

הכנסת השמונה-עשרה

יוזמים: חברי הכנסת כרמל שאמה-הכהן
שכיב מוראד שנאן

פ/4360/18

הצעת חוק מאגר מידע לעניין מחירי מוצרים ברשתות שיווק, התשע"ב–2012

- הגדרה 1. בחוק זה –
- "מאגר מידע" – מאגר מידע המוקם בהתאם לסעיף 2;
- "מוצר" – טובין בתחום הקוסמטיקה המזון או הדלק;
- "צרכן" – מי שקונה מוצר לשימוש שעיקרו אישי, ביתי או משפחתי;
- "רשת שיווק" – עסק המציע, מציג או מוכר מוצר, במספר סניפים כפי שיקבע השר לפחות, באזורים שונים בארץ;
- "השר" – שר התעשייה המסחר והתעסוקה.
- הקמת מאגר מידע 2. משרד התעשייה המסחר והתעסוקה ינהל מאגר מידע לעניין מחירי מוצרים לעניין מחירי מוצרים ברשתות שיווק.
- חובת העברת נתונים למאגר 3. רשת שיווק תעביר למאגר המידע באופן אוטומטי ושוטף, את הפרטים הבאים ביחס לכל מוצר הנמכר בה:
- (1) שם המוצר;
- (2) מחירו הכולל המעודכן; בפסקה זו, "מחיר כולל" – כהגדרתו בסעיף 17א לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981¹;
- (3) שם הסניף שבו נמכר המוצר;
- (4) משקל המוצר או יחידת מידה אחרת שלו;
- (5) שם היצרן.
- זמינות 4. מאגר המידע יהיה נגיש ופתוח לעיון הציבור.

¹ ס"ח התשמ"א, עמ' 248.

- ביצוע ותקנות 5. השר, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, יקבע הוראות בנוגע להקמה ולניהול של מאגר המידע, לרבות דרכי התקשרות עם מאגר המידע.
- תחילה 6. תחילתו של חוק זה שישה חודשים מיום פרסומו.

ד ב ר י ה ס ב ר

למרות כל החידושים הטכנולוגיים ואחרי המחאה החברתית-צרכנית של קיץ 2011, גם היום בשנת 2012, השקיפות ויכולת השוואת מחירי המוצרים העומדות בפני הצרכן הישראלי מפגרות הרבה אחרי ההתפתחויות הטכנולוגיות וזכויות צרכניות בסיסיות, כגון הזכות למידע מלא, עדכני ורלוונטי על מחירי המוצרים ברשתות השונות, כדי שהצרכן יוכל לבצע רכישה מושכלת – אינן קיימות.

הצרכן הישראלי אינו יכול לבצע השוואת מחירים אמיתית בין מחירי מוצרים זהים הנמכרים ברשתות שונות ודאי שלא בזמן נתון, שכן אין זה סביר שלפני כל רכישה בסופר או לפני כל תדלוק יתרוצץ הצרכן בין רשתות וסניפים כדי להשוות את מחירי המוצרים, הן בשל המרחקים בין נקודות המכירה השונות והן בשל גובה הרכישה הממוצעת שאינו מצדיק טרחה זו.

ההשוואה היחידה העומדת בפני הצרכן היא בין המוצרים המתחרים על אותו המדף. כלומר, בין מותג אחד לאחר אשר שניהם נמכרים באותה נקודת מכירה. אין ביכולתו להשוות מחירים בין אותו מוצר ברשתות שיווק שונות, ואף לא בין סניפים שונים של אותה רשת שיווק. ההשוואה הקיימת כיום פחות חדה ומכרעת ומצמצמת את התחרות לתחרות על המדף ללקוח שבוי שכבר עומד בפניו שחוף מהמחיר תמיד יהיו הבדלים נוספים בין המוצרים וזאת מבלי להרחיב על מניפולציות סידור המדפים, תופעה שיש בה פגיעה משמעותית מבחינה צרכנית תחרותית.

מוצע להקים במשרד התעשייה מסחר ותעסוקה בסיס נתונים של כל מחירי המוצרים ברשתות המזון, הקוסמטיקה והדלק, המעודכן באופן רציף, שעל בסיסו יהיה ניתן לפתח אפליקציות או אתרים שייעבדו את הנתונים בהתאם לדרישות המשתמש, ועל ידי כך להחיל תחרות מרבית שקופה והוגנת המותאמת למהפכות הטכנולוגית תקשורתית סלולרית וזו הצרכנית, ולאפשר לצרכן הישראלי בלחיצת כפתור וללא שום עלות ומאמץ מיוחד לבצע השוואת מחירי מוצרים בין אם של מוצר בודד ובין של סל מוצרים, נכון לזמן הקניה, ולקבל תשובה ברורה מי מציע לו את האפשרות הזולה ביותר.

ההסדר המוצע יחול על רשתות שיווק שלהן מעל מספר סניפים באזורים שונים בארץ, ויחייב אותן לחבר את בסיס הנתונים הממוחשב של קופות המכירה שלהן או של משאבות הדלק אל מאגר מידע שינוהל על ידי משרד התמ"ת. לחיבור זה עלות וסיכון אפסיים, שכן ממילא מדובר בקיומם של הנתונים בצורה ממוחשבת וכן מדובר בנתונים גלויים שבהעברתם אין פגיעה בסוד מסחרי או עסקי. כמו כן, כל רשת או עסק שמוכר את אותם המוצרים יוכל לבקש להתחבר גם אם אינו חייב בכך.

יצוין כי, להצעת חוק זו אין עלות לעסקים, וקיימת עלות שולית למדינה של הקמת המערך ותחזוקו, שניתן יהיה לממנה ממכירת שירותי פרמיום מתקדמים ממאגר זה בתשלום.

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
י"ד בסיוון התשע"ב – 4.6.12