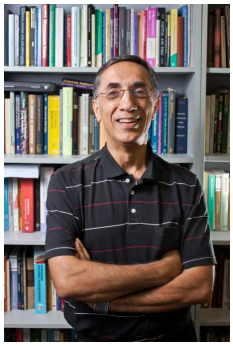
חדשות בר-אילן
הודעות הקמפוס
בר-אילן בתקשורת

ז' בסיון תשע"ח | 21 במאי 2018

משרד הדוברות טל': 03-531-8121 פקס: 03-738-4079 Spokesman.Office@mail.biu.ac.il



פרופ' דניאל לוי, המחלקה לכלכלה, אוניברסיטת בר-אילן

מחקר בינלאומי חדש בהשתתפות פרופ' דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה חושף: רשתות השיווק ממשיכות בתמחור המניפולטיבי שלהן

תאריך: 23-04-2018 שעה: 10:07

מחקר חדש שנערך ע"י פרופ' דניאל לוי מהמחלקה לכלכלה באוניברסיטת בר-אילן, ד"ר אביחי שניר ממכללת נתניה, ופרופ' Haipeng-Allan Chen מאוניברסיטת Kentucky, אשר פורסם לאחרונה בכתב העת האמריקאי Economics Letters בדק מחירים לפני ואחרי האיסור להשתמש בסיומת 9. כזכור, מ-1.1.2014 נכנסה לתוקף תקנה חדשה המתירה להשתמש רק בספרה 0 כסיומת של מחיר. התקנה באה בעקבות תלונות של צרכנים על השימוש המוגבר שעשו הקמעונאים בספרה 9 כסיומת מחיר כמו למשל במחיר 9.99 ₪ במקום 10.00 ₪, וזאת למרות שהמטבע אגורה הדרוש לעודף - איננו קיים. זאת ועוד, בעיניי רבים מהצרכנים, השימוש בסיומת 9 היה מניפולטיבי, ונועד לגרום להם לחשוב שהמחיר נמוך יותר.

במהלך המחקר החוקרים ערכו סקר צרכנים לפני ואחרי החלת התקנה. בצאתם מחנויות נתבקשו הצרכנים לציין את שמות המוצרים אותם הם רכשו ובנוסף היה עליהם לציין את המחיר שלדעתם שילמו עבור כל אחד מהמוצרים, והאם לדעתם המחיר עלה, ירד, או נשאר ללא שינוי, בהשוואה לשבוע הקודם. בנוסף לשאלון, הצרכנים סיפקו פרטים סוציו-דמוגרפיים אודותיהם כגון: גיל, השכלה ודפוסי קניה.

החוקרים בדקו כיצד קשורה סיומת של מחירים ליכולתם של הצרכנים לזכור מחירים, ולהבחין בשינויי מחירים. פרופ' לוי מסביר: "לסיומת 90 השפעה פסיכולוגית זהה להשפעה שהייתה לסיומת 9 לפני האיסור. אמנם סיומת 90 עגולה יותר, וגם נגישה יותר מבחינה קוגניטיבית מאשר סיומת 9, אך נמצא שהיא מניפולטיבית לא פחות וכך כוחות השוק הרציונאלי, הכשילו את אחת ממטרות התקנה שהיא להפסיק שיטת תמחור שבעיניי הציבור נתפשה כערמומית. למעשה הקמעונאים ממשיכים בשלהם בחסות החוק – רק הפעם הם משתמשים בסיומת 90 אגורות במקום בסיומת 9 אגורות - התוצאה הסופית הינה אותה תוצאה".

מממצאי המחקר עולה כי הצרכנים מתקשים לזכור מחירים המסתיימים ב-90 אגורות כפי שהתקשו לזכור מחירים שהסתיימו ב-9 אגורות. פרופ' לוי מוסיף: "יוצא אפוא, שסיומת 90 אגורות של היום הינה תחליף מדויק של הסיומת 99 אגורות אשר נאסרה לשימוש". לדבריו: "לממצאים אלו יש השלכות על מדיניות כלכלית רגולטורית. לקמעונאים הישראליים הייתה העדפה ברורה לסיומת 9, והסיומת שימשה גם את הצרכנים כאינדיקטור למחירים נמוכים. כאשר הרגולטור אסר על השימוש בה, השוק 'גילה' סיומת חדשה, 90 אגורות, המשמשת לאותה מטרה. עכשיו הקמעונאים מעדיפים סיומת 90 על פני סיומות אחרות".

פרופ' לוי מסכם: "התוצאה הסופית לא צריכה להפתיע אותנו משום שכוחות השוק תמיד יחפשו דרכים להתמודד עם רגולציות לא רצויות ובמרבית המקרים הם גם ימצאו אותן".

כתבה נרחבת על המחקר פורסמה במוסף הכלכלי "דה מארקר" של עיתון "הארץ".

כל הזכויות שמורות לאוניברסיטת בר-אילן, רמת-גן 5290002
טלפון: 972-3-531-8111