

האם מותר למונופול לגבות מחיר מופרז?

חוות הדעת שהגיש לאחרונה היועץ המשפטי לממשלה אביחי מנדלבליט לבית המשפט העליון שעניינה האיסור על גביית מחיר מופרז ע"י מונופול, נראית כאילו הונפקה באחד ממשרדי עורכי הדין הגדולים העוסקים בהגנה על מונופולים. חוות דעת זאת לוקה בחוסר הבנה כלכלית אלמנטרי מחד ומאי הבנה סוגיית המחיר המופרז מאידך.

אבל נתחיל בצד החיובי. חוות הדעת קובעת את המובן מאליו לכל מי שלמד אי פעם קורס מבוא בכלכלה: שאיסור על גביית מחיר לא הוגן על ידי מונופול הקבוע בחוק, עניינו בעיקר באיסור על גביית מחיר לא הוגן גבוה, משמע מחיר מופרז.

עכשיו ניתן לצפות כי בית המשפט העליון יאמץ את הקביעה הטריטוריאליה הזאת וישים קץ למחלוקת מיותרת.

אבל בהמשך מאמצת חוות הדעת את עמדת המונופולים שלפיה שימוש נרחב בעילת המחיר המופרז מהווה סכנה של ממש למשק: תפגע בתחרות, תחליש את הרצון לחדשנות ובסופו של דבר תפגע ברווחת הצרכנים. אלו טענות חסרות שחר.

המניע ליזמות וחדשנות במשק אינו הרצון לרכוש מעמד מונופוליסטי ולגבות בהמשך מחיר מופקע מהצרכנים. המחיר המופרז אינו "שמן בגלגלי החדשנות" כמו שנכתב ממש במלים אלו בחוות דעת מנדלבליט, בלי למצמץ וללא בושה.

נוסף על כך, הטענה בעד גביית מחיר מופרז מתעלמת מהמוסכמה שהתגבשה בקהילה הכלכלית בעשור האחרון לפיה לפירמה יש מחויבות לא רק לבעלי המניות שלה, אלא גם לבעלי עניין נוספים: העובדים, הלקוחות, הספקים, הסביבה הקהילה ועוד. לפירמה, קל וחומר למונופול, אסור לנצל את כוחה לרעה ולגבות מחיר מופרז - כפי שעשתה תנובה בשנת 2011 עם גביע הקוטג'. הצרכנים לא המתינו לבית המשפט והכריזו על מרד צרכנים. וכך ירד בן לילה המחיר מ-7 ₪ לגביע לפחות מ-6 ₪ וכך הוא נותר עד היום. גם אריק שור מנכ"ל תנובה דאז הבין את גודל הטעות שבגביית מחיר מופרז. טעינו, הוא אמר בראיון, אכזבנו את הצרכנים, לא נעשה זאת שנית.

כך אגב חשבה השופטת אסתר שטמר כאשר אישרה את התובענה נגד תנובה בעניין זה בראשית השנה.

אבל מנדלבליט לא עוצר כאן. בהמשך חוות דעתו הוא בחר לתקוף את פסיקתו של השופט גרוסקופף אשר אישר את הבקשה נגד חברת קוקה קולה בגין גביית מחיר מופרז על בקבוקי משקה בנפח 1.5 ליטר.

הגשת בקשה בגין גביית מחיר מופרז אינה דבר של מה בכך. המבקש צריך להוכיח, מתוך בסיס נתונים פומבי וצר, כי המונופול גובה מחיר מופרז. למונופול, שכל המידע בפניו, קל

דר' מאיר אמיר ושות'
 ייזום, תכנון, ניהול
 וייעוץ כלכלי בע"מ

Dr. Meir Amir & Co.
 Economic planning, management
 & consulting Ltd

לכאורה להדוף טענה זו: הוא פשוט צריך לחשוף את התמחיר שלו כדי להוכיח שלא מדובר במחיר מופרז.

וגם אם המחיר שהוא גובה הוא גבוה יחסית, יכול המונופול לנסות ולהוכיח שהמחיר הגבוה אינו בלתי הוגן בהכרח: למשל להוכיח כי הרווחיות היתרה נובעת מהתייעלות או חידוש טכנולוגי; או שמדובר במוצר בעל תועלת רבה לציבור ולכן המחיר הגבוה הוא מוצדק; או שמדובר בתחום פעילות רב סיכון שמצדיק מחיר גבוה ועוד כהנה וכהנה.

אבל קוקה קולה נמנעה בתיק זה לעשות את הצעדים הללו: היא סרבה לחשוף את העלות שלה בפועל, שרק היא מכירה אותה, ואף לא ניסתה להוכיח כי המחיר הגבוה לכאורה שהיא גובה אינו מחיר בלתי הוגן. שהרי כאמור לעתים מותר למונופול לגבות מחיר גבוה מאד אבל חובת ההוכחה שאין מדובר במחיר בלתי הוגן היא עליו.

לאור זאת לא נותרה ברירה לשופט אלא לאשר את הבקשה.

עכשו נותר לקוות שבית המשפט העליון יאמץ את קביעתו העקרונית של מנדלבליט וידחה את כל מה שהוא מציע בהמשך.