

תוכן עניינים

15..... הקדמה – מרים נאור

חשיבות הניתוח המשפטי והכלכלי של חוק ההגבלים העסקיים –

17..... מיכל (שיצר) גל, מנחם פרלמן

17..... א. הקדמה

20..... ב. חשיבות התחרות ככלי מסדיר

27..... ג. חשיבות הניתוח הכלכלי של חוק ההגבלים

29..... ד. מבנה הספר ומחבריו

חלק א – ניתוח רוחב של החוק

תפקידו של חוק ההגבלים העסקיים במארג החוקים הכלכליים של מדינת ישראל –

31..... מיכל (שיצר) גל

31..... א. הקדמה

31..... ב. מאפיינים כלכליים של המשק הישראלי

38..... ג. השורשים ההיסטוריים והאידיאולוגיים של חוק ההגבלים העסקיים הישראלי

38..... חוק ההגבלים העסקיים, תשי"ט-1959

42..... ד. שנות השמונים – שינוי מגמה?

45..... ה. עליית קרנה של התחרות: שנות התשעים ואילך

48..... ו. תחרות ורגולציה

53..... 1. תחולת חוק ההגבלים על שווקים מוסדרים: התנגשות בין מערכות הדינים

58..... 2. יחסי הגומלין בין הרשויות המסדירות

61..... ז. סיכום

63..... מטרות דיני ההגבלים העסקיים: הלכה למעשה – ברק אורבך

63..... א. מבוא

66..... ב. מטרות דיני ההגבלים העסקיים בישראל בראי ההיסטוריה

67..... 1. עידן טרום חוק ההגבלים העסקיים הראשון

71..... 2. עידן חוק ההגבלים העסקיים הראשון

- 71 (א) הרקע לחקיקת חוק ההגבלים העסקיים הראשון
- 72 (ב) הפיקוח על הסדרים כובלים
- 76 (ג) הפיקוח על מונופולים
- 78 (ד) הזדמנויות מוחמצות לתיקון החוק הראשון
- 80 (ה) מטרות הדין הלכה למעשה בעידן החוק הראשון
- 83 3. עידן חוק ההגבלים העסקיים השני
- 83 (א) ועדת המיזוגים והקונגלומרטים
- 85 (ב) נקודות המוצא של חוק ההגבלים העסקיים השני
- 89 (ג) התפתחות הערכים בלשון החוק
- 93 ג. סטנדרט הפגיעה בתחרות וחלופות לו
- 94 1. סטנדרט הפגיעה בתחרות
- 96 2. רווחת הצרכן וזכויותיו
- 101 3. גודל עסקי וריכוזיות ענפית
- 102 (א) גודל עסקי
- 104 (ב) ריכוזיות ענפית
- 106 4. יעילות כלכלית
- 110 ד. הערות סיכום

111 הבסיס הכלכלי לדיני ההגבלים העסקיים – עדי אייל

- 111 א. הקדמה
- 113 ב. חלק ראשון
- 113 1. הגישה הקלסית: תחרות כמקדמת יעילות והגינות – המבחן הסטטי
- 113 המודל התחרותי
- 120 2. סימני שאלה: האם הבסיס התאורטי חזק דיו?
- 127 (א) בעיית חסמי הכניסה
- 129 (ב) גמישות הביקוש
- 132 3. חזרה למשפט: הבחנות נדרשות ביישום דיני ההגבלים העסקיים
- 135 ג. חלק שני
- 135 1. חיזוק מודרני לגישה הקלסית – המבחן הדינמי
- 141 2. סימני שאלה: האם המונופוליסט רציונלי?
- 144 3. חזרה למשפט: האם אנו יודעים כיצד ליישם את הגישה הדינמית?
- 148 ד. חלק שלישי
- 148 1. "הכלכלה החדשה" בדיני ההגבלים העסקיים
- 151 (א) יישומם של עקרונות קודמים בשוקי מערכת
- 151 (ב) מלבן פוזנר
- 151 (ג) חסמי כניסה
- 153 (ד) חדשנות טורפנית
- 154 2. סימני שאלה: האם באמת מדובר בכלכלה חדשה?

155	שוקי מערכת כמונופול טבעי
156	3. שילוב הגישות – מה אנחנו באמת רוצים ממדיניות הגבלים עסקיים?
160	רשות ההגבלים העסקיים כקובעת מדיניות כלכלית
163	ה. סיכום
164	ו. מילון מושגים
167	הגדרת שווקים – מנחם פרלמן
167	א. מבוא
167	1. הקדמה
168	2. כוח שוק
169	3. הקשר בין נתח שוק לכוח שוק
170	4. השימוש בהגדרת שוק
171	5. התפתחות המושג
172	ב. מבחן המונופול ההיפותטי
172	1. מהו מבחן המונופול ההיפותטי
173	2. העלאת מחיר צריכה להיות ריווחית
174	3. מהו שיעור עליית מחיר קטן, אך משמעותי
174	4. מהי העלאת מחיר שאינה בת חלוף
175	5. מה הם מחירי הבסיס
176	ג. הגדרת שוק המוצר
176	1. תהליך זיהוי המוצרים הרלוונטים בשוק בהתבסס על צד הביקוש
177	2. גמישות תחלופה של הביקוש
177	3. מדדי איכות פרקטיים
178	(א) השוואת מחיר המוצרים
178	(ב) פרספקטיבת הנפשות הפועלות
179	(ג) הנתונים הפיזיים-אובייקטיבים
179	(ד) מבנה הביקוש וההיצע
179	4. מדדים כמותיים/התנהגותיים
180	(א) התנהגות מחירים מקבילה על פני זמן
181	(ב) עדות על צרכנים שעברו בין המוצרים בתגובה לשינוי מחיר
181	(ג) עלויות המעבר וזמן המעבר בין צריכת מוצרים
181	5. גמישות תחלופה של ההיצע
185	6. הגדרת שוק המוצר במקרה של הפליית מחירים
185	ד. הגדרת השוק הגיאוגרפי
185	1. תהליך זיהוי השוק הגיאוגרפי
186	2. מדדים להגדרת שוק גיאוגרפי
187	3. מדידת נתחי שוק וחשוב הריכוזיות
189	ה. הערות לסוגיות שונות בהגדרת שווקים

- 189 1. הגדרת שווקים בשוקי טכנולוגיה משתנה.
- 189 2. שווקי המשך
- 190 3. הגדרת שווקים בשווקים דו-צדיים
- 191 1. סיכום
- 191 נספח – הפניות להנחיות רשויות תחרות זרות בקשר להגדרת שוק

חלק ב – ניתוח פרטני של איסורי החוק

- 193 הסדרים כובלים – יסודות האיסור – מיכל (שיצר) גל, אמיר ישראלי, מנחם פרלמן... 193
- 193 א. מבוא
- 196 ב. ניתוח כלכלי של הסדרים כובלים
- 204 ג. הסדר כובל – כללי
- 204 1. מבנה החוק
- 206 2. התנאים לקיומו של הסדר כובל לפי סעיף 2(א)
- 2008 3. "הסדר"
- 208 (א) מהו הסדר?
- 211 (ב) מה בין הסדר לחוזה?
- 214 (ג) הסדר מול פעולה חד-צדדית
- 219 הפעלת כוח כהסדר?
- 220 (ד) תיאום מחירים מול התאמה אוליגופוליסטית
- 220 (1) כללי
- 222 (2) התאמה אוליגופוליסטית – ניתוח כלכלי
- 224 (3) התאמה אוליגופוליסטית – הדין המצוי
- 225 (4) האם ראוי לאסור על התאמה אוליגופוליסטית?
- 228 (5) קביעת קו הגבול בין תיאום להתאמה
- 234 4. בין בני אדם המנהלים עסקים
- 234 (א) כללי
- 235 (ב) עיסוק ראשי או משני?
- 236 (ג) הסכם בין ספק וצרכן
- 240 (ד) גופים שאינם "מנהלים עסקים": פעולות שלטוניות
- 243 (ה) גופים אשר אינם "מנהלים עסקים": מעמדן של פעולות שלא למטרת רווח
- 244 (ו) דוקטרינת "היישות הכלכלית האחת"
- 248 5. יסוד הכבילה: "לפחות אחד הצדדים מגביל את עצמו"
- 252 6. יסוד הסתברותי לפגיעה בתחרות
- 254 (א) מישורי הפגיעה בתחרות
- 259 (ב) עוצמת הפגיעה בתחרות
- 259 (ג) שקילות שיקולים מאזנים
- 262 (ד) דוקטרינת הכבילה הנלווית

265	7. הסדר כובל והגדרת השוק
267	8. יסוד נפשי ליצירת הסדר כובל
268	ד. חזקות לפגיעה בתחרות – סעיף 2(ב)
268	1. פרשנותו של סעיף 2(ב) לחוק
270	(א) הרציונל העומד בבסיס החזקות החלוטות
274	(ב) הסדרים כובלים – המשפט האמריקני
277	(ג) מנגנון ההסדרה הקבוע בחוק הישראלי
278	(ד) תוקפן של החזקות ו"דרכי המילוט"
278	(1) ההצעה לביטול החזקות החלוטות
279	(2) סייג זוטי הדברים
288	(3) פרשנות תכליתית
291	(4) שיקול דעת בהגשת תביעות פליליות
292	(5) הפעלת שיקול דעת בבטלות החוזה
295	2. פרוט החזקות החלוטות
295	(א) הסדרים בנוגע למחיר
302	(ב) הסדר בנוגע לרווח שיופק
303	(ג) הסכם "לחלוקת שוק"
308	(ד) הסדר בנוגע לסוג המוצרים
309	ה. קו פעולה שנקבע בידי ארגון עסקי
315	ו. התאמה להסדר כובל קיים
315	כללי
322	ז. סיכום
323	הסדרים אנכיים – דיויד גילה, יוסי שפיגל
323	חלק א: הסדרים אנכיים – ניתוח כלכלי
323	1. הקדמה
324	1.1 סוגי הסדרים אנכיים
326	1.2 ההבחנה בין יחסים אנכיים ליחסים אופקיים
329	1.3 בעיות כלכליות במערכות יחסים אנכיות
330	1.4 מבנה חלק א של הפרק
	יחסי ספק בודד ומפיץ בודד
332	2. בעיית השוליים הכפולים
334	2.1 גביית דמי זיכיון
335	2.1.1 חלוקת סיכונים לא יעילה
	2.1.1.2 היעדר תמריץ מספיק לספק להשקיע בקידום מכירות
336	(Upstream Moral Hazard)

2.1.3	אינפורמציה פרטית של הספק לגבי סיכויי ההצלחה של המוצר
337	(Adverse Selection)
2.1.4	אינפורמציה פרטית של המפיץ לגבי הביקוש למוצר
337	ו/או עלויות השיווק של המפיץ
2.2	הכתבת מחיר מקסימום לצרכן
2.3	הכתבת מכסת מכירות מינימלית
2.4	בעיית השוליים הכפולים במכירת מוצרים משלימים ובמכירת חבילות מוצרים
2.5	יצירת תחרות בין מפיצים כפתרון לבעיית השוליים הכפולים
3.	תמריץ חסר להשקעה במאמצי שיווק (Downstream Moral Hazard)
3.1	הכתבת סטנדרט איכות מינימלי (Minimum Quality Standards)
3.2	גביית דמי זיכיון
3.3	הכתבת מכסת מכירות מינימלית
4.	בעיית Moral Hazard דו-צדדית
5.	אינפורמציה פרטית של הספק לגבי סיכויי ההחזרה של מוצר חדש לשוק ועמלות מרף ..
	תחרות פנים-מותגית
6.	בעיית ה-Downstream Moral Hazard כאשר ספק מתקשר עם כמה מפיצים
6.1	דמי זיכיון והכתבת מחיר לצרכן
6.2	קביעת טריטוריות בלעדיות
6.3	קביעת טריטוריות בלעדיות ומיקום אופטימלי של מפיצים
6.4	הכתבת מחיר מינימום לצרכן כאמצעי לעידוד המפיצים להחזיק מלאי מוצרים מספיק
6.5	הכתבת מחיר מינימום לצרכן כאמצעי לעידוד המפיצים להחזיק קו מוצרים מלא
7.	בעיית "הרוכב החופשי" (free rider problem) בתחרות פנים-מותגית
7.1	קביעת טריטוריות בלעדיות כאמצעי לפתרון בעיית רוכב החופשי
7.2	תחרות פנים-מותגית
7.3	הכתבת מחיר מינימום לצרכן כאמצעי לעידוד המפיצים לספק שירותים לצרכנים
7.4	קביעת תמחיל עסקים מיטבי במרכזי קניות ובקניונים
8.	בעיית האופורטוניזם מצד הספק בתחרות פנים-מותגית
	תחרות בין-מותגית
9.	בעיית "הרוכב החופשי" בתחרות בין-מותגית
10.	בעיית התחלופה בין תשומות הייצור (Input substitution problem)
10.1	קשירה בין רכישת גורמי ייצור שונים כאמצעי להבטחת שימוש בהרכב תשומות יעיל
10.2	קשירה בין רכישת מוצר בר-קיימא ורכישת שירות תחזוקה

10.3 קשירה בין רכישת מוצר בר-קיימא לרכישת מוצרים משלימים 378

הפליית מחירים

11. הסדרים אנכיים כמנגנון ליצירת הפליית מחירים 379
- 11.1 בידול אנכי בין מפיצים כמנגנון ליצירת הפליית מחירים בשוק הקמעונאי 380
- 11.2 קשירה בין רכישת מוצר בר-קיימא לרכישת תשומות כמנגנון
הפליית מחירים בשוק הסיטונאי באמצעות "מדידה" (metering) 382
- 11.3 קשירה בין מוצרים שלביקושים שלהם יש מתאם שלילי כמנגנון
ליצירת הפליית מחירים בשוק הסיטונאי 383
- 11.4 קשירה בין שני מוצרים בשוק הסיטונאי לשם "שאיבת" עודף מהלקוחות 384
- 11.5 קשירה תמחירית בשוק הסיטונאי כאמצעי ל"שאיבת" עודף מהלקוחות 386

השפעות אנטי תחרותיות של הסדרים אנכיים במסגרת תחרות בין-מותגית

12. שימוש בהסדרים אנכיים כאמצעי לריכוך תחרות בשוק הסיטונאי או הקמעונאי 389
- 12.1 הכתבת מחיר מינימום לצרכן כדי לרכך תחרות בין מפיצים בשוק הקמעונאי 389
- 12.2 קביעת טריטוריות בלעדיות כאמצעי לריכוך תחרות בין מפיצי
מוצרים של ספקים שונים 390
- 12.3 עמלות מדף כאמצעי לריכוך תחרות בין מפיצים בשוק הקמעונאי 391
- 12.4 הכתבת מחיר מינימום לצרכן והסכמי רכישה בלעדית כאמצעים הקלה על תיאום
מחירים בשוק הסיטונאי 391
- 12.5 הסדרי לקוח מועדף כאמצעי להקלה על תיאום מחירים בשוק הסיטונאי 392
- 12.6 הסדרי הפצה בלעדית כאמצעי לריכוך תחרות בין-מותגית בשוק
הסיטונאי ובשוק הקמעונאי 393
13. שימוש בהסדרים אנכיים כאמצעי לדחיקת רגלי ספקים מתחרים 394
- 13.1 עמלות מדף כאמצעי לדחיקת רגלי ספקים מתחרים 394
- 13.2 הצרת צעדי ספקים מתחרים באמצעות קשירה בין מוצרים או תניית
שיווק קו מוצרים מלא 395
- 13.3 דחיקת רגלי ספקים מתחרים באמצעות הנחות נאמנות 397
- 13.4 קשירה בין מוצרים כאמצעי לדחיקת רגלי ספקים מתחרים בשוק הסיטונאי 398
- 13.5 דחיקת רגלי ספקים מתחרים באמצעות הסכמי רכישה בלעדית 399

חלק ב: הסדרים אנכיים – ניתוח משפטי 405

1. הקדמה 405
2. הוראות החוק הרלוונטיות 405
- 2.1 סעיף 2(א) לחוק 406
- 2.1.1 דרישת ההגבלה העצמית 406
- 2.1.2 הסדר העלול לפגוע בתחרות בשוק של הצד שנהנה מן הכבילה 407
- 2.1.3 מהי "תחרות" לצורך סעיף 2(א) לחוק – תהליך או תוצאה? 409
- 2.1.4 פגיעה בתחרות "בין פירמה לפירמה" או פגיעה בתחרות בענף הרלוונטי? 410

412	2.2 סעיף 2(ב) לחוק.....
415	2.3 האם מדובר בהסדר או באקט חד-צדדי ומה דין המלצות.....
	2.4 האם תשלומי ההעברה בין הספק למפיץ והכמות הנמכרת למפיץ יכולים להיות הסדר כובל?
418	2.5 האפשרות להחלת פטור הסוג להסדרים שפגיעתם בתחרות קלת ערך על הסדרים אנכיים.....
420	3. מגבלות על התחרות הפנים-מותגית.....
423	3.1 הסכם הפצה בלעדית.....
423	3.1.1 תחולת סעיף 2(ב) לחוק.....
424	3.1.2 תחולת סעיף 2(א) לחוק.....
424	א. ספק יחיד.....
426	ב. תחרות בין-מותגית.....
427	3.1.3 פטור הסוג להסכמי הפצה בלעדית.....
432	3.1.4 הפצה בלעדית – נפקותם המשפטית של היתרונות החברתיים.....
433	3.2 טריטוריות בלעדיות וסגמנטים בלעדיים.....
433	3.2.1 תחולת סעיף 2(ב) לחוק.....
434	3.2.2 תחולת סעיף 2(א).....
436	3.2.3 החלת פטור הסוג להפצה בלעדית על חלוקה טריטוריאלית בין מפיצים.....
438	3.2.4 טריטוריות בלעדיות – נפקותם המשפטית של היתרונות החברתיים.....
438	3.3 הכתבת מחיר מינימום (Minimum Resale Price Maintenance).....
439	3.3.1 תחולת סעיף 2(ב).....
440	3.3.2 תחולת סעיף 2(א).....
	3.3.3 הכתבת מחירי מינימום או מכסות מרביות – נפקותם המשפטית של היתרונות החברתיים.....
442	3.3.4 הסדרים אנלוגיים להכתבת מחיר מינימום.....
444	4. הסדר לקוח מועדף.....
444	4.1 תחולת סעיף 2(ב).....
444	4.2 תחולת סעיף 2(א).....
447	4.3 הסדר לקוח מועדף והאיסור על הפליה.....
447	5. הכתבת מחירי מקסימום (Maximum Resale Price Maintenance).....
449	6. הכתבת סטנדרט איכות אופטימלי.....
450	7. הסכמי זכיינות.....
454	8. הסדר רכישה בלעדית (“Exclusive Dealing”; “Exclusive Purchasing”).....
455	8.1 תחולת סעיף 2(ב).....
455	8.2 תחולת סעיף 2(א).....
456	8.3 פטור הסוג להסכמי רכישה בלעדית.....
461	8.4 החלת פטור הסוג למיזמים משותפים על הסכם רכישה בלעדית.....
462	8.5 הנפקות המשפטית של היתרונות החברתיים.....
464	9. רכישה בלעדית חלקית והסדרים אנלוגיים.....

תוכן עניינים

464	9.1 התחייבות לצמצום מספר הספקים או לאי-הכנסת מוצרים מתחרים
465	9.2 רכישת שטחי תצוגה
467	9.3 ניהול קטגוריה וסדרנות
469	9.4 בונוסים והטבות בגין השגת יעדי מכירות
473	9.5 קביעת נתחי שוק של ספקים
474	9.6 מבצעים בלעדיים
475	10. סייגי סעיף 3 לחוק והסדרים אנכיים
475	10.1 הסדרים הנוגעים לזכות השימוש בקניין רוחני
478	10.2 הסדרים הנוגעים לזכות השימוש במקרקעין
480	10.2.1 הצעת פטור הסוג להסדרי בלעדיות במקרקעין
482	10.3 הסדר בתוך הפירמה
483	10.4 כבילות הנוגעות לגידולים חקלאיים
483	10.5 בלעדיות הדדית
485	11. הטיפול בהסדרים אנכיים בארצות-הברית ובאיחוד האירופי
485	11.1 ארצות-הברית
485	11.1.1 חקיקה
485	11.1.2 ציוני דרך בהתפתחות הפסיקה
488	11.2 האיחוד האירופי
488	11.2.1 חקיקה וקווים מנחים
489	11.2.2 ציוני דרך בהתפתחות הפסיקה
492	נספחים טכניים
492	נספח א: בעיית השוליים הכפולים
494	פתרון בעיית השוליים הכפולים באמצעות הכתבת מחיר מקסימום לצרכן
	נספח ב: תמריץ חסר להשקעה במאמצי שיווק (Downstream Moral Hazard)
494	בהפצה בלעדית
	פתרון בעיית תמריץ החסר להשקעה במאמצי שיווק באמצעות
498	הכתבת מכסת מכירות מינימלית
499	נספח ג: בעיית ה-Downstream Moral Hazard כאשר יש תחרות פנים-מותגית
503	נספח ד: פתרון בעיית ה"רוכב החופשי" באמצעות הכתבת מחיר מינימום
504	נספח ה: בעיית האופורטוניזם מצד הספק בתחרות פנים-מותגית
506	נספח ו: בעיית התחלופה בין תשומות הייצור

מפתחות

511	מפתח חקיקה
511	חקיקה ישראלית
518	חקיקה אמריקנית

ניתוח משפטי וכלכלי של דיני ההגבלים העסקיים

519	שונות.....
520	פרסומי הממונה על ההגבלים העסקיים.....
523	דוחות.....
525	מפתח פסיקה.....
525	פסיקה ישראלית.....
532	פסיקה זרה.....
537	מפתח ספרות.....
537	ספרים בעברית.....
537	ספרים זרים.....
540	מאמרים בעברית.....
542	מאמרים זרים.....