

"לחשוב שכל מה שצריך זה הורדת מכסים? יש פה טעות קשה מאוד"

ד"ר אלון איזנברג המתמחה בחקר מבנה שווקים ותחרות מסביר ש"צריך להעלות הילוך בתחום ההגבלים העסקיים - אבל זה לא הפיתרון לאינפלציה" • בין ההמלצות שלו לרשות התחרות: לחזור להתמקד בקרטלים ולספק לחברות הנחיות ברורות - "שהשוק ידע מה מותר ומה אסור"



לוח הגבלים עסקיים, זה בריוק להציג את התחום בצורה נלעגת שעלולה אפילו לגרום לבקלאש: כשהמחירים ירדו, או כשיתחלף הממשל, יגידו אולי לא צריך הגבלים עסקיים.

"הגבלים עסקיים זה תחום מקצועי. נכון שיש לו גם צדדים פוליטיים ומשפטיים, אבל יש מאחורי זה הרבה כלכלה, והרבה ספרות מקצועית. אנחנו כחוקרים לא צריכים לעלות על גלים פופוליסטיים אלא פשוט להסביר בכל ימות השנה, ובכל תנאי מזג האוויר, למה זו פעילות חשובה."

איונברג מוכיר למשל את רשות הסחר הפרלית בארה"ב, שהעומדת בראשה, לינה האן, הביאה איתה גישה המכונה "גיאו ברנדסייאני", שמתנגדת לחברות גדולות מדי. "עכשיו אנחנו רואים שהדבר הזה קצת מתנפץ על סלעי בית המשפט העליון", הוא אומר, ומזכיר את הקשיים בתביעת הרשות נגד פייסבוק. "אם אתה מנסה להניע את גלגלי ההגבלים בצורה פופולרית, אתה כנראה גם לא תשיג את המטרה ואפילו תפגע לטווח הארוך ביכולת כן לעשות את זה."

לעומת זאת, איונברג מציין לחיוב מהלכים של רשות הסחר וגם של משרד המשפטים האמריקאי, לטיי פול בענפים ספציפיים, כמו שוק יותר בריאות או תרופות. "ככל שזה יותר קונקרטי ויותר מקצועי ככה יש סיכוי: אלף, שזה יעבוד בכלל, וישיג איזו שהי מטרה; ובית, שמבחינה תודעתית אנשים יתחילו לראות שזה עובד בשבילם. כמישהו שמאוד רוצה לראות את התחום הזה מקבל יותר נפת, אני

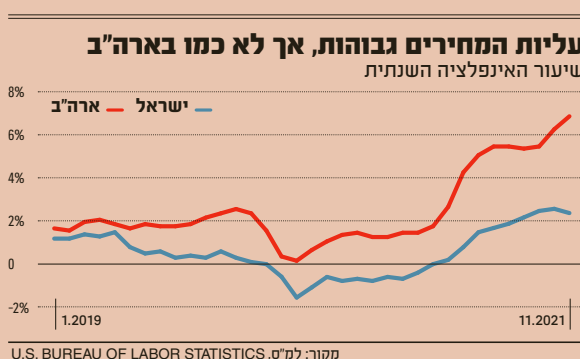
עולים, קצת יותר קל, כי כולם מדברים על זה. אפילו אמרים לעיתון 'מחירי התשומות שלנו עלו ב-10% או אנחנו כנראה נעלה מחירים'. וככה יש פחות חשש שאני היחיד שיעלה מחירים שזה מה שחברות מאוד לא אוהבות".

וכאמור, "אנחנו עדים לעלייה במחירי התשומות". כלומר, לא מדובר בדיון תיאורטי. בהקשר הזה, לאיונברג יש המלצה ברורה: להחמיר את הטיפול בקרטלים. "גם יותר הרתעה אבל גם הרבה יותר הנחיה של רשות התחרות לא רק ללכת ולהעניש אלא גם פשוט לבוא ולהגיד בצורה יותר קטגורית: את הרברים האלה אנחנו לא מרשים לכם לעשות. אהנו רוצים שתפסיקו להצהיר כל יום כך וכך, או בואו תביאו לנו לנו נתונים: אנחנו רוצים להבין למה כול-כס העליתם מחירים באותו שיעור". הוא אקטיביים כזה, הוא מדגיש, הוא בגדר "מענה לטווח הארוך יותר. אולי עכשיו זה קצת ירתיע עם עליית המחירים - אבל זה לא מרשם לטיפול באינפלציה כתופעה כוללת".

אווירה נוחה לצבירת נקודות פוליטיות

ועדיין, יש מי שמוחה הרמנות. אפי' לו אם האינפלציה הנוכחית לא קשורה לגידול פתאומי בריכוזיות, הרי שנוצר רה אווירה נוחה לצאת למאבק במונר פולים. כך הסביר פרופ' תומס פיליפון מאוניברסיטת ניו יורק, אחד מהחוקרים המובילים בתחום בארה"ב (שגם התראיין בעבר בהרחבה לגלובס על הריכוזיות באמריקה). "גרמה לי שהטענות הוא שבתקופה שהתחזרים עולים יש שית ציבורי, וקל לגרום לציבור להתעצבן ויותר קל לחברי קונגרס או אולי לחברי כנסת אלצנו לצבור נקודות על ידי זה שהם אמורים בואו ניכנס בפרימות הגדר לוח", אומר איונברג. "אני מאוד לא אוהב את הקו הזה".

למה? "קודם כל, יש כאן זילות של כל הרעיון של הגבלים עסקיים. אני מאמין שזה תחום מאוד חשוב, וצריך לזכור שברקע יש גם אנשים שחושבים שהוא בכלל לא חשוב, או שזה סתם פופוליסטי. ולהגיד 'טוב, בואו ננצל כל הזדמנות כדי להיכנס בחברות גדולות ונקרא



התפרצה כמו בארה"ב. בלי קשר, צריך להעלות הילוך בתחום ההגבלים."

נוצר מצב שיש הרבה תקשור ותמלול, אפילו רק כלפי התקשורת או כלפי הממשלה של הבעיות של הענף - שהוא בפני עצמו יכול לעזור לחברות לתאם העלאת מחירים"

התפרצה כמו בארה"ב. בלי קשר, צריך להעלות הילוך בתחום ההגבלים."

נוצר מצב שיש הרבה תקשור ותמלול, אפילו רק כלפי התקשורת או כלפי הממשלה של הבעיות של הענף - שהוא בפני עצמו יכול לעזור לחברות לתאם העלאת מחירים"

אז האם בתקופה של אינפלציה אפשר להניח שעליות המחירים יגיי עז דווקא מהמונופולים? טענה שכא מור נשמעת לאחרונה בארה"ב, כולל מהממשל. לא דווקא, מסתבר. "כשמחירי התשומות עולים, אין סיבה לחשוב דווקא שמונופולים יגלגלו את זה על הציבור יותר מענף בתחרות", אומר איונברג. בענפים תחרותיים, שבחם אין לחברות שולי רווח גבוהים, הוא מסביר, החברות "יגלגלו 100% מעליות המחירים על הצרכנים" - פשוט כי אחרת הן יתחילו להפסיד כסף. לעומת זאת, למונופולים יש יתרון: הם יגלגלו חלק מההתייקרויות, אולי זה גם ישתלם להם - דווקא אם יעלו המחירים מעט פחות, אולי הם ימכרו יותר וירוויחו יותר (תלוי כמה הברי קוש למוצרים שלהם רגיש למחיר). כך זה לא בהכרח נכון שחברות בשאיפה משליטה ריכוזית יגלגלו יותר מעליות המחירים על הצרכנים."

אבל זו לא כל התמונה. כשהתשר מות עולות יש לחברות בענפים ריכוזיים זיזים הרמנות לתאם בעקיפין העלאת מחירים, מסביר איונברג. "אחד הדברים שצריך לעשות בקרטל זה להציג ליח לתאם מחיר, ואם אפשר בשאיפה בלי שמש ריברנו על זה, כי אז אנחנו יכולים להסתבר. כשמחירי התשומות

אורי פסובסקי

"סופה מושלמת שגורמת לעליית מחירים", כך מגדיר ד"ר אלון איזנברג את המצב הנוכחי. וכמו כל סופה מושלמת, היא שילוב של סיבות. השיבושים שהמגפה זורעת בכלכלה, כולל בשרשראות האספקה, הביאו למשל לזינוק בעלויות עבור החברות עצמן. מה שנקרא, עלייה במחירי התשומות. "העלייה במחירי התשומות היא דבר אמיתי, שצריך איך שהוא להתגלגל גם אלינו הצרכנים. והוא משתלב - בשיי לוב קצת לא רצוי - עם תופעות אחרות של תקופת הקורונה, כמו עליה בכוחן של חברות שיש להן ריכוזיות ריכוזיות, עם קושי של ספקים קטנים יותר להתמודד עם האתגרים של התקופה, וקר שיהיה להתמודד עם תופעה של קרטלים."

למה קישור? "נוצרו נסיבות שבהן, למשל, ענף שלם הולך ומדבר עם הממשלה ואומר, 'תראו, צריך לעזור לנו'. אבל בריאלוג זה יכול גם להיווצר גם ריאלוג ביניים (החברות, א.פ.). נוצר מצב שבעצם יש הרבה תקשור ותמלול, אפילו רק כלפי התקשורת או הממשלה של הבעיות של הענף - שהוא בפני עצמו יכול לעזור לתאם העלאת מחירים"

עליות המחירים מורגשות במיוחד בארה"ב, שבה האינפלציה הגיעה לרמות שלא נראו זה עשורים. התפי תח ריון סוער בין כלכלנים: האם כוחם הגובר של המונופולים אחראי, והאם הדרך להורדת המחירים עוברת דרך מלחמה בהם? איונברג, מרצה בכיר במחלקה לכלכלה באוניברסיטה העברית בירושלים, מתמחה בחקר מבנה שווקים ותחרות. בראיון לגלובס, הוא מסביר שמאבק במונופולים הוא לא מרשם לטיפול באינפלציה, שהיא תופעה רחבה בהרבה. אבל מצד שני, הוא מדגיש שיש שלל סיבות להגביר את העיסוק בתחום ההגבלים העסקיים, או התחרותיות, כולל כאן בישראל.

"ייתכן בהחלט שהיכולת לנצל לרעה מעמד מונופוליסטי, או תחרות בין מעטים, השתפרה בתקופת הקורונה, מכיוון שתשומות הלב הציבורית לא כל כך שם - אולי עכשיו קצת יותר. ולכן כן הייתי רוצה לראות פעולה יותר משמעותית, גם בעת הזאת. לא כטיפול באינפלציה: אלצנו בישראל למשל, לפי הנתונים האינפלציה לא

דעה

לקמעונאים יש כוח לעצור עליות מחירים בשוק המזון

הצרכן הישראלי אדיש, אבל לרשתות המזון יש אפשרות לבלום התייקרויות, ולהרוויח מכך



פרופ' דייוויד גילה

הפקולטה למשפטים על שם בוכנן, אוניברסיטת תל אביב. לשעבר הממונה על הגבלים עסקיים

יכול, בלתיצת כפתור, באמצעות אתרי השוואה שהוקמו, לדעת איוה סופרמרקט מוכר לו את הסל שלו, באזור שלו, במחיר הוול ביותר. אולם, כוח גדול נוסף שיכול להרוץ עליות מחירים הוא הקמיונאים. בשוק המזון הישראלי לקמעונאים כלל-ארציים, ובמיוחד הקמעונאים הגדולים ביותר, הכוח לומר "לא" לעליות מחיריים מצד הספקים הגדולים, ואם הספק הגדול מתעקש, הקמעונאי יכול להוריד את המוצר מהמרפס. קמעונאי רק ירוויח נקודות בתור דעה הציבורית ויוכל להגדיל את נתח השוק שלו אם יעשה זאת.

"דילים" תמורת הסכמה הם עבירה פלילית

הספקים הגדולים יודעים זאת, ולכן קיים חשש שהם ינסו לשכנע קומץ קמעונאים גדולים להסכים להעלאת המחיר, כדי לאפשר העלאת מחיר לקמעונאים. זאת בתמורה ל-"מתנות" כגון דחיית העלאת המחיר רק עבור אותו קמעונאי שהסכים ראשון להעלאת המחיר או מתן הנחות במוצרים אחרים. המקום להרגיש כי קבלת "מתנה" כזו בתמורה להסכמה של הקמעונאי הגדול להעלאת המחיר, בניסיונות, היא הפרה מהורה של החוק. בין היתר מדובר בהסדר כובל בוטה ו"יערים" ובעבירה פלילית. בפרט, אם קמעונאי מאפשר העלאת מחיריים על ידי ספק, כאשר ברור בנסיבות המיחיים עבור קמעונאים אחרים, ובתמורה לקמעונאי מקבל טובת הנאה אחרת, מדובר בהסדר שעניין קרו פגיעה בתחרות. יש ב-"דילים" מעין אלה גם התערבות אסורה של ספק גדול במחיר לצרכן. בפרט, אם ה-"מתנה" שהקמעונאי קיבל היא דחייה במועד העלאת המחיר שהוא משלם לספק, הקמעונאי יכול להרוויח מכך רק אם יעלה את המחיר.

לצד חוק התחרות קיים חוק המזון, שכולל רשימת איסורים של התנהגויות בעייתיות, לרבות איסור המור על העלאת מחיר ספק גדול במחיר לצרכן. זאת בנוסף לסלול ליכולת הממונה על התחרות לעצור קמעונאי מלפתח הנחות נוספות באזור שבו הוא מחזיק מעל 30% ולתת הוראות לקמעונאי גדול. החוק מאחורי חוק המזון היה הפיכה של רשות התחרות להגולטור וימימי וצמוד של התחרות בשוק המזון. בשנים האחרונות, נראה שהחוק זה לא התממש. עתה הגיעה השעה לממש.

כאשר ספק גדול בשוק המזון מעלה מחירים, קיימות כמה דרכים לרסן אותו. אם מדובר בבעל מונר פוליטי (פירמה עם נתח שוק העולה על 50% או בעלת כוח שוק משמעותי), והמחיר שלו מופרז מעל המחיר התחרותי, אפשר לתבוע אותו על גביית מחיר מופרז. בעניין זה עיני הציבור נשואות אל בית המשפט העליון, הדין בבקשה של יצרנית קוקה קולה לבטל את פסק דינו של השופט גרוסקופף, שאישר את התיכיה הייצוגית נגד החברה. במקביל, הצרכנים יכולים להתארגן ולהחריש מוצר שנראה להם יקר מדי, וכך גם ראוי שיעשו. זהו כוח אדיר שיש לצרכנים, שהם לא השתמשו בו מאז המהפכה החברתית של 2011, במסגרתה על פי חוק הקוטג' הביא להורדה חסרת תקדים, ולטווח ארוך, של מחיר המוצר.

שקיפות המחירים עבדה למרות האדישות

על אדישותם של הצרכנים בישראל ראלו אנו יכולים ללמוד גם מהעובדה שעל פי המחקר האמפירי של איזי אטר ואורן רגבי, שחקר את השפעת שקיפות המחירים על פי חוק המזון, ההערכה הייתה כי רק כ-2% ציטו להשוואת מחירים בין סופרמרקטים שאיפשר חוק המזון. מעניין לציין שלמרות אדישות יחסית זו של הצרכנים, המחקר הראה כי פרק שקיפות המחירים בחוק המזון הביא לידידה של כ-4% עד 5% במחיר של המוצרים. מדובר בחסכון של מאות שקלים בחודש לכל משפחה. זוהי ראייה אמפירית שמפריכה את הטענות הנשמעות לעיתים, כאילו שקיפות המחירים של סופרמרקטים מקלה כביכול על קרטל לים ביניהם. ככלות הכול, גם לפני חוק המזון, הסופרמרקטים ברקו היטב אילו מחירים גבו המתחרים על כל הסל. הצרכן הוא שהתקשה לנתח מה המחיר הוול ביותר של הסל שלו באזור שלו. כיום, בזכות שקיפות המחירים, הצרכן

צילום: איל יצהר



תעודת זהות

ד"ר אלון איזנברג

אישי: בן 45, נשוי ואב לשניים

מקצועי: מרצה בכיר במחלקה לכלכלה באוניברסיטה העברית המתמחה בחקר מבנה שווקים ותחרות, וביקוש צרכנים. את הדוקטורט קיבל מאוניברסיטת ייל

עוד משהו: כותב את הבלוג "על שווקים ותחרות"

מבחינת הכללים. הייתה בשנים האחרונות מגמה להשאיר לשיפוט עצמי יש בזה אולי היגיון מבחינת הורדת הנטל והעומס על הרשות עצמה, אבל הייתה רוצה לראות את הרשות מפעילה את ההרבה יותר את המשאבים שלה.

ולסיום, איזנברג מזהה בעיות מיקוד, דגש גדול מדי של מקבלי ההחלטות על הורדת מסכים כאמצעי להגברת התחרותיות והורדת המחירים. "אם אני חושב שבשנתיים האחרונות היה עוד יותר קשה להיכנס ולאתגר את הפירמת הגדולות, שיתכן שחוסמי הכניסה עלו בהרבה מאוד ענפים - או אני אני לעומק, ופחות להשקיע את המשאבים ספציפי. לא אנוקב בענף ספציפי, כי זה לא מקצועי ולא רציני, אבל צריך ללכת ולברוק את הדברים הרבה יותר שלנו בלדבר כל היום רק על הורדת מסכים.

כן, זה לפעמים חשוב ומועיל, אבל בכלכלה שולדה כמאוד מאוד ריכר זית-ציבורית והפכה להיות מאוד מאוד ריכוזית-פרטית, לחשוב שכל מה שצריך זה הורדת מסכים - יש פה טעות קשה מאוד. יש פה בעיה של פוקוס. אני בעד להסיר חסמים לתחרות, כולל הורדת מסכים במקומות המתאימים, אבל זה לא חזות הכל. וכשאני רואה שגם הרשות עוסקת הרבה בנושאים של רפורמת כשרות ודברים כאלה ואחרים - אני בעד הכל, אבל אני רוצה גם את הלחם והחמאה של לבוא לטפל בתופעה של קרטלים, לבוא ולתת הנחיה שהשוק ידע מה מותר ומה אסור, הרבה יותר להיכנס לזה."

ייתכן בהחלט שהיכולת לנצל לרעה מעמד מונופוליסטי, או תחרות בין מעטים, השתפרה בתקופת הקורונה, מכיוון שתשומת הלב הציבורית לא כל כך שם"

להגיד 'טוב, בואו ננצל כל הזדמנות כדי להיכנס בחברות גדולות ונקרא לזה הגבלים עסקיים', זה בדיוק להציג את התחום בצורה נלעגת שעלולה אפילו לגרום לבלקלאש"

חושב שאנשים צריכים לראות בסוף מה זה עשה בשבילם."

"התרופות של הישגי המחאה החברתית"

לסיום אנוח עובדים לישראל, שבה אמנם לא נרשמו (בינתיים) עליות מחירים גבוהות כמו בארה"ב, אבל גם כאן האינפלציה גבוהה מהרגיל, ואפי' שר לראות התעוררות בשיח על הריכוזיות, כולל קריאות להרמות על חלק מתברות המזון הגדולות.

איזנברג, כאמור, מדבר על הצורך "להעלות הילוך" בתחום ההגבלים. הוא מזהה "התרופות של הישגי המחאה החברתית. אם (אחרי המחאה) ענפים מסוימים קצת יותר נפתחו, הייתה קצת יותר תחרות, קצת יותר הרתעה כנגד צעדים אגרסיביים לבלימת תחרות - הרי שיכול להיות שהיום הרברים מקבלים קצת פחות תשומת לב. וכשיש פחות תשומת לב, יותר קל לגדולים לקחת את זה למקור מות שמסכלים תחרות בררכים שאולי לציבור קשה מאוד להבין ולדעת."

מה הוא היה רוצה לראות? איזנברג מרגיש את החשיבות של איסוף נתונים בענפים השונים כדי לזהות בעיות אפטריות, ומציע לקחת דוגמה מבריטניה שבה מתפרסם רוח שנתי על מצב התחרות. נקודה נוספת היא היעדר הנחיה מספקת למגזר העסקי מצד רשות התחרות. "לא בטוח שתמיד יש מספיק מודעות במגזר העסקי אפי' לזמן ארוך נחשב לגיטימי או לא