

מבנה שוק היבוא וליברליזציה במדיניות סחר חוץ: תופעת היבואן הבלעדי*

עליזה ברזיסט, אבי וייס

עבודה זו בודקת את מבנה שוק היבוא וההשלכות של מבנה זה על התוצאות הצפויות של ליברליזציה במדיניות סחר חוץ. העבודה מתרכזת בתופעת היבואן הבלעדי. הבדיקות העלו שתופעת היבואן הבלעדי שכיחה מאוד עבור המוצרים שנבדקו. לעיתים קרובות נלות אליה תופעות נוספות כגון יבוא של מספר מוצרים מתחרים ע"י אותו יבואן, ויבוא מוצרים מתחרים ע"י יצירנים מקומיים. אנו מראים שכיחות היבוא הבלעדי נובעת משני שיקולים עיקריים. ראשית, האינטרסים של הייצרנים בחו"ל – אלו הובילו לעיתים קרובות לשיווק בארץ דרך יבואן בלבד. שנית, מדיניות המשחר של ממשלה ישראל שנקטה בעבר השפיעה בצורה ישירה על שכיחות התופעה.

אנו מראים שכיחות נוהג זה יכולה להחולש באופן משמעותי את ההשפעות החיוביות הצפויות בעקבות הליברליזציה בסחר חוץ על רמת התחרותיות במשק הישראלי. שכיחות התופעה לא תפחית בהרבה למרות הליברליזציה מכיוון שהיא נובעת מאופטימיזציה. אי לכך, יש להלחם בהשלכות השליליות של התופעה ולא דווקא בתופעה עצמה. אנו ממליצים על שינויים בחוק ההגבלים העסקיים ועל האצה ברפורמה בקביעת התקנים על מנת להקטין את הכח הריכוזי של היבואנים הבלעדיים.

ישראל, בדומה למידינות רבות אחרות, נמצא עתה בתחום של ליברליזציה של סחר החוץ. הדגש הרוב הנгинן בתחום זה אינו טמן רק בהשפעתו על הורדות מחירים ועלייה בעודף הצרכן. אלא, בתחום החשיפה אמרו גם להגדיל את רמת התחרותות במשק, ולהוירד בכך את רמת הריכוזיות. Scherer (1980) מסביר שריכוזיות יתר גורמת לבזבוז: פירמות הפעולות ללא תחרות מתייעלות פחות, מאמצות טכנולוגיה לצורה לא אופטימלית, ומזכות משאבים על מנת לשמר על כח השוק שלהם. לכן, תהליכי הליברליזציה הינו צריכים לא רק להוריד מחירים אלא גם להתעדלות המשק.

אולם, טענה זו שליברליזציה תנידל את התחרותות איננה בהכרח נכונה, עקב המבנה הנוכחי של שוק היבוא בארץ. הגישה המקובלת בניתוח השפעות של ליברליזציה על השוק הישראלי מניחה שהיבוא תחרותי מנקודת מבטה של מדינת ישראל. במקרה זה, נכון הדבר שהחיפה תביא ליותר תחרות. אך במקרה שגם שוק היבוא ריכוזי, טענה זו אינה בהכרח נכונה.

* המקרה מומן ע"י הפקום למידניות כלכלית על שם פנחס ספיר. המחברים מודים לעממי תבור על עזרתו באיסוף נתונים. אנו מודים למתחיינים בפורום ספיר, ולמשתתפים בכנס האגודה הישראלית לכלכלה ובסמינר בנק ישראל. תודה מיוחדת לאירוע בר, לדב הלי, לשושנה נירמן וליעקב פרוש שננתנו לנו הערות על גרטה קודמת של מאמר זה.

מטרת עבודה זו היא לנתח את מבנה שוק היבוא וההשלכות של מבנה זה על התוצאות הצפויות מהליברליזציה. במהלך העבודה אנו מכבים עובדות על יבואנים בלעדיים בישראל, ומתחים את הסיבות לנוכח היבואנים הבלעדיים שנראה כה נפרן בארץ, תוך הדגשת שתי סיבות: אחת, שנוגה זה אופטימלי לעיתים קרובות מבחינת היצור בחו"ל; והשנייה, שמדיניות המשחר של ממשלה ישראל שנקטה בעבר השפיעה בצורה ישירה על תפוצת הנוגג. אנו בודקים אם מבנה השוק השתנה כתוצאה מחשיפה לשוק הבינלאומי ומנתחים את השלכות הליברליזציה ביחס להగבות התחרות. אנו מכבים ראיות על תופעת היבואנים הבלעדיים בארץ¹ ובkehilla האירופאית וסוקרים את התתיקחות החוקית ליבואנים בלעדיים בארץ²/al. בסיום העבודה מובאות התוצאות והמלצות למדיניות.

יבואנים בלעדיים: עובדות

יצן הרוצה למוכר בארץ זהה יכול לעשות זאת באמצעות שלוש דרכי: אפשרות ראשונה היא להקים בארץ ייעוד סניף או חברת בת; במקורה זה כל הרוחמים המונופוליסטיים הנצברים שייכים ליצן. אפשרות שנייה: הייצן יכול למוכר באמצעות מספר יבואנים מקומיים, ואפשרות שלישית: הייצן יכול למוכר בתווך יבואן אחד ובלודי. בלעדיותביבוא משמעותה שהיבואן מקבל מהיצן זכויות בלעדית לאיין את מוצריו של היצן.³

הבדלים בין שיטות יבוא אלו יקרים להיות משמעותיים. יצן המייבא בעצמו הוא מונופול, ולכן ידרשו מחיר מונופוליסטי. אך, כאשר קיימים יבואן בלודי, בנוסף לכך המונופוליסטי שיש ליצן לפני היבואן, יש גם ליבואן כה מונופוליסטי לפני היצרנים וכן גם רווחי היבואן צפויים להיות מעלה לנורמליים. כפי שיבורו במסגרת המודל, מונופול כפלו גורם לנזק גדול יותר לצרכן. לעומת זאת, קשיים יבואנים רבים כוחם המונופוליסטי לפני היצרנים נשחק.

על מנת לנתח את השפעת הליברליזציה, יש לבדוק מהי השכיחות היחסית של כל אחת משיטות יבוא אלה. אריה בר (1994), שהשתמש בנתוני הלמ"ס, הראה שקיים יתר ביבוא לארץ. נתוני הלמ"ס אינם מספיקים לצרכינו מכיוון שאין פרוט לפיקוחים. לצורך מחקר זה, אספנו פרטיים על היבואנים השונים של המותגים השונים של מוצרו הצריכה, וגם בדקו בחניונות את מספר היבואנים של כל מותג.

בложение 1 מובא סיכום של תוצאות הבדיקה. בישראל, במקרים שבדקנו, רוב המותגים מיובאים עליידי יבואן אחד ובלודי.⁴ קיימ רק מספר קטן מאוד של מותגים המופצים עליידי היצן עצמו. מוציאים אלו אינם מיובאים אלא מיוצרים בארץ עליידי חברת בת של היצן בחו"ל. ככלומר, יצוריהם אינם פותחים מחלקה שיווק או חברת בת בארץ אם אינם מייצרים כאן.

1. ברוב המקרים היבואנים אינם מוכרים את המוצרים שירות לציבור, אלא הם מוכרים את המוצר לתניות בכל הארץ המתחווות אחת עם השניה.

2. שכיח למצוא שהיבואן גם מפין את המוצר, אולם במקרים ובקרים ובמים הפעזה נעשית ע"י חברה אחרת. במקרים הללו הסיכון הקשור בהחזקת מלאים מספיקים עדין נופל על היבואן. ישנו גם מקרה שיבואן מסיד מעצמו את הסיכון למורת שיש לו חזה של בלעדיות מהיצן. הוא עושה זאת עליידי כך שהוא מעביר את כל זכויותיו למפין. במקרה מכך, המפין נטול את כל הבעיות והסיכון הקשורים ביבוא וכחפה. עצם הפעזה שלכאותה ניתן להרוויח ורווחים משמעותיים רק ע"י חיממת חזה עם היצן רומו קשיים כה מונופוליסטי לא מוביל.

תופעה שכיחה נוספת היא שיצן מקומי הופך ליבואן בלעדיו של פרטיים שהוא בעצם מייצר (כגון פרומין, אוסם, ריטה וכור'). עצם עובדה זו מגבילה בצורה משמעותית את רמת התחרות בשוק המקומי.

لوת 1:

נתונים על ייצור ויבוא מותגים בענפים נבחרים

מספר יעורניים מקומיים המייבאים 2 המייבאים מחו"ל*	מספר יעורניים מקומיים המייבאים 2 המייבאים מחו"ל*	מספר יעורניים מקומיים מוצרים	מספר יעורניים מקומיים מוצרים	מספר יעורניים מקומיים מוצרים	מוצר
1	2	6	8	3	קפה
0	2	5	9	4	סבן
1	3	3	14	4	שוקולד
0	2	3	6	5	סבן לבביסה
0	3	3	7	4	טונה
2	1	3	5	2	פסטה
0	3	6	9	3	משחת שניינים
0	0	5	5	0	մերժական շնչար
0	0	6	6	8	שմפו
0	4	6	12	0	ברושם
1	0	3	1	4	שמן
0	0	8	3	0	שימורים

מקור: מודגש מחנויות היפרקל

* או מייצרים מוצר של יצן בתחום תחת חוזה מיוחד.

لوת 2:
יבואני השוקולד

היבואן	שם המותג
ליימן-שליסל בע"מ	Ritter
ליימן-שליסל בע"מ	Saroti
ליימן-שליסל בע"מ	Fiasten
ליימן-שליסל בע"מ	Van-Houten
סידס בע"מ	Mars
סידס בע"מ	Côte d'or
סידס בע"מ	River Bud
סידס בע"מ	Suchard
סידס בע"מ	Bahlsen
סידס בע"מ	Toblerone (Suchard)
פרידלנד בע"מ	Stollwerck
פרידלנד בע"מ	Sprengel
פרידלנד בע"מ	Lindt
פרידלנד בע"מ	Alprose

מקור: מודגש מחנויות היפרקל

חופעת היבואן הכלעי מרומות שרתת התחרות מוגבלת. אך, מכיוון שלרוב מוצריו הצריכה ישנים מספר מוגנים מתחומים המהווים תחליפים טובים, לכארה קיימת תחרות בארץ למטרות השכיחות הגבוהה של יבואנים בלבד.³ בנוסף, בעשור האחרון מספר המוגנים המיובאים ומשווקים גידל בהרבה, דבר הרומו על עלייה ברמת התחרות בשוק המקומי. אך, כפי שתברור מהדוגמא הבא, הגידול במספר המוגנים המיובאים מטעה.

נתבונן לדוגמה בשוק השוקולד.لوح 2 מראה שמותגי השוקולד של Suchard, Balsen, Mars, Côte d'or, River Bud monogins המוגנים ליישרל. לכארה המספר הרב של המוגנים המיובאים מצביעה על תחרות. אולם, מכיוון שככל שtat שותג השוקולד מיובאים ע"י אותו יבואן אין זו תחרות. נוהג זה אינו חריג, אלא קיים לגביו רוב מוצריו הצריכה המיובאים שבדקנו. אחו גודל מחברות היבוא שנבדקו משרותו יותר מיצר אחד לאותו סוג מוצר. אכן, בכל ענף קיימות שתיים או שלוש חברות המובילות בשוק הבינלאומי ומספר קטן של יבואנים המתמחים במוצרים נוספים יותר.

קיימות שתי סיבות בגלן הייצרנים אינם דורשים שיבואנים ישוקו רק את מוצריםיהם. האחת, מכיוון שהשוק הישראלי קטן, נדר מאוד שהייצרן מהויל פונה ליבואן מקומי על מנת לשיקוק את מוצריו. בדרך כלל היבואן המקומי מחזר אחרי יצרנים בחויל כדי לזכות ברווחים מונופוליסטיים. הייצרן אפילו אינו בודק את השוק המקומי, אלא הוא סומך על היבואן בכל הנוגע לממכרה בארץ, ולכן אין הוא עיר לכך שהיבואן מייבא גם מוצרים של חברות מתחרות.⁴ הסיבה השנייה דינה, שימושו באותו יבואן על-ידי יצרנים שונים מהויה שיטה לאכוף הסכם קרטלי בין החברות. ישם אפילו יצרנים הדורשים למכור את מוצרים רק על-ידי היבואן המייבא מוצרים של מתחרים בכדי לוודא שמחירותם יהיו מתואמים! שכיחות חופה הבלתיודית שמצוינו מפחיתה מכיוון שהיין הושכים שהייצרן יעדיף למכור את המוצר בעצמו או על-ידי יבואנים מתחרים. בחלק הבא נדון בסיבות לתופעה זו.

יבואנים בלבדים: הגורמים

קיימות שתי סיבות עיקריות לתופעה זו. ראשית, נוכחות שמנקודת ראותו של הייצרן, הדרך האופטימלית לשוק את מוצריו היא, לעיתים קרובות, דרך יבואן יחיד. שנית, נראה שמדיניות היבוא של ממשלות ישראל אחראית במקרים רבים לקיום התופעה.

1. מksamימיזציה מצד הייצרן

נשווה, מנוקדת מבטו של הייצרן, את שלושת הדרכים לממכר באזן זורה שהוחכו לעיל. ההחלטה למכור את המוצר בנסיבות עצמן, על-ידי יבואן בלבד, או על-ידי יבואנים רבים תלויות בהוצאות הכספיות בכלל אחת מהאפשרויות ובמבנה השוק המתkeletal. מחד גיסא, ההוצאות הינן שונות ליבואן מאשר ליצרן המייבא, מכיוון שהיבואן המקומי מכיר את השוק ויתרונו במידע

3. אמנים אנו בדקנו ורק כבוצה מצומצמת של מוצרים, אך מוכר שתוופה זו מאד שכיחה בארץ.

4. סימוכין לכך היא העובדה שרוב החודים בין היבואן ליצרן קבועים רק את המחיר וכמות מינימלית של מכירות ברוב המקרים הסכום המינימלי אליו מגבל נמכר יותר מהנדרש. בתקופה האחורונה יש סימנים שיצרנים בחויל מגלים עניין רב יותר בשוק הישראלי.

יכול להשוך להזאות פירטום ושוק. בנוסף, העליות הבירוקרטיות הכרוכותביבא מוצר חדש נמכות יותר לאדם המכיר את המערבות הממשלתיות מקורות. מටות אלו יתיר למוכר את המוצר על-ידי יבואן או יבואנים מאשר בלבד. מאידך גיסא, יצוץ המוכר דרך יבואן (או דרכם יבואנים) מפסיד חלק מהרווחים המונופוליסטיים שכילול היה להרוויח על-ידי יבוא עצמי. בשוק

గודול מספיק שיקול זה בדרך כלל יגבר, והיבואן יבא בעצמו.

בහנחה שהיצוץ מחייב לא ליבא בכוחות עצמו, הפרטර הקובע אם ליבא דרך יבואן בלבד או דרך מספר יבואנים הוא חריפות בעיתת ה-"טרמפאיסט" (Free Rider) הקיים למוצר זה. במורים הטורוגניים רבים, הקונים אינם מכירים את התכוונות של כל מותג ומותג, ולכן על מוכר המותג לספק לצרכן מידע רב על המוצר שלו. מסיבה זו, בשוק המכוניות, למשל, יבואנים הראשונים לקונה הפוטנציאלי לנוהג במכונית לפני הקנייה, מחזיקיםอลט' הצוגה גדול, ומספקים שירותים נוספים. שירותים אלה כרוכים בהוצאות מסוימות היוצאות מכספי המוכר. כאשר קיים יותר מוכר אחד של מותג ספציפי קימת השפעה חיונית מיותר על השן, וכך נוצר מצב בו כל מוכר יתן פחת שירותים מאשר הכמות האופטימלית (Telser, 1960). אם

הבעיה הזאת חריפה, היצוץ יעדיף למוכר דרך יבואן אחד בלבד.

במקרה זה, היצוץ נותן לבואן תמרץ לספק כמה אופטימלית של שירותים על-ידי כך שהוא מעניק לו אזרוח גיאוגרפיה אקסקלוסיבי (במקורו שלו, מדינה). הסדר זה מועיל ליצוץ מכיוון שכמות גדולה יותר של שירותים טוביל לחדרה גודלה גורמת לשוק המקומי.

מצד שני, הענקת בלעדיות לצוץ נותנת לו כח מונופוליסטי, דבר שיביא למחירים גבוהים וכמוות נמכרות בין-האזרחים. היצוץ היה מעדיף שמורצרו ימכרו במחירים תחרותיים בארץ (בחנותן מחיר היצוץ) כדי למסס מכירות. כאמור, הנסיבות שהוא מעניק ליבואן גורמת ליצוץ הפسد עקב קיום מונופול כפוף (ליצוץ עמדה מונופוליסטית מול היבואן, וליבואן עמדה מונופוליסטית מול הקונים) (Spengler, 1950).

אין לדעת מראש איזו שלוש האפשרויות עדיפה מבחינה היצוץ. המודל דלקמן מציע על מספר גורמים המבדינים בין האפשרויות. אנו מניחים, לשם פשטות, שעקומת הביקוש למוצר הנידון ליניארית. מכיוון שהמוצר הוא הטורוגני, רמת הביקוש תלויה גם ברמת השיווק. אולם, לא רק הרמה הכלולית של השיווק קובעת את רמת הביקוש, אלא גם הדרך בה נעשה השיווק. מכיוון שפירמה אחת המבצעת את כל השיווק יכולה יותר משתי פירמות המתחלקות בתקציב הפרטום.⁵ אכן, עקומת הביקוש העומד בפני המוכר היא:

$$(1) \quad P = 1 + \frac{S}{n} - Q,$$

כאשר P הוא המחיר, Q היא הכמות הנמכרת, S היא סך כמהות הפרטום הנעשה על-ידי כל המוכרים (או על-ידי היצוץ), n הוא מספר הפירמות המשתתפות בשיווק, ו- α היא פרטר,

5. כאשר קיים רק יצוץ אחד, כל הוצאות הפרטום שהוא מוציא הן למטרת הגדלת השוק. אך, כאשר קיימים מתרפים בשוק, חלק מהוצאות הפרטום של המוכרים הן למטרת הגדלת נתח השוק של אותו מוכר, ולאו דווקא למטרת הגדלת השוק כולו. צורת הפונקציה בה השתמשנו במשווה (1) יכולה לנבוע מכך בו יש זו הטענה רדיו רמת פירמות הצריכות להחליט היכן לפרטום את מוצרם מבלי לדעת היכן פרסום המתרפים שלהם. במצב זה, השווי של פרסום בתבנה חדשה (חנינה בה המתרפים של הפלימה אינם פרסומים את מוצרים) שווה יותר מאשר פרסום בתבנה בה קיימים פרסומים קודמים.

לשם פשוטות, אנו מושווים רק בין המקרים בהם היצן מייבא בעצמו, קיימם יכוון בReLU, או קיימים שני יבואנים, כך שיח שווה -1 או 2 . אנו מניחים תפקה של הוצאות השיווק, כך שהוצאות על S יחידות שיווק מסתכמות $\beta S^2 - F$ שקלים, בין אם זה נעשה על-ידי היצן ובין אם זה נעשה על-ידי היבואן. בנוסף, אנו מניחים שיצן המייבא בעצמו נושא בהוצאות נוספת נספחת הקשורות במלידה השוק המקומי. לעומת זאת רצונו את מוצריו באրץ צריך להוציא F שקלים כדי להיות במצב זה והוא ליבואן המקומי. פונקציית המטרה של היצן מבטא את רצונו למקסם את רווחיו. על היצן לפתור את הביעה הבאה:

$$(2) \quad \text{Max}_{Q,S} \left\{ \text{Max}_{P_w} [(1 + S - Q)Q - cQ - \beta S^2 - F], \text{Max}_{P_w} (P_w - c) \sum_i q_i \right\},$$

כאשר c היא העלות השולית בייצור יחידה של המוצר (הנתנו שהוא קבועה), P_w הוא המחיר בו היצן מוכר ליבואן, ו- q_i היא הכמות הנקנית (והנמכרת) על-ידי יבואן $i = 1, 2$. הבטוי הראשון בסוגרים של משווה (2) מיצג את הרווחים שהיצן קיבל אם הוא ימכור את המוצר עצמו, והבטוי השני מיצג את רווחיו שיקבל אם ישתמש ביבואנים עצמאיים. ההחלה מתאפשרת בשני שלבים: ראשית, צריך למזיא את הכמות ומהירות שיקבשו על-ידי היבואן (או היבואנים). הכמות הנמכרת תלויות במספר היבואנים ובמחיר שהיצן דרוש עבור מוצריו (P_w). בהינתן תוכזהו זו, היצן קובע את המחיר שמקסם את רווחיו. לבסוף, היצן מושווה את הרווחים המקסימליים המתאפשרים בשיטה זו עם הרווחים המתאפשרים אם הוא מייבא בעצמו, ובוחר את שיטת הפעולה הרווחית ביותר. אנו נתנה כל אחד מהקרים בנפרד ונשווה ביניהם.

א. יבואן בלבד

יבואן בלבד בוחר כמות, Q , ורמת שיווק, S , הממקסמים את רווחיו בהינתן מחיר היצן, P_w :

$$(3) \quad \text{Max}_{Q,S} (1 + S - Q)Q - P_w Q - \beta S^2.$$

אחרי שפטורים עבורה Q ו- S ומיצבים בפונקציית המטרה של היצן:

$$(4) \quad \text{Max}_{P_w} (P_w - c)Q,$$

מקבלים

$$(5) \quad P_w = \frac{1 + c}{2}; \quad Q = \delta \frac{1 - c}{2}; \quad S = \gamma \frac{1 - c}{2}; \quad P = 1 + (\gamma - \delta) \frac{1 - c}{2},$$

כאשר

$$(6) \quad \delta = \frac{2\beta}{4\beta - 1}; \quad \gamma = \frac{1}{4\beta - 1}.$$

נגידר את π_m כרווחים של הייצן (האינדקס התיכון 1 מצביע על כך שיש רק יבואן אחד) ואת π_i כרווחים של היבואן. מוצאים ש-

$$(7) \quad \pi_{m_1} = \delta \frac{(1-c)^2}{4}; \quad \pi_i = \frac{\delta}{2} \frac{(1-c)^2}{4}.$$

ב. שני יבואנים

כאשר קיימים שני יבואנים علينا לדעת איזה סוג תחרות קיימת בין היבואנים. אנו נניח ששני הייצנים מהווים דואופול מסווג Cournot המתחברים על כמויות — גם בכמות המוצר וגם בכמות השיווק. כלומר, כל פירמה לוקחת נתון את כמות המוצר הנמכרת וכמות השיווק הנעשתה על ידי הפירמה השנייה. פונקציית המטרה של יבואן מס' 1 הינה

$$(8) \quad \text{Max}_{q_1, S_1} \left[1 + \frac{S_1 + S_2}{2} - q_1 - q_2 \right] q_1 - P_w q_1 - \beta S_1^2.$$

מקסמים את פונקציית המטרה במשוואה (8) ואת המטרה המקבילה ליבואן השני, ומגדירים

$$(9) \quad \lambda \equiv \frac{\beta 2^{2\alpha}}{3\beta 2^{2\alpha} - 1},$$

מוצאים שסך המכירות של שתי הפירמות יהיה

$$(10) \quad Q = \lambda(1 - P_w).$$

נציב את Q ממשוואה (10) בתוך פונקציית המטרה במשוואה (4), ונקבל את רווחי הייצן:

$$(11) \quad \pi_{m_2} = \lambda \frac{(1-c)^2}{4}.$$

ג. יבוא עצמי

כאשר הייצן מייבא, משוקן, ומפין את המוצר בעצמו, הוא מקסם את הביטוי הראשון במשוואה (2), והתוצאה היא:

$$(12) \quad \pi_{m_0} = 2\delta \frac{(1-c)^2}{4} - F.$$

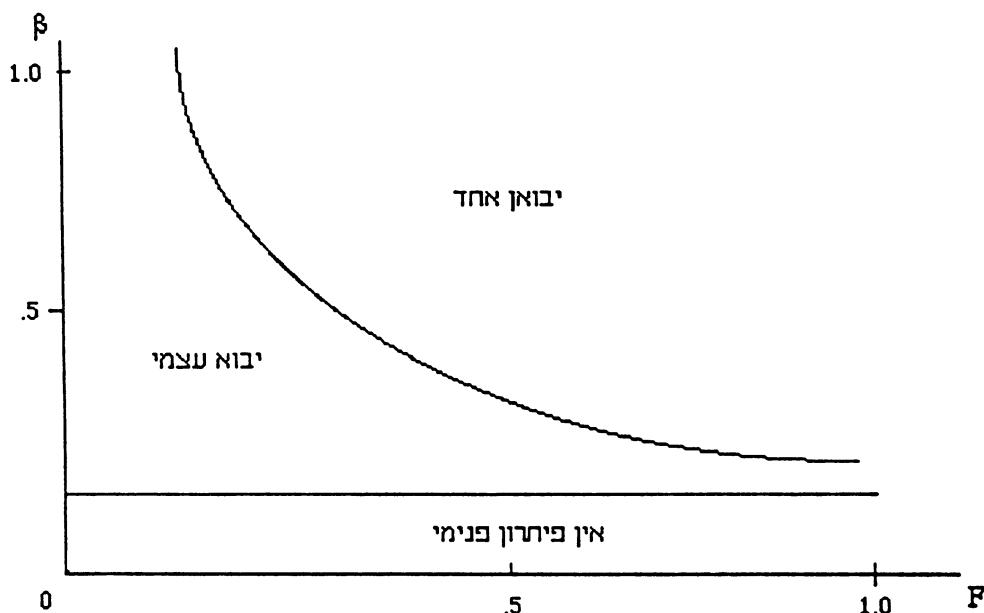
ד. ההשוואה

הייצן יבחר את צורת המכירה המפיקה את הרווחים הגדולים ביותר. לשם כך, הוא משווה בין

התוצאות של המשוואות (7), (11) ו-(12). עבור $0 = c$ וערכים שונים של הפרמטרים F , β , ו- α יתקבלו התוצאות המוצגות בציורים 1 ו-2.

בציור 1 אנו משווים בין המקרא בו היצן מיביא את המוצר בעצמו לבין מצב בו יש יבוא בלעדי. הפרמטרים הרלוונטיים הם העלות הקבועה שהיצן צריך לשלם אם הוא מחייב ליבא בלבד (F) ועלות השיווק (β).⁶ העוקמה מייצגת צروفים שונים של F ו- β בהן היצן אדיש בין שתי דרכי היבוא. הנקודות בשטח משמאלי לעוקמה הן מצבים בהם הוא מעדיף ליבא בעצמו, ואילו מימין לעוקמה הן מצבים בהם עדיף להשתמש ביבוא עצמאי. מדיאגרמה 1 מתר从中het הסיבה לנדרות התופעה של יצן המיביא את המוצר בעצמו ליבוא עצמאי. כאשר F הוא גבוה, ליבוא המקומי יתרון על פני היצן בשיווק מקומי. בארץ, F בדרך כלל גבוה משלבי סיבות: ראשית, השוק הישראלי קטן ולכן ההזאה הקבועה גדולה מאוד ביחס לגודלו השוק, ושנית,⁷ הבירוקרטיה מקשה על יצנים מבחוץ לנוהל עסקים בארץ.

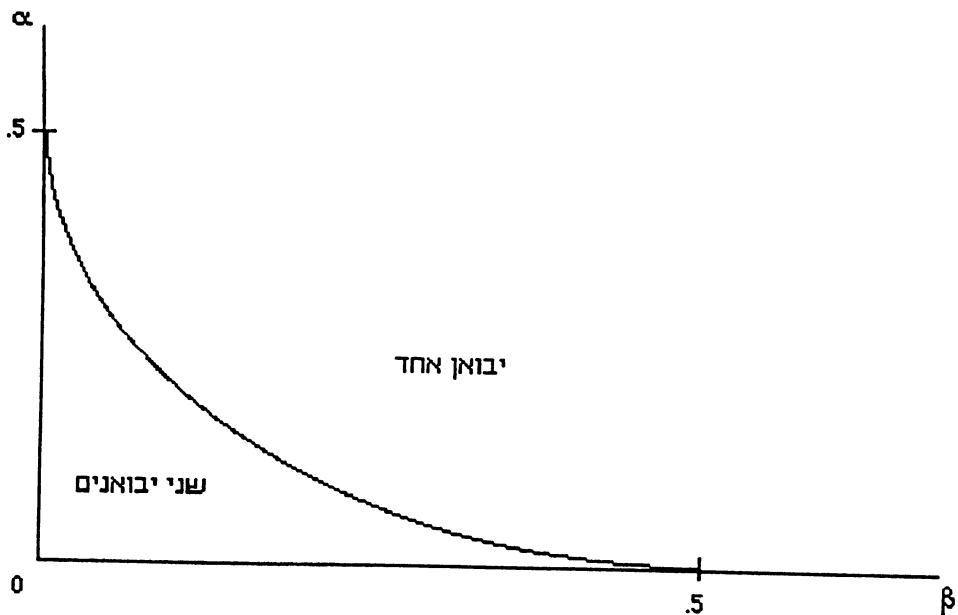
ציור 1:
השוואה בין יבוא אחד לבין יבוא עצמי



6. אם $0.25 < \beta$ אין פתרון פנימי לבניית המקסימיזציה, אלא, הערך האופטימלי של S הוא אינסופי. דבר זה קשור בפתרונות הספציפיות בהן השתמשנו.
7. כאמור, החומר העומם מגודל את עלות הפעולה בארץ.

בציר 2 אנו משווים, מבחינת היצרן, בין יבואן אחד לבין שני יבואנים. נקודות על גבי העקומה מייצגות צורפים בהן היצרן אדריש בין שתי דרכי היבוא. נקודות מעל העקומה הן מצבים בהם עדיף יבואן אחד, ואלו מתחת הן מצבים בהם עדיפים השניים על האחד. היצרן תמיד מעוניין ביותר שיוקם ובמהירות נמכרים יותר מאשר היבואן או היבואנים. ככל ש- α עולה, בעיתת ה-"טרומפיסט" מתחילה מכיוון שמאמרי השוק של כל יבואן מושתלים פחות. לכן, עבור ערכיהם גדולים של α , התוצאה מהיררים נמכרים (כתוצאה מעלייה ברמת התחרות) קטנה יותר מהעלות של הירידה בכמות הנובעת מירידה ברמת השיווק.⁸

צייר 2:
השוואה בין יבואן אחד לשני יבואנים



מודל זה מסביר את הסיבה שבישראל, כפי שהציגנו לעיל, מוציאי הצריכה ההטרוגניים שבדקנו אמנים מיזכאים על-ידי יבואנים בלבדים. הסיבה שהייצران אינם משתמשים ביותר מיבואן אחד היא שלכלאורה הפסדים מביעית הטרומפיסט מודר משמעותיים בשוק קטן, ולכן זה אופטימלי לסמוך על יבואן בלבד. הסיבה שנייה הם מייבאים עצמם היא שההשקעה הראשונית הנדרשת מהם גבוהה מרדי.

8. צריך גם להשווות בין יבוא עצמי לבין יבוא על-ידי שני יבואנים, אך דבר זה דורש דיאגרמה תלת-ממדית. בזרה כללית, אולם שיקולים יקבעו את הנסיבות של כל אופציה. ככל ש- F גדל הנסיבות היחסית של יבוא עצמי חקפן, וככל ש- α גדל הנסיבות היחסית של יבוא עצמי תגדל.

אך מודול זה מתאים רק למוצרים הטרוגניים בהם יש צורך בפרסום ושיווק. למוצרים הומוגניים שאין צורך בסימני היכר או פרסום אין הוא מתאים. כאשר מדובר במוצרים הומוגניים, כגון שמן, מלט או ברזל, השוק אמור להיות תחרותי מאוד, ללא שום בלעדיות. אכן, לדוגמא, מצאנו שמספר יבואנים מייבאים שמן מאותה יצרן. יש גם מקרה בו ארבעה יבואנים מוכרים את המוצר של אותו יצור תאילנדי (אםنم משוקים את המוצר באזיות שונת).

למרות זאת, אנו עדים גם לתופעה של מוצרים הומוגניים אשר נמכרים דרך יבואן בלבד, דבר המוביל לריכוזה בשוק שהוא אמור להיות מאוד תחרותי. דוגמאות לכך הם שוקי מלט וברזל לבניה. המודול שתארנו לעיל אינו מסביר מקרים אלו; אלא הבלתי נבדיקות במקרים אלו הם תוצאה ישירה של מדיניות המסחר של ישראל כפי שתואר חלק הבא.

2. מדיניות המסחר והתעשייה

מבנה שוק היבוא בארץ הושפע חזק מדיניות המסחר. לכן, נסקור בקצרה את ההיסטוריה של מדיניות המסחר.

א. ההיסטוריה של מדיניות המסחר הבינלאומי⁹

אחת הביעות בפניה ניצבה הממשלה עם קומת המדינה היה מחותר במט"ח, שכן המדיניות הייתה הגבלת היבוא. היה איסור לייבא בלי אישורים מיוחדים. חלק מהיבואנים קיבלו רשותן לייבא רק אם ממננו זאת מרובבות המט"ח בידם. אולם, לאורך זמן, המגמה הייתה לבטל מגבלות אדמיניסטרטיביות.

ב-1955 המדיניות הכלכלית התקדמה בהורדת מכסות היבוא האדמיניסטרטיביות על מוצרים שלא התחרו בייצור מקומי. הייתה נטייה להעניק רשותות לחברות שגמ' יצאו. בתחילת שנות השישים, היו קיימות מכסות יבוא על 40 אחוז מכל היבוא, אך 93 אחוז מהיבוא של מוצרים המתחברים עם ייצור מקומי היה תחת מכסות כallele.

ב-1962 המדיניות הכלכלית החדרה היהת מבוססת על שינוי דרמטי בקו המחשבה לאור הסכמי GATT. הצורך להויר את ההגנה על היוצרים המקומיים עמד במרכז מדיניות זו. היהת גם החלטה ברורה לעבור לשימוש במכסים במוקם מכסות כדי שמנגנון המחירirs יוכל לפעול. הדגש עבר מדיניות המעודדת ייצור חליפים לייבוא למדיניות המעודדת צמיחה דרך סקטורי הייצוא. אולם, בגלל חיכוכים בין פנחס ספיר, שר המסחר והתעשייה, לבין לי אשכול, שר האוצר ואח"כ ראש הממשלה, השינויים מושמו בקצב איטי מאד. לכל מוצר הערכו איזה מכס יתן אותה רמת ההגנה ליוצרים המקומיים שננתנה המכסה. תהליך הליברליזציה החל בשנות השישים, וב-1970 לא היו מכסות כמותית על 90 אחוז מהמוצרים המיובאים; במקום היו מכסים גבוהים.

הירידה במכסים החלה בתחילת שנות השבעים. ההסכם עם מדינות השוק המשותף הביאו לירידה במכסים עד 1989. ההסכם עם אורה"ב ב-1983 אסר את כל מכסות היבוא ודרש גם צמצום במכסים. רמת ההגנה הממושעת על יצוריים מקומיים ירדה מ-96 אחוזים ב-1968 ל-62 אחוזים ב-1972, ול-25 אחוזים ב-1977.

9. חלק זה מבוסס על הלוי (1992) והלו וברוק (1991).

אולם, מכסתים אינם המחותמים היחידים למסחר. הגבלות לא מכוסיות (NTB), ובכלל זה מכוסות יבוא ודרישות לרשיונות, הם בשימוש נפוץ בקרבו. בשאר העולם כ-50 אחוז מגבלות המסחר הם מסוג NTB.¹⁰ בישראל, קיימים מספר סוגים NTB. חלק מהם הם למעשה מגבלות הסחר (למשל חמ"א). NTB אלו היו בשימוש במיוחד בשנות השמונים, אך ממשלה ארה"ב מילאה תפקידו ב-1991 (למשל רשות היבוא על כמעת 2000 מוצרים (שםווים כשםווים אחוזים מהיבוא המשחרר), והוחלפו המכסתים. כיום, כל רשות מבקשת אמרור להינתן.

מכוסות יבוא היו NTB הנפוץ ביותר בארץ, במיוחד בתחום השמוניות להפרצויות מחדר של שימוש ברישיונות יבוא שלא תמיד ניתנו מסיבות כלכליות. מעל 75 אחוז מהיבוא מסシア היה כפוף לרשיונות, אך בספטמבר 1991 בוטלו רשיונות היבוא על כמעת 2000 מוצרים (שםווים כשםווים אחוזים מהיבוא המשחרר), והוחלפו המכסתים. כיום, כל רשות מבקשת אמרור להינתן.

סוג מזיק נוסף של NTB היא המדיניות הישראלית בכל הנוגע לתקנים המאומצים על-ידי מכון התקנים הישראלי. המטרת של מכון התקנים אמורה להיות לשמור על רווחת הציבורים. אולם, יש נטייה לאמצן תקנים שמתאים לייצור המקומיים ושותפים יבוא. לדוגמה, לפי מכון התקנים, עד לתקופה האחרונה היה מותר למכוון שקיותה תה רק אם התוית מודבקת לשקט ולא אם היא מודבקת לו. טכנולוגיה זו מתאימה ליוצרים מקומיים בשעה שישנם הרבה יצורנים בחו"ל שאינם משתמשים בטכנולוגיה זו, וכך ניתן לא היה למכוון את מוצריהם בארץ. לאחרונה שונתה התקן באופן שהוור יבוא שקיות עט חיבורו סיכון בתנאי שייכתב על הארץ בבירור שקיותה התחזק מחוברות בסיסיות. לדוגמה נספתח, ישנים תקנים המתיחסים למוצרים רבים הקובעים שמוثر למכרם רק אם משקלם אחד.¹¹ תקנים אלו מעלים את המחיר ליוצרים המשוקרים את מוצרים בחבילות בגודל שונה (ובמיוחד יצורנים אמריקאים משתמשים בליטרה (pounds) ולא בק"ג), ובמקומות רבים אינם אפשריים ליוצרים מהו"ל למכוון את מוצרים בארץ.¹²

ב. מדיניות המשחרר ושכיחות היבואניים הבלתיידים

מדיניות המשחרר של ישראל גורמת להווציאות מונופולים ביבוא. בשנות השישים, הורשה לחברות לייבא מוצרים רק באמצעות רישיונות. נוהל זה גורם להקמת חברות עם זכות יבוא בלבד. לנוהל זה יש השפעה עד עצמו מכיוון שחברה שקיבלה רישיון לפני עשרים שנה עשוה כמעט יכולת מנוע מאחזרים להיכנס לשוק שלה. חוקי ההגבלים העסקיים בארץ אינם חזקים ולמן מצב של יבואן בודד יכול לתקופה אווצה.

10. ראה World Development Report (1991), עמ' 98.

11. הטיפול בגודל הארץ המותר (ביצור המקומי וביבוא) מצויך ב-2 סוגים חקינים. ראשית קיימים תקנים ספציפיים לסוגי מזון שונים (למשל, חקן מיוחד לשמן, חקן מיוחד לדבש, וכו'). בתקנים אלה נקבע במפורש גודל הארץ (במשקל או בנצח) המותר. שנית, קיימים תקנים כלליים של משקלות אחידים. כדי להחיל את עיקנון המשקלים האחידים גם על מוצרים מזון שאין להם חקן מיוחד, הותקן חקן והוא הקבע משקלות חובה (אונצח) ביחס למוצר מזון שאין לו גיביהם חקן מיוחד. ההנחה הכלכלית שקיים בתקן זה היא, שיש לקבוע את המשקלות האחידים כך, שההפרש בין גודל הארץ אחד לגדיל הארץ סמוך גודלו מינו יהיה לפחות 25 אחוז. בשני המקרים המשקלות הנקובים על פי תקנים אלו מתחאים לאריזות המקבילות בתעשייה הישראלית.

12. אנו מודים לאריה בר על עזרתו הרבה באיתור פרטים על הדוגמאות שניתנו.

NTB עצם גם הובילו לחילק מהייבואנים הבלעדיים, כי NTB מעלה את ההוצאות הקבועות של יצורן הרוצה למוכר או מוצרו באין. למשל יבואנים צריכים לשלם למוכן התקנים כדי לבדוק את מוצרם, ובדיוקת אלו יכולות לדושר הרבה זמן, מאמן, וככפ. בירוקרטיה כזו את הוצאות הקבועות (F) בחילק הקודם). לכן, במקרה שיצרנים ישוקו בעצם את מוצרים, הם גוטים להשתמש בייבואנים בלבדים.

ראינו, אם כן, שתי סיבות לשכיחות של יבואנים בלבדים: אופטימיזציה של הייצור ו מדיניות סחר חוץ של העבר. פרק הבא נדון באינטראקציה בין הסיבה לקיום התופעה לבין ההשפעה הצפויות מהliberalיזציה על רמת התחרות.

מדיניות הסחר ויבואנים בלבדים

הוצאות של לייברליזציה במסחר נדונו בהרחבה בספרות המקצועית, אך כמעט תמיד בתחום התייחסות לשוקים תחרותיים. לעומת זאת, כאשר השוקים אינם פעילים בתחום מסוכללה, ההשלכות של לייברליזציה אין ברורות. Helpman and Krugman (1989) ניתחו מספר אפשריות וביניהם המודול הדיע של Krishna (1984). המסקנות העיקריים הם שהורדת מכס וצמצום של NTB אין מובילות לתוצאות זהות, ושוצאותה של צמצום של NTB תלוות בזורה דרמטית בתוגם התחרות בשוקים השונים. ברוח זו, קיימים אפילו מודלים שמראים שליברליזציה יכולה אף להקטין את רמת התחרות ולהוביל לעלייה במחירים!¹³

נניח את השפעת הליברליזציה כאשר שוק הייבוא בניו בערך מיבואנים בלבדים. נתחיל עם הורדת מכסים ואח"כ נعبر לצמצום של NTB. את שני המקרים האלו ניתן לנתח בין במקרה בו הייבוא הבלעדי נבע מנימוק מקסימיזציה של הייצור ובין במקרה בו הוא נבע מסיבות של מדיניות. ההשלכות של הורדת מכסים יונחו בשני המקרים הללו, ואילו ההשלכות של הורדת NTB ידונו רק במקרה שהייבוא הבלעדי הוא תוצאה של מדיניות הממשלה.

1. צמצום במכסים

נדון תחילה במקרה בו הייבוא הבלעדי נבע ממקסימיזציה של הייצור. נכלול ביטול מכסים במודול שהציגנו לעיל. לשם כך, נערוך מחדש את פונקציית המטרה של הייצור (משוואת (2)) כאשר נוסף מכס (א' ליחידה) שהצרкан משלם אך הייצור אינו מקבל. פתרות עניות המקסימיזציה בזורה זהה לו המובאת לעיל מובילה לבנייה הרווחים הבא:

$$(13) \quad \pi_{m_0}' = 2\delta \frac{(1-c-t)^2}{4} - F; \quad \pi_{m_1}' = \delta \frac{(1-c-t)^2}{4}; \quad \pi_{m_2}' = \lambda \frac{(1-c-t)^2}{4}.$$

המכס אינו משפיע על ההשוואה בין יבואן אחד לשני יבואנים, אבל הוא כן משפיע על ההשוואה בין יבואן בלבדי לבין יבואן עצמי. בציור 1, קיומ המכס יזיז את העקומה שמאליה. לכן, ביטול המכס יזיז את העקומה ימינה, דבר שיגדל את שכיחות הייבוא העצמי. אך יש השלכות

חייבות על צרכנים מקומיים משלosh סיבות. ראשית, הורדת מכס תוריד את המחיר המקומי כמו כל הורדה במסים. שנית, מצב של מונופול יכול לפ██ק להתקיים (ישאר רק מונופוליסט אחד – היצורן מכיוון שהיצורן גם ייבא את המוצר). שלישית, הפירמה תגדיל את כמות השיווק, דבר המעלה את עיקומת הביקוש ומגדיל את רוחות הצרכנים (במיוחד אם הפרסומות הן אינפורטטיביות).¹⁴

כאשר היבוא הבלעדי נובע מדיניות סחר של הממשלה, הורדה במכסים זהה תאורטית להורדה מס בשוק בו יש מונופול. لكن, רוחות הצרכנים עלה עקב ירידת ברמת המהירות בשוק. לעומת זאת, אין לדעת אפרורי איך תושפע שכיחות התופעה של יבוא בלעדי מהורدة המכס.

לסיום, לצעדים המכסים יש את הפוטנציאל לשנות את מבנה שוק היבוא. יותר פירמות יבואו בעצמן, דבר שיוביל לעליה ניכרת ברוחות הצרכנים.

2. צמצום ב-NTB

כפי שהחכר לעיל, ההשלכה של צמצום NTB על תחרות תלולה בסוג המגבלה. נתמקד במווגנים בהם קיימים יבואנים בלעדיהם עקב תקן מסויים או רשיונות שהיוו דרושים בעבר. ביטול של הצורך בתקן או ברשינותו, לא בהכרח יוביל לעליה ברמת התחרות בשוק. כאשר מתחילה תקופה של ליברליזציה במדינה שקיים בה מבנה מונופוליסטי, לא ברור שהיה הגיעו לשינוי משקל שהיתה מגיעה אליו אילו מצב המוצא היה ללא המגבלות. בעלי המונופולים יעשו כל מאמץ למנווע מתחדים להיכנס לשוק זה, דבר המשנה באופן משמעותי המשחק. לכן, גם לאחר הורדת ה-NTB, ייתכן שהיבוא ימשיך להיות מאוד רכוני, ובנוסף השוק לא ישנה ניכרת כתוצאה מהלייברליזציה.¹⁵ ככלומר, שווקים מפגינים הרבה אינרציה, ולכן ליברליזציה אינה ה-panacea להגדלת תחרות במשק הישראלי, אלא, כפי שנראה בחלק האחרון של העיטה, יש צורך גם בפיקוח על ההגבלים העסקיים בשוק. לפני שנציג המלצות ספציפיות נסקור את הנושא בארה"ב ובאירופה.

יבואנים בלעדיים בארה"ב ובאירופה

רוב המדינות המפותחות אימצו תקנות המונעות הסכמים המגבילים סחר חופשי ותחרות. הסכמים על הפיצה בלעדית יובאו בלעדין נופלים בוגר תקנות אלו.

באורה"ב, The Sherman Act תומך בתחרות ומעורר חופש מוחלט בחיפוש אחר אפשרות כלכליות. חוק זה מטפל בבעיה של הגבלים עסקיים. הסעיף הראשון של חוק זה (Section I) מתייחס למטרות בין מדינות בתוך ארה"ב ובין ארה"ב למדינות אחרות. כל חוות המוביל להגבלה מופרזה בסחר בין מדינות או בין ארצות מוגדר כ"מופרו".

אחד הנוהלים הנופל בוגר סעיף I של החוק, הוא נוהל האזוריים הבלעדיים (exclusive

14. הנימוק השלישי גורם למחירים לעלות, וכך גם התוצאה הסופית היא עליית או ירידת מחירים. אלומם, כמוות ורוחות תעלנה.

15. בעצם, קיימת אפשרות של שווי משקל מרובה (multiple equilibria), וכך נקודות התחלתיות שונות יכולות להוביל לנחות שווי משקל שונות.

(territories). הסכם על אוזור בלעדי הוא הסכם בין מוכר וקונה האוסר על המוכר למכור את מוצרו לקונה אחר באזור בו פועל הקונה. בתי המשפט קבעו שנוהל זה יידן על סמך הפסיקת (*rule of reason*).¹⁶ אם ימצא שהגבלה מופרחת, בתי המשפט ימצאו שהוא בלתי חוקי.

נוול של יכוא בלעדי גם נופל בגין גדר שמי חלוקה השוק. חלוקה אנכית של השוק נחשבת לסבירה אם ההסכם על החלוקה ע�ב הסכם זה, בית הדין ימצא שזה בלתי חוקי. אך, אם קיימת הגבלה מופרחת על תחרות עקב הסכם זה, בית הדין ימצא שזה בלתי חוקי. لكن, אם הסכם של יכוא בלעדי מוביל לרוחחים מונופוליסטיים או לכח שוק ומחרדים גבויים, הוא עלול להיות בניגוד לחוק. הクリיטריון העיקרי בו נערז בית המשפט בארה"ב הוא נתח השוק של היצן. אין תמיינות דעים על מהו גודל המהווה שליטה בשוק. היו פסקי דין שדרשו נתח שוק של 95 אחוזים והוא שדרשו רק 20 עד 30 אחוזים.

היתה גם אבולוציה בפרשנות החוק. ב-1967 בת ה-1967 בת המשפט הקשיחו מאד את עדמתם, ופסקו שיצן המוכר את מוצרו תחת מגבלות טריטוריאליות עבור על סמך *The Sherman Act* על סמך (*per se*), ולא רק על סמך הפסיקת (*rule of reason*). הייתה ביקורת חריפה על החלטה זו,¹⁷ ובתי הדין הבינו שהאינטראפרטציה הייתה מוטעית. ביום בת המשפט מבינים שלבלעדיות גיאוגרפית יכולה להיות השפעה חיובית על רמת התחרות בין מctrרים הטרוגניים על-ידי כך שהיא מאפשרת ליצרנים להנות מיתרונות בגודל בשיווק. למורות זאת, אם קיימות השפעות מזיקות על רמת התחרות בשוק, הנוהל יהיה בגיןו *Act Sherman* על סמך החוק (*per se*). באירופה, השוק המשווק קבוע ככלים הנוטים לאפשר תחרות סחר חופשי של מctrרים ושירותים. התקנת הבסיסות של השוק המשווק המתיחסות לתחרותם סעיפים 85 ו-86 של אמנת רומא (1957). סעיף 85 אוסר כל הסכם או גדר המשפייע לרעה על סחר בין מדינות האירופאית, ושמטרתו או תוכאתו היא למונע, להגביל, או לעוות תחרות בתחום השוק המשווק. סעיף 86 אוסר ניצול לרעה של עמדה דומיננטית. מטרות סעיפים אלו היא שלא יתקיימו מגבלות טריטוריאליות בתחום השוק המשווק. אולם, לעיתים ניתן לקבל רשות לסתות מעקרונות אלו אם ההשפעות החייבות עלות על ההשפעות השיליות של מניעת תחרות. לכן, ישנן תקנות שפטורות סוגים מסוימים של הסכמים אלו קיימות, בין היתר, בהפעצת כל רכב, בחלוקת פטנטים, ובהסכמים על רכישה בלעדי. אם כן, יכוא בלעדי אינו בלתי חוקי באירופה במידה ולא תיווצר מגבלה על הסחר בתחום חלק ניכר של אירופה.

לסיכום, אין איסור נגד יכואים בלעדיים בארה"ב או באירופה אם נתח השוק של היצן אינו גדול מדי. בכדי לוודא את נפיכות התופעה בחו"ל, ערכנו בדיקות בחניות בארה"ב ובמספר ארצות אירופאיות. מצאנו שבגיגוד למצב באין, רוב המוצרים המיובאים שנבדקו הופצו על-ידי חברות בת של היצנים, ונושאים עליהם את שם היצן.¹⁸ עובדה זו מצביעה על כך שבשוקים גדולים (כasher F, הוצאות הקבועות במודול שלו), הוא קטן ביחס לנורל השוק) חברות מעדיפות לפעול בעצמן, כפי שצופה המודל שהוצע לעיל.

16. עבירות על חוק *Sherman* יכולות להיות על סמך החוק (*per se illegal*) או על סמך הפסיקת (*rule of reason*). איסור על סמך החוק, פירושו שכן כל הצדקה למעשה ושזה נגד החוק ולן אסור, גם אם לא נוצר נזק כלשהו וגם אם לא היו כוונות לא טהורות. כאשר דנים על סמך הפסיקת, בודקים כל מקרה לנורו כדי להיוודע אם ההסכם אינו מזיק לצורכי מופרחת לשחר החפשי. אחד האומדנים שימושים בו היא רמת הרכיזיות בשוק.

17. ראה, למשל, Posner (1976) עמ' 166–163.

18. לעומת זאת בשוויין, שאינה שיטת לקהילה האירופאית, יכואים בלעדיים הם חופה מאוד שכיתה כמו בישראל.

סיכום והמלצות למדינות

ישראל אינה המדינה היחידה בה קיימים יבואנים בלעדים. אבל ההתרשות הכללית היא שנוהל וה מאור שכך באرض משתי סיבות עיקריות: גודל השוק הישראלי, וחוקים מגבלים. ראשית, גודל השוק משפיע על החלטת הייצן בחו"ל איך יצא את מוצריו לאرض. בראצויות המופתחות שבדקנו חברות האם מקימה בארצויות השונות חברות בת המפיצות בעצמן את מוצריהם. בארץ, לעומת זאת, השוק קטן מידי, ולכן הייצרים בחו"ל משתמשים על יבואנים מקומיים. יתר על כן, עצם גודל השוק אין מאפשר שיוק של יותר מודים מתחדים. שנית, חלק גדול מהייבוא הבלדי, ובמיוחד היבוא של מוצרים הומוגניים, נובע ממחטומי כניסה כגון רישיונות יבוא ותקנים מגבלים.

ישנן מספר בעיות הנובעות מיבוא בלדי ומנהלים המיוחדים לאرض בפרט. הבעיה העיקרית של יבוא בלדי הוא שהיבואן נהדף למונופול כלפי הצרכן. עובדה זו, בנוסף לעובדה שהייצן הוא מונופול כלפי היבואן, מביאה למצב של מונופול כפול, דבר המוביל למחירים גבוהים יותר וכמוויות נמוכות יותר מאשר אילו היה רק מונופול אחד. אחת הבעיות החשובות המיוחדות לאرض היא שיבואנים בלדיים מיבאים יותר ממוגן אחד לאוטו סוג מוצר. נוהל זה מקטין בצורה משמעותית את רמת התחרות במשק מכיוון שקל מאור לאkoń' מחיר קרטלי כאשר ישנו מספר קטן מאוד של גורמים השולטים באספקת המוצר. כפי שהראנו לעיל, ליברליזציה לשיערנמה אינה מביאה בהכרח ליותר תחרות כאשר נוהל זה של יבוא בלדי נראה כה נפרץ. אנו מציעים שלוש המלצות של מדיניות שימתו את ההשפעה השלילית של יבואנים בלדיים על המשק הישראלי.

1. אימוץ התקנים האירופאים

תקנים אשר נקבעו על מנת להגן על היוצרים המקומיים ואשר פוגעים ברמת התחרות במשק מהווים מדיניות מעוותת מאוד. דרך יילה למנוע עותה זה היא ביטול התקנים היהודיים הישראלים ובאיימון התקנים האירופאים.

התועלת מאימוץ התקנים אלה תהיה ממשלת: ראשית, התקנים הבאים אך ורק להגן על הייצן המקומי יפסיקו להוות מגבלה על יבוא.¹⁹ שנית, רוב המוצרים המיובאים לאرض הם מהשוק המשותף, ולכן, כאמור, הסטנדרטים של אירופה יוריד בצורה ניכרת את העליות לייצן הור הרצויה לפעול בשוק הישראלי. וזאת במיוחד מכיון שככל אירופה עוברת לאותם התקנים. כתוצאה לכך יותר פירמות יקימו חברות בת בארץ, דבר שיוריד את העיונות של המונופול הכלפוי וגדיל את רמת התחרות במשק.²⁰ שלישית, אירופה נמצאת בתחום איחוד, ועוברת תהליך של ארגון חדשן של סקוטרים שם. יצורים ישראלים יכולים לנצל את תקופת הארגון כדי לחזור לשוק האירופאי עם מוצרים ושירותים עתידיים טכנולוגיים. דבר זה ניתן רק אם מחסומי הכניסה לאירופה יהיו נמוכים, דבר שיבनע מתקנים זהים.²¹ לאחר גמר שלב הארגון יהיה קשה יותר ליוצרים הישראלים להתגבר על הסקוטורייזציה החדשה ולהחזור לשוק האירופאי.

19. אך, מכיון שיבואנים ישנים בלדיים רבים, שווי המשקל לא בהכרח ישנה, כפי שהסביר לעיל. לכן, אין זה ברור אם חלק גדול מהיבואנים הבלדיים יעלמו. אולם, ככל מקרה נראה יותר תחרות לפחות בשוליהם.

20. אולם, יתכן שהחומר הערבי ימנע מחברות פרטיות לפתוח חברות בת בארץ.
21. ראה Brezis (1994).

2. ביטול רשיונות יבוא

רשויות יבוא מוקים ביחס למטרות נוחנים בידי היובואן כח מונופוליsti רב. בנוסף, במקרים רבים הם ניתנו מסיבות פוליטיות ולא הצדקה כלכלית. מדיניות הליברליזציה שננקטה בשנים האחרונות, המחליפה את הרשיונות במכסים, היא נכונה. لكن אנו צופים שמדיניות זו תגדיל את התחרות ואת רווחת הצרכנים.

3. חוק הגבלים עסקיים

התופעה של יבואנים בלעדיהם קיימת בכל הארצות המפותחות, ואין היא מהויה בעיה כלכלית אלא כאשר הדבר נזון בידי היובואן כח שוק מופרי. כח השוק הנitinן ליובאים בארץ אכן מופרין, ולכן יש לנתקו בצדדים שימנהו את הנהוק מקומות הנהול, וזאת דרך החוקיקה. נdigish, שאין בכוכנותנו להציג לאסור את התופעה מכיוון שיש לה גם השלכות חיוביות. אלא, יש לתקוף חלק מהנהולים הקשורים ביובוא בלעדיו ולפקח על יבואנים בלעדיהם. ראשית, יש לאסור "על סמך החוק" (per se) ובצורה מוחלטת יבוא של מותגים ע"י יצרנים מקומיים המיצרים אותם המוציארים. נזהל זה מהויה פגיעה ברורה בתחרות מכיוון שהיחסן המקומי גם שולט במוציארים המיובאים. שנית, יש צורך לבדוק היטב את הנהול לפיו יבואן אחד מייבא מוצאים של מספר יצרנים שונים המתחרים אחד עם השני. גם כאן יש טעם לאסור נהול זה, אך לדעתנו, על החלטה להיות נתונה בידי בית המשפט שישפטו כל מקרה ומקרה "על סמך הפסיקה" (rule of reason) ולא "על סמך החוק" (per se). בנוסף, יש צורך בחוקים שיבגילו יבואן מייבא יותר מ-50 אחוז מהשוק (כולל יצור מקומי). במקרה זה, על הממונה על הגבלים עסקיים לפקח על מחירי היובואן, ובמידת הצורך על קבוע "על סמך הפסיקה" אם התופעה נראית סבירה.²²

כמובן, בעית אכיפת החוק אינה פשוטה. לדוגמא, בזמן ערכית מחקר זה גילינו שבשוק הקומטטיקה, ישנן שש חברות מקומיות המייבאות כל אחת סוג אחר של בושם מהויל. מכך נראה, כמובן, שקיימת תחרות בשוק, אבל בדיקה מעמיקה העלתה שכלכל ש החברות אותה כתובות (תיבת דואר). זאת אומרת שהן בעצם תחת בעלות אחת! חוק האוטו על היובואן ליביא מספר מותגים יכול להביא לרובי תופעות אלו, דבר המקשה על אכיפת החוק. יצרן מקומי הרוצה ליביא מוצאים של מתחרה מהויל יוכל גם הוא להנוג בצורה דומה ולהקים חברה חדשה. אבל, אם העונש על כך מספיק חמור, ניתן שהחברות לא יסתהנו בעבירה על החוק. ניתן גם שהעובדת ישירה מידה קטנה עם מספר מצומצם של בנקים, תאפשר לאחר מכן גלות את בעלי החברה ותקל על אכיפת החוק. אך גם אם האכיפה בעיתית, חקיקת החוק תצמצם בהרבה את הריכוזות הקיימת עתה.

לסיכום, ליברליזציה הינה חלק מהתהליך הקטנת מעורבות הממשלה בפעילויות השוק. המבנה הריכוזי של היובוא וশכיחות תופעת היובאים הבלתיים הקיימים בארץ לא תעלם בغالל הליברליזציה. יש צורך בפיקוח ממשלתי חזק יותר על הגבלים עסקיים על מנת לבטל את הכה

22. למשל, במקרים חדשים לעתים קרובות קיים רק יצרן דומיננטי אחד, וכך, אם קיים יבואן בלעדיו הוא גם ישלוט על יותר מ-50 אחוז מהשוק. אך, אם המוצר הוא הטרונגני, ניתן שאין הצדקה לאסור הסדר יבוא זה. במקרים כאלו, על הממונה על הגבלים עסקיים לשמור על האינטראיסים של הצרכנים.

הרכחי שנוצר בשנים הראשונות של הקמת המדינה. הליברליזציה הינה ורק צעד הכרחי אחד במדיניות כוללת האמורה להוביל תחרות במשק ולהביא ליעילות גורלה יותר של היצרנים.

ביבליוגרפיה

בר, אריה, 1994, "רכיביות הייבוא לישראל", נרב הלוי, עורך, מדיניות הייבוא ותשיפת התעשייה הישראלית, ירושלים: המכון למחקר כלכלי בישראל ע"ש מorris פאלק.
הלוי, נרב, 1992, "זהגנה על התעשייה ע"י רישיון יבוא", רביעון לכלכלה, 153: 218-232.

- Brezis, E., 1995, "Europe and Israel: The Effects of EMU on Development and Growth," in Ahiram, E., and Tovias, A., *Israel and Europe: Common and Divergent Interests*, Peter Lang, Frankfurt.
- Halevi, N., and Baruh, J., 1991, "Liberalizing Foreign Trade: The experience of Israel," Vol. III of Papagodrisiou, D., Michaely, M., and Choksi, A., eds., *Liberalizing Foreign Trade*, Oxford: Basil Blackwell.
- Helpman, E., and Krugman, P., 1989, *Trade Policy and Market Structure*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Krishna, K., 1984, "Trade restrictions as facilitating practices," mimeo, Princeton University.
- Posner, R. A., 1976, *Antitrust Law – An Economic Perspective*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Rotemberg, J., and Saloner, G., 1986, "Quotas and the stability of implicit collusion," mimeo MIT.
- Scherer, F. M., 1980, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, second edition, Chicago: Rand-McNally.
- Spengler, J., 1950, "Vertical Integration and Anti-trust Policy," *Journal of Political Economy* 58:347-352.
- Telser, L., 1960, "Why should manufacturers want fair trade?" *Journal of Law and Economics* 3:86-105.
- World Development Report 1991, *The Challenge of Development*, World Bank.