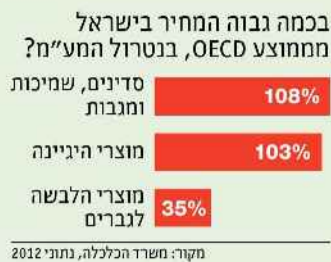


היבואנים החזקים מענישים את מי שמנסה להתחרות

מדוע יבוא מקביל אינו מצליח להביא להורדת מחירים בישראל? ועדת היבוא מפנה אצבע מאשימה אל כוחם המופרז של יבואנים רשמיים אורה קורן 14



ועדת היבוא: יבואנים רשמיים מענישים קמעונאים שרוכשים מיבוא מקביל

מדוע יבוא מקביל אינו מצליח להוריד את המחירים של מוצרים כמו נעלי ספורט ומקררים בישראל? ועדה ממשלתית חושפת מסע הפחדה של יבואנים חזקים, שנועד להרחיק מהחנויות מתחרים קטנים – למשל באמצעות שלילת הנחות בשוק הטואלטיקה, קובעת הוועדה, "החשש מפני דחיקת יבואנים מקבילים על ידי יבואנים רשמיים אינו תיאורטי"

אורה קורן

ועדת היבוא בראשות מנכ"ל משרד הכלכלה, עמית לנג, שפירסמה את מסקני נותיה בשבוע שעבר, היא הגוף הממשלתי הראשון ששם את האצבע על החסמים שגורמים לכך שבישראל, בכמה שווקים

חשובים, יבוא אינו יוצר תחרות, אינו מוריד מחירים, מנציח את המצב הריכוזי במשק – ובכך תורם ליוקר המחיה. השיבות הדו"ח שפירסמה הוועדה – ששמה הרשמי הוא הוועדה להגברת התחרות והסרת החסמים בתחום היבוא – אינה רק בהמלצותיו, אלא גם במי-

פוי החסמים בתחום היבוא. חלק קם נובעים מרגולציה ממשלתית ומההתנהלות של מכון התקנים, ואחרים מפעילותם של יבואנים גדולים וחזקים, שחוסמים יבואנים מתחרים, לעתים באגרסיביות. את הפרק בדו"ח שעוסק בייבואנים כתבו אנשי רשות ההגבי לים העסקיים. הוא מציג נתונים

על התנהלות כוחנית של חלק מהיבואנים מול קמעונאים במיטרה לבצר את מעמדם ולצמצם את התחרות – מה שעלול לפי גוע לאורך זמן בתנאי האספקה, במחיר ובמגוון ואיכות המוצרים שמוצעים לצרכנים. הנתונים עלו מבדיקה של ענפים מוטי יבוא, ובי פרט ענפים שבהם זיהתה הוועדה פערי מחירים בין ישראל לעולם.

"התמריצים להתלונן לוקים בחסר"

הוועדה סקרה את ענפי הציצועים, מוצרי החשמל הלבנים (כגון מקררים ומכונות כביסה), המוצרים לתינוקות, הטואלטיקה וכן ההנעלה וההלבשה לצורכי ספורט. הבדיקה העלתה מקרים של "חשש משמעותי מפני הפעלת לחץ של יבואנים כנגד קמעונאים במטרה למנוע מהקמעונאים לעיבוד עם יבואנים אחרים, ובפרט עם יבואנים מקבילים". הוועדה קובעת כי "בשל התלות המתמשכת של הקמעונאי ביבואן דומיננטי, התמריצים של הקמעונאי להתלונן על ניצול לרעה של כוח השוק על ידי היבואן לוקים בחסר".

הבדיקה של רשות ההגבלים העלתה כי "ככל שאין יבואנים נוספים לאותו מותג, יבואן בלעדי יוכל לנצל את כוח השוק שבידו להעלות מחירים, פגיעה באיכות המוצר או צמצום המגוון. בנוסף, אם קיים מספר קטן של מותגים מתחרים, כל אחד מהיבואנים הרשמיים של כל אחד מהמותגים עלול להבין כי הורדת מחירים מצדו תוביל למלחמת מחירים שתקטין את רווחיותו – ויימנע מהורדת מחירים".

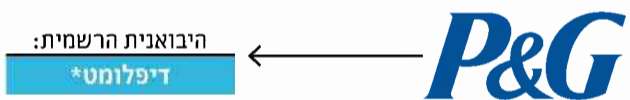
יבואן רשמי יחיד יכול לנצל או לבצר את כוח השוק שלו כדי רך של דחיקת מתחרים (ובמיוחד יבואנים מקבילים) משיווק מוצריו לקמעונאים. דחיקת יבואנים מקבילים עלולה להיעשות באמצעות פרקטיקות שונות, שמטרתן לכבול את הקמעונאי לרכישה מהיבואן הרשמי בלבד. לדוגמה, יבואנים יכולים לשבש את אספקת המוצר, לאיים בביטול הנחות או לנקוט בשיטות תמחור שיוצרות תמריץ כלכלי שלא לרכוש מיבוא מקביל, כגון הנחת נאמנות או הנחת מטרה.

מתי יבואנים עשויים לצבור כוח שוק רב מדי? דוגמאות על פי דו"ח ועדת היבוא

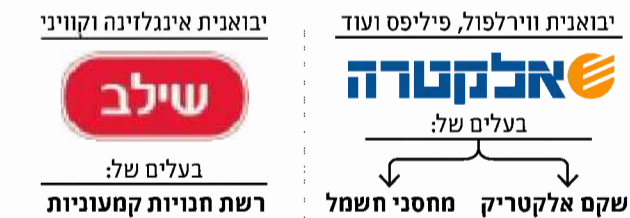
1. כמה יצרנים בינלאומיים בוחרים ליבוא רשמי את אותה יבואנית ישראלית



2. חברה אחת היא היבואנית הרשמית של כל מוצריו של יצרן חזק



3. היבואנית מחזיקה גם בפעילות מכירה קמעונית



* חברת דיפלומט יכולה להיכלל גם בקבוצה הראשונה, מפני שהיא מייבאת גם מוצרי מזון של יצרנים אחרים

הקמעונאי לא יכול להשתחרר מהיבואן

יבואן בלעדי אינו הבעיה הקשה ביותר מבחינה צרכנית. קשה ממנה התופעה של יבואן אחד, שכמה יצרנים בינלאומיים בוחרים להתקשר עמו בהסכמי בלעדיות. הסכמים אלה מגבירים את החשש מצבירת כוח שוק בידי היבואן. כדוגמה ליבואן כזה ציין הדו"ח את חברת שסטוביץ, שהיא היבואנית הרשמית של כמה מוצרי רי מזון וטואלטיקה, שבהם פסטה ברילה וסבון הכלים פלמוליב. דוגמה אחרת היא חברת דיפלומט, היבואנית הרשמית של מוצרי צרי חברה פרוקטר אנד גמבל, שמייצרת סל מוצרים רחב בתחום הטואלטיקה, ובכלל זה סכיני הגיי לוח גילט ומוצרי ההיגיינה אול-וויז. דיפלומט משווקת גם מוצרי מזון של יצרנים אחרים. "ככל שבשוק פועל מיעוט יבואנים, שמייבאים כל אחד מספר רב של מותגים, כך גדל החשש לתיאום מחירים בין יבואנים", ציין הדו"ח. חשש נוסף נוגע ליכולתם של

יבואנים בעלי מותגים רבים למי נף את כוחם כדי לדחוק מתחרים מגישה לקמעונאים – במיוחד כאשר בידי היבואן מותג דומיננטי אחד או יותר, שחלקם בסל משמעותי. על פי הדו"ח, את כוח המי-קוח העודף מול קמעונאים יכול היבואן לנצל כדי לדחוק יבואנים או יצרנים של מותגים מתחרים, או יבואנים מקבילים של המותגים הדומיננטיים שבידו. דחיקת המתחרים יכולה להתרחש, בין היתר, באמצעות יצירת קשר במכירה לקמעונאי בין המותגים השונים של היבואן או בקביעת הנחות נאמנות או הנחות מטרה מול הקמעונאים. הנחה שמותגית ברכישה של מגוון רחב של מוצרים או ביעד מכירות כללי עשויה לייצור תמריץ שלילי לרכישת סחורה מיבואן אחר, גם אם היבואן האחר יכול היה להתחרות ביעילות על המוצר של אותו יבואן בלעדי. משום שהיבוא המקביל אינו מהווה על פי רוב תחליף מלא להתקשרות עם היבואן הרשמי, הקמעונאי אינו יכול להשתחרר



עליזה שבי, יבואנית שמייצגת כ-15 יבואנים קטנים שהתאחדו לפעולה מול מכון התקנים. גם המכס מחפש אותנו" צילום: אייל טואג



עמית לנג צילום: תומר אפלכאום

דו"ח ועדת היבוא: "ישנן אינדיקציות לכך שיבואנים רשמיים עושים לעתים שימוש בסנקציות כגון שיבושים באספקת מנת להרתיע את הקמעונאים מלקנות מיבוא מקביל. יכולתו של היבואן הרשמי 'לקנוס' את הקמעונאי מרתיעה"

לנקוט פרקטיקות שעניינן פגיעה בתחרות מיבוא מקביל, בדומה לאיסור הקיים בחוק ההגבלים העסקיים על בעל מונופולין לניצל מעמדו לרעה. בנוסף, המליצה הוועדה כי בדומה למגבלות שניקבעו בחוק המזון על יחסי ספק וקמעונאי גדולים, שמונעות נייצול מעמד לרעה, יחולו מגבלות דומות על יבואן בלעדי עם רשתות. מגבלות שחלות על יבואן בלעדי שמחזיק במונופול (50% ומעלה מהשוק) יחולו גם על יבואנים קטנים יותר, אם הם מחזיקים בנתח שוק גדול.

רשות ההגבלים ציינה כי "ישנן אינדיקציות מכמה שווקים לכך שיבואנים רשמיים עושים לעתים שימוש בסנקציות שונות, כגון שיבושים באספקת המותג או שלילת הטבות והנחות, על מנת להרתיע את הקמעונאים מלקנות מיבוא מקביל. יכולתו של היבואן הרשמי 'לקנוס' את הקמעונאי על רכישה מיבוא מקביל מרתיעה גם בהודו" ומנויות שבהן היבוא המקביל זמין ואטרקטיבי מבחינת המחיר". לאור זאת, המליצה הוועדה לבצע תיקוני חקיקה שיאסרו על יבואנים רשמיים של מוצרי צריכה

חרים הן ממקטע היבוא והן מהמקטע הקמעוני. חששות אלו תלויים ביכולתה של החברה להפעיל כוח שוק בכל אחד מהמקטעים". היכולת לדחוק יבואנים שאינם מקושרים לפלטפורמה קמעונאית מתחזקת ככל שחלק גדול יותר מהענף נשלט על ידי קמעונאים שהם גם יבואנים משמעותיים. זאת, משום שכל יבואן קמעונאי יעדיף למכור בפלטפורמה הקמעונאית שלו את מוצריו של יבואנים קטנים עונאים אחרים, בתמורה להתנהגות דומה מצדם. כך, יבואן שאין לו רשת קמעונאית לא ייכנס להסדר.

מהתקשרות עם היבואן הרשמי, ותלוי ברכישה ממנו של לפחות חלק ממוצרי או חלק מהכמות של מוצר מסוים. בדיקת גורמים הפעילים בענף הטואלטיתקה העלתה, לכאורה, כי החשש מפני דחיקת יבואנים מקבילים על ידי יבואנים רשמיים אינו תיאורטי. בענף הטואלטיתקה בישראל פועלות כמה חברות, שעם הגדולות שבהן נמנות חוגי לה קימברלי, דיפלומוט, שסטוביץ' ויוניליבר. כל אחת מהן משווקת סל נרחב של מוצרי טואלטיתקה, וחלקן אף משווקות מוצרי מזון. הדו"ח לא ציין איזו חברה נרשמת גישה כזו, אך קבע כי "ישנן רשתות שיווק מזון ופארמה, שביבוא מקביל, גם כמנעו מלקנות מיבוא מקביל נמכרים במחיר מוזל, וזאת בשל חששן מהרעת תנאיה המסחריים של הרשת בהתקשרות עם היבואן הרשמי בתגובה לכך. חשש זה נובע לעתים מפרקטיקות מסחריות שנוקט היבואן הרשמי על מנת ליצור תמריץ שלילי לרכישה מיבואן מקביל". כמו כן, נטען כי "יבואנים בעלי מותגים רבים עשויים למנף את כוח השוק שיש להם במוצרי מזון – שבהם התחרות התוך-מותגית מצד יבואנים מקבילים מועטה בשל חסם הכשרות – על מנת לקשור אל מוצרי המזון מוצרי טואלטיתקה, ובכך לחסום יבוא מקביל בענף הטואלטיתקה".

יבואנית צעצועים: "הבעיה היא במכון התקנים. הרפורמה אינה מורגשת"

רשמי צעצועים גדולים וקטנים תשלומים זהים עבור בדיקות". ראובן בילט, יו"ר לילית יבואנית קוסמטיקה אמר, כי בעוד שדו"ח לנג עוסק בצמצום הרגולציה, בימים אלה פועלים משרדי הבריאות והכלכלה להיטות אגרה חדשה על רישיון לייבוא בשמים. לילית מייצגת בלעדית 44 מותגים, ובהם דולצ'ה וגבאנה, פאקו רבן, ורסאצ'ה, שייסיידו, בוס, לקוסט ופופה. לדבריו, בתחום הבישום קיים יבוא מקביל בישראל, בין השאר על ידי המשביר ורשת אפריל. בנוסף, מחירי הבשמים בארץ נמוכים במיוחד בגלל התחרות עם היבואן פרי, שבו נמכרים בשמים ללא מע"מ. עוד אמר בילט כי אין להתיר יבוא על פי הצהרת יבואן בלבד, וכי נדרש פיקוח מחמיר כמו בענף התרופות. "לשים קרם על הפנים זה כמו לקחת תרופה, אם הוא יגרום לבעיות, למי יבוא הצרכן בתלונה?" מנגד, כבר כיום נדרשים למשרד הבריאות שמונה חודשים כדי לאשר יבוא בושם חדש, וכיוון שמדובר במוצר אופנתי, העיכוב במתן האישור גורם לבעיות אצל היבואן והמשווקים.

«אני רוצה להאמין שמנכ"ל משרד הכלכלה, עמית לנג, רוצה להעביר רפורמה מאוחר משמעותית, אבל בינתיים הרפורמה במכון התקנים שהחלה בשנה האחרונה לא מורגשת» – כך אמרה בסוף השבוע עליזה שבי, יבואנית ספרי יצירה ומשחק לילדים, שמייצגת כ-15 יבואנים קטנים שהתאחדו לפעולה מול מכון התקנים. "אנחנו עוקבים אחרי הרפורמה מה בתחום, ובינתיים נעשה מעט מאוד. זה לא מורגש בשוק", הוסיפה. מקורות במשרד הכלכלה אמרו באחרונה כי גרישה דויטש, הממונה על התקינה במשרד הכלכלה, צפוי לסיים בקרוב את תפקידו, ואף שימונה מחליף – הנושא יישאר תחת פיקוח הדוק של לנג, שיצטרף לוודא את קידום הרפורמה. בדו"ח האחרון שפירסם מבקר המדינה נמתחה ביקורת חריפה על התקדמות האימוץ של תקינה בינלאומית, שנחשבת לחסם מרכזי לייבוא. "החסמים ביבוא הם בעיקר של מכון התקנים. גם המכס מחפש אותנו, אבל המכס הוא מכשול שר" לי לעומת תשומות הזמן והכסף שמושקעות במכון התקנים. בשנה החולפת לא השתנה לטובה כלום, והמצב רק מחמיר", אמרה שבי. "מכון התקנים דו"

יבואן שאין לו רשת יישאר מחוץ להסדר
מצבו של הצרכן מחמיר אף יותר כשהיבואן הבלעדי הוא גם המשווק – כמו בענף מוצרי החשי מל. הדו"ח ציין כי חברת אלקטרה, שהיא היבואנית של כמה מותגים, שבהם ווירלפול ופיליפס, היא גם הבעלים של הרשתות הקמעוניות שקם אלקטריק ומחסני חשמל. בדומה לכך, בענף מוצרי התינוק קות הרשת הקמעונאית שילב היא היבואנית הרשמית של מותגי העיגלות אינגליזנה וקוויני. אינטגרציה אנכית כזאת מענייה קה יתרון לעסקים בצמצום עלויות, ואולם השאלה היא אם החיסכון הזה מתגלגל לצרכן. הדו"ח הדגיש כי "בתנאים מסוימים, אינטגרציה אנכית מעלה חששות לדחיקת מתי"