



השוואות סלי צריכה בין רשתות קמעונאות הרשות להגנת הצרכן וסחר הוגן

תקציר

במסגרת פעילות הרשות להגנת הצרכן וסחר הוגן כנגד יוקר המחיה, היחידה הכלכלית עורכת השוואות סלים תקופתית. השוואת הסלים כוללת דגימת עשרות מחירים של מוצרי צריכה מובילים בכל אחת מרשתות הקמעונאות הגדולות בישראל המהווים יחד סל ממותג (כלומר סל שמכיל את המוצרים של המותגים המובילים בשוק הישראלי, על פי רוב הם גם המותגים היקרים יותר בקטגוריה). במקביל, היחידה מייצרת סלים תחליפיים המורכבים ממוצרים אלטרנטיביים שמחירים זול יותר לעומת המוצרים המובילים הממותגים. כך, הרשות מציגה שני תוצרים חשובים. הראשון, הוא השוואה בין רשתות קמעונאות כאשר צרכנים שמעיינים בפרסום יכולים להתוודע לרשת שעבורה הסל המייצג (או התחליפי) הוא הזול ביותר. בנוסף, עבור כל רשת, הרשות מציגה אלטרנטיבות זולות יותר למוצרים המובילים שצרכנים נוהגים לקנות, ובכך מאפשרת גם לצרכנים שמעוניינים להמשיך לקנות באותה הרשת, להפחית עלויות.

הסלים המייצגים

הסלים שנבחנו כוללים למעלה מ-80 מוצרים שונים אשר מייצגים דפוסי צריכה של משקי הבית בישראל בהתבסס על סקר הוצאות משקי הבית של הלמ"ס.¹ מוצרים אלו כוללים בין היתר מוצרי פסטה, אורז, פתיתים, ירקות קפואים וטריים, בשר, עוגות, חטיפים משקאות ממותקים, מים מינרליים, מוצרי ניקיון, מוצרים לתינוקות ועוד. אנו בוחנים מספר סלים כמפורט:

1. סל ממותג- סל זה מכיל את המוצרים הממותגים. מדובר במותגים המובילים בישראל ובאופן ספציפי במוצרים ספציפיים מהמותגים המובילים שהם הנמכרים ביותר בקטגוריה הרלוונטית. ברוב המקרים של המקרים מדובר במוצרים היקרים יותר בקטגוריה ביחס למוצרים תחליפיים. הסל הממותג מאפשר השוואה בין כלל רשתות השיווק, משום שהמותגים המובילים על פי רוב נמכרים בכל רשתות השיווק.

2. סלים תחליפיים – סלים ספציפיים המורכבים מתחליפיים שונים שנמצאים ברשת שיווק ספציפית. אנו דוגמים כ-6-8 רשתות שיווק ובכל אחת מהן מרכיבים סל תחליפי, שמכיל את אותם מוצרים כמו בסל הממותג (מבחינת סוג ומשקל) אולם הם זולים יותר ולא בהכרח נמכרים בכל אחת מהרשתות, ולכן הם ספציפיים לכל רשת.

מכיוון שיתכנו חפיפות בין הסלים התחליפיים, בסך הכל מדובר על השוואה של למעלה מ-500 מוצרים.

חשיבות צרכנית

חשיבות עבודה זו של הרשות מול ציבור הצרכנים מתבטאת במספר דרכים. ראשית, היא מאפשרת לצרכנים לצרוך באופן נכון יותר ובפשטות גדולה. אנו מציגים סלים מייצגים שנותנים מושג טוב

¹ בנוסף חלק מבניית הסל מקורו בעבודה מוקדמת יותר שנעשתה בשיתוף עם הלמ"ס.



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



לגבי העלויות של סלים הרלוונטיים לצרכנים רבים ברשתות קמעונאות שונות. בנוסף, אחד מהתוצרים החשובים ביותר של השוואה זו הוא ההנגשה וההצגה של סלים תחליפיים לצרכן, כלומר מעבר מסל ממותג לסל שמכיל את אותם מוצרים אולם תחליפיים. בעבודות מחקר קודמות של הרשות נמצא כי החיסכון בהשוואת סל ממותג בין רשתות השיווק הגדולות הוא יחסית נמוך **יותר בהשוואה לחיסכון במעבר בין סלים ממותגים לסלים תחליפיים. בהשוואותינו בין הסלים, השוואות שאנו מבססים על בסיס קבוע החל מ-2022, הפרשים שמצאנו בין סל ממותג לסל תחליפי נע בין 7% ועד ל-30% לכן, הצגת הממצאים מסייעת לצרכנים להשוות בין רשתות קמעונאות כמו גם למצוא תחליפים זולים באופן משמעותי למוצרים שהם נוהגים לקנות.**

כמו כן, חשיבות עבודה זו עבור יוקר המחיה מצויה גם בהשפעתה הפוטנציאלית על ריכוזיות בשווקים. בעיית הריכוזיות בארץ נובעת ברובה מהמקטע היצרני, וממחקרים רבים ידוע לנו שאצל צרכנים מתפתחת נאמנות למותגים מובילים. כמו כן, מחקרים ובדיקות שערכה הרשות מעלים שהצרכן הישראלי סובל מבעיה זו באופן משמעותי. לפיכך, עידוד צרכנים ישראלים לבחירת תחליפים למותגים מובילים בדמות הנגשת תחליפים אלו והצגת שיעור החיסכון הצפוי מבחירה בהם, הינה קריטית על מנת לייצר נכונות גבוהה יותר אצל צרכנים לרכוש תחליפים למוצרים יקרים ובכך לחסוך הוצאות ולייצר תחרות בשווקי הצריכה.