

האם מכירות שכונתיות באמת

חוסכות לנו כסף?

בשנים האחרונות המכירות השכונתיות הפכו לפופולריות מאוד, במיוחד בקרב משפחות שמחפשות להוזיל את עלויות המזון. על פניו, המחירים במכירות אלו נמוכים יותר מרשתות המזון הגדולות, אך האם זה באמת משתלם בסוף החודש?

בשורות הבאות נבחן בסיעתא דשמיא - האם מכירות שכונתיות אכן מובילות לחיסכון בהוצאות המשפחה, או שמא גורמים פסיכולוגיים ושיווקיים גורמים לנו להוציא יותר ממה שתכננו.

נסקור את היתרונות והחסרונות של הקנייה במכירות אלו, נזהה את הטריקים שמשפיעים עלינו, ונלמד כיצד לקנות בצורה חכמה ומבוקרת – בלי לחרוג מהתקציב.

מבוא: צרכנות נבונה

בעידן שבו שיטות שיווק מתחכמות משפיעות על הרגלי הצריכה שלנו, חשוב ללמוד כיצד לקנות בצורה חכמה.

בתהליכי ליווי משפחות ובסדנאות שאני מעביר, אני שם דגש על צרכנות נבונה בכל הנוגע לקניות מזון ברשתות השיווק. זאת משום שלפי ניסיוני, בין 20% ל-30% מהוצאות משק הבית מופנות לרכישת מזון.

בס"ד, עם הכלים הנכונים, אפשר לצמצם משמעותית את ההוצאות – משפחות רבות מדווחות על חיסכון של כ-25% בהוצאות המזון, וכל זאת בלי מאמץ מיוחד ובלי פגיעה ברמת החיים.

לאחרונה, אני נשאל לא פעם על קנייה במכירה מרוכזת בשכונות שבהן מזמינים מוצרים מראש והם נשלחים לנקודות איסוף. האם ניתן ליישם גם שם את עקרונות הצרכנות הנבונה? לכאורה, מחירי המכירות הללו נמוכים יותר ממחירי הרשתות הגדולות, אבל השאלה האמיתית היא האם הצרכן מרגיש את זה בכיס בסוף החודש?

שמי יהודה נפוסי "יועץ ומאמן לכלכלת המשפחה" חבר ב"איגוד היועצים והמאמנים לכלכלת המשפחה", ובמאמר זה אנחנו הולכים לצלול לאחד הנושאים הבווערים בעולם הצרכנות החדר.

הפסיכולוגיה מאחורי הקנייה – למה זה עובד עלינו?

ראשית, חשוב להבין מהם הגורמים שגורמים לנו לרכוש מוצרי מזון בחורף ובקיץ, בגשם ובשמש, בלי מזגן, בשעות מוגבלות, ולעיתים תוך התמודדות עם חוסרים, צפיפות ומאמץ רב למציאת כל המצרכים?

תחושה של הצרכן: "יש כאן חלוקה"

לרבים מהצרכנים יש תחושה שמדובר ב"מכירת חסד" – כאילו כמה גבירים עומדים מאחוריה ומסבסדים את המחירים. מתוך כך נוצרת תחושת מחויבות: "התורה חסה על ממונם של ישראל", ולכן יש לרכוש כמה שיותר דווקא דרך המכירה הזו.

האמת? מאחורי מכירות אלו עומדת חברת קמעונאות לכל דבר. ובניגוד לרשתות שיווק אחרות, היא חוסכת בעלויות משמעותיות – ארנונה, שכירות, ניקיון – ואין כמעט חזרות ובלאי, כי הכול מוזמן מראש בכמות מדויקת. זה מאפשר לה להתחרות במחירי השוק ולהוזיל עלויות.

עם זאת, חשוב לזכור שמדובר בעסק מסחרי לכל דבר, לא בארגון צדקה וחסד. ההבנה הזו מאפשרת לנו להיות מודעים לאסטרטגיות השיווקיות, ההשפעות הפסיכולוגיות והאתגרים שהמכירות הללו מציבות – אשר לעיתים דווקא מגדילים את ההוצאה שלנו.

אין לי בעיה עם זה שהחברה מרוויחה – להפך, אני מלמד משפחות איך למכור טוב יותר בעסק המשפחתי שלהן. אבל כדי להיות צרכנים נבונים, חשוב שנבין את המציאות כפי שהיא.

אפקט איקאה וההשפעה על הצרכן

מחקר שנערך ב-2011 ע"י פרופ' דן אריאלי וחוקרים נוספים, הראה שאנשים היו מוכנים לשלם בממוצע 63% יותר עבור רהיטים שהרכיבו בעצמם, לעומת רהיטים שהורכבו מראש.

התופעה, שנקראת "אפקט איקאה", מצביעה על כך שככל שמישהו משקיע יותר במשהו, כך הוא מעריך יותר את התוצאה. בבחינת "רוצה אדם בקב שלו מתשעה קבין של חברו".

באופן פרדוקסלי, דווקא המאמץ, הזמן וההתעסקות בליקוט המוצרים נוצרת התמכרות למקום.

שנאת ההפסד

כאשר אוזל מוצר ממלאי בקנייה באופן מקוון קיים סמל של 'אזל מהמלאי', המסמל כי אין אפשרות לרכוש את המוצר.

סמל זה 'אזל מהמלאי' יוצר באופן תת מודע לחץ להזמין במהירות מחשש להחמצה, וכך ברכישות הבאות פעמים רבות אנחנו נוסף לסל שלנו מוצר רק מפני החשש שמא הוא ייגמר, וזאת לפני ששקלנו בדעתינו האם אנחנו באמת זקוקים למוצר הזה?

לפעמים קיימת תחושה כי מוצרים מסוימים "אזלו מהמלאי" עוד לפני פתיחת המכירה, מה שמעצים את האפקט הפסיכולוגי שיש בסמל וגורם לצרכנים למהר לרכוש יותר.

כיוון נוסף של שנאת ההפסד הוא הקושי להשאיר על המדף מוצר זול, גם אם איננו באמת זקוקים לו. לעיתים, אפילו כשאנחנו כן צריכים את המוצר, אבל במצבנו הכלכלי הנוכחי היינו מוותרים עליו – המחיר הנמוך, יחד עם התחושה של "מכירת חסד" ושאר ההשפעות הפסיכולוגיות, יוצרים תחושה שזה ממש "בל תשחית" לוותר עליו. כך, בלי לשים לב, אנחנו ממלאים את הסל במוצרים שלא בהכרח היינו רוכשים במצב רגיל.

יתרונות וחסרונות של מכירה מרוכזת בשכונה

בואו נבחן את היתרונות והחסרונות של הקנייה במכירה השכונתית, חשוב לבדוק האם היתרונות באמת עולים על החסרונות במשק הבית שלנו.

יתרונות:

✓ **סמיכות לבית** - למי שאין ברשותו רכב או שרשתות המזון נמצאים במרחק מהבית, מכירה שכונתית סמוך לבית מהווה פתרון מצוין, ודאי בהשוואה למכולות היקרות שנמצאות בשכונות.

✓ **קניה שבועית מרוכזת** - מסייעת ביצירת סדר ורוגע בניהול הבית.

✓ **שליחת ילדים לאיסוף המוצרים** - חוסך זמן ומאמץ עבור עקרות הבית, לפעמים בסיוע של ילדים של השכנים בתמורה לסכום סמלי.

✓ **מותגים זולים** - בזכות יבוא עצמי של מותגים פרטיים.

✓ **איכות גבוהה בפירות וירקות** - כנ"ל.

✓ **פתרונות הלכתיים בשמיטה** - לעיתים זמינים יותר מאשר ברשתות אחרות, וכן במוצרים כמו "נטחן לאחר הפסח" וכדומה.

✓ **העסקת יהודים שומרי מצוות** - בבחינת "צאו והתפרנסו זה מזה".

✓ **תושבי ערים רחוקות** – במקומות ללא רשתות זולות, המכירה השכונתית עשויה להיות אופציה מצוינת.

חסרונות:

✗ **מוצרים עונתיים** - כל סוג מוצר נמכר פעם בחודש מה שגורם לנו לקנות כי "בשבוע הבא לא יהיה" ובכך אנחנו מתרגלים לרכוש מוצרים שאנחנו לא באמת זקוקים להם, ומגדילים את השימוש.

✗ **הרחבת היצע** - הכנסת מוצרים שהם לא מזון מובילה לרכישות לא מתוכננות של מוצרים שבדרך כלל לא היינו רוכשים בחנויות ייעודיות כמו בטמבור, בחנות לכלי מטבח ובחנויות המשחקים וכדו', ייחטף בשניות במכירה שכונתית.

✗ **חשיפה למבחר מוצרים** – מגבירה את תחושת הצורך והחשש מהפסד, מה שמוביל לרכישות מיותרות.

✗ **הזמנה דיגיטלית** - מקשה על הערכת הכמויות בפועל ועלולה להוביל לרכישות לא מבוקרות, ללא קשר למצב חשבון הבנק.

✗ **רכישה באשראי בלבד** - מחייבת שימוש בכרטיס אשראי, גם למשפחות שאינן יודעות לנהל אשראי בצורה נכונה.

✗ **חוסר גיוון** - רק אופציה אחת לכל מוצר, מונע השוואת מחירים ובחירה בהתאם להעדפות האישיות.

✗ **דחיית הכאב** – כמו בעסקת תשלומים, התשלום מתבצע מספר ימים לאחר הבחירה, מה שמקשה את תחושת ההוצאה.

✗ **כמות גדולה** – ירקות ומוצרים נוספים נמכרים במארזים גדולים, מה שעלול להוביל לבזבז אצל משפחות קטנות ולעלייה לא מתוכננת ברמת החיים.

✗ **מוצרים חסרים ללא החזר** – יש משפחות שתהליך ההחזר מסורבל עבורם מה שגורם לרבים לוותר ולשלם על מוצרים שמעולם לא קיבלו.

- ✖ **חתול בשק** – לעיתים המוצר שמתקבל שונה בגודל, איכות או תכולה ממה שתוכנן.
- ✖ **לחץ להזמנה מהירה** - מוצרים שמסומנים כ"אזל מהמלאי" יוצרים לחץ להזמין מהר, גם ללא צורך ממשי.
- ✖ **הזמנה מראש** - מקשה על תכנון נכון, שכן אי אפשר לדעת אילו מוצרים ייגמרו עד קבלת ההזמנה.
- ✖ **תחת כיפת השמים** – פעמים רבות מכירות אלו נעשות תחת כיפת השמים, מוצרים רבים חשופים לשמש או לגשם במשך שעות ארוכות.
- ✖ **צפיפות** – בחלק מתחנות החלוקה ישנה צפיפות רבה לעיתים פוגעת בנסיונות לשמור על גדרי הצניעות.
- ✖ **אי איסוף** - משפחות טרחו להזמין וכשיש איזה בלת"מ והם לא יכולות לבוא לאסוף, המשפחה עלולה להפסיד את ההזמנה.
- ✖ **צורך בהשלמות** - לרוב עדיין יהיה צורך בקנייה נוספת, מה שמקשה על ניהול תקציב יעיל.

לסיכום

כפי שראינו, החסרונות במכירה השכונתית עולים על היתרונות. קשה מאוד לעמוד כחומה בצורה מול כל ההשפעות הפסיכולוגיות והאתגרים שהוצגו כאן, ולבסוף לא למצוא את עצמנו עם הוצאה חודשית גבוהה יותר.

לכן, מי ששוקל לעבור לקנייה שכונתית צריך לבחון היטב את ההשלכות, ולבדוק בכנות האם השיטה הזו באמת תחסוך לו כסף – או שמא תגרום לו להגדיל את ההוצאות.

בפסקה הבאה אציג מספר עקרונות חיוניים, שבלעדיהם יש סיכוי גבוה שהרכישות במכירה השכונתית יובילו להוצאה גדולה יותר – גם אם המחירים עצמם נמוכים.

איך בכל זאת אפשר להמשיך לקנות מכירה שכונתית?

✓ **אין כאן מכירת חסד** - הצעד הראשון הוא להבין שמכירה שכונתית אינה "מכירת חסד". אמנם יש יתרונות כמו מחירים נמוכים ונוחות, אך גם אתגרים צרכניים שיש לקחת בחשבון.

✓ **תקציב קבוע ובלתי חורג** - כדי לשמור על שליטה בהוצאות, קבעו מראש סכום מוגדר לקניות, למשל 1,000 ש"ח בחודש או 250 ש"ח בשבוע, ועמדו בו ללא יוצא מן הכלל.

✓ **רשימת קניות. רשימת קניות מחייבת** - קונים רק מה שברשימה. אם מוצר חסר, משאירים אותו ברשימה להשלמה במקום אחר.

✓ **רשימת מוצרים חיוניים** - אם מצאתם מוצר במחיר זול מאוד, אל תמהרו לרכוש אותו רק בגלל המחיר. כדי למנוע זאת, צרו "רשימת מוצרים חיוניים" שבה תרשמו מוצרים שאתם באמת צריכים, אך לא בכל מחיר. כך, תוכלו לקנות אותם רק כאשר הם מוצעים במחיר משתלם, מבלי לחרוג מהתקציב. מצד אחד, אופציה לרכישת מוצרים עדיין קיימת, ומצד שני, תימנעו מליפול בזה כל שבוע מחדש.

✓ **בדקו את הסל שוב** - אחר שהרכבתם את סל הקניות, עברו עליו שוב במוצאי שבת או בראשון בבוקר, פעמים רבות תגלו מוצרים שאינם נחוצים ותוכלו להסירם.

באמצעות יישום העקרונות הללו, תוכלו להפיק את המיטב מהמכירה השכונתית, ליהנות מהמחירים הנמוכים – ולשמור על התקציב המשפחתי ללא חריגות.

כמה מילים לסיום

כל הכבוד על ההשקעה שלכם בניהול כלכלת המשפחה! אם קראתם עד כאן, כנראה שהנושא חשוב לכם, ואתם כבר בדרך לקבלת החלטות צרכניות חכמות יותר.

אם יש מישהו קרוב אליכם שיכול להפיק תועלת מהמידע הזה, שתפו איתו את המאמר - בס"ד גם הוא יוכל לעשות סדר בקניות ולחסוך בהוצאות, בהצלחה!

אתם רוצים להגיב, לשתף, או להחכים אותי בתובנות שלכם?

[לשליחת תגובה מהירה](#)

אתם מוזמנים ליצור קשר:

יהודה נפוסי 052-760-7773 yn607773@gmail.com