

8.35x31.29	1	עמוד 21	הארץ - the marker	30/08/2017	60011992-8
איגוד לשכות המסחרלשכת המסחר - 35010					

## מסחר אלקטרוני דן כרמלי

# המדינה פוגעת בקמעונאים ובצרכנים

הבילוי המועדף על הישראלים הוא קניות. מדוע אנחנו נהנים מקניות? מהפן הכלכלי, כלכלת ישראל יציבה וחזקה. כיום המד טבע הישראלי שווה יותר – וכולנו יכולים לקנות יותר ולקבל יותר עבור אותו הכסף המצוי בכיסנו. בנוסף, המשק הישראלי חשוף יותר למוצרי צריכה מיובאים. בחלק מהמאבק ביוקר המד חיה, הממשלה מובילה מדיניות נבונה וראויה של הסרת הסמי יבוא – ומגוון מוצרי הצריכה הנמכרים בחנויות הקמעונאיות בישראל גדול ומתרחב מיום ליום, והתחרות הגוברת מובילה לירידת מחירים.

מהפן הצרכני, חוויית הקנייה שחוהה הצרכן הישראלי דומה ברמתה ובאיכותה לחווייה בחנויות ובמרכזי הקניות בערים המרכזיות והגדולות בעולם: החנויות המעוצבות, תנאי הקנייה, הסביבה והשירותים הנלווים, היכולות לבחון את המוצר באופן בלתי-אמצעי ולהתייעץ לגבי עם מוכר – כל אלה הופכים את חוויית הקנייה לביילוי. בנוסף, הצרכן הישראלי זוכה ביתרונות רגולטוריים ברכישה אצל קמעונאים מקומיים, כמו אחריות של ספק ידוע ומוכר, זכויות צרכניות הנובעות מחקיקה, קבלה מיידית של המוצר, אפשרות בחינה של המוצר והתאמתו לצרכיו, שירות לאחר הקנייה, מדיניות נוחה להחזרת מוצרים, רכישת מוצרים בטוחים, בריאים וירידותיים לסביבה.

למרות זאת, וכחלק ממדיניות ממשלתית, פועלים במשרד האוצר לעידוד הצרכנים הישראלים לערוך קניות באתרי מכירות מחו"ל, כי בוא אישי. העידוד נעשה על ידי מתן פטורים ממע"מ עד לסכום של 75 דולר ופטור ממסי יבוא עד לקנייה בסך 500 דולר. בימים אלה שוקלים קובעי המדיניות במשרד האוצר אף להעלות את סכום הפטור.

**כחלק ממדיניות  
ממשלתית, במשרד  
האוצר פועלים לעידוד  
הישראלים לערוך קניות  
באתרי מכירות מחו"ל,  
ביבוא אישי**

הקמעונאים המקומיים היו שמחים להגדיל את היקף מכירותיהם, ולאפשר לצרכן הישראלי ליהנות גם מחוויית הקנייה בחנויות וגם ממחיר פטור ממס, ולמכור במחיר נמוך יותר לצרכן – אך הוטל עליהם להוות צינור לתשלום מס המ-

שולם על ידי הצרכן הישראלי, באמצעות מסי יבוא ומע"מ. איננו מתנגדים להעלאת סכום הפטור ברכישות באתרי סחר מחו"ל, אלא שאנחנו עומרים על זכותו של הצרכן לבחור בחוויית רכישה בישראל, על כל יתרונותיה, על בסיס מס שווה. לפיכך, יש לפיטור את הקמעונאים המקומיים, ודרכם את הצרכן, מתשלום מע"מ ומסי יבוא על מוצרי צריכה, כפי שנעשה לגבי רכישות באתרי סחר מחו"ל. ניתן לקבוע באופן חריג כי היתרון היחיד הקיים לצרכן ברכישה מקוונת מאתרי סחר מחו"ל, לעומת רכישה אצל הקמעונאים המקומיים, הוא המחיר. זה למעשה התמריץ היחיד.

הצרכנים המבצעים רכישות באתרים מקוונים מחו"ל עושים זאת בשל התפילה שזו הדרך הטובה ביותר להתמודד עם יוקר המחיה, וכך הם נהנים מחיסכון כספי משמעותי. רכישת המוצרים בארץ נהיית יקרה יותר, גם מחמת חיובי המע"מ המוטל על כל פריט צרכני הנקנה בארץ, לעומת הפטור שניתן בסכום של עד 75 דולר ליבוא אישי.

על בסיס מחקר שפירסמה חברת הייעוץ TASC, צמיחת שוק המסחר האלקטרוני משנה את פני הקמעונות בישראל. ב-2016 השוק הקמעונאי המקוון בישראל מוערך ב-7 מיליארד שקל. שוק זה צמח בשיעור שנתי של כ-25% בשלוש השנים האחרונות, ומהווה כ-6% מכלל השוק הקמעוני ל-2016. הרכישות מחו"ל מהוות כ-40% מהשוק הקמעוני המקוון בישראל – כלומר כ-2.8 מיליארד שקל.

המצב כיום יוצר תופעה מקבילה ובעייתית: יבוא מסחרי בתחפושת של יבוא אישי. אתרי סחר מקוון רבים מחו"ל מודעים לפרצה, ומציעים אפשרות להפדרת משלוחים כדי לעמוד בתנאי הפטור.

הדבר מוביל, בין השאר, לפגיעה בבטיחותו של הצרכן הישראלי: מוצרים ביבוא אישי נכנסים לארץ כשהם אינם עומדים בדרישות החוק ובלי שיצטרכו לעבור בדיקות בטיחות, בריאות או במעבדות מוסמכות אחרות – בכך הם מסכנים את הצרכן הרוכש, ואף צרכנים אחרים הנשפעים סביבתית לשימוש במוצר.

אם לא תהיה התמודדות עניינית והוגנת עם הדרישה לקבוע בסיס מס שווה, המצב החדש עלול להביא לאסון ולהתמוטטות של עסקים רבים המעסיקים מאות אלפי עובדים במגזר המסחר והשירותים, וכי מגזר היצרני – והצרכן הישראלי לא יוכל להמשיך ליהנות מחוויית הבילוי המועדפת עליו.

הכותב הוא משנה למנכ"ל איגוד לשכות המסחר