



הגינות בעסקים-

מהלך הדיון בקבוצות המיקוד על הגינות בעסקים בישראל

רקע

כחלק מקידום נושא ההגינות בעסקים ובשירותים בישראל, נושא שמינהל המחקר והכלכלה במשרד הכלכלה ביחד עם המועצה הישראלית לצרכנות עוסקים בו בשנה האחרונה, הוקם צוות היגוי בראשות בני פפרמן, מנהל מינהל מחקר וכלכלה ועו"ד אהוד פלג, יו"ר המועצה הישראלית לצרכנות ובהשתתפות חוקרים משני הגופים הנזכרים. פרופ' דניאל לוי, מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר-אילן, נתמנה ליועץ אקדמי של המחקר וחבר בצוות ההיגוי.

הדיונים בצוות ההגוי קידמו את הבנתנו לגבי מושג ה"הגינות בעסקים", והשלב הבא היה בחינה של מודעות הציבור לנושא. לצורך זה נתבקש מר גיורא גולן, מנכ"ל תובנות מחקר איכותני המתמחה במחקר איכותני באמצעות קבוצות מיקוד בתחום הצרכנות, לקיים דיון בנושא באמצעות שתי קבוצות מיקוד.

הדיון בקבוצות המיקוד מתרכז בהיבטים שונים של סוגיית ההגינות בעסקים בישראל ומציג תובנות ראשוניות לבעיית ההגינות בעסקים בישראל כפי שהיא נתפסת ע"י משתתפי קבוצות המיקוד. בנוסף נבחן בקבוצות המיקוד הצורך והשימוש שיעשו צרכנים במדד שיציג את רמת ההגינות של עסקים ושירותים שונים במשק, מדד המתוכנן להיבנות בימים אלו ע"י הגורמים הנזכרים לעיל.

הנושאים שהועלו בקבוצות המיקוד מהווים חלק מניתוח מקיף של הנושא, אשר נבדק בשיטות מחקר נוספות בהן: סקירת ספרות מקיפה של פרופ' דניאל לוי, וסקרים טלפוניים של ההגינות בתחומי צריכה שונים המתוכננים להיערך בקרב מדגמים מייצגים של האוכלוסייה הבוגרת בישראל.

התמונה המצטיירת מכל העבודות הנזכרות מספקת תאור מקיף של רמת ההגינות #חוסר ההגינות בעסקים בישראל, ומחזקת את הצורך ביצירת מדד הגינות לעסקים בישראל שיסייע לצרכנים המקומיים ויתרום לקידום רמת ההגינות בעסקים בישראל.

הדיונים בקבוצות המיקוד התקיימו בחודש יולי 2013.

כל אחת מקבוצות המיקוד כללה 10 משתתפים, גברים ונשים מאזור המרכז. בקבוצות ניתן ביטוי למגוון משתתפים מבחינת הכנסה והשכלה, רמת דתיות.

שתי הקבוצות אופיינו עפ"י גיל משתתפיהן: קבוצת הצעירים כללה משתתפים בגילאי 25-45, ואילו קבוצת המבוגרים כללה משתתפים בגילאי 45-65.

לפירוט נוסף של מאפייני קבוצות המיקוד, והתובנות העולות מהניתוח-ר' מצגת באתר המינהל.



מנחה הקבוצה הסביר, בפתח הדיון, את מטרות הפגישה בקבוצת המיקוד וקיים סבב היכרות בין המשתתפים.

משתתפי המחקר התבקשו להכין, מבעוד מועד, משימה מקדימה - רשימה של אירועי צרכנות המבטאים חוסר הגינות עסקית.

מהלך הדיון ודברי המשתתפים בקבוצות מופיעים כלשונם, למעט תיקוני עריכה מזעריים. דברי מנחה הקבוצה, מופיעים במסמך בהדגשה, כדי להבדילם מדברי המשתתפים, המופיעים תחת כותרת: משתתף, בין אם זהו משתתף גבר ובין אם זו אשה. רווח כפול המופיע בין דברי המשתתפים מציין שהדברים נאמרו ע"י משתתפים שונים.

א. מהלך הדיון בקבוצת הצעירים בגילאי 25-45

מנחה: מבקש מהמשתתפים לספר על כל מה שעולה בראשם כשהם חושבים על הגינות צרכנית: אם יש לכם דימוי, מטאפורה אנה כתבו.

משתתף: אני זוכר שני מצבים הפוכים שנפגשתי בהם בקניית רכב. קניתי בליסינג, שאלתי מה קורה אם אני רוצה באמצע להחליף: "אין שום בעיה פשוט מאוד", השיבו לי. הגעתי אחרי שמונה חודשים. אמרתי שאני רוצה להחליף את הרכב. אמרו לי שאני צריך לשלם את כל התשלום וכל הקנסות וכו', זה לא כל כך פשוט.

מנחה: אתה אומר "לא פשוט" ביחס לפער בין למה שהבטיחו לבין הביצוע?

משתתף: בוודאי אחרי שנתיים קניתי שוב רכב חדש בליסינג,

מנחה: זה נקשר אצלך עם הוגנות או חוסר הוגנות?

משתתף: כן, לחברה הזאת כבר לא חזרתי יותר. שנתיים וחצי אחרי זה קניתי שוב רכב בליסינג הם היו ישרים איתי. חזרתי אליהם שבוע אחרי הרכישה, ירד גשם והייתי צריך להזיז את המגב וזה שרט את השמשה. חזרתי אליהם והם אמרו: אין בעיה תביא את הרכב נחליף לך שמשה חדשה. שני מצבים הפוכים לגמרי.

מנחה: הוגנות?

משתתף: אני יכול להגיד בבטחה שלחברה הראשונה אני לא אחזור אף פעם לחברה השנייה אני מאוד מקווה שאני אחזור.



משתתף: אני מדבר על פחדים. אנחנו נכנסים לחנות לא משנה למי, לא משנה למה, כן מחרטט לא מחרטט, הכוונה זה מלווה בדברים במחיר האם המחיר בסדר, המחיר לא בסדר, יש פחדים אנחנו לא יודעים כ"כ אם נבוא מוכנים כי בדקנו ואנחנו יודעים מה אנחנו רוצים לקנות, כן נעשה סיבוב בקניון לא נעשה סיבוב בקניון. אז נעשה סקר ואז נדע איפה לקנות. ברגע שאתה לא יודע מה אתה רוצה לקנות הבן אדם מולך ימכור לך מה שהוא רוצה.

משתתף: בעיקר העניין של חוויות. אני חושבת שצריך לעשות משהו ממוחשב, קבלות, זיכויים וכאלה, כי זה משהו שנאבד בשנייה, ואין בקרה. קניתי משהו קיבלתי קבלה ואני רוצה להחליף.

מנחה: למה זה חשוב לך כ"כ?

משתתפת: כי נתקלתי בהרבה בעיות כאלה. רציתי להחליף בגד חדש אחרי יומיים אפילו וזה לא הלך. הם לא נתנו לי להחליף. הם לא זיהו את הבגד ולא נתנו להחליף.

מנחה: את בעצם אומרת לי שצריך להיות מנגנון שלא יהיה תלוי אם שמרתי או לא שמרתי את החשבונית.

משתתפת: הם לא אוהבים תמיד לבדוק את זה.

משתתף: סיטואציה של הוגנות זה לא הוגן כי בעצם מגיע לי להחליף אבל אין לי את הפתק אז לא מחליפים לי.

מצד שני אפשר להבין את המוכרים שכל הזמן הם צריכים לעמוד מול המחשב ולחפש. יש פה בעיה של זמנים הנה אני עצמאי אני יודע מה זה. את יכולה להגיד למוכר קניתי את זה אתמול ובעצם קניתי לפני כמה חודשים.

משתתף: אני רוצה לדבר בנושא של הוגנות ושקיפות בחב' תקשורת למשל. אני עשיתי אינטרנט דרך בזק והבטיחו לי 15 מגה ב- 55 ש"ח לשנה, סתם אמרתי אחרי שנה, שלושה ארבעה חודשים אחרי, אחרי שנה אתה כבר לא זוכר מה היה, והמחיר עלה כמו 88 ₪ ואתה לא תמיד שם לב. כמה חודשים לפני, יכול להיות שכשדיברתי עם המשווקת. היא אמרה: כן אתה לא זוכר. רק אחרי כמה חודשים ששילמת מתברר לך שהמחיר היה אחר. עוד פעם לא תמיד זוכרים את הכול, לא רואים את זה. אולי צריך לשלוח לנו במייל. רק אחרי ששילמת מתברר לך שהמחיר הוא אחר. אנחנו לא תמיד זוכרים את הכול אז אני אומר אולי צריך איזה שהיא תזכורת איזה משהו. אנשים לא תמיד זוכרים מה סגרתי לפני שנה. לא שמתי לב בחשבונית שנגמר המבצע. זאת אומרת שיעדכנו אותי בחשבונית על סיום המבצע.

משתתף: הזמנו שיפוצניק. סגרנו מחיר. קצת זזנו, פתאום המחיר קפץ בלי יחס.



במוצרים של חנויות.... המבצע מספר לנו שכאילו המחיר מוזל אבל למעשה כשבדקים מגלים שהמחיר לבודד יותר זול מהמחיר שבמבצע.

מנחה: תני לי דוגמה אחד ב-33 ש"ח 3 ב-100 ש"ח?

משתתפת: משהו כזה או באותו מחיר. באותו מחיר קורה הרבה. בעצם מכריחים את הלקוח לקנות 3 מוצרים. באותו מחיר קורה הרבה. עצם זה שמכריחים את הלקוח לקנות 3 מוצרים...

מנחה: הוא צריך לשלם אולי הוא בוחר לשלם?

משתתף: יש רשתות הרבה פעמים שמכריחים אותי לקנות אריזה. או כמו טונה לא ניתן לקנות טונה אחת אלא 4 טונות. זה לא פייר.

היום זה קצת פחות אבל יש רשתות ואין את האופציה.

אין היצע, כשמגבילים אותי לקנות אריזה גדולה. זה הולך ב-4, מגבילים אותי זה לא פייר. בקשר למה שנאמר על חב' תקשורת פלאפון: 1000 דקות ל-1500 דקות לשנה, אני כן זכרתי להתקשר. עשיתי תזכורת בפלאפון והתקשרתי וחזרתי וביקשתי שיחזור לי למבצע הקודם מה שהיה לי בהתחלה. אחרי חודש אני מקבלת את החיוב במקום 80 ש"ח ומגיעה ל-150 ש"ח. התקשרתי אליהם והם אמרו לי שלא עשיתי כלום אמרתי שדיברתי עם מישהו רשמתי לעצמי. והם אמרו לי: לא מה פתאום, אין דבר כזה. תיעדתי את זה, אני יודעת שצריך כל דבר לתעד. בשום אופן אין החזר כספי. הוא אמר שאין החזר כספי. אמרתי שיעביר אותי למישהו מעליך. אין, אני יודע... נראה לי שענה לי מישהו שבקושי הבין אותי, בסוף השיחה הוא אמר לי שהוא יכול לעשות לי משהו ב-10 ש"ח ב-500 דקות ואז אמרתי: אני צריכה לבדוק ולחזור כי אני לא יודעת אם זה שווה את ה-500 דקות את 150 דקות אבל כל דקה אחרי יעלה לי 70 אגורות, או אני יודעת אחר כך כמה יגבו ממני על כל דקה? אני אבדוק בשיחות בהקלטה.

משתתף: רגישים

כל אחד אומר לי משהו אחר

הם לא נותנים לי יכולת השוואה

כל אחד ממש אמר לי משהו אחר. ברור שזו בעיה של חוסר הגינות. את יכולה לשמוע מה שאת רוצה אני לא יכולה לשמוע את ההקלטה, היא אצלם. מי אמר שתגידי לי את האמת היא אומרת לי שאני אשמע את ההקלטה

מנחה: זה שהם לא נותנים לנו לשמוע את ההקלטה זה ביטוי לחוסר הגינות?



משתתף: בוודאי. לא לרוחם הם אומרים לך שההקלטה לא הוקלטה, הם בדרך כלל הם מקליטים את השיחות לשם השוואה.
דרך אגב הם יהיו חכמים.
הם למדו עכשיו הם אומרים שחלק מהשיחות מוקלטות. לא הוקלטה, מבחינה חוקית הם מכסים את עצמם. הם אומרים תשמע אנחנו אומרים שרק חלק מהשיחות הוקלטו.
וכולם יקבלו את אותה תשובה.

משתתף: יש את הבעיה שמי שלא מבין בתחום מסוים או שאין לו את הזמן ללמוד או להשקיע בזה זמן יכולים לנצל אותו בגדול, לדוגמא יש מישהו בעבודה שעשה תאונה עם האוטו ותבע את חב' הביטוח. הוא הלך גם לשמאי פרטי שהעריך לו את ירידת הערך לרכב. הנזק. בחב' הביטוח קיבל את הכסף וזה הסכום שהיה חסר לו, הוא אמר להם: תקשיבו מה עם ירידת הערך? אמרו: לא, השמאי שלנו בדק ולא הייתה ירידת ערך. הוא אמר להם אני בדקתי את זה אצל מישהו ניטרלי... אז הוא אמר: טוב ניפגש בבית משפט, הוא עוד לא הספיק להגיע לאוטו והם כבר התקשרו אליו. אני בחיים לא ידעתי ללכת למישהו עצמאי ולא הייתי עושה את הדברים האלה.

מנחה: מה חוסר ההגינות פה? שהם בחרו שמאי שמשרת את האינטרסים שלהם, זה שהם לא גילו לי שהשמאי אמר שכן צריך להוריד מסי ערך?

משתתף: הבעיה היא שוב שיטת המצליח. לתת לי כמה שפחות.

משתתף: אני רוצה להתחבר למה שנאמר כאן. אני עבדתי בחנות נעליים נעלי נשים, ופשוט הבעלים של המקום הכריח אותי להגיד שהעור של הנעל עצמה מעור ולא סינתטי. זה פשוט שקר ללקוח.

יש עוד משהו שאני מתחבר למה שנאמר: כשאני מחזיר מוצר אני מקבל איזה שהוא זיכוי. אין לי מה לעשות עם הזיכוי הזה. אם אני נשאר עם זיכויים אין לי מושג מה לקנות איתם, אני סתם קונה משהו בכוח. היום נכנס הקטע שמחזירים החזר כספי.

מנחה: כשישבתם להכין את שיעורי הבית, היה לכם קל למצוא דוגמאות שיש בהם חוסר הגינות?

משתתף: איפה שלא תפנה תמצא חוסר הגינות.

אני חושב שזה תלוי באופי של האדם. שיש את האנשים שיודעים איפה לבדוק ולחפש איפה לא בסדר, ויש את האנשים. אני כזה. אני יותר סלחן.

אני אגיד לך איפה אנחנו לא יכולים להתלונן: במקומות כמו "אגד", "דן". נכנס לאוטובוס אומרים לך מחיר, אתה לא יכול להתלונן זה המחיר בכל הארץ, אתה לא יכול להתלונן, זה מחיר



קבוע. רמאי שקרן. למה הוא לא רוצה ללכת להתלונן? ממש מעטים מאוד, זה כי לא ביקשת אף פעם החזר מרב קו.

משתתף: הילדה שלי עלתה לאוטובוס. ילדה בת 10. נגמר לה הכרטיס. הנהג לא הסכים להעלות אותה. נכון שאני בבית צריכה כל הזמן לשמור את הפתקיות(מביה"ס). פעם הילדה מביאה פתקית, פעם לא. מזל שהיא פגשה חברה והיא ניקבה עליה. מילא. עכשיו נתקעה. היא הייתה ליד הבית. ואם הייתה במקום רחוק מהבית? מילא מבוגר נתקע בלי כסף ניחא, אבל ילדה בת 10.

מנחה: זו סוגיה של סתם שירות לא טוב או שזה חוסר הגינות?

משתתף: אולי זה שירות של דן, לפעמים אתה יוצא מהבית כל העניין של הרב קו אתה לא זוכר אם יש הטענה יש הטענה.

מנחה: כשאתם חושבים בכלל על המשק האם יש תחומים שבהם אנחנו יכולים לצפות ליותר חוסר הגינות או יותר הגינות... האורטופדים הם כאלה רופאי השיניים הם כאלה האונקולוגים

משתתף: למוסכניקים יש להם שם שלחסרי הגינות. רוב האנשים לא כ"כ מבינים, אתה יודע,, הלך פה הרדיאטור, צריך להחליף את הכול, אז תחליף, משתמשים איפה שלא מבינים. תחשוב הפוך תחשוב על משהו הוגן לא על משהו לא הוגן .

משתתף: כשאתה בא לרכוש ידע אומרים לך הקורס הזה עולה 800 ₪. לא מרמים אותך אומרים לך השעות הם 16:00-20:00 אתה רוצה תבוא אתה רוצה אל תבוא אני לא סוגר לך. במחיר, אולי הם הוגנים אבל מה שהם הבטיחו, למלא את התוכן, הם לא הוגנים. המרצה הזה לא מי יודע מה.

אני חושב שאם החברה היא יחידה, היא יכולה להרשות לעצמה. היעדר תחרות מאפשרת לשחק איתנו.

מנחה: כשאתם נתקלים בחוסר הוגנות אם זה בסופר, או בקניון וכו' איך אתם מגיבים?

משתתף: ב"הוט", הרבה פעמים כל הבית שלנו קורס, האינטרנט, הכול של הוט ואין עם מי לדבר, ואתה חייב לשחק עם המשחק שלהם, או להיות בטלפון כל הזמן מנסה להשיג אותם או פשוט להרים ידיים.

אני שומע שאת אומרת לי פה שיש לי חוויית שירות. זה חוסר הוגנות. אין לי מה לעשות רק לאיים עליהם. והם לא תמיד עונים לך עד שאתה משיג מישהו.



משתתף: לי היה אותו סיפור עם הטלפון של הוט, שכל פעם שענה לי מישהו אחר, עד שבעלי אמר לי: תגידי להם, אל תתחילי לספר להם את כל הסיפור, תגידי להם שאת רוצה לעבור חברה. ישר פתאום, נתנו לי שלושה חודשים מבצע של 10 ₪.

מנחה: בהרמת יד מי החרים חנות, מוצר, מותג, עסק בזמן האחרון סיטואציה?

משתתף: הוט, היה לי גם אינטרנט וגם טלפון של הוט היה לי אותו סיפור של X שסיפרה. התקשרתי, ואז באים היום, מחר, אמרתי: אתם לא באים, כמה ימים הייתי בלי אינטרנט וטלפון אני מתנתק. והתנתקתי והמשכתי הלאה.

משתתף: הייתי בחב' ביטוח ביטחתי רכב פתאום אחרי כמה זמן גיליתי שהם מבקשים להעביר אליהם מסמכים, ומבטחים רק אם יש לך את המסמכים האלה, כי במועד החתימה של העסקה לא אמרו לך: טופס העדר תביעות. לא יכולתי כבר לנטוש. חייבו אותי על השנה ושנה אחרי זה- כבר לא ניגשתי אליהם.

משתתף: היה לי מקרה כזה עם סלקום.. יש לנו הטבה לשנה שלוש שנים, לא יודע כמה זה, פחות 100 ₪. אמרתי אוקיי, מה קורה אחרי שנה? מה קורה עם הטבות חדשות? אמרו: תבוא אחרי שנה, נעשה לך הטבה חדשה. באתי אחרי שנה, אמרו: לא, זה רק ללקוחות חדשים. אמרתי: אין בעיה אז אני עובר. כשאתה אומר להם, זה לא איכפת להם. עברתי באמת. יום אחרי התקשרו אלי מסלקום ושיחדו אותי. אמרתי: מה פתאום יש לכם הטבות גם ללקוחות ותיקים? אז נשברתי וחזרתי.

משתתף: לי יש חנות נעליים שאני לא נכנסת אליה. קניתי נעל וממש באותו שבוע חזרתי אליה. הם תיקנו אותה, לא הביאו לי נעל חדשה. אחרי תקופה, שהייתה ממש קצרה, החזרתי שוב, ואז הם אמרו לי: נתקן ושאני אקבל 20 אחוז הנחה על הנעל הבאה. אמרתי תודה, כל טוב, אמרתי כך, הנעליים שלכם לא שוות אחרי פעם פעמיים, תודה רבה. הילדים שלי גם לא יכנסו לחנות הזאת.

משתתף: אני מחזיק מעצמי לקוח חכם, ואני מנצל את התחרות שנפתחה בעיקר בסלולר, באינטרנט. ומי שלא הוגן. אני נהנה מהתחרות. רק שאני מנסה עליהם כל מיני תרגילים, זאת אומרת שאם אני פתאום מגלה שיש לי כרטיס לקוח נוסף, שרשום על שם ההורים שלי, ואז אני משאיר להם הודעה שאני רוצה לבטל, פתאום חוזרים אלי משירות לקוחות במקום שאני ארדוף אחריהם ואמתין בשירות לקוחות, הם רודפים אחרי.

אני אומר יש חזק ויש חלש עד שאני מוצא את המקום שיש בו אתה הכוח הרב. ממש ככה גיליתי שזה עדיף במקום סתם להתעצבן. כי מאוד קל להתעצבן עליהם.



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



משתתף: יש לי דוגמא הפוכה להגינות. קניתי מקציף חלב בחנות, לקחתי את התעודה שנתנו לי נסעתי, אחרי ארבעה חודשים משהו התקלקל. הייתי בטוח שימרחו אותי אבל במקום בדקו, נתנו לי במקום מוצר חדש. חנות נספרסו כיכר המדינה, זה הפתיע אותי כי אני רגיל כבר שמרמים.

משתתף: אני הזמנתי מאתר מחו"ל איזה שלחתי מייל ואמרו לי אין בעיה, אתה יודע בלי לבדוק, שום בעיה אין. הם שלחו לי שוב, והם קנו אותי. מאז אני מזמין שם.

מנחה: אתם מכניסים פוסטים לפייסבוק, יוצא לכם להפיץ טוקבקים באינטרנט יוצא להפיץ את זה הלאה?

משתתף: לפני שבוע או חודש עם עיריית רמת גן היה משהו עם המים שגבו בחשבוניות עוד 500 ₪ יותר לחלק מהתושבים, ואמרו מי שישלם ישלם. שיטת המצליח. והיה דווקא לא באופן רשמי אחד מחברי עיריית רמת גן פרסם בפייסבוק שיכול להיות שחויבתם חיוב יתר, תבדקו את זה.

משתתף: אני הייתי הולך בשיטה קצת שונה. חברים בקהילה בפייסבוק שאם תלכך על מישהו בפייסבוק זה יכול להיות גם הוצאת דיבה תביעה. אנחנו בגישה שאם מישהו רוצה משהו מסוים. כל דבר. אז על מי אתם ממליצים? ועל מי אתם לא ממליצים? למי יש דירה למי יש חב' הובלות? וזה עדיף מאשר להיכנס לתביעה.

מנחה: אני שומע שיש הרבה מאוד דוגמאות שזה חוסר הגינות. דברים שמבחינתנו הם חוסר הגינות. למשל, שמעתי שאמרת הבטיחו X שילמתי Y יותר גבוה מ-X.

משתתף: לא הסכימו להחליף מוצר הטעיית לקוח עם נעלי העור אי אמירת אמת על המוצר או שזה הסתרת מידע שחייבנו יתר את חשבונות המים. להלחיץ לקוח ע"י לחץ. קניתי מכונת כביסה, אסור לפתוח אותה עד שמגיע הטכנאי, וכמעט שקניתי, הוא רצה 500 ₪.

משתתף: הצגת מחירים מלאים. יש עכשיו שיטה חדשה של נוסחה חדשה במתמטיקה תשלם 5 ₪ לחודש לכמה חודשים ובסוף התקופה יש לך עוד סכום להשלים. אתה רואה האייפון עולה 80 ₪ לחודש ובסוף התקופה הוא עולה 5,000 ₪ באותיות קטנות. זה שני דברים אותיות קטנות

מנחה: יש עוד דברים שיטתיים שחוזרים שאנחנו יכולים להגיד: אלה הדברים שהם לא הוגנים?



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



משתתף: כל המבצעים האלה גם כן זה לא הוגן.

התניית מבצע ברכישה מוגברת?

משתתף: העדר מגוון – אין לי לקנות בבודד קנה 2 קבל 2 אבל אני לא צריכה 4.
למשל יש מבצע בשמים. אם אתה רוצה לקחת את אותו בושם, אתה לא יכול לקחת את אותו סוג
אלא סוגים שונים.

20 אחוז הנחה או 9.99 ₪

מנחה: 9.99 ₪ זאת הונאה זה תחמון?

משתתף: כן.

משתתף: אני רוצה להוסיף כל מה שקשור להוגנות או לחוסר הוגנות: הקטע של חברת החשמל
אתה שומע כל הזמן שהם בגירעונות ... המצב קשה זה וזה .. ומצד שני -מעלים את המחירים,
כל שני וחמישי מעדכנים את המחירים, כל חודש, ומצד שני עובדים של חברת החשמל מקבלים
חשמל חופשי. זה נושא מאוד כאוב, שאתה רואה שעובדים של חברת החשמל נותנים לעובדים
חשמל חופשי, עכשיו, במקרה, אני מכיר שעובד בחב' חשמל. אחרי שעשו את הגזרות, האנשים
קצת יירגעו. עשו מכסה לחב' החשמל לעובדים אז מישהי שעובדת איתי, שבעלה עובד בחב' חשמל
, היא אומרת אנחנו 24 שעות המזגנים דולקים האורות דולקים, אם קר לך, אם חם לך, אתה לא
סוגר את המזגן וכל זה, אנחנו לא עוברים את החצי, מצד שני, אנשים בבית פוחדים להדליק מזגן
כדי לא לחצות את הגבולות לחצות ה-1,000 ₪. תעשו להם הטבה עד 500 ₪ עד 1000 ₪ זה מרגיז
זה מרתיח.

מנחה: בהרגשה הכללית, האם בישראל יש סחר הוגן בין צרכנים למוכרים לרשתות לבעלי
שירותים?

משתתף: ממש לא.

משתתף: אני חושב שכן. אני חושב שיש הרבה חברות שיודעות שהישראלי הוא עקשן, מברר, הם
קצת פחות מנסים לעבוד, אני חושב שיש מגמה של שיפור פעם זה היה מאוד מאוד לא הוגן.

מנחה: באילו ענפים של נותני שירותים אנו צפויים לחוות יותר בעיות של חוסר הוגנות?

משתתף: קודם כל מוסכים...

אפשר לחלק את זה לכל הספקים, לפרטי, ולנותני שירות



אם יש רשת שעובדת בצורה ממוחשבת ושם יש את המחירים הקבועים שלה, שם פחות או יותר, יש נהלים קבועים, פחות אפשר לשחק ולעבוד על לקוחות. עדיין יש יותר יכולת בקרה מאשר על אינסטלטורים קבלנים וכו'.

בתחום המוסכים אתה נכנס, אתה לא יודע. אתה צריך להחליף את החלק הזה, זה המחיר זה בסדר, אפשר להמשיך איתו, ואתה הולך למישהו אחר ואז הוא אומר לך שבכלל לא צריך להחליף את החלק.

כמה פעמים יצא לך להגיע למוסך אמר לך מחיר אמרת לו: לא. הלכת למוסך אחר. כמה פעמים רימו אותך....

המשתתפים נשאלו לעמדתם לגבי שאלון סקר תקופתי: מדד הגינות עסקים בישראל..... + והוקצה זמן, במהלך הדיון בקבוצת המיקוד, למילוי השאלון.

משתתף: רוב האנשים באופי יתלוננו ירצו להגיד שהדברים לא טובים שישפרו את זה גם בסדר.

מנחה: אתה אומר: זו תהיה במה לאנשים לקטר גם כי הם מתוסכלים וגם בגלל שהם בעלי עניין. האם אתה חושב שאנשים יגזימו בביקורתיות שלהם?

משתתף: אני חושב שכן.

גם אם יגזימו זה יהיה יחסי. אם פה יתלוננו הרבה ופה קצת, אז זה יקבל מדד יותר גבוה. אתה אומר שזה ישמור על היחסיות ואז נראה את השונות בתוך הקהל.

מנחה: מה אתם אומרים בכלל על הרעיון לעשות מדד הגינות?

משתתף: זה לא יהיה אמיתי. למה היום בעל מקצוע יכול להיות הוגן ולמחרת לא הוגן. הבנק עצמו פעם ככה ופעם ככה.

מנחה: הוא יקבל ציון פעם בחצי שנה פעם בשנה?

משתתף: זה יהיה ציון 2-4 אנשים במהלך השנה יתנו ציון שבכל זאת 1000 מקומות עבודה שמתוכם 900 הוא היה בסדר גמור. זה לא מדד אמיתי זה סתם שטויות. אני לא מאמין בדברים האלה.

אני רואה את תכניות הטלוויזיה ומצחיק אותי, ואומר רק שניה. מה עבר לבעל המקצוע בראש לשקר? אולי מנהל הבנק התקשר אליו להגיד לו שהוא לא יקבל כסף היום, הציק חוזר, למחרת הוא כן בסדר. זהו רק שחור עושים X וגמרנו, זה לא בסדר אבל המדד הוא לא נכון זו הכוונה שלי.

משתתף: אולי הוא יזהר שהוא ידע שבדקים אותו במועצה.



מנחה: המחשבה הזאת לעשות מדד הגינות, נכונה או מחשבה מופרכת?

משתתף: זה נותן כלים איך לקנות מוצר או איך להגיע ולעשות עסקים.

מנחה: מה היית רוצה? לקבל את התוצאות לפי מותגים....?

משתתף: רמי לוי מול חברה אחרת יכול להיות במוצרים מסוימים בסדר, ובמוצרים אחרים, כמו: שקל לעוף- לא בסדר.

הוגן בדברי בשר: מביא לך בשר רגיל ולא טרי, ובמוצרי חלב -הכול תקין ובסדר.

משתתף: העיתונים כל אחד בזמנו עושה לעצמו כל מיני מבדקים ומקבל את התוצאות האלה. בוטיקים בעלי עניין ברמת בדרך כלל ברמת הקשרים וכל מיני גורמים אחרים, משרד התמ"ת כגורם אובייקטיבי ייתפס בציבור כגורם מהימן ביותר להשוואות. השאלה אם הם מסוגלים לעשות את זה לאורך זמן. אני חושב שעדיף שאם הם יתמקדו בנושאים בעייתיים בציבור ושם הם ישבו על הזנב של אותן רשתות כל הזמן, אז יהיה אפקט מסוים שיתפוס את המקום הזה כמקום מהימן ואמין מאשר עיתונים. לעיתונים יש הרבה אינטרסים.

מנחה: אתה אומר שזה צריך להיות לאורך זמן וזה צריך להיות חוזר על עצמו עם אותם אנשים?

משתתף: עושים את זה עם הדלק. דלק מהול, דלק לא מהול. יש מדי פעם תוצאות בארץ, איפה קנית ואיפה לא.

יש את הלקוחות של האתר של בעלי המקצוע -אתר המקצוענים, שזה אנשים נכנסים ונותנים ביקורת לפי בעלי המקצוע שהם עבדו איתם, לפי זה הם מדורגים לפי כוכבים. אתר כזה כבר קיים. מדורגים לפי כוכבים, לפי המלצות או שיש בזאפ בדף הבית, אז אדם שבא לקנות את המוצר הוא יודע: ההוא קנה זה וזה, יש לו כך וכך כוכבים.

מנחה: מה האינטרס הציבורי?

משתתף: המוטו הזה כבר קיים הוא כבר התחיל כאילו רק להגביר את זה בענף הסלולאר נגיד חב' פלאפון מובילה יותר 9 נקודות 8 אחריו סלקום בענף התקשורת נגיד הוט, בזק וכו' באינטרנט ככה וככה.

צריך להיות ברמת המותג לא להישאר ברמת הענף. לענף המוסכים הוא ככה ענף הסלולרי הוא ככה.

אתה משווה תפוזים לתפוחים אתה צריך להשוות בין תפוחים לתפוחים.

אני חושב שבאיזה שלב גם בעלי המקצוע וגם נותני השירותים אם זה יהיה תחת אתר מסוים סתם דוגמא יצאה מקום שני ושלישי אז היא גם תגביר את השירות היא תשפר תייעל כי כן



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



אנשים משתמשים בכלים האלה שבהם לקנות מוצר או שירות אז הם כן משתמשים בכלים האלה.

מנחה: אנחנו כצרכנים נעשה עם המידע הזה משהו, נגיד יגידו לנו: רשת קרביץ ככה ורשת סטימצקי ככה?

משתתף: בוודאי.

אם זה יבוא ממקור אמין אז כן.

מנחה: היינו רוצים שזה יכיל המלצות לפעולה לציבור אפילו ברמה של מעכשיו מחרימים את חברת X ?

משתתף: זה לא תפקיד המדינה זה תפקיד הציבור, לא הייתי רוצה שהמדינה תקרא לעשות חירום על רשת. אם הציבור עושה זה על הכיפק.

מנחה: אם זה מועצה הישראלית לצרכנות זו המדינה?

משתתף: אני לא יודע.

אותו דבר תגיד לי: זה הגון וזה לא הגון, וזה 2 מטר מהבית שלי ברור שאני אלך להגון ליד הבית שלי.

אתה אומר שזה ישפיע על קבלת ההחלטות שלי? גם על ההגינות כלכלית גם שווי הסחורה. זה שונה מרשת לרשת באותה רשת יש בחורה והיא הוגנת והיא מוכנה להחליף את המוצר וברשת פוקס בחנות בעיר אחרת היא לא מוכנה להחליף את המוצר אז קשה להגיד אם הרשת טובה או לא טובה.

משתתף: אתה אומר לי תפריד לי קח לי את אזור קריית אונו או קח את איזור חיפה ותבדוק לי שם אז אני יודע פוקס בחיפה אחרת מפוקס באשדוד.
בסדר, אתה עושה סקר ומפלח תמיד אתה יכול ליפול. כבר אמרו לך על הרשת יכול להיות שתי חנויות טובות יותר אבל זו הרשת.
הטובות תשלול אותן את שתי החנויות תעשה עליהן X הן טובות. לא אני לא יודע אני אומר על פי רוב.

מנחה: מה האינטרס שלנו כצרכנים, שיהיה מדד כזה? שהמדד הזה ייתן לנו כלים מסוימים?

משתתף: בוודאי. שנבוא לקנות שנדע לאן ללכת אפילו לגבי שירות שנצטרך לקבל אחר כך.



דיברת קודם על מדד בינתחומי. אני לא אומר שזה משהו שצריך לעשות. אפשר לחשוב על זה שיהיה מדד כזה לתיקונים, נגיד בתחום המוסכים. רואים ציון ממש נמוך זה ייתן לצרכן איזה שהיא נקודת ציון: פה צריך לשים לב, לגלות יותר רגישות בתחום הזה, לבדוק, לחקור.

הקראת שאלון ומילוי דפי עבודה

אני חושב שגם לפי חברות וגם לפי סיטואציות שתהיה רשימה של הדברים המבאסים האלה. יהיה עומס אדיר של יתרונות וחסרונות.

מנחה: איזה מידע היית רוצה לקבל?

משתתף: סיטואציות הגינות היא משהו אישי. לאחד יש נקודות שחשובות יותר ולשני -פחות למשל 9.99 ש לא מפריע לי. אני מתרגמת כבר אוטומטית אני כבר מעגלת. הוא לא הוגן אבל גם לא קריטי.

זה קריטריון שהייתי מעבירה אותו.

מצד שני אם זה עמוס מדי אני לא אעמוד לקרוא את כל זה.

משתתף: אפשר לעשות שקלול של יתרונות וחסרונות.

אני הייתי הולך על סיטואציות **פר רשת** כי זה ממוקד יותר.

סיטואציה **לפי אזורים** אם אני גר בכפר סבא אז אני אפתח בכפר סבא ואז אחפש המלצות ופרגונים בכפר ספר יש בתי עסק מסוימים.....אני רוצה לראות שקלול.

מנחה: אני שומע שאתם רוצים מידע קונקרטי שיגיד לנו לאיזה מוסך ללכת... אז הסקר הזה לא כ"כ נותן את המידע הזה. אחר כך אתם אומרים לי תמצא את הסיטואציות או תיעזר ביצירת הסיטואציות שמבטאות הגינות או חוסר הגינות ולך תן ציונים לפי אזורים לכל חנות ואז תיתן לי את התעודות גמר.

משתתף: אני רוצה ציונים לפי חברות אב. מה שיותר מעסיק אותי יותר זה חברות ההפניה. אתה אומר לי אנשי שופרסל הם רמאים ואנשי רמי לוי הם מצוינים.

דווקא בבעלי מקצוע זה משהו שאנחנו פחות מבינים.

יש קורנפלקס רגיל ויש שוגי אחד 1 ק"ג. זה כפול במחיר, אני צריך לקרוא זה 1 ק"ג וזה 750 אבל אתה קורא יש מידע רשום.



בכל תחום זה משהו שונה. אם למשל אתה בודק, אז צריכים לבדוק שלא יציגו תמונה ענקית ואת המחיר אתה צריך לחפש. זה נושא שיווק. לעומת זה אם אתה בודק עכשיו בענף הבנקים אבל אם יבוא גורם הביטוח AIG קיבלו תן לי דברים מדידים.

מנחה: אם יגידו לכם בתחום הזה והזה העסק הזה יותר הגון זה ישפיע על ההתנהגות שלנו כצרכנים?

משתתף: לא רק על צרכנים אלא גם על החברות עצמן. אנחנו צריכים לקחת ענפים לקחת קטגוריות ולמצוא את הפרמטרים הרלוונטיים לבדיקה. ואתה אומר לי מודעה בעיתון פרופורציה של אותיות קטנות מול אותיות גדולות זה עכשיו נכנס, למשל הצגת המחיר או הסתרת המחיר, שיהיה קריטריון לכל סוג של מוצר. נכנס לחנות בגדים ואתה צריך להחזיק את החולצה בשביל לראות כמה זה עולה יש בזה חוסר הוגנות. משך הזמן לאיתור המחיר מעל המוצר לקח לי 5 שניות או 3 שניות. יש אפילו חוק שהמחיר יהיה על המוצר יש חוק שמחייב אותנו.

משתתף: נזכרתי באיזה סיטואציה בשבוע שעבר שהיה מבצע באילת בסופר ליד הבית הם חוגגים 10 שנים אז היה מקרר של יוגורט יופלה שמינייה ב-10 ש' והם סימנו בפרוספקט. הגענו אני ואשתי למקרר ואמרנו ניקח, במקרה אשתי שמה לב בקופה שהיא חייבה ב-18 ש' ואז היא אמרה לה: לא, לקחתם את היוגורט עם הטעם. זה היה באותו מקרר והיה רשום בגדול 10 ש' וזה משהו שאם היא לא הייתה רואה 10 ש' היא לא הייתה לוקחת.

מנחה: מי נחשף לתופעה כזאת שהמבצע לא תקף על כל הברקודים?

משתתף: כל הזמן בשבוע שעבר נכנסתי לקנות חבילת סוכריות. הסתכלתי, אמרתי: בסדר זה המחיר. אני מסתכל על החשבון. כשהייתי בסופר הסתכלתי על החבילה לא ראיתי מחיר בסופר. אני מגיע הביתה ורואה 150 אחוז יותר ממה שחשבתי. אמרתי: לא נורא.

מנחה: מה עשית, חזרת לתקן? תחזור לקנות בסופר הזה?

אמרתי: לא נורא, אפילו שלפני שנכנסתי לחנות הזאת הייתי בטוח שזה מאוד מאוד זול. אתה יודע למה אני לא חושב ככה? כי אני תמיד אני עומד בצד ובודק, קניתי חבילה של ביצים 30. תמיד אני לוקח 30 ב-30 ש' בסדר, קניתי הכול טוב ויפה פתאום אני רואה בחיוב 48 ש'... לא, זה אורגני. אמרתי: מה זה אורגני. הלכתי לראות... כן היה במלאי לא היה במלאי.



הזמנת האורחים שצפו בדיונים מעבר למראה להציג עצמם: עו"ד אהוד פלג, מנכ"ל המועצה לצרכנות, צבי וושלר הסמנכ"ל, שלומי דגן, כלכלן המועצה, פרופסור דניאל לוי מהחוג לכלכלה באוניברסיטת בר-אילן, בני פפרמן מנהל מינהל מחקר וכלכלה במשרד הכלכלה.

ערב טוב לכם שמי שמלווה אותנו בכל הפרויקט הזה של מדד ההגינות אנחנו מאוד מעוניינים לשמוע את ההתרשמויות שלכם אבל לפני זה אני רוצה שאלה כנה כי חלק מההשלכות והיישומים של המדד הזה מאוד תלויים בכך.

מועצה: מי מכם שמע על המועצה לצרכנות לפני הערב הזה?
5-6 הצביעו.

מועצה: מי מכם נחשף בשבועות האחרונים לאיזה שהוא קמפיין הסברתי של המועצה לצרכנות לפני הערב הזה?
אוקיי
מי מכם נחשף לאיזה שהוא סלוגן שלא ידעתם למי הוא שייך שכלל את הכיתוב "קנית מזגן קיבלת מאורר"?

המועצה לצרכנות, רק בשתי מילים, היא חברה ממשלתית ללא כוונת רווח שפועלת מכוח חוק המועצה הישראלית לצרכנות חוק מיוחד שעבר בכנסת וזה שממצג אותנו כארגון הצרכנים היציג של ישראל שפועל מכוח חוק. אנחנו מכווני הצרכנים, השיקול היחיד שמותר לנו בכלל לשקול הוא טובת הצרכן. יש לנו שורה של תפקידים ייצוגיים של הצרכנים כלפי בתי העסק רשויות המדינה וכלפי ציבור הצרכנים כלפי עצמו. זה אומר שאנחנו, על כל תלונה מעשרות אלפי התלונות שמגיעות אלינו מדי שנה, נכנסים לנעליים של הצרכן מייצגים אותו מול בית העסק ובהרבה מאוד מקרים מחזירים את הזכויות שלו, כולל את הכספים שמגיעים לו. אנחנו מייצגים אותך מול בית העסק, אבל אנחנו לא גוף שלטוני זאת אומרת אין לנו סמכויות להוציא צווים להעמיד לדין פלילי להטיל קנסות. הסמכות היחידה שיש לנו, התפקיד שניתן לנו, זה להיות הגורם המייצג והנלחם עבור הצרכנים, לצורך הזה אנחנו עושים סדרה של פעולות כמו הייצוג מול בתי העסק, הייצוג מול בית משפט, הפרויקט הזה של: קנית מזגן קיבלת מאורר. המועצה לצרכנות שאנחנו כותבים עבורכם את כתבי התביעה לתביעות קטנות במקרה והטיפול שלנו מול בית העסק לא גרם לבית העסק להחזיר לכם את מה שמגיע לכם. ב-55 אחוז מהמקרים אנחנו מצליחים ישירות, עוד 17 אחוז מהמקרים בית העסק, מעצם העובדה שאתם אלינו רץ להתפשר אתכם, אבל 30 אחוז מהמקרים מותחים את החבל גם איתנו כי הם יודעים שאנחנו לא גוף שלטוני. אבל במקרים האלה אנחנו ננסח את כתבי התביעה לבית משפט לתביעות קטנות, שם



אחוזי ההצלחה שלנו 95 אחוזים. זאת המועצה לצרכנות. בנוסף לזה היא מייצגת אתכם בכנסת מעבירה או מציעה יוזמת הרבה חוקים צרכניים יוזמת מחקרים, מפרסמת הרבה מאוד בתקשורת איפה פוגעים בכם ממה אתם צריכים להיזהר וגם מה הזכויות שלכם, באתר האינטרנט שלנו למשל, מומלץ לכולכם, עם הרבה מאוד טיפים שיחסכו לכם הרבה מאוד כסף. לאחרונה גם נפתח גם מדור מיוחד של סיירת המועצה לצרכנות. אנחנו שולחים עשרות סיירים למאות נקודות מכירה ברחבי הארץ דוגמים עשרות מוצרים ומפרסמים לכם מדי שבוע סלי השוואה בפריפריה הגיאוגרפית שאתם גרים בה. כל החנויות שאנחנו דוגמים וסל של 40 מוצרים והשוואות בין החנויות ברמה של מוצר וברמה של סלים שלמים, ואתם יכולים לחסוך הרבה כסף. עד כאן אנחנו.

משתתף: מה אתם עושים לנותני השירות?

מועצה: אין מכירה בנושאי שירות כל אחד עושה מה בראש שלו? אתה יכול לבוא ולומר יש טווח בין לבין אבל זה לא משהו מקצועי?

יש דבר שנקרא שוק חופשי וכל עוד לא עושים כל הדברים שאתם תיארתם פה כחוסר הגינות וזה בדיוק הנתח הגדול של המקרים שאנחנו מטפלים בהם ומייצגים אתכם מול בתי העסק, כי רוב הדברים הם נגד החוק, כך שהחוק בעצם מעגן את כל התופעות האלה בצורה של זכות שיש לכם באכיפה, ואם הוא לא נעטר, לנסח לכם כתב תביעה לבית משפט לתביעות קטנות. אבל אם הם לא עושים שום דבר לא הוגן, או אם הם לא עושים שום דבר לא חוקי, זה שוק חופשי, ואז מציעים לך. אתה רוצה – תיקח, אתה לא רוצה – אל תיקח.

יש אבל כמובן הרבה מאוד משחקים של חתול ועכבר עם כל מיני התחכמויות תאגידיים שמסתירים מידע, מונעים אפשרות להשוות. למשל הבנקים. מה שהיה קודם בחב' הסלולר ולשמחתנו הגיע ח"כ כחלון ואימץ גם כמה הצעות שלנו ופתח את השוק לתחרות ואנחנו רואים הביטוי במחירים. אבל בואו אני לא רוצה להמשיך עלינו, רק רציתי לספק סקרנות, תיכנסו לאתר שלנו יהיה לכם המון מידע מכל הסוגים וטיפים שיהיו לכם שווים המון כסף.

מה שאנחנו רצינו לדעת שמעבר לעובדה שאין כ"כ מודעות לזכויות הצרכניות, למרות שאנחנו עם מאוד מאוד אכפתי, מאוד לא פראייר, התכונה הלאומית ישראלית, בכל זאת יש תחושה של רפיסות מסוימת כאשר הדברים מגיעים לצורך לעמוד על הזכויות שלך החל מלדעת על צורך לדעת על הזכויות שלך. למשל להיכנס לאתר צרכנות החל מלדעת מה הזכויות שלך, למשל לקטר נורא קל, אבל יכולת למנוע את זה. אתה הולך לקנות מקרר בוא תיכנס תראה מה העצות, ממה להיזהר, מה לבדוק לפני שמסדרים אותך. קריאת חשבונות של כבלים בלווין, של מים של ארנונה חשמל יש הרבה מאוד טעויות, בסקר שעשינו גילינו טעויות בסדר גודל של מיליארד שקל בשנה. אתם לא יודעים איך לקרוא את זה? סידרנו לכם מדריך לקריאת חשבונות באתר האינטרנט של המועצה. אתם חבורה די ערנית די דינמית לא בטעות. מה יגרום לכם להיות יותר אקטיביים במודעות הזכויות שלכם ובמימוש שלה?



אם תעשו שיתופי פעולה עם גורמים כמו למשל זאפ שכולם מכירים ויודעים מה הכתובת ואף אחד לא יודע מה הכתובת שלכם, זה יועיל לכל הצדדים, כי כשאני מחפש מוצר אני מקליד אותו בגוגל. אתם לא בלופ, אני לא יודע מה הכתובת של האתר שלכם, אני אחפש בביקורות שכתבו עיתונאים בכל מיני אתרים ספציפיים אני אעשה השוואות מחירים בזאפ בזה נגמרו הבדיקות שלי. יש לכם המון מידע הוא לא מגיע אלי.

הבעיה היא בעיה של פרסומת.

שאלת המועצה הישראלית לצרכנות : מאז שהמידע מגיע הייתם פועלים מדורגים זה יגרום לכם לשנות את ההרגלים לקנות בחנות מסוימת אתם תענישו חנות מסוימת ?

משתתף : בוודאי.

מועצה : תענישו עסקים שפוגעים בכם?

משתתפת : בוודאי. זה לא עניין של להעניש זה עניין של לבדוק את עצמי.

שאלה : תעשי את זה גם אם המשמעות ללכת עוד עשר דקות ברגל?

משתתפת : כן.

זה ההרגלים שלנו זה הפינוק שלנו. בזה אנחנו צריכים להילחם אם אנחנו רוצים שתהיה משמעות לכוח הצרכנים. כי מתי העסקים יתחילו להתנהג בסדר? רק אם הם יפחדו מהצרכנים. ברגע שיהיה ברור אז הם ייקחו את האקסטרה מייל, אבל אם מבחינתי כולם גנבים.....

מנחה : אני חושב שלציבור אין את המידע ברגע שיהיה ברור הם יחקו את האקסטרה מייל.

מועצה : אפשר לשאול שאלה כואבת, אולי התשובה תכאב :

מה עשיתם בהפגנה שהייתה במחאות הקיץ 2011? היום בעצם סתם צוחקים על מה שהיה. בעצם לא נעשה שום דבר. היה עם הקוטג' הייתה הנחה של כמה חודשים הכול חזר חזרה? קודם כל מחאות הקיץ היו אבן דרך בתולדות הצרכנות למרות שהם לא הסתפקו רק בצרכנות, המחאה החברתית התרחבה, אבל כמה דברים שקמו בעקבות זה, שינו סדרי יום ממשלתיים: קמו וועדות שונות, טרכטנברג, ועדת קדמי לתחרות על המזון. בעקבות הוועדות האלה המועצה לצרכנות יזמה את הפרויקט של סרט המועצה לצרכנות להשוואת מחירים. תקנות מוצרים שיהיה בפיקוח שהצענו אותם קודם אבל משרד התמ"ת לא רצה לקחת אותה. אבל שהצענו אותם



בעקבות מחאת הקיץ אז וועדת קדמי המליצה עליהם. הולך לקום מאגר של מחירים שחוויות יוכלו לפרסם באינטרנט, דבר שהם מנסים היום להקפיא את המחירים של המוצרים שלהם, דבר שהם מנסים להפיל כדי למנוע מכם להשוות.

משתתף: לגבי המחיר עצמו?

המועצה: יש שתי הצעות שלנו שכרגע בצנרת הוצגו בכנסת. הצעה אחת סל מוצרי עוגן בפיקוח, מוצר אחד יהיה בפיקוח בניגוד למה שעשו ב-2006 ההחלטה האומללה הזאת להסיר את הפיקוח על הקוטג' דבר שהקפיץ אותו ב-42 אחוז תראה מה מבקר המדינה אומר על זה ותראה מה אנחנו אמרנו על זה לפני מחאת הקיץ בנובמבר 2010 אז עכשיו יש הצעה סל מוצרי עוגן בפיקוח קוראים להם סל עוגן כי הם ימשכו את המוצרים שהם לא בפיקוח למטה מאחר ולצרכנים תהיה חלופה זולה אז מוצרים אחרים לא יוכלו לעלות.

עוד הצעה שלנו שהמועצה שלנו מטפלת מוצרי פירות וירקות. החקלאי מקבל מעט, הצרכן משלם הרבה, באמצע מישוהו גוזר קופון מאוד מאוד שמן. אנחנו הולכים ליזום יחד עם החקלאים יד ביד הטלת פיקוח על הפער כדי שהדבר הזה יהיה מוכר, והצרכנים יוכלו לבקר אותו, מפני ששני המחירים יופיעו על המדף: המחיר שהחקלאי קיבל והמחיר שהצרכן נדרש לשלם, וליד הקופה יהיה שלט עם פערי המחירים המותרים על פי הממשלה. יש עוד הרבה רעיונות, אבל, שוב, אני לא רוצה לדבר עלינו, עכשיו שפגשתם אותנו יהיה לכם יותר חשק להיכנס או שתראו עיתון ביוזמה כזאת או אחרת תדעו לחבר לפרצופים. אבל אתם כגורם מיוחד מבחינתנו כדי לשמוע מה יגרום לכם כדי לפעול ותעשו איתם משהו כי בלי זה אנחנו יכולים לפרסם מדריכים ומידע ולהזהיר אתכם וליזום חוקים עבורכם, ואם לא תעשו עם זה משהו זה כמו צ'ק, חתיכת נייר, צ'ק בלי כיסוי.

משתתף: מה אתם רוצים מאיתנו שנעשה מה?

בתור מי שמשתייך למגזר החרדי, האם יש לכם מענה למגזר שלי, שכפי שאתם יודעים הוא לא חשוף לתקשורת הכללית ואפילו לא לאינטרנט?

מועצה: הכיסוי שלנו ל"יתד" נאמן וב"מודיע" הוא יותר טוב מאשר למגזר החילוני משום שהוא מתוך המצוקה הכלכלית שלו עושה יותר ויותר חשבון מהמגזר החילוני אני כבר לא מדבר על אני מדבר על המודעות הצרכנית שלכם בלעשות חשבון ואיך לחסוך אתם לדעתי הרבה יותר טובים.

משתתף: איך המגזר החרדי יכול להגיע למידע הזה שאמרת?

יכול להיות שחלק גולשים באתר באינטרנט אבל בגדול לא.

טלפון אפשר להרים. אנחנו יכולים להחזיק טלפון למי שלא נחשף לאינטרנט.



מועצה: תשאלו שאלות נענה. היות בדרך כלל אנחנו מוצפים בטלפונים אנחנו פתחנו תיקי תלונה בשנת 2012: 40 אלף טלפונים אנחנו מקבלים 250 ביום. לא יכולנו לענות עליהם רק 16 מטפלים בתלונות. יש גם מדור קליטה וליווי משפטי. שכרנו מוקד חיצוני שהוא מקבל את הטלפונים חלק מהמענים לשאלות הקבועות כן מדווחים לנו. חלק דרך האתר וחלק הם מעבירים אלינו כדי שאנחנו נחזור לצרכנים, זאת אומרת שהאפשרות קיימת, ובמיוחד, שתצינו בפנייתכם שאתם מהמגזר החרדי ואתם לא משתמשים באינטרנט.

אתה מיד מקבל תשובה הודעתך נתקבלה מספרה אבל מה יש תור קצת אצלנו -40 אלף תלונות בשנה, אבל יש נושאים שבהם הזמן מבחינתך שווה כסף, הזכות שלך מוגבלת, למשל היכולת שלך להחזיר מוצר תוך 14 יום. במקרים כאלה התלונה שלך מוקפצת לראש התור ומקבלת עדיפות.

המדד המתוכנן יהיה מצוין משתי סיבות: אם אני אכנס לאתר הזה ואבדוק את המדד הזה זה יגרום לבעלי העסק מי שנמצא בתחתית ירצה אוטומטית לעלות למעלה. חוץ מזה, הצרכנים ירצו להשתמש במדד כזה, אם זה יהיה במספרים, ממש דירוג, יהיה יותר קל לקרוא זאת מאשר חוקים ותקנות.

אני אשתף אתכם בבעיה שלא פיצחנו אותה: לבנות מדד כזה ברמה של ענף אנחנו יכולים. למשל: סולר, אבל איך אנחנו בונים מדד הגינות פייר סניף, שיש שונות בין חנות לחנות של אותה רשת?

משתתף: מהצד השני מעניין אותי, בעניין מקבלי השירות, נגיד שקיבלתם תלונות עלי ואתם מכפישם אותי, איך אני יכול להתרומם חזרה?

מועצה: פשוט מאוד אתה משתפר חזרה ובסקר הבא אתה מעלה את הציון עלייה הגדולה של השבוע.

משתתף: מה אתה מציע?
זה דבר בעייתי.

מועצה: ברמה יותר מוגבלת אנחנו עושים את זה גם היום עם הסיירת למועצה לצרכנות. אותם סיירים שדוגמים את המחירים הם גם מחפשים עוולות בחנויות, מקום ששם הם גילו למשל פרסומים שהיו בניגוד לחוק: הסתירו מכם את המחיר הקודם ועשו רושם שזה מבצע טוב או הסיפור הזה: קופסה אחת 33 אגורות, 3 קופסאות בשקל. במצב כזה אתה מקבל מכתב מהמועצה לצרכנות: ביום... בשעה... הסייר של המועצה לצרכנות מצא אותך פוגע בזכויות הצרכנים. להלן תיאור המקרה... מודיעים לך שאנחנו נוציא לך... אם לא תתקן מיד את ההתנהלות שלך ותמשיך לפגוע בצרכנים אנחנו נעלה את שמך ברשימת המועצה לצרכנות.



נותני השירות זה הבעיה העסק עצמו. אתה יכול להזהיר אותו כמה פעמים .

משתתף : פעם אדם גנב הוא גנב, רוצח הוא רוצח.

מועצה : אתם מכירים אותנו ואני מזמין אתכם לפנות אלינו. המדד נמצא כרגע בעבודה פרופסור מאוני' בר אילן דואג לכך שלדברים יהיה ביסוס אקדמי מחקרי עם מחקרים השוואתיים. הוא מרצה גם במוסדות אקדמיים בחו"ל. אנחנו עדיין לא סיימנו את פיתוח המדד ופיצוח כל הסוגיות שעולות אבל זה בעבודה מואצת, כי אנחנו מרגישים שיש צורך בזה אתם מוזמנים לפנות אלינו עם כל שאלה.

ב. מהלך הדיון בקבוצת המיקוד של גילאי 45-65

מנחה : בואו נשמע, אילו אסוציאציות ומחשבות עוברים בראשכם כשחושבים על הגינות בעסקים והגינות של נותני שירותים בישראל ?

משתתף : הרוב דווקא לא ישרים.

הדוגמה הקלאסית, אני חושב בדיוק, היה השבוע על הצימרים וגם בתי מלון שאתה רואה באינטרנט דברים מסויימי, וכשאתה מגיע, אין כל קשר למציאות. אתה אומר ששמים לך תמונות מלון באילת שהמזגן לא עובד בו, וזה בדיוק אתמול באינטרנט קראתי מלון באילת 46 מעלות בחוץ והמזגן לא עובד- הביאו להם מאוורר.

מנחה : מה זה אומר ? איך זה מתקשר להגינות פה ?

משתתף : אתה נותן הצעת שווא לבן אדם ברגע שאתה מציג צימר שכולו מפואר עם גיקוזי ושהאדם בא, לא דובים ולא יער.
5. כוכבים. אתה משלם כל כך הרבה כסף לקבל את התמורה.באתי בטענות לחב' הנסיעות אז הם אמרו לי: מה פתאום? תראו את התמונות. אין קשר. כנראה שהם לא בודקים את בתי המלון לפני כן. ועוד משהו יש לי להוסיף לבין המחיר שהצרכן משלם. ואני מכירה את זה כי עמדתי גם בצד השני.

מנחה : מה זה אומר ?

משתתף : שזה אומר שלפעמים זה 70 אחוז יותר.

מנחה : ומה זה אומר מבחינתך ?



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



משתתף: זה לא הוגן. מבחינת מחירים. לא לקחת מחירים כל כך גבוה.

בעבודה היתה פעם איתי מישהי שעבדה במשהו שדומה למכרז של המדינה, שאתה נותן מחירים והמחירים עולים, היא סיפרה לנו שהתפקיד שלה בחברה היה הצעת מחיר גבוהה יותר. כלומר: מראש חוסר הגינות מוחלט. להעלות את המחיר.

כשאמרת איזה אסוציאציה עולה לך, הדבר הראשון שעולה לי, זה נהיה לגיטימי לבוא וכבר בפרסום עצמו לבוא, זה שאתה תבוא אפילו אנחנו נקבל מישהו שמפרסם משהו בהטעיה כי זה כבר לגיטימי.

אני שומע שזה נהיה נורמה. ויותר מזה בהטעיה כי זה יש לנו חלק באשמה הזאת אנחנו צריכים להיות יותר לחקור יותר לבדוק.

מנחה: אני שומע שאת אומרת שהאחריות היא גם עלינו כצרכנים?

משתתפת: כן.

מי שלא עומד בנורמת השקר הוא יוצא דופן. אפילו נקבל בהבנה מישהו שמפרסם משהו בהטעיה....

רציתי לומר שאם זה קורה ואנחנו מקבלים שירות טוב כמו שהובטח לנו אנחנו מופתעים אפילו בסופר אם יש קופאית טובה, כן... מה עוד אנחנו בשוק, יש גם כזה דבר, לא כמו שמעבירים את המוצרים טיק טיק טיק, אני אומרת הממ... נחמדה טובה מה קרה? וגם אם אני רואה מבצע מסויים אני אומרת איפה הקטץ' איפה הטריק משהו כאן פגום, עלייה וקוץ בה לא בסדר. בנוגע לזה עוד משפט אחד: הורידו עכשיו את מחירי החלב ב-10 אגורות, כל מוצרי החלב היו צריכים להיות מוזלים. למה הורידו רק את הקוטג?

משתתף: אתה אומר שמוצרי הגלם ירדו שזה חלב, למה לא ראיתי את זה בשאר המוצרים? זה חוסר הגינות בעיניך?

משתתף: זה חוסר הגינות מוחלט.

אני נוגע במשהו אחר קצת. אני נוגע בנושא של האריזות. הדבר הראשון שאני רוצה לעמוד זה סלטים. אתה קונה סלט 250 גרם הוא נראה לך אבל גדול כשאתה מרים אותו אתה מגלה מלמטה חור, תחתית ארוכה, מכניס 2 אצבעות בפנים. סליחה, פעם התקשרתי אמרו לי שיש משקל ולא משנה איך האריזה נראית. זאת הטעיה. אתה קונה בייגלה אתה קונה כזאת שקית, בפנים יש ככה... שקית שמבחוץ שנראית גדולה התוכן הוא קטן. אני לא מדבר על מרמה, אני מדבר על הטעיה. מדרג אתה אומר, לא מדרג מרמה אני מתכוון למשל באקמולי, היה בבית משפט לתביעה ייצוגית ששם גם זכו כי הם טענו שיש כמות מסוימת והיה שם כמות אחרת זה מרמה, הטעיה זה נקרא שהם ממלאים לך בקבוק כזה גדול אתה לוקח בגלל הגודל נפח של כזה בקבוק, ולמעשה



אתה לא יכול לראות מה יש בפנים, ואז כשאתה פותח אתה מגלה שיש לך רבע בקבוק אומרים לך לא כתוב לך באותיות קטנות בחוץ שיש לך שזה הכמות. אותיות קטנות זה הדבר השני שאתה אומר, לא כל בן אדם שהולך לקנות מוצר בודק. אתה קונה לפי העי. חוץ מזה אנשים קונים אוכל בדרך כלל דרך העיניים.

אני אמרתי שני דברים: זה סימון מחירים על המוצרים שעדיין אנחנו לא רואים את זה בכל המקומות שזה חוק שמחייב. אתה בא, מתחיל לשאול אתה רואה מחיר הרבה יותר גבוה מאשר במקום אחר. כמו שאמרו פה "אמת בפרסום" לא תמיד מה שמפרסמים זה נכון. כשאתה מגיע בסופו של דבר, אתה מגלה כל מיני דברים שלא קראת את האותיות הקטנות. ולי קרה מקרה פרטי גם. לפני כמה שנים טובות נושא של קלאב הוטל. אני תקוע עד היום עם יחידת נופש. יש רשת של תקועים. כתבת את זה בשיעורי הבית שלך? לגבי קלאב הוטל אני נפגע אישית, כי התחלנו עם איזה 400-300 ש"ח היום זה 2,900 ש"ח. עכשיו קראתי בעיתון לפני כמה זמן שיש תביעה ייצוגית שמאשרת לבעלי היחידה להחזיר את היחידות, אבל אתה לא יכול להחזיר את זה גם בדור שני שלישי, חוץ מהסל ששילמנו.

אני רוצה להגיד לכם שאני מרגיש ואני שומע..... רק תיקח את זה... כי דמי האחזקה כל כך יקרים שלא שווה. יש פה הרבה תחומים והרבה משתתפים ולא נוכל לכסות את הכול אז בגלל זה ביקשתי שתכתבו שאני אקח את זה.

מנחה: האם יש קטגוריות או תחומים שבהם אנחנו יכולים לצפות להגינות יותר גבוה להגינות יותר גבוהה יותר נמוכה, האם יש ענפים במשק שבהם יותר סביר שינסו לתחמן?

משתתף: בדברים שאנחנו לא מבינים, כמו למשל רכב אני באה לתקן במוסך, מה אני יודעת מה מקולקל שם, לא עובד תכליס. יכול להחליף או לא להחליף, לחבר משהו ולהגיד לי החלפתי לך חלק... הוא שם לי חלק ואני לא בטוחה שהוא שם חלק של מישהו אחר. את אומרת בשירותים המקצועיים אין לי יכולת בקרה ואני לא מתמצית בזה, ויכול להיות שהוא נותן חלק שלי או לא שלי או שמפרק למישהו ומעביר לי.

בענף המוסכים כי זה אחד מהדברים המקצועיים. יותר מזה, בענף המוסכים שזה מתחיל כבר בביטוח ונגמר במוסך. מה פירוש יש לך תאונה ואתה מפעיל ביטוח? אתה הולך למוסך הסדר. מה זה מוסך הסדר? זה לא מוסך שעושה טובה למישהו. זה מוסך שנותן לך פחות עבודה פחות סחורה יד שניה, דברים שיש הסדר איתו, שיש לו הסדר. אם יש מכה באוטו במוסך רגיל יחליפו לי כסף, במוסך הסדר אם יחליפו ישימו לי כסף משומשת, ואם לא יעשו הכל כדי לשפץ אותו. האינטרס שלו כנותן שירותים זה חב' הביטוח.



בינתיים הענף הכי בולט בחוסר ההגינות שלו שמשפיע על כולנו ביום יום זה התקשורת.
זה ברור.

מנחה: סוג מסוים בתקשורת טלוויזיה, טלפוניה, אינטרנט, ספק אינטרנט?

משתתף: כל התקשורת. ולמה זה הכי מעצבן? כי פה אתה לא צריך להיות מקצועי ולהבין שעבדו עליך ולא עבדו עליך, פשוט מחייבים אותך בכל התחומים האלה. ופלאפונים ניידים ואז אתה כאילו מסתדר.

אני דווקא חושבת שדווקא ענף הביטוחים זה משהו שכולנו כמעט לא מבינים בזה ולוקחים לך דמי ניהול אפילו על קרנות ואנשים לא מבינים, בתחום הפיננסים שיש שם דמי ניהול. אפילו הבנקים, העמלות בבנקים, מי שלא יודע שצריך ללכת ולהתווכח ולנהל משא ומתן, אז הוא ישלם הרבה דמי ניהול כל חודש. צריך ללכת למשא ומתן ואם יש אנשים שמבינים בזה, ואז משלמים פחות.

מנחה: האם הנקודה הזאת: אם התמקחתי - הוזילו לי, ואם לא - התמקחתי לא הוזילו לי זה ביטוי לחוסר הוגנות?

משתתף: כן. נשים לא יודעים את זה. מי שלא יודע פשוט מפסיד. זאת הנקודה. גם בתקשורת, גם בחברת בזק וגם בחב' סלקום וכל החברות האלה. הם כל הזמן יוצאים במבצעים חדשים. למי הם עושים את זה? רק לאנשים שאומרים שהם עוברים חברה: לא, אל תעבור, אני אפחית לך מהחודש הזה. אתה תשלם עד 50 ₪, המחיר מתעדכן למחיר הראשוני, אם תתקשר שוב, תקבל שוב הורדה במחיר. כל הזמן אתה צריך להיות באונליין להתקשר. למשל אני והשכן שלי משתמשים אותו דבר משתמשים הוא משלם 100 ₪ ואני 300 ₪ למה? כי הוא כל חודש יכול לנדנד ולהיות מעודכן ולאיים שהוא יעבור חברה, ואני לא.

מנחה: אני רוצה שתשימו לכם במודעות ובמחשבה שיש שני דברים שמעצבנים אותנו ויש דברים שהם חוסר הגינות? האם זה אותו דבר?

משתתף: זה ממש חוסר הגינות, אם אתה יכול לתת את המוצר הזה ב-100 ₪ לשכן שלי ואתה מרוויח מזה זאת אומרת שאתה מרוויח ואתה יכול לתת לי את זה.

אני רוצה להשלים משהו שהיא אמרה כרגע, שאם אתה רוצה לעדכן משהו עם חב' סלולר אז נראה שבן אדם שעובד בחב' מסודרת לא יכול לעשות את זה, כי צריך לשבת שעותיים בטלפון שהחצי שעה הראשונה משיג אותם ואז מישוה מנתק אותך עד שנמאס לך. ככה שבוע ימים אתה



רודף אחריהם, ואחרי שלושה חודשים אתה צריך לעשות את זה שוב אז אני מעדיף שלם את ה-50 שו ושיעזבו אותי. אז שאלת אותי אם זה מרמה? אז כן זה מרמה. שזה שהם לא עונים לי ומתישים אותי.

אתה רוצה מרמה? ממש יש לי, סלקום למשל הזמנתי דאבל גם טלפון נייד באוטו אז הם אומרים שזה חינם. מצוין התקינו לי, באמת חינם חיוב 29.90 שו זיכוי 29.90 שו אמרתי למה חיוב זיכוי? זה חיוב אוטומטי אני לא רוצה חיוב זיכוי אמרו לי אין ברירה ככה זה אל תדאגי את לא משלמת, אוקי כעבור שנה ואז אני מסתכלת על החשבון ואני רואה רק חיוב ואז לך תצמצל אליהם, לך תמות, ואני צלצלתי ואז הם אומרים לי בסדר שנה נגמרה. החיוב נשאר הזיכוי הלך וגם אין מה לעשות זה ככה.

יש לי דוגמא למשהו בתחום אחר של מכירות. מה שקורה לא פעם מנסים למכור דברים דרך הטלפון, עכשיו תחליט, כי מחר המבצע נגמר. הם מתקשרים אלי והם לא מוכנים שאני אחשוב על זה, לא פעם ואני צריך להחליט, לא פעם קשישים נופלים בפח, רוצים למכור לקשיש שלא יוצא מן הבית מוכרים לו חבילת נופש מהודרת הוא יכול לשלם על זה אלפי שקלים ואם לא יותר, אבל משכנעים אותו: לא יש לך אפשרות שבועיים לבטל את זה.

מנחה: שלושה דברים אמרת פה: מלחיצה היא רק להיום, אוכלוסיות מוחלשות, נותנים לך שבועיים אבל הם בשבועיים האלה הם לא זמינים לך. משתתף: זה חוסר הגינות מן הסתם.

חנויות לממכר ירקות ופירות הם שמים שלט וכותבים את המחיר אבל המחיר לחצי ק"ג זה מוסתר. אני מחנה את האוטו, נאמר 8 שו לאפרסקים אתה יורד מהאוטו אתה אומר סליחה 8 שו לחצי ק"ג איפה זה כתוב, כתוב האפרסקים מכסים את זה. זה סוג של רמאות מישהו קונה בארץ חצי ק"ג. זו הטעיה מראש כאילו. הסתרת מידע.

אפרופו לדוגמא, נכנסתי השבוע לסופר פארם ורציתי לקנות מוצר מסוים ואני אומרת לה: המוצר הזה עולה ככה וככה. היא אומרת לי: "לא" אני אומרת לה: אבל כתוב באותיות קטנות "השני בחצי מחיר". הסתכלתי עליה בכזה עצבים. מה עשית? מאוד התרגזתי עזבתי את זה והלכתי.

מנחה: למישהו קרה שהוא עזב את הדברים? הפסיק את הקניה?



משתתף: איזו שאלה, אם זה לא מחיר שציפיתי מראש לקנות אותו. קודם כל המחיר גם אם השני היה הפקעת מחיר של יותר ממה שאני קונה ברגיל. ואם אני לא רואה? והיה כתוב בכזה קטן יחידת המשקל למחיר.

יש את העניין שמגבילים אותך לקנות...יש קניות שמגבילים אותך.... ק"ג עגבניות עולה שקל, מוגבל בקניה מעל 300 ש"ח מגבילים אותך רק ל-3 ק"ג. אני יכול לדעת כמה זה 3 ק"ג?

אני אומר אין לי עם זה בעיה, אם הכול ברור. זה תלוי, בקניה של 300 ש"ח כתוב בקטן. לא נעים לי להגיד: אני לא מאמין בשום דבר שאני רואה בשום פרסום. אני מאוד קיצוני.

מנחה: אתה מרגיש שאתה קיצוני?

עבדתי באיזה שהוא מקום פעם ושמשביבי היו כל מיני מסעדות ואני אומר שמי שמשקר אותי פעם אחת אני לא הולך אליו. אז אחרי חודשיים לא היה לי למי ללכת לאכול.

יש משהו שהוא מאוד צורם שאתה מזמין טיול לחו"ל והטיול כולל חבילה ורכב וטיסה, ומה הבעיה: ברגע שבן אדם אחד מזמין אז יש לו את הרכב אין בעיה, אם משפחה שלמה של 5 איש נוסעת למה שבן אדם אחד לא ישלם. מה הם עושים ברגע שאחרים בלי הרכב יקבלו חבילה יותר יקרה מאשר עם הרכב. תן לי את האופציה לקחת את הטיסה מלון ורכב וארבעה אחרים שיהיה להם רק טיסה ומלון למה אני צריך חמש פעמים לשלם על הרכב?

פנו אלי לפני חצי שנה מבית משפט בעפולה, וביקשו ממני חוות דעת מומחה, ולמטה היה כתוב שהמומחה יקבע את שכרו. הכנתי את חוות הדעת שלחתי את חוות הדעת ואני מחכה כבר חצי שנה לכסף. אני מתקשר לבית המשפט אומרים לי: מטופל. מה אני יכול לעשות ללכת לתבוע את בית המשפט? נגד מי אני אגיש את התביעה? יש פה דברים שהם כל כך קיצוניים, זה לא רק במגזר העסקי זה כמו שאמרו כאן: זה מתחיל מלמטה ונגמר למעלה.

מנחה: האם יש סוגיות שהן הבעיה, שהם חוצי קטגוריות? אפשר להגיד משהו כזה?

תשובה: בכל ענף אתה יכול להגיע לחוצי קטגוריות. אם תאמר לי ענף אחד שאין בו סוג של חוצי קטגוריות, מעניין אותי לשמוע. אני רוצה בדירות, ברכבים, במזון, בבתי חולים בכול. נשים יולדות- בייח מקבלים על זה כסף ומשחררים אחרי יומיים.

מנחה: מהן הסוגיות המרכזיות? עלתה פה סוגיה של הסתרת מיד. מאחורי האפרסקים. עלתה סוגיה של הטעיה, של מראית עין: אריזה גדולה תוכן קטן, ניצול מצב?



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



משתתף: ניצול סיטואציות, אם יש ספק אחד, אני תלוי בו. פיאט, מרצדס אתה צריך כפתור ייעודי, רושם לך 300 ש"ח מה אתה יכול לעשות?

סיכום מצבי אי הגינות עסקים :

- ניצול סיטואציה דרך תחרות
- בלעדיות
- אי עמידה בהבטחה
- הפעלת לחצים
- מידע מוטעה
- התשת לקוח
- שירות גרוע / חוסר הגינות
- "חכה לי"
- ניצול חוסר מידע לקוח/מידע מוסתר
- הלך יום עבודה
- העדר שקיפות – ביטוח לאומי . רק ע"י עו"ד

מנחה: מהן התגובות שלנו כצרכנים כשנתקלים במצב של חוסר הוגנות?

משתתף: עזבתי את המוצר

הרבה שותקים וממשיכים

אני בדרך כלל בודקת כל חשבון ואם יש טעות אני מבקשת זיכוי בכרטיס ולא בנייר .

את יודעת כמה פעמים בסופר הם רצו לבדוק את המחיר?

דוגמה של חנות הירקות האלו על הכבישים. אתה עובר אתה רואה זיל וזול לעומת השוק. אתה הולך מחפש חניה, חיפשת מצאת, בחוץ הסחורה על הפנים בפנים אתה חוטף את החום עוזב את הכול לא מעניין אותי. אתה נכנס פנימה אתה רואה בית מרקחת לדברים הטובים בחוץ. בפנים- לא ראוי אפילו לבהמה, באיזה מקום הם מכסים על העלויות של בחוץ עם מה שיש בפנים.

מנחה: יש מי שהחרים מותג ספק וכו' בעקבות אי הגינות? אני לא חוזר למסעדה הזאת, אני לא הולך לסופר הזה וכו'?

משתתף: במקרה הראשון אני הלכתי לרכוש מיקסר וכשבאתי לחנות המוכרת היללה ושיבחה את המוצר ואני שאלתי שאלה אם הוא תומך בלישה של 1 ק"ג קמח והיא אמרה שכן. אחרי פעמיים שלוש שאני משתמשת בו, היה לו רעש לא תקין אני הולכת לתחנת השירות כי זה חדש רק



השתמשתי. היא אומרת לי: תגידי, השתמשת ביותר מדי קמח ואני אמרתי: כן, השתמשתי רק ב- 1 ק"ג קמח ואז היא אמרה לי: מה פתאום 1 ק"ג קמח רק 800 גרם. אני מאוד התרגזתי התקשרתי למועצה לצרכנות והם לא עשו עם זה כלום. ואני ממש מאוכזבת. דבר שני שקרה לי: קניתי דלתות של רב בריח, והיה לי זמן אספקה שאני דחיתי אותו. באיזה שלב רציתי את הדלתות, אמרו שאין אותם, הם באיטליה? מה זה באיטליה אני שילמתי עד 100 אחוז את כל המחיר של הדלתות ואמרתם לי שזה יהיה בארץ לפי קריאה שלי, ואז התחילו לשחק איתנו. שיחקו איתנו כמו פינג פונג. אנחנו לא היינו חשובים, ואנחנו לא היינו כלום. הכי גרוע בשירות זה שהיו צריכים להגיע אלינו ביום ראשון והתקשרו להגיד לנו שהם לא יבואו בגלל שהם נפלו ממלגזה.

מנחה: מה אתם אומרים על הרעיון ליצור מדד של הגינות של עסקים בישראל?

משתתף: נשמע מאוד הוגן. מעולה.

לא בדיוק.

השאלה היא האם יצליחו לאכוף את ההגינות הזאת. אם יהיה מדד שיקבע על הספק לעמוד בקריטריונים 1,2,3.

יש את זה מתפרסם בעיתון כל כמה חודשים.

אני לא הבנתי שמית. יהיה גם שם הספק.

אני רוצה לענות לך אם לא יהיה כתוב לי סלקום, בזק, תנובה לא יהיה שווה זה יהיה חסר ערך. מצד אחד זה טוב: אני יושב בבית ובודק מה הדירוג שלהם, יש את זה באיביי יש שם כל בית עסק את הדירוג שלו.....זה דבר טוב, יכול להיות, מצד שני אפשר לקטול בית עסק. ותוך כמה שעות גמרת אותו.

מנחה: אם אני רוצה ליצור מדד מה אנחנו רוצים שהוא יגיד לנו שופרסל, מגה בול, וכו'?

משתתף: אין חילוקי דעות שהוטו זו חברה מחורבנת. נו אז מה? כולם יודעים את זה. זה לא איזה שהוא מגוון גדול. סך הכול יש לך שתי חברות: יש לך את YES והוטו ועובדה היא שלמרות כל המחאות הבצל נשאר טרי.

מנחה: מה אתה מנסה להגיד לי פה?

משתתף: שאתה צריך שיניים.

מנחה: תן לי קונקרטיזציה?



משתתף: הוא נענש לבד, ומדברים על הוט, הוט זה משהו מרכזי, אבל אם אתה מדבר על רשת כמו שופרסל שנמצא ברמת גן במקום X שיש תחרות, אם מחר הוט יבוא מחר ויגיד שאנחנו שיפרנו, אבל אנחנו רואים שהמדד שלהם נשאר למטה, הליבה שציבור הלקוחות שלהם מדרג אותם עדיין למטה אף אחד לא קונה את הדברים שלהם שהם שיפרו. מצד שני כשאתה רואה שהמדד שלהם עולה-אולי בכל זאת שיפרו.

מנחה: איזה אינפורמציה היית רוצה לקבל ממדד כזה?

משתתף: רק ידע. אני יוצא מתוך הנחה שאף אחד לא טוב עד שהגעתי הנה. אבל אם יש לי מדד שאוכל לבדוק אותו, למה שאני לא אשתמש בו? בתחום הענפים האלה, ענף הרהיטים זה ענף גרוע מאוד של חברות לא אמינות. לא כולן הנתח העיקרי.

מנחה: הייתם מסתפקים במדד שאומר תחום הרהיטים הציון הוא 7.4 וכו'?

משתתף: לא, לא נותן לי כלום כי רהיטים אני צריכה בלאו הכי. אני רוצה רשימה שמית. שיעזור לי בתוך הקטגוריה

אני חושב המדדים האלה צריכים להיות עם הפנים ללקוחות. מה הכוונה שלי? אני חושב שאנחנו לקוחות, או צרכנים ליתר דיוק, לא חכמים, למה הכוונה? המדד הזה אם הוא ילמד אותנו איך להפוך להיות צרכנים נבונים יתרום לנו. הדוגמא הקלאסית לכך בניו יורק רצו לעלות בסנט אחד את הבשר, אני לא זוכר אם זה היה על בנזין או על בשר, אנשים נסעו לצד השני של ניו יורק. זה קצת יותר גדול ממדינת ישראל. אם תהיה פה צרכנות נבונה אם ילמדו אותנו דרך המדדים הללו להיות צרכנים נבונים אני חושב שזה יעזור.

אני לא סומכת על המועצה לצרכנות

אין להם שיניים אין להם כלום, אין להם את השיניים, והם לא עשו כלום למען ההגינות של האזרח.

הקראת שאלון ומילוי עצמי שלו ע"י משתתפי הקבוצה.

מנחה: מה אתם אומרים על השאלון הזה?

משתתף: לא הוגן.

מנחה: מה זאת אומרת?

משתתף: כולם יענו על אותו דבר פחות או יותר משום שיש מירמור בציבור שלא בודקים כל דבר. במדינה שלנו יש יותר עצבניים, באמת כועסים על דברים. בגלל שיש הרבה תלונות אז הם חושבים שאם הם יתלוננו זה יעזור.



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



מנחה: יהיה לנו מה לעשות במדד הזה?

משתתף: במדד כללי לא נדע לאיזה עסק אתה מתכוון.

מה הוא נותן? יהיה לי טוב זה לא יהיה חדש, שיהיו לי ציונים נמוכים ואז נצקצק ונגיד הא ידענו. זו הבעיה בארץ אנשים לא יעשו עם זה כלום. כמו שהוא אמר שהעלו בארה"ב את הבשר בסנט אחד והיו שם מהומות. במצרים העלו את מחיר הלחם באגורה היו שם מהומות פה בארץ זה לא עובד, אתמול בחדשות דיברו על זה שאנשים מוחים על העלאת מחירים ושדות התעופה מלאים והמסעדות מלאות וכו'.

עסקים, בניגוד לשירותים הפרטיים, כשאתה מדבר על חשמלאי או אינסטלטור בדרך כלל הוא רוצה שהלקוח שלו יהיה מרוצה לא תמיד, אבל בדרך כלל, מצד שני כשאנחנו מדברים על עסקים גדולים אנחנו מדברים על לקוח קצה מול נותן השירות שבכלל לא מעניין אותו אם הלקוח מרוצה או לא, ובטח האדם שיושב למעלה בכלל לא מעניין אותו, יכולות להיות 1000 לקוחות לא מרוצים היום. הם מקבלים משכורות מאוד נמוכות וזו הסיבה שאין בכלל שירות. אני ציינתי את בזק שקצת יותר יוצאת דופן מכלל החברות. מתייחסים אליך רוצים אותך בניגוד שאתה מרים את הטלפון ואומרים לך אנחנו מאוד מבינים אותך אבל אין לי מה לעשות.

אני חושב שאם ישנו את זה ויכוונו אותנו לצרכנות יותר נבונה לדעת להתלונן בחנויות לעמוד על שלנו לדרוש את מה שמגיע לנו, אבל שנקבל גם הכוונה, לפעמים אנחנו לא יודעים מה מגיע לנו, אנחנו לא יודעים מה לדרוש ואם נקבל את הכוונה המתאימה נתחיל לשנות.

אני צריך הדרכה הכוונה אני צריך מישהו שיגיד לי.

מנחה: האם השאלון הזה לדעתך, שתקרא את התוצאות שלו יעזור לך לקבל החלטה?

משתתף: אני חושב שלא כי הוא כללי מדי.

מנחה: תנו לי דוגמא לשאלה שצריך לשאול ואם יהיה עליה סטטיסטיקות אני ארוויח?

משתתף: מדד או ציון שמי

שם החברה

רמת שביעות רצון ושם החברה

אתה צריך להתמקד

או חברת התקשורת שאתה מרוצה ממנה



משרד התמ"ת
מחקר וכלכלה



מנחה: שאלה כגון: היום קיימות 7 חב' תקשורת סלולארית לפרט אותן ולבקש שידרג איזה מביניהם הגונה?

משתתף: נכון.

אם 10 אחוז אומרים סלקום אז יש פה משהו ואם 10 אחוז יגידו שפלאפון לא אז כנראה שגם זה לא. אני לא אומרת עשרות. לרוב האנשים שידרגו אין להם ניסיון על כל החברות אז הם לא יכולים לבחור.

מנחה: לשאול אולי כך: דרג איזה מבין 7 החברות הסלולאריות הכי הגונה לדעתך?

משתתף: לרוב האנשים שידרגו אין להם ניסיון עם כל החברות. אמרנו סלקום אולי חב' פלאפון גרועה יותר. אולי צריך לעשות השוואה את השירות של יס והוט, אלה בהוט יתנו תשובה ואלה ביס ואז אתה מקבל פחות או יותר.

מנחה: אני רוצה מדד הגינות, האם שירות שווה הגינות?

משתתף: כן.

לא שווה, אבל קשור.

מנחה: דרג בין הדברים ההוגנים ללא הוגנים? למשל 99 אגורות, אריזות קטנות, אותיות קטנות? מה יעשה את זה פרקטי?

משתתף: השאלה מה יעשה את הסקר הזה פרקטי. קודם כל השאלה מי יצביע לסקר הזה. כשאתה רוצה לעשות סקר לחנות מכולת שכונתית אני לא יודע מי ירצה לעשות את הסקר הזה. אם הייתי עכשיו בשופרסל הייתי פה ברמת גן ובפ"ת מי שנמצא בנהריה יש שם שופרסל גם אבל זה לא קשור. סופר פארם אחד ליד השני אותו מוצר הבדל במחיר. השאלה אותה חנות אם ההנהלה הזאת שווה או לא שווה, השירות האם היא חנות טובה או לא. אתה מגיע לחנות השירות וההגינות זה מעניין אותו.

יש לי שאלה אחרת, אחרי שעושים את הסקר האם פונים לספקים? כי אני חושבת שהדברים מתחילים מהראש. אם הראש הוא בסדר והוא הוגן, הדברים ירדו למטה השירות יהיה בסדר האנשים יהיו מרוצים.

מגה בול יראו את הדוחות, שופרסל יראו את הדוחות את הממצאים. מה הם יעשו? אני לא יודע, אי אפשר לכפות עליהם.

ברגע שכותבים 1.99 שם במקום 2 שם או 4 שם אז זה גורף ברגע שיראו שהם עושים את זה אז גם אנחנו... לא צריך לכפות עליהם.



יש חוק ואם יש חוק הם חייבים לסמן מוצרים.

אני חושב שעד שלצרכן לא יהיה כוח ולא יהיה איגוד צרכנים ולא יהיה משהו שנוכל לשתף פעולה, עד אז הפרט לא יוכל ליהנות מכזה דבר.

אני מבין מפה שהסקר הזה הוא כוללני מדי ואנחנו רוצים שיהיה משהו שיכווין אותנו וייתן לנו כלים לפעולה, הדרך היא לעשות שאלון שמתמקד בשמות של מותגים "תנובה" "אוסם", "גלי" וכי',

לא צריך יותר מדי זה לא יעבוד אי אפשר לעשות סקר לקוחות על כל חנות מכולת זה יעבוד לתחום המזון, זה לא יעבוד בתחום המוסכים, בתחום בתי המלון וכי'.

אז טרה שופרסל אני לא קונה מהחברות האלו.

רמי לוי מפרסם את החנות שלו והם מפרסמים את המוצרים שלהם, הם פונים אלי אבל לא כלקוח ספציפי אין לי מידע מולם.

מנחה: איך אני יכול לקחת את השאלון הזה ולהפוך אותו משהו שישרת את הציבור?

משתתף: אמרתי לך, רשימה שמית.

לפי חברות גדולות לא כל חברה קטנה, לא להיכנס למכולת.

דרוג של סופרים גדולים

אני רוצה שתבין. שופרסל מחזיק 30 אלף מוצרים מה זה משנה אם אני קונה שם או פה, זה שהוא חייך אלי יותר או פחות זה מה שישנה לי. כשאתה נמצא ליד קופה....אני מגיע לסלקום בפ"ת בסניף החדש ישן בפ"ת אתה מגיע לשם יש שם 40 עמדות מאוישים מתוך זה רק 5 אנשים, 200 אנשים עומדים שם ומחכים בתור לאף אחד זה לא מזיז. אתה שואל אותי מה זה שירות, זה שירות? אני עזבתי אותם.

אז הבעת את דעתך על כך. אמרתי למה צריך שירות בטח שצריך שירות.

השירות הוא עדיין, לדעתי, זניח לעומת התמורה שהוא קיבל.

כשאני קונה מוצר אני רוצה לקבל תמורה למה שאני משלם.

ככל שנשלם ידרשו את זה עוד. היה מקרה שהשירות לא היה הולם אז לא נשארתי. ברגע שאני מרוצה אני אשאיר 15 אחוז טיפ.

למה אתה משלם טיפ במסעדה? כי אתה צריך.



מנה עולה 130 ₪ שייקחו את המלצר את האופה, בוא נפנה לחוד לרוחץ כלים וכו' למה צריך לשלם. ככל שנשלם ידרשו עוד ועוד.

ואני רוצה לקבל אותו וקיבלתי אותו למה אני צריך לשלם טיפ. תחום המסעדות למה אני צריך לשלם למלצר?

**מנחה: היית מעדיף שעוגה שבמקום שתעלה 20 ₪ תעלה 22 ₪?
משתתף: כן.**

ואז לא תהיה לי ההתלבטות.

מנחה: אנחנו רוצים כוח, אנחנו רוצים כוח להשפיע, מצד שני אנחנו לא יודעים כל כך איך לעשות את זה, אנחנו פועלים ברמה האישית, בארץ לא מחרימים וכו'. אני רוצה לשאול ברגע שיהיה מדד ונגיד והשאלון ישונה והוא יבוא ויגיד לכם אלה 10 הכללים לבחון האם העסק הוא עסק הוגן. ואז יש שם האם הוא עסק הוגן? העסק משתמש בשיטת 99 אגורות העסק מוכר מוצרים באריזות קטנות עם תוכן מצומצם, העסק מצניע מידע חשוב, שומר על אותיות קטנות בפרטים קריטיים, מוכר מוצרים שפג התוקף, האם רשימה כזאת היא משהו מעניין?

משתתף: זה נשמע לי כמו מדור רכילות בדרום ת"א. מה אתה מחדש בזה.

אני לא יודע, אני מנסה לחשוב על הדרך האחרת שאולי יש לנו שאמרתם רגע, יש לנו את כל יצרני הטחינה, הקפה, הפסטה, יש לנו את כל מותגי הנעלים ויש לנו את כל מותגי ה...ואנחנו לא נצא מזה זה מיליונים מי הוגן ומי פחות הוגן.

מנחה: איזה סקר אני צריך לעשות כדי, שכשאני אבוא עם התוצאות שלו, שתגידו: אני עכשיו הולך לעשות מעשה נגד העסק הזה?

משתתף: אני חושבת שצריך בכל זאת להיות ספציפיים. גם מסעדות שמדורגות ברחבי העולם בכוכבים אז גם להם יש צורך בנקודות. עובדה שמדרגים אותם, בכל פעם לוקחים פלח או מדינה מסוימת ועושים את זה.

מנחה: את אומרת: צור איזה שהוא פורטל שיש את כל המותגים את כל החנויות ואני אכנס ואדרג בין 1 ל-7 או בין 1 ל-10 כל סופר.

משתתף: לא אמרתי כל סופר תנובה, אוסם וכו'.

צריכה להיות חברה הוגנת או שלא. זאת אומרת יותר החברה, ולא פריט מסויים של הגינות אלא ציון כולל לחברה.

תן לי זמינות של כל החברות במשק ואז בטלפון אי אפשר לשאול את כל השאלות האלה.



יש את החברה "דן אנד ברדסטריט", הם קובעים שמחזור מסוים של מחזור זאת אומרת חברות שמעל אחוז מסוים הם יהיו שם, כלומר, לא כל אחד שעושה משהו ב-100 שנה מישהו צריך לדעת ולעשות איזה שהיא רשימה LIST כאשר יש לך מחזור עסקים מעל 2 מיליון שקל בשנה אז תהיה שם.

מנחה: האם לעשות סקר שימפה לי את כל הדברים שהם בעלי פוטנציאל של חוסר הגינות כמו הסתרת מידע וכו', ואז ניתן ציון לכל אחת מאותן החברות גדולות עפ"י איך הם עומדים בקריטריונים האלה, למשל שימוש ב-99 אגורות, מכירת אריזות גדולות עם תוכן קטן ואז נפרסם את הציונים?

משתתף: זה יהיה אפקטיבי רק אם זה יהיה רציף כל הזמן.

רק משהו חי ודינמי

להעסיק פקחים

יש 1000 מתנדבים או שאנחנו נמלא את זה.

מנחה: אם יצא מדד ויגיד: תשמעו בתחום ספקיות האינטרנט, בזק בינלאומי קיבלה ציון 90, נטוויז'ן קיבלה 70 וסמייל קיבלה ציון 40 תעשו משהו עם זה?

משתתף: לפעמים הסקרים האלה לא יעילים. עושים סקר לפי זה וזה, הסקר הוא מאוד 1 ל... אני שואלת את עצמי: שאלו אותי שאלו את השכן שלי, האם החברה עם הציון הכי גבוה לא הזמינה את הסקר? משרד הכלכלה לצורך העניין אז כן, אני אעשה עם זה. ברור.

מנחה: נגיד שייגידו לנו חב' טרה יותר הגונה מחב' תנובה או להיפך?

משתתף: לא. הטעם קובע: טעים לי או לא טעים לי. אם לא טעים לי-לא ישנה דרוג גבוה של העסק במדד ההגינות.

מנחה: אם יגידו לך: שופרסל דיל יותר הוגנת זאת אומרת שמספר הטעויות נמוך מזה שברשת מזון אחרת, זה יעיל?

משתתף: יכול להיות שכן כי יש כמה פרמטרים שאני מסתכל עליהם, לדוגמא: נוחות, לדוגמא זמינות הבחור שאני הולך אליו, המקום שאני הולך אליו, אם יש נוחות במיקום, יש מגוון מוצרים, יש מוצרים שאני מכיר אותם, זה לא מחייב מה שנקרא.

אם למשל ברשת מסוימת יש התאמה כמעט מלאה בין המחיר בקופה לבין המחיר על המדף. אם אתה יודע שרשת מסוימת עובדת ככה אתה אומר בוא נבדוק שם, אתה צריך ללכת ולראות אם נוח לך שם עם העגלה וכו'. יש עוד פרמטרים אבל בנושא של המוצרים עצמם אני רוצה שתהיה



התאמה אני רוצה שאם כתוב ברשת מסוימת מבצע או קנית 2 שילמת על 1 או 1+1, אש כשאתה מגיע לקופה זה תופס, ולא שישתבר לך פתאום שזה נגמר ושזה כתוב באותיות קטנות.

אני חושבת שתלוי מה תהיה הבעיה : אם חזות מחזיקה סחורה ישנה והמון מוצרים הם פגי תוקף אני מאמינה שהרבה אנשים יעזבו את המקום. אם יתנו לי מידע רלוונטי לקבלת ההחלטות שלי אני אשתמש בו.

מנחה: אתם רואים את עצמכם מגיבים לסקר כזה ואולי משנים התנהגות?

משתתף: כן.

אני הייתי מוכן לשלם שקל על כל קניה שאני עושה בכל סופר למשל כל פעם שאני קונה שהכסף הזה יעבור לחברה חיצונית והיא עושה את זה והיא לא מהארץ. כי אני לא הייתי סומך על שום חברה.

משרד הכלכלה המדינה עושה את זה. לא המדינה שתיקח מישהו חיצוני גורם אובייקטיבי לחלוטין, הייתי מוכן לשלם שקל יותר על כל קניה כדי לתקצב את זה כדי שלהם יהיו מדדים בינלאומיים אמיתיים שיבדקו כל מה שיש שהם יבדקו כל דבר והייתי משתמש בזה.

מנחה: היית רוצה לראות את זה כמו מה שהוזכר פה: מדד הכוכבים?

משתתף: הייתי רוצה שזה יהיה מפורט ואחר כך לפי תקן בינלאומי כלשהו שמישהו באמת בדק אותו
שיהיה ציון לכל דבר.

מנחה: תערוך לי את רשימת הפרמטרים של הגינות וחוסר הגינות תן לי גורם אובייקטיבי

שייתן לי ציון על כל חנות רשת? זה צריך להיות לפי חנויות, לפי קטגוריות?

משתתף: לא כ"כ לפי חנויות.

חנויות אתה לא יכול להקיף.

לפחות להתחיל מהרשתות ולאט לאט לרדת. יצרנים ורשתות.

מהארצי לרדת למקומי

משפט סיכום של המשתתפים:

בהצלחה

לממש

להתחיל לקחת ענף מסוים ולראות איך זה עובד

מחשבה חכמה