

17.82x16.61	1	עמוד 2	המגזין	מעריב -	17/12/2017	61471429-4
אוריאל לין - נשיא איגוד לשכות המסח - 35010						

דעות מעריב

מטרה לא נכונה
אוריאל לין

« עו"ד אוריאל לין



לא בכל מחיר

המאבק להורדת יוקר המחיה, המכוון נגד היבואנים, הוא בלתי הוגן ומאפשר הסטת תשומת הלב מהעיקר: האגרות והמסים המוטלים על ידי המדינה

ובכלל, כל המאבק המתקשר למען הורדת יוקר המחיה, המכוון נגד היבואנים, הוא בלתי הוגן ומאפשר הסטת תשומת הלב מהעיקר. יוקר המחיה בישראל מושפע הרבה יותר מאגרות שו" נות ומרגולציה המוטלות עלינו על ידי רשויות המדינה עצמן, או על ידי המונופולים המוחלטים שבבעלות המדינה. הפכנו את מחירה של משחת השיניים לסמל; מה עם מס הארנונה ומה עם תעריפי החשמל? מי שרוצה באמת לטרוח ולהי תייצב באומץ למען הורדת יוקר המחיה, שייאבק מול ההעלאות הבלתי פוסקות של מס הארנונה, העלאות תעריפי החשמל שנועדו להגדיל את השכר של עובדי חברת החשמל או האגרות הנ" גבות על ידי רשויות המדינה ברמה בלתי סבירה, כמו חידוש שנתי לרישיון רכב.

יבוא מקביל אכן מחזק את התחרות, ואין לפי סול אותו; אולם, בעולם העסקים ספק ממנה יבואן ישיר תוך הצבת דרישות רבות. כדי שהי תחרות תהיה תחרות אמיתית, על היבואן המקי ביל לשאת באחריות כמו היבואן הישיר ולעמוד באותם תנאים. ואולי כדאי גם שנזכור כי מי שהורירו אצלנו את יוקר המחיה היו דווקא היבואנים, שלקחו סיכון וייבאו מוצרים בתחרות מול הייצור המקומי המוגן, אשר בוודאי יש לו יתרון של חיסכון בעלויות. ●

הכותב הוא נשיא איגוד לשכות המסחר

מאוד סוגים של משחות שיניים, שכולן אמור רות לשמור על ההיגיינה של הפה ולטפח שיניים בריאות. בין כל המותגים מתנהלת תחרות חופשית, ולאף אחד אין בלעדיות על המוצר הזה. כל עסק בישראל רשאי לפנות לספק בחו"ל או בישראל ולהציע לו לייצג אותו בישראל. התחרות היא תחרות חופשית לחלוטין, הן במישור היבוא והן במישור השיווק בשוק המקומי. אולם כאשר מתברר שיבואן בחר מותג טוב, והציבור, תוך קיום תחרות חופשית, מעדיף מותג זה על פני מותגים אחרים, גם מבחינת איכותו וגם מבחינת מחירו, מגדירים את היבואן המצליח כייבואן בלעדי. אנו לא זקוקים היום להרחבת סמיכויות של רשות ההגבלים העסקיים כדי להבטיח תחרות ביבוא. התחרות ביבוא מוצרים מתקיימת על פי העדפות הציבור. סמכויות רשות ההגבלים העסקיים הן רחבות דיין, ואין צורך להגביר את מעורבותה במשק מעבר לקיים היום.

ההפרשים בין מחירי המוצרים בישראל ובחו"ל לא תמיד מצביעים על רווחים מופרזים של היבואן או של הרשת הקמעונאית. יש רכיבים רבים המשפיעים על רמת המחיר. בתוך סל המוצרים של אותו יבואן, יש מוצרים שבהם הרווח גבוה יותר או נמוך יותר. אבל אולי כבר אפשר לתת לציבור להחליט בתנאי תחרות חופשית מה הוא כן רוצה לקנות ובאיזה מחיר?

אנו מאוד אוהבים להשתמש במונח "יבואן בלעדי". אפילו שר הכלכלה והתעשייה, בתמיכת רשות ההגבלים העסקיים, הגיש לאחרונה הצעת חוק שתכניס תחת כנפי רשות ההגבלים העסקיים את מי שקרוי אצלנו "יבואן בלעדי". וכשקשרנו לראשו של יבואן את התואר "בלעדי", כמו כבר הצגנו אותו כאויב הורדת יוקר המחיה. ייתכן כי ערפל הקרב במאבק להורדת יוקר המחיה קצת מטשטש את כושר הראייה, על שום שבעולם המציאות אין היה כוון שהיא "יבואן בלעדי". וייתכן גם כי אותו יבואן בלעדי הוא הטוב שבין היבואנים, ומי שמשרת טוב יותר את הציבור.

הבה ננסה להבין מה זה בכלל יבואן בלעדי. בלעדיות מוחלטת על מוצר יש רק כאשר מוצר החיוני לציבור נמכר תחת פטנט רשום; בעולם המסחרי אין מוצר בלעדי ואין יבואן בלעדי. יש יבואן ישיר שקיבל את הזכות הבלעדית לשווק מוצר מספק מסוים. הבלעדיות על מותג אינה הופכת לבלעדיות על מוצר.

כל פריט ופריט במגוון מוצרי התעשייה שייך לקבוצת מוצרים עשירה האמורה לשרת אותה מטרה. זה מפותח בכל תחום של קטגוריית מוצרים, ובאופן מיוחד במוצרי הטואלטיקה והאופינה. ניטול לדוגמה את תחום משחות השיניים; אין רק משחת שיניים אחת בעולם. יש הרבה