



זירה

## השתתפות צרכנית

# חרם צרכנים

כלי מתוך ארגז הכלים להשתתפות אזרחית ואקטיביזם של צעירים וצעירות 



## הכלי על רגל אחת

### זירה: השתתפות צרכנית

1

#### תקציר הכלי

כלי זה עוסק בארגון של חרם צרכנים - הובלת מהלך של הימנעות קבוצת צרכנים מקנייה או משימוש במוצרים של עסק או ארגון במטרה לגרום לשינוי התואם את עמדת הצרכן. הכלי כולל: התייחסות לסיבות לבחירה בחרם צרכנים או להימנעות מצעד כזה, הצעדים שיש לנקוט ומפתחות להצלחה.

2

#### מתי אשתמש בכלי?

כאשר אני מעוניין לרתום אנשים נוספים להימנעות מקנייה או משימוש בשירותים או במוצרים של ארגון או של בית עסק; כדי לקדם מטרה ערכית שאני מאמינה בה, להביא להורדת מחירים או לשינוי אחר במדיניות העסק.

3

#### מה תהיה התוצאה?

רתימת אנשים למטרה שאתה מקדם, הורדת מחירים או השגת שינוי במדיניות העסק (למשל, כלפי עובדים או צרכנים).

## הקדמה

מחאת הקוטג'; חרדים שגוזרים כרטיסי מועדון של אל-על; קמפיין BDS, שקורא לחרם כלכלי, אקדמי ותרבותי על ישראל; ארגוני שחורים בארצות הברית, שהחרימו בשנות ה-50 את חברות האוטובוסים שאילצו שחורים לשבת בספסלים האחוריים בלבד...

**מה המשותף לכל אלה?** כולם חרמות של צרכנים, שמנסים להגיע להישגים באמצעות הימנעות מעשיית עסקים עם הגוף המוחרם.

רוצה לחולל שינוי חברתי-צרכני? חרם צרכנים הוא אמנם כלי קיצוני, אבל יש מקרים שבהם הוא בדיוק מה שצריך כדי לשנות מציאות. המשך לקרוא ותגלה כיצד.

רק מי שלוקח סיכון והולך רחוק, מגלה עד כמה רחוק הוא יכול להגיע. אלברט איינשטיין

### מהו חרם צרכנים?

חרם צרכנים (באנגלית: Boycott) הוא תהליך שבו קבוצה של צרכנים נמנעת במשך תקופה מסוימת לקנות או להשתמש בשירות או במוצר מסוים, כדי לגרום לשינוי מדיניות של הגוף המוחרם - להוריד את המחיר, לשפר את השירות או להשיג מטרה פוליטית או מוסרית כלשהי.



חרם צרכנים הוא אחד הכלים החזקים ביותר העומדים לרשות הציבור, שכן הוא יוצר פרסום שלילי לגוף המוחרם ופוגע ברווחים של כל בית עסק. החרם יכול להיות מופנה נגד תאגיד או חברה מסוימת, נגד איש מקצוע מסוים, ארגון או אף נגד מדינה. על פי רוב, מטרתו של חרם צרכנים היא להקטין את כמות המכירות ובכך לגרום לשינוי התנהגות מצד מושא החרם. לעיתים, החרם עצמו הוא חלק ממאבק חברתי רחב יותר. במקרה כזה, החרם יכול לשמש ככלי להפצת המאבק לציבור רחב יותר. חרם צרכנים מוצלח יגייס תומכים נוספים לרעיון ויוביל לכך, שהעסק ישנה את מדיניותו או יוריד את מחיריו, בהתאם למטרה שהוגדרה.



### הידעת?

בניגוד לארצות הברית, בישראל, עד שנת 2011 כמעט שלא היה חרם צרכנים. ב-2011, עם תחילת מחאת הקוטג' ואחריה בחרם הנרחב על חברת 'תנובה', עבר הצרכן הישראלי מעמדה פסיבית של מתלונן לצרכן שנוקט צעדים אקטיביים כדי לשנות את המציאות.

## חרם צרכנים בישראל

עד לקיץ 2011, הצרכן הישראלי נחשב אדיש לשימוש בכלי של חרם צרכנים להשגת מטרה כלכלית מסוימת, למעט מקרים בודדים. לחצי על התמונות כדי לקרוא עוד.

2003:

פרשת רמדיה



2018:

טיסת השבת של אל-על



2011:

חל שינוי משמעותי בגישה של הציבור הישראלי וזאת עם מחאת הקוטג', שבעקבותיה תפסת הצרכנים את כוחם עלתה מאוד

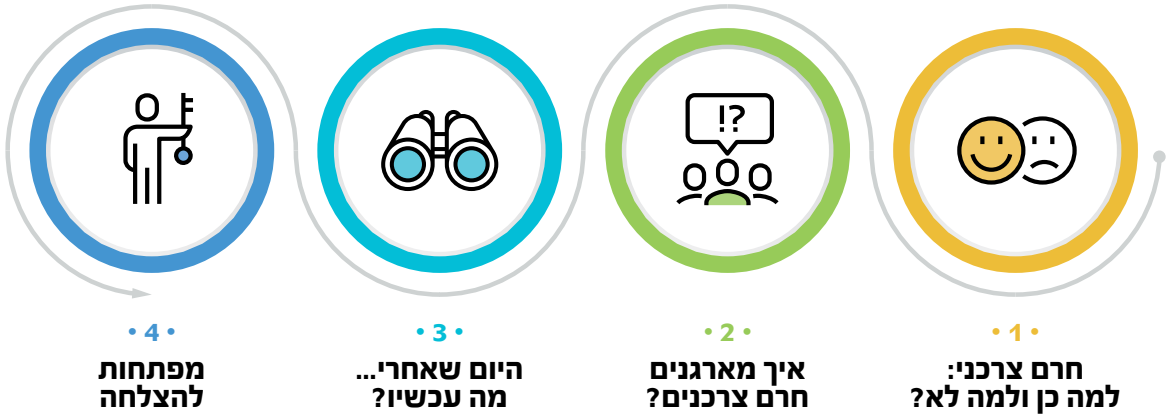


## מתי נכון ומתאים להשתמש בחרם צרכנים?

לפני שתבחר להשתמש בחרם צרכנים, אנחנו מציעים לך רגע לעצור ולחשוב על כך קצת יותר לעומק ורק אז לקבל החלטה. זכור, חרם צרכנים הוא **אמצעי קיצוני, שעלולות להיות לו השלכות רות גורל, לכן חשוב להגיע להחלטה על חרם רק אחרי שאמצעים עדינים יותר להפעלת לחץ לא הצליחו**. תמיד יש להעדיף פנייה ישירה אל העסק והידברות. מומלץ לנקוט בחרם צרכנים רק כאשר אמצעים "עדינים" יותר של הפעלת לחץ, כמו הידברות, נכשלו ויש רצון להחריף את המאבק ליצירת שינוי.



## חרם צרכנים: איך עושים את זה?



כאמור, חרם הוא מהלך אגרסיבי ועלולות להיות לו השלכות מרחיקות לכת - סגירת העסק, אובדן פרנסה לבעלים ולעובדים השכירים, פגיעה רבת שנים במוניטין, ועוד. לכן, אין לפנות לאמצעי זה בקלות דעת ויש לשקול את המטרות והיתרונות לעומת האתגרים וההשלכות הצפויות.

לכן, לפני שמחליטים לנקוט בחרם צרכנים עשו הערכת סיכונים. שאלו את עצמכם:

### 1 למה כן ולמה לא?

למה לא?	למה כן?
<p><b>האם מדובר בנושא הקשור בשירות או בפגיעה שמצדיקה חרם?</b></p> <p>יש להבחין בין סוגייה הפוגעת בקבוצת אוכלוסייה מסוימת ולכן נכון לנקוט בחרם לבין סוגיית שירות כלפי לקוח כזה או אחר, שיש דרכים אחרות לפתור אותה, כמו למשל, באמצעות פנייה למועצה לצרכנות. אם קיבלתם שירות לא טוב באופן אישי וחד-פעמי, מומלץ שלא לבחור בדרך של חרם צרכנים.</p>	<p><b>האם מטרת החרם לשמש כ"קלף מיקוח"?</b></p> <p>מטרת החרם הנפוצה ביותר היא להשתמש בו כקלף מיקוח במשא ומתן. במקרה כזה, נעשה שימוש בחרם כדי לשנות את מדיניות החברה/העסק. למשל, המחרימים יכולים לדרוש מחברה מסוימת להתייחס לעובדיה בצורה טובה יותר, לייצר מוצרים בצורה יותר ידידותית לסביבה, לפרסם את המוצרים בצורה שוויונית מבחינה מגדרית, להוריד את מחירי המוצרים או השירותים.</p>

**לדוגמה**

רשת סופרמרקט המחייבת את הקופאיות לעמוד על רגליהן לאורך המשמרת ולא לאפשר להן לשבת, כי לדעת המנהלים כך יעבדו יותר מהר. חרם על רשת כזו יכול לשמש קלף מיקוח לשינוי היחס לעובדים.



## חרם צרכנים: איך עושים את זה?

### למה לא?

#### האם ההשלכות האפשריות הן מידתיות?

חרם עלול להוביל לתוצאות הרסניות, למשל: העסק יתחסל או יפשוט רגל ועובדיו יפוטרו. לכן, לפני פנייה לדרך של חרם יש לשקול היטב האם תוצאה כזו היא דבר שאתה מוכן לה. האם פגיעה בעסק, שעלולה להשפיע גם על עובדים שכירים, מצדיקה את המטרה. כאשר העסק המוחרם הוא אדם פרטי או עסק קטן ומשפחתי, חשוב לזכור, כי יש פנים מאחורי המוצר ולעיתים גם משפחה וילדים עלולים להיפגע. כמו כן, חשוב להקפיד שהפעילות אינה חורגת לתחום השיימינג (shaming) - תופעה של ביוש אדם במטרה לגנותו ולהשפילו. **חרם צרכנים נעשה כדי לחולל שינוי חיובי ולא כדי לבייש או לפגוע.**

### למה כן?

#### האם החרם ירתום אנשים למטרה חשובה?

לעיתים החרם לא מכוון בהכרח לשינוי בהתנהלות העסק, אלא משמש יותר ליחסי ציבור ולהפניית תשומת הלב הציבורית לנושא בוער. חרם מסוג זה יעיל כאשר הוא על רקע ערכי ואנו חושבים שיהיה קל יותר לשנות את ההתנהגות של הציבור מאשר את ההתנהגות של החברות.

#### לדוגמה

אם אתה חוצה לשכנע אנשים להפסיק לרכוש חיתולים חד-פעמיים מסיבות של איכות סביבה, חרם על רכישת החיתולים עשוי ליצור שינוי לא רק אצל היצרנים אלא גם אצל הצרכנים.

#### האם החרם עשוי להרחיק מכם תומכים?

האם הבחירה בצעד קיצוני כמו חרם יכולה לגרום לתומכים מסוימים במטרתכם לתחושת ניכור? האם ירגישו שזה מעשה תוקפני מדי?

#### האם ייתכנו השלכות משפטיות לחרם?

מומלץ להתייעץ עם עו"ד לפני קבלת החלטה.

#### האם אתה מוכן להשקיע את הזמן, המאמץ ושאר המשאבים הנדרשים למהלך?

כדי שחרם יהיה משמעותי ויקבל תהודה הוא צריך להתבצע בהיקפים גדולים ולאורך זמן. זהו תהליך הדרוש התמדה, פניות וסבלנות. ודא שיש לך את הידע, הזמן והשותפים הנדרשים כדי להצליח.



## חרם צרכנים: איך עושים את זה?

2

### איך?



#### הידעת?

לעיתים רק האיום בחרם יכול לעשות את העבודה ולהביא את העסק/החברה לשולחן המשא ומתן. חשוב שתשדר ביטחון ונחישות ותבנה לעצמך תדמית רצינית. עסקים יעדיפו להתפשר ולא להגיע לחרם, שיש לו נזקים והשלכות מרחיקות לכת.

#### לדוגמה

אם אתה רוצה להשפיע על מדיניות ההעסקה של העסק, כתב גם את מנהל משאבי אנוש.

## איך מתחילים ומהם השלבים בארגון חרם צרכנים?

**1. הגדר מטרה:** מה את מקווה שיקרה כתוצאה מהחרם? על מה את מוכנה לוותר בתהליך של משא ומתן ועל מה לא תוותר? בשום אופן? אם יש מטרה לטווח ארוך, שווה להגדיר מטרה ביניים קטנות שאותן קל יותר להשיג. המטרות הנפוצות של חרם צרכנים: גיוס תומכים למטרה מסוימת, הורדת מחירים, שינוי מדיניות העסק ביחסו לעובדים או ללקוחות. ניתן להעזר בכלי לניסוח חזון, מטרה ויעדים.

**2. הכר לעומק את העסק שבכוונתך להחרים:** מי הם מנהלי העסק, מה הם עושים ומדוע הם עושים זאת. חשוב שתוכל לענות על שאלות קשות שיופנו אליך על ידי ציבור הצרכנים שאתה מנסה לרתום לתמיכה. ודא שאתה מתבסס על עובדות ממקורות מהימנים ולא רק על פנייה לרגשות. אם החרם מופנה כלפי תאגיד גדול, חשוב להכיר גם את כל ענפי התאגיד וחברות הבת שלו.

**3. צור שיתופי פעולה עם אחרים המסכימים עם עמדתך:** ככל שיותר אנשים יירתמו לחרם כך הוא יהיה מוצלח יותר. שווה ליצור שותפויות עם ארגונים/קבוצות שיש להם השפעה על אנשים רבים.

**4. הצהר על כוונתך:** הצהר בפני העסק על כוונתך. חשוב שתכתוב מכתב רשמי ותשלח אותו בדואר רשום או בדוא"ל, אך יש לוודא שהוא מגיע לידיים הנכונות. בכתובת מכתב "הצהרת כוונות" רצוי לקחת בחשבון את הדברים הבאים:

- כתוב בבהירות ובמקצועיות, בדוק שאין טעויות כתיב ודקדוק.
- דע בדיוק למי אתה מפנה את המכתב - חשוב שהוא יהיה מופנה לדרגים הבכירים ביותר: מנכ"ל, יו"ר חבר מנהלים וכד'. בדוק מי האנשים המשמשים בתפקידי המפתח בעסק ופנה אליהם. חשוב לכתב את המחלקה המשפטית וכל גורם אחר שאחראי על קשרי לקוחות או על התלונה המסוימת שלכם.
- צייני באילו פעולות את מתכוונת לנקוט ומהן התוצאות הצפויות.
- הזכירי שיתופי פעולה: אם יצרת שיתופי פעולה, שימי לב שכל הלוגואים של הארגונים השותפים מופיעים על גבי המכתב. תני מקום של כבוד לארגונים החזקים יותר. המטרה היא להעביר מסר ברור שלפעולה שלך יש משקל רב.
- ציין את הנקודות הבאות:
  - א. מדוע החלטת לנקוט בחרם.
  - ב. מה אתה מתכוון להשיג.
  - ג. מתי המועד הרשמי של התחלת החרם. לפעמים כדאי לתת לעסק שבועיים זמן תגובה לפני התחלת החרם, אך שים לב לא להישאב לטקטיקות של עיכוב ודחייה שעלולות להיות מופעלות במקרים כאלה.



5. **רתום אנשים להצטרף לחרם:** חיכת שבועיים ולא קיבלת מענה או את המענה הרצוי מהעסק, זה הזמן להכריז בכל מקום אפשרי על כוונותיך ולרתום כמה שיותר צרכנים למהלך. התחל בלשכנע את חוג המכרים שלך ושכלל את אמצעי השכנוע. אם אינך מצליח לשכנע חברים - כנראה שיהיה קשה עוד יותר לרתום אנשים זרים. ניתן להעזר בכלי לרתימת פעילים. דרכים לרתום אנשים:

- קבוצות רלוונטיות ברשתות החברתיות.
- אמצעי התקשורת שסייעו לך להפיץ את דבר החרם.
- ודא שההצטרפות לחרם היא פשוטה וברורה עבור הצרכנים: הפץ הסברים ברורים וקצרים מדוע חשוב להצטרף לחרם.
- ספק מידע אקטואלי וזמין, עדכן באופן שוטף בהתפתחויות או במידע חדש.
- ספק מידע על חלופות למוצרים המוחרמים או לחנויות המוחרמות. מידע כזה יסייע לאנשים לוותר על מוצרים וחנויות שהם רגילים אליהם.



### חשוב לזכור

במקרים מסוימים צריך גם לדעת מתי להפסיק את המאבק. לעיתים קורה, שחרם צרכנים לא מצליח. חשוב לדעת לקבל החלטה להפסיק בחרם.

הצלחתם להניע חרם צרכנים, לגייס שותפים ולהפוך אותו למשמעותי. מה הלאה?

- **אל תרימו ידיים:** חרם צרכנים הוא ריצה למרחקים ארוכים, בעיקר כאשר אתם יוצאים נגד חברה או תאגיד גדולים. חשוב מאוד שתקבעו לכם גם מטרות קטנות יותר לאורך הדרך ושתחגגו את ההישגים הקטנים כאשר הם קורים. אם אתם נתקלים בהתנגדות רבה מצד העסק המוחרם - זה סימן להצלחה, סימן שהחרם מתחיל להשפיע והעסק בחששות.
- **פרגנו כשמגיע:** אם החברה או בית העסק שאתם מחרימים מחליטים על שינוי - פרסמו זאת. חברה מוחרמת מקבלת פרסום שלילי. חשוב להודות להם בפומבי על שינויים שהם עושים בעקבות החרם. עודדו את המשתתפים בחרם לחזור ולקנות מהם לאחר שהם שינו את המדיניות.

כשם שחרם צרכנים הוא כלי כלכלי אפקטיבי לנקיטה נגד עסק כדי לגרום לשינוי, כך גם תמיכה מאורגנת בעסק יכולה לתת לו דחיפה כלכלית משמעותית. אפשר להתחיל מלהיות צרכנים זהירים ומצפוניים ולקנות מעסקים שאתם מסכימים עם מדיניותם ואז לקחת עוד צעד קדימה ולרתום אנשים נוספים לתמוך בעסק הזה.

3

## מה עכשיו?



### הידעת?

תמונת המראה של חרם צרכנים היא תמיכה בעסקים שפועלים בהתאם למדיניות שבה אתם תומכים ומאמינים, ועידוד חברות שיש להן מודעות חברתית או אחריות תאגידית.

— **אמונה היא צעד ראשון להצלחת חרם:** זכור כי צעד מרכזי להצלחת חרם היא להיות משוכנע בכוח שיש לך להשפיע על העסק המוחרם. כחלק מרתימת שותפים למהלך, חשוב להעביר להם את המסר הזה - יש לכם כוח להשפיע.

— **גייס ארגונים ואנשים בעלי השפעה לפעול במשותף:** היכולת לרתום צרכנים נוספים למאבק היא קריטית להצלחתו. ארגונים ואנשים בעלי השפעה עשויים להיות המפתח לחרם מוצלח. דוגמה לכך היא הצלחתם של חרמות במגזר החרדי - חברי הקהילה החרדית מושפעים ממנהיגיהם ונוהגים באופן ממושמע ולכן חרם צרכנים אצלם הוא אפקטיבי ביותר. ניתן להעזר בכלי לניהול שותפים.

— **הגדר מטרות ברורות לחרם:** רק מטרות ברורות יאפשרו לך להגיע להצלחה.

— **שמור על מידתיות ושיקול דעת:** חרם, כאמור, הוא צעד קיצוני. זכור שקיצוניות יתר עלולה להרתיע שותפים במקום למשוך אותם.

4

## מפתחות להצלחה