניס למערכת טעויות שדופקות את הלקוח.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני רוצה לשאול אותך שאלה. זה נכון שרשתות השיווק גובות מהיצרנים עמלות בגין סימון מחירים?

אסף גדיש:

אנחנו לא מסמנים מחירים על המוצרים שלנו, לכן אני לא יכול לענות לך על השאלה.

מירון הכהן:

אתם משלמים כסף?

היו"ר אברהם יחזקאל:

זה נכון שאתם משלמים?

יעקב גלברט:

הנוהג שקיים היום ברשתות, בשיתוף פעולה עם היצרנים, כולל בין השאר גם איזושהי פעילות של סדרנות שמתבצעת על ידי היצרנים בתוככי הסניפים של הרשתות. אותו עובד שהוציא את המוצר מתוך הקרטון והציב אותו על המדף, בתוך התהליך הזה הוא צריך גם לבצע את סימון המחירים. אם סדרן של הרשת מבצע את המהלך, המשמעות היא שהעלות כולה של הסימון נופלת על הרשת. אם היצרן שלח סדרנים שמבצעים את המהלך, המשמעות היא שמי ששילם עבור אותו סימון בעקיפין זה היצרן, אבל אין חיוב. כלומר, הרשתות לא מחייבות את היצרנים.

איתן גליק:

מכיוון שאנחנו חברה גדולה, אנחנו מעסיקים סדרניות בנקודת המכירה ומסדרים את המוצר, זה נופל בעלות שלנו.

היו"ר אברהם יחזקאל:

צריך לומר שאת העלות נושאים גם היצרנים.

אסף גדיש:

אני מאוד שמח על השיטה החדשה להורדת האינפלציה. שמעתי דיונים שמתבצעים כבר שנים רבות על אם להעלות את המע"מ בחצי אחוז, בשלושת רבעי אחוז ומה ההשפעה של זה על האינפלציה. משמעות סימון מחירים על מוצרי חלב, וכרגע זה לא משנה מי משלם את זה כי זה באמת לא רלוונטי - אנחנו מתכוונים להיות בשוק משוכלל ובשוק משוכלל העלות נופלת על כולם בסדר גודל של 1% במחירים - את ההשפעה של זה על האינפלציה כדאי גם כן לקחת בחשבון.

אנחנו מדברים במוצרי החלב על מוצרים קטנים עם סבב מדף גבוה במיוחד. אנחנו מדברים על מאות מליונים של מוצרים שנמכרים בשנה.

אברהם פורז:

יש הבדלי מחיר במוצרים האלה?

אסף גדיש:

מוצרי החלב, רובם, הוסרו מפיקות. בבדיקות שאנחנו עושים, עד היום אין כמעט תחרות בין הקימעונאים על מחירי מוצרי החלב.

לגבי נושא מוצרי החלב, מי שמכיר את מדפי רשתות השיווק בימי חמישי ושישי, עשינו חשבון שמדובר בין 15 ל-20 פעולות בדקה שניתן לבצע. אנחנו מדברים על פעולה שפשוט בלתי ניתנת, אנחנו מפריעים לקונים במהלך הקנייה.

היו"ר אברהם יחזקאל:

יש לי שאלה טכנית. הייתי באופיס דיפו, התברר שבמקום שיש בר-קוד יש גם מחיר. למה אתה לא יכול לעשות את זה?

אסף גדיש:

ניתן לסמן מחירי מוצרים בתהליך הייצור בתנאי שהמחיר הוא אחיד לכל המוצרים.

אנחנו כתעשייה, חלק גדול מהפרנסה שלנו מצוי גם אצל המיגזר הקמעונאי הפרטי, שאני קצת סקפטי לגבי יכולת האכיפה של המהלכים האלה אצלו. צריך להחליט או שרוצים שהם יקימו את זה, ואז העלויות שיהיו עליהם הן כאלה שהם לא ירוויחו פחות, הם פשוט כנראה יסגרו חלק מהעסקים שלהם. אנחנו מדברים על פשיטות רגל בעסקים פרטיים בשנת 1997 בעשרות מליוני שקלים כתוצאה ממאבקים על מחירים, לא כתוצאה משום דבר אחר.

יעקב גלברט:

אדם שמפעיל בכוחות עצמו חנות מכולת לא מסוגל גם לעמוד בקופה ולשרת לקוחות וגם לעמוד ליד המדפים ולסמן את המוצרים. זה פשוט לגזור עליו כליה.

אסף גדיש:

לא משנה איפה העלות תיפול. אם זה עולה אחוז אחד, בשוק מפותח זה בכלל לא חשוב, זה נופל על המשקיעים. בסופו של דבר, השאלה שצריך לשאול פה היא בשביל מה כל הדבר הזה, האם ניתן לקיים אותו וכמה העלות שלו.

יוסי שא-נס:

מה שהרגיז אותי מאוד מאוד, כשקראתי על הכוונות, זה שהולכים להרחיב סימון שלא קיים בפועל היום. זאת אומרת, הולכים בשיטת חלם. לא מסוגלים היום לפקח, לא אוכפים היום כמעט. יש לנו מימצאים, לא מסקר אחד, שעשינו בימים האחרונים. כל שנה אנחנו עושים לפחות סקר אחד. נתתי פה שני סקרים לדוגמה והמימצאים חמורים ביותר. זאת אומרת, החוק הקיים לא נאכף והוא כולל את מרבית המוצרים.

מה הולכים לעשות? הולכים לכלול מוצרים נוספים, שנויים במחלוקת, בלי לשאול אותנו. התעשיינים אותי לא מטרידים, רשתות השיווק אותי לא מטרידים. אני חושב שצריך גם להתייעץ איתם, יש להם קצת נסיון, אבל קודם כל לא מתייעצים אתנו. אנחנו מקבלים יום יום תלונות. יש לי פה לא מעט מכתבי תלונות מצרכנים על אי-סימון. רוצים להרחיב ואז תפסת מרובה לא תפסת.

קודם כל, אני אומר, שיאכפו את החוק הקיים. גם אני מאוד בעדו, אני אסביר למה הוא טוב. החוק הקיים טוב מאוד לצרכן. נכון, הוא לא קיים בעולם. אני אשמח להחליף אותו לשיטה מתקדמת שתיתן לנו מענה הולם.

כתבתי לשר שקודם כל יאכוף את החוק הקיים. באשר לעתיד, קודם כל שיישרו קו ויאכפו, במידה סבירה, את המצב הקיים. אם יש לשר אישור לעוד אלף או שלושת אלפים פקחים, אני מאוד בעד סימון כל מוצר בתנאי שזה לא יפגע בתחרות.

היו"ר אברהם יחזקאל:

מה שאתה רוצה לומר הוא שטובת הצרכן איננה מחייבת, בהכרח, סימון כל המוצרים.

יוסי שא-נס:

אתה צודק. אגב, יש מוצרים שאני מניח שלא חכם ולא ניתן פיזית לסמן כי המחיר יירד ויהיו השתמשויות פי אלף. יבואו ויטענו שהסימון החליק מהעוף או מהגלידה. זה מה שיקרה, אגב. לסמן בבית החרושת זה לא טוב כי אז לא תהיה תחרות.

קודם כל יש לאכוף את החוק הקיים. החוק הקיים טוב לצרכן. אני למשל הורדתי מוצר מהמדף שהופיע עליו מחיר. ברגע שהורדתי את המוצר מהמדף שכחתי את מחירו. אומרים לי: לך לפינה תראה את המחיר.

בחודש נובמבר 1997 עשינו סקר בשמונה רשתות שיווק לגבי סימון מחירים על מוצרים. מתוך שמונה רשתות, שתי רשתות: סופר-פארם וכלל-פארם הגיעו למצב של 100% סימון מחירים על המוצרים. כך שזה ניתן. אגב, תראו איזה אחוז לא מסומן בסופר-קואופ ובגריןברג.

אריאלה רבדל:

אני הולכת ל"סופר" שלוש פעמים בשבוע. אני רוצה להגיד כמה דברים על הקנייה עצמה. למי שקונה חשוב הסימון וזהו הצרכן שמשלם.

דיבר כאן מישהו על סחורה ארוזה בפלסטיק. תנובה מוכרת עוף ארוז בפלסטיק שעליו יש פתק עם תאריך תפוגה והמחיר. הרבה שנים אני קונה, אף פעם לא ראיתי שהפתק נפל.

נקודה שניה. הראו כאן בתמונה את הקפה. אני לא מכירה "סופר" שבו הקפה נמצא במין מיכל ענק ומשם אתה שולף. ב"סופרים" שאני קונה בקניון מלחה, תלפיות וניו, הקפה נמצא על המדף. יש 80 סוגים של קפה, תודה לאל, ואני הולכת מסוג לסוג וקונה לפי התו, לפי המחיר. פה אין מחיר, אני צריכה לקרוא את האותיות הקטנות. אני מפסיקה לבחור ולוקחת את הדבר הראשון אם אין לי זמן. אני צריכה להקדיש עשר דקות כדי לחפש מה שייך למה. אני רוצה לקנות מהר, יעיל, טוב וזול.

אני לא זוכרת שבחוק או בצו נאמר לרשתות להימנע משיטה אלקטרונית של תימחור. הם עושים את זה. יש להם בר-קודים. למה שני הדברים לא יכולים לעבוד בו זמנית?

עוד דבר. כאשר מוצאים טעות בין הפתק לבין מה שמופיע בבר-קוד, תמיד זה לרעת הצרכן.

היו"ר אברהם יחזקאל:

את אומרת שתמיד יש פער בין הפתק שמודבק על המדף לבין מה שקורה מבחינת המוצר עצמו?

אריאלה רבדל:

היינו עם יושב-ראש הוועדה הקודם בסיור בסופרמרקט. לקחנו מספר מוצרים מקריים. היה סימון על התווית והיה סימון בר-קוד תמיד לרעת הצרכן. הדברים שאתם מציעים לא משנים את העובדה הזאת.

היו"ר אברהם יחזקאל:

כבר במצב הנוכחי, לפי החוק הקיים המצב יהיה מזוייף ולא אמיתי.

שלום שמחון:

אתה מגדיל את אחוז הטעויות.

אריאלה רבדל:

מצד אחד, יש עקיפה נוראה של החוק. מצד שני, יש השתמטות מאכיפתו. צריך לאכוף אותו.

הנושא גם קשור להורדת האינפלציה. בתקופה שמדינת ישראל בלמה את האינפלציה, ראש הממשלה היה פרס ושר האוצר היה מודעי. היה אז מה שקרוי עיסקת חבילה. על בסיס עיסקת החבילה היה סימון מחירים וזה הוריד את האינפלציה.

היו"ר אברהם יחזקאל:

נאמר פה שהחוק לא נאכף. למה עד עכשיו לא נאכף מה שצריך להיאכף? זו התחכמות?

יעקב גלברט:

זו לא התחכמות. מי שאחראי על האכיפה זה לא אנחנו, זה משרד התעשייה והמסחר. אני אחראי על ביצוע החוק, לא על אכיפתו.

היו"ר שלום שמחון:

הוא מתבצע?

יעקב גלברט:

לדעתי הוא מתבצע. ההצעה עכשיו מדברת על הרחבת מצב שכבר היום כולנו מסכימים שהיכולת לקיים אותו היא בעייתית.

דוד אלפנדרי:

אני לא נגד זה. מה שרוצים לעשות כאן זה לוקחים מערכת אלקטרונית ומכניסים בה עבודה ידנית. אנחנו הולכים ליצור עוד יותר בעיות.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני יודע שהמערכת האלקטרונית היא לשירות האדם. אתה אומר שלא?

דוד אלפנדרי:

כשאתה מכניס עבודה ידנית.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני מבקש לסכם את הדיון. יש בלבי כעס גדול על משרד התעשייה והמסחר במובן הזה שהוא מנסה ללכת על חוק ועל ביצוע צודק בלי יכולת לממש אותו. לפני יומיים אמרתי למי שנפגש אתי, שמבחינת תפיסת העולם שלי צריך לסמן כמה שיותר ועל הכל. באתי היום וראיתי שהצהרות משרד התעשייה והמסחר הן בגדר הצהרות בלבד ויוצרות אנדרלמוסיה. אם זה לשם פופוליזם, נשאיר אותו בצד. אם זו בעיה אמיתית, יש לפתור את העניין.

אני דורש לשבת עם ארגוני הצרכנים ורשתות השיווק. הכי קל לאשר צו כזה כי הוא מוסיף קולות. אבל אם הם לא ישמיעו את הטענות בפניכם ואתם לא תשמעו את הטענות, הצו הזה יהיה בבעיה.

באתי עם עמדה מראש והיום אני לא כל כך משוכנע. אני קורא לאלתר למשרד התעשייה והמסחר לשבת עם רשתות השיווק מחר. הצו לא יבוא לדיון אלא אם אדע שישבתם איתם. עד עכשיו סימון המחירים היה ענין של פיקציה.

שלום שמחון:

לפי דעתי חסר דבר אחד בסיכום, כל עוד משרד התעשייה והמסחר לא יאכוף את החוק הנוכחי לא צריך לדון בהרחבת הצו.

היו"ר אברהם יחזקאל:

אני רוצה שהחוק הזה לא יהיה חוק פיקטיבי. נכון לעכשיו, החוק הזה פיקטיבי ועל חוקים פיקטיביים אני לא רוצה לדבר. לכן אני דורש כבר בשבוע הזה פתרון בעניין הזה לאלתר. האם כרעיים של עוף או חזה של עוף או כיכר לחם יקבלו מדבקה, זה דבר חשוב אבל זה לא הדבר העיקרי, הדבר העיקרי הוא התדיינות שלכם בעניין הזה.

תודה רבה. ישיבה זו נעולה.

הישיבה ננעלה בשעה 11:05