



דו"ח הוועדה הציבורית להגברת התחרותיות בענף הרכב

פברואר 2012

מוגש לשר התחבורה והבטיחות בדרכים

לכבוד,

י"ט בשבט, תשע"ב

ח"כ ישראל כץ

12 בפברואר, 2012

שר התחבורה והבטיחות בדרכים

אדוני השר,

הנדון: דו"ח הוועדה להגברת התחרותיות בענף הרכב

בהמשך לכתב המינוי שלך מיום א' באלול תשע"א, 31 באוגוסט 2011, הריני מתכבד להגיש לך את חלק א' של דו"ח הוועדה להגברת התחרותיות בענף הרכב אשר עמדתי בראשה. לאחר שנקבל את אישורך להמלצות המפורטות בחלק א', ניגש להכנת חלק ב' ובו הצעת חוק המעגנת את ההמלצות למעשה.

במשך חמישה חודשים קיימה הוועדה עשרות ישיבות, בהן נפגשה עם גורמים רבים בענף הרכב ובתחומי מקצוע רלוונטים לו כמו: הגבלים עסקיים, מיסוי בינלאומי, שמאות וביטוח, שילוח וייבוא ועוד.

חברי הוועדה הקדישו ממיטב זמנם בכדי להביא בפניך המלצות מאוזנות ושקולות המבקשות להגביר את התחרותיות בענף הרכב ובענפי המשנה שלו, וזאת במטרה להוריד מחירים ולהעלות את רמת השירות לציבור הצרכנים. הוועדה סבורה כי הגברת התחרותיות תביא לצמצום רווחים עודפים ועלויות תיווך מיותרות בשרשרת הערך הענפית. הוועדה ממליצה להסיר חסמי תחרות וכשלי שוק בכל מגזרי הענף ולשכלל את המידע העומד לרשות הגורמים השונים בענף, וכל זאת לשם שיפור רווחת הצרכן בענף חשוב זה.

על מנת לתמוך בהמלצותיה, ייחדה הוועדה מקום נכבד בעבודתה לסקירת שווקים בינלאומיים ולכתיבת רקע תיאורטי ומעשי בתחומי ריכוזיות שוק, אינדיקטורים למעורבות רגולטורית, מדדי תחרות מקובלים, שיטות לזיהוי חסמי תחרות, כשלי שוק והסדרים קובלים. כמו כן, החליטה הוועדה לסקור את השינויים והרפורמות שבוצעו במהלך השנים האחרונות בענף הרכב בישראל. הוועדה למדה גם מניסיוןן של מדינות נבחרות בהתמודדות עם בעיות דומות להן נדרשה הוועדה.

בשם כל חברי הוועדה ברצוני להודות לך על האמון שנתת בנו, וכן על הסיוע הרב שקיבלה הוועדה ממשרדך לטובת ביצוע המשימה המורכבת שעמדה בפנינו וכל זאת בפרק זמן קצר יחסית.

בכבוד רב

פרופ' ירון זליכה, רו"ח

יו"ר הוועדה

תוכן עניינים

9	מבוא.....
10	1.1. כתב המינוי.....
11	1.2. הרכב הוועדה.....
12	1.3. תודות.....
13	I. פרק ראשון: תמצית מנהלים.....
14	1. דבר היו"ר בנוגע לעבודת הוועדה.....
15	2. עיקרי המלצות הוועדה.....
20	II. פרק שני: ענף הרכב בישראל.....
21	1. השוק העיקרי ושווקי המשנה.....
21	1.1. כללי.....
24	1.2. סך ההוצאה המשפחתית על רכב.....
25	1.3. היקף הפעילות הכלכלית.....
25	1.4. תיאור ענף הרכב בישראל.....
28	1.4.1. שוק המכוניות.....
31	1.4.2. כלי רכב לתחבורה ציבורית בישראל.....
32	1.4.3. שוק הדו-גלגלי (אופנועים וקטנועים).....
32	1.4.4. שוק המשאיות והציוד מכני הנדסי.....
32	1.4.5. השוק המוסדי (ציי רכב וליסינג).....
35	1.5. ייבוא מכוניות לישראל.....
35	1.5.1. ייבוא ישיר של מכוניות.....
38	1.5.2. ייבוא מקביל.....
38	1.5.3. ייבוא אישי.....
39	1.6. שוק החלפים ותחזוקת הרכב.....
39	1.6.1. חלפים ואביזרי רכב.....
43	1.6.2. מצברים, צמיגים ושמנים.....
44	1.6.3. מוסכים בישראל.....
44	1.7. מחירוני, שמאות וביטוח רכב בישראל.....
44	1.7.1. מחירוני.....
46	1.7.2. שמאות.....
47	1.7.3. ביטוח רכב בישראל.....
50	2. רפורמות קודמות בענף הרכב בישראל.....
50	2.1. השינוי במיסוי אביזרי בטיחות לרכב, ינואר 2000.....
50	2.2. שינויים מבניים בענף הרכב, אוקטובר 2002.....
51	2.3. יבוא מקביל לחלקי חילוף, יולי 2004.....
51	2.4. הוזלת מיסי קנייה, דצמבר 2005.....
51	2.5. שווי שימוש לרכב, דצמבר 2007.....



52	2.6 רפורמת המיסוי הירוק, אוגוסט 2009
53	3. מבנה הרגולציה, התקינה והמיסוי בענף הרכב בישראל
53	3.1 גורמי רגולציה רלבנטיים והקשר שלהם לענף הרכב
53	3.1.1 משרד התחבורה
53	3.1.2 צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב)
54	3.1.3 משרד התמ"ת
54	3.1.4 משרד האוצר
54	3.1.5 רשות ההגבלים העסקיים
55	3.1.6 משרד להגנת הסביבה
55	3.2 דרישות הרגולציה מיבואני רכב בישראל
55	3.2.1 כללי
56	3.2.2 דרישות מהיבואן הישיר
57	3.2.3 דרישות מהיבואן המקביל לרכב מסוג M1
59	3.2.4 דרישות לגבי ייבוא אישי
59	3.3 תקינת רכב בישראל
62	3.4 רגולציה לעניין ליסינג תפעולי
63	3.5 תוכנית לגריטת כלי רכב
63	3.6 רגולציה בתחום החלפים
64	3.7 רגולציה בתחום הצמיגים
64	3.8 מיסוי רכב בישראל
64	3.8.1 מס קנייה ושווי רכב
65	3.8.2 המיסוי בסביבת הסכמי GATT
66	3.8.3 השפעת רפורמת המיסוי הירוק
67	3.8.4 שיעורי פחת על רכב
68	3.8.5 שווי שימוש
70	3.8.6 ניכוי הוצאות רכב
73	III פרק שלישי: סקירה בינלאומית
74	1. סקירה בינלאומית כללית של ענף הרכב
74	1.1 תעשיית הרכב הבינלאומי
77	1.2 היסטורית הריכוזיות בשוק הרכב העולמי
78	1.3 הביקוש לרכב בעולם
78	1.4 מעורבות הממשלות בשוק הרכב
79	1.5 שינויים ומגמות בשוק הרכב העולמי
80	2. השוק האירופאי המשותף
80	2.1 רקע
80	2.2 עקרונות הרגולציה באירופה
81	2.2.1 רגולציה בתחום מכירה והפצה של כלי רכב

82 רגולציה בענף המוסכים והחלפים	2.2.2
83 מעמד סוחרי הרכב	2.3
83 חלפים	2.4
84 השוק בארצות הברית	3
84 רקע	3.1
84 עקרונות הרגולציה	3.2
85 מעמד סוחרי הרכב	3.3
86 מדינות המזרח הרחוק'	4
87 פרק רביעי: התחרותיות בענף	IV
88 1. התערבות הרגולציה בשווקים	1
88 1.1 מעורבות ממשלתית	1.1
88 1.2 מדדי החלטה להפעלת רגולציה	1.2
88 1.2.1 תועלת מהפעלת הרגולציה	1.2.1
88 1.2.2 עלויות הפעלת הרגולציה	1.2.2
89 1.2.3 סיכון המצדיק רגולציה	1.2.3
89 1.3 כשלי שוק ופרקטיקות להגבלת שוק	1.3
90 1.4 אינדיקטורים לרמת התחרותיות	1.4
90 1.4.1 מדדים כמותיים כלליים	1.4.1
91 1.4.2 מדדי ריכוזיות	1.4.2
92 1.4.3 ניתוח איכותני של רמת תחרותיות	1.4.3
94 2. הריכוזיות בענף הרכב	2
94 2.1 כללי	2.1
94 2.2 שרשרת הערך האנכית ביבוא רכב	2.2
96 2.3 ייבוא חלפים לישראל ושיווקם	2.3
97 2.3.1 יצרני חלפים בעולם	2.3.1
97 2.3.2 סיטונאי חלפים	2.3.2
98 2.4 השפעות המס על מחיר הרכב	2.4
100 2.5 בעלויות צולבות בענף הרכב	2.5
102 2.6 מדידת הריכוזיות בקרב יבואני הרכב	2.6
103 2.7 חסמי כניסה וניידות	2.7
106 3. רווחיות של גורמים בענף	3
106 3.1 ניתוח נתונים כספיים – חברות ייבוא הרכב (יבואנים)	3.1
106 3.1.1 סקירה כללית	3.1.1
106 3.1.2 פעילות היבואנים	3.1.2
107 3.1.3 פעילות מכירות כלי רכב	3.1.3
108 3.1.4 התפלגות מכירות כלי רכב	3.1.4
108 3.1.5 עלויות התפעול והמכירה	3.1.5

109הוצאות מימון	3.1.6
110סיכום הרווח וההפסד של היבואנים (תחום כלי רכב)	3.1.7
111מציאת "נקודות איזון" ממכירות כלי רכב בלבד	3.1.8
112פעילות ממכירות חלקי חילוף ושירותי מוסף	3.1.9
113מציאת "נקודות איזון" מפעילות כוללת (כלי רכב וחלפים)	3.1.10
115	
115סקירה כללית	3.2.1
117מקורות המימון של חברות הליסינג	3.2.2
119רווחיות	3.2.3
121השכרת רכב לזמן קצר	3.2.4
121שינויים בהיקף הפעילות בתחום וברווחיותו	3.2.5
122חסמי הכניסה והיציאה העיקריים של תחום הפעילות	3.2.6
122תיאור שירותי השכרת רכב לזמן קצר	3.2.7
122ליסינג תפעולי	3.2.8
123תנודות מחירים בשוק המכוניות המשומשות	3.2.9
125	
125	
125	
126	
126	
130	
130	
130	
132	
133	
134	
139	
140	
145	
145	
149	
152	
156	
157	
159	
160	
161	

תוכן לוחות ותרשימים

21	לוח 1 : התפלגות סוגי כלי הרכב הנעים בישראל לאורך השנים
27	לוח 2 : קטגוריות רכב על פי האיחוד האירופי
28	לוח 3 : הגדרת סוגי מכונית בקטגוריות M1 ו-N1 בארצות נבחרות
29	לוח 4 : מסירות מכוניות 2007-2011
41	לוח 5 : דוגמאות נבחרות לעלויות של חלפים
48	לוח 6 : משקל רווחיות ביטוח רכב חובה ברווח החברות
48	לוח 7 : סך דמי ביטוח ברוטו
49	לוח 8 : נתח שוק דמי ביטוח רכב חובה ורכוש ברוטו (קבוצות וחברות ביטוח, לשנת 2010)
52	לוח 9 : הרפורמות והשינויים בענף הרכב בעשור החולף
66	לוח 10 : שיעור מס קנייה אפקטיבי בהתאם לרמת הזיהום
70	לוח 11 : שווי שימוש ברכב – בשנים 2010 ו-2011
71	לוח 12 : שיעור הפחת בגין כלי רכב אשר נרשמו לראשונה עד ליום 1 ביולי, 2009
71	לוח 13 : שיעור הפחת בגין כלי רכב אשר נרשמו לראשונה החל מיום 1 ביולי, 2009
91	לוח 14 : אינדיקטורים כמותיים לרמת תחרותיות לפי חלוקה לקבוצות
95	לוח 15 : טבלת ימי אשראי יבואנים מדווחים
96	לוח 16 : רכישות רכב משפחתי על ידי חברות הליסינג
101	לוח 17 : בעלויות צולבות של יבואני הרכב
106	לוח 18 : שיעור הרווח הנקי ושיעור ההון העצמי 2008-2011
106	לוח 19 : מכירות כלי רכב וחלפים ב-2010
107	לוח 20 : רווח גולמי ממכירות כלי רכב בלבד 2006-2010
108	לוח 21 : שיעור מכירות ללקוחות פרטיים 2007-2010
109	לוח 22 : הוצאות הנהלה וכלליות 2008-2010
111	לוח 23 : דו"ח רווח והפסד סטנדרטי לחישוב "נקודת איזון"
112	לוח 24 : שיעור מכירות חלקי חילוף ומוסך ממכירות כלי רכב
113	לוח 25 : רווח גולמי ממכירת חלקי חילוף ומוסך
114	לוח 26 : דו"ח רווח והפסד כולל לחישוב "נקודת איזון"
118	לוח 27 : שיעורי ההון העצמי של חברות הליסינג המדווחות
118	לוח 28 : היחס השוטף של חברות הליסינג
118	לוח 29 : מקורות המימון (אשראי) של חברות הליסינג
119	לוח 30 : דירוג החברות על פי חברת מידרוג
119	לוח 31 : שיעור הרווח התפעולי של חברות הרכב המדווחות בשנים 2008-2011
120	לוח 32 : רווחיות תפעולית לפי מגזרים בחברת דן-אוויס 2008-2011
120	לוח 33 : רווחיות גולמית לפי מגזרים בחברת דן-אוויס 2008-2010
121	לוח 34 : רווחיות תפעולית לפי מגזרים בחברת שלמה-ניו קופל 2008-2011
127	לוח 35 : מדגם מחירי מכוניות לפי מחירון 2012

22	תרשים 1: רמת מינוע בישראל בשנים 1965-2010
23	תרשים 2: רמת המינוע בישראל בהשוואה למדינות נבחרות
23	תרשים 3: השתנות גיל הרכב הממוצע בישראל (בשנים)
24	תרשים 4: שיעור ההוצאה על כלי רכב מתוך ההוצאה החדשית של משק בית ממוצע, לפי שנים
25	תרשים 5: היקף ההוצאה החדשית הממוצעת על כלי רכב, לפי עשירונים
26	תרשים 6: חלוקת ענף הרכב
29	תרשים 7: ארצות המקור ליבוא רכב לישראל
30	תרשים 8: חלוקת ענף הרכב לפי מחירי שנת 2011
33	תרשים 9: ציי הרכב של חברות הליסינג וההשכרה הגדולות
34	תרשים 10: פילוח שוק כלי הרכב הפרטיים החדשים בשנת 2010
36	תרשים 11: חלקם היחסי של היבואנים במסירות מכוניות (פרטי ומסחרי)
36	תרשים 12: נתחי שוק לפי מותגים
37	תרשים 13: עץ אחזקות יבואני מכוניות
39	תרשים 14: ייבוא אישי של כלי רכב בשנים 2007-2010
43	תרשים 15: שיעור השימוש בסוגי החלפים השונים בתאונות בהן קיים ביטוח מקיף
65	תרשים 16: הכנסות המדינה ממיסי קנייה על כלל כלי הרכב
76	תרשים 17: המפה הארגונית של תעשיית הרכב העולמית
98	תרשים 18: מבנה שוק החלפים בישראל
99	תרשים 19: גביית מסים בענף הרכב
102	תרשים 20: נתחי שוק של יבואני הרכב על פי הכנסות
103	תרשים 21: חישוב מדדי ריכוזיות CR ו-HHI (בשנת 2011)
104	תרשים 22: נתח שוק יבואני הרכב בשנים 2007-2011
105	תרשים 23: מותגי הרכב המובילים בשנים 2007-2011
116	תרשים 24: התפלגות ענף הליסינג בין החברות השונות בשנים 2008-2010
128	תרשים 25: מחירי מכוניות מסיווג מיני ועד משפחתי גדול/מנהלים (מחירון 2012)
128	תרשים 26: מחירי כלי רכב רב שימושיים (מחירון 2012)

מבוא





שר התחבורה והבטיחות בדרכים

31 אוגוסט 2011
א' אלול תשע"א

לכבוד
 פרופ' ירון זילכה - נציג ציבור, יו"ר הוועדה
 עו"ד אסל גברין - נציג ציבור
 מר ליאור אגאי - נציג ציבור
 טר אבי דוד - ממנכ"ל חב' "ענבל"
 מר חיים סלף - נציג ציבור
 מר אורי שמש - נציג ציבור
 מר עוזי יצחקי - ממנכ"ל בכיר תנועה (מ"מ - אינג' אבנר פלור)
 גב' ימנה עין דוד - מנהלת אנף כלכלה, משרד התחבורה והבטיחות בדרכים
 גב' לנה נויטקיביץ - אנף הרכב, מרפאת הוועדה

הנדון: וועדה להגברת התחרותיות בענף הרכב בישראל

תיוכס מתמנים בזה לוועדה ציבורית אשר מתבקשת לבחון את מכלול הקשרים המתקיימים בין היתר באמצעות בעלויות עולכות) בין הטורמים הפועלים בענף הרכב והשלמתם על תחומי הענף. יבוא רכב, ענף הליסינג, שדות תחזוקה ומוסכים, חלקי חילוף, הסדרים עם חברות הביטוח, מחירוי הרכב בישראל וכיוצא ב.

הוועדה מתבקשת להמליץ על הצעדים הנדרשים להגברת התחרותיות בענף תוך קניעת כללים המסדירים את מעלתו ומאפשרים פיקוח על השקיים בו.

בראש הוועדה יעמוד פרופ' ירון זילכה.

הוועדה רשאית להתייעץ עם גורמים מקצועיים חיצוניים ככל שיודרש.

אבקש לקבל את המלצות הוועדה בתוך ארבעה חודשים ולא יאוחר מיום 30/12/11.

גברכה,

 ישראל כ"ץ
 שר התחבורה
 והבטיחות בדרכים

הערות:

מנכ"ל משרד התחבורה והבטיחות בדרכים - מר דן הראל
 ממנכ"ל בכיר תכנון וכלכלה, משרד התחבורה והבטיחות בדרכים - מר צארלס סולומון
 היועצת המשפטית, משרד התחבורה והבטיחות בדרכים - ערד מלי סיסון



1.2. הרכב הוועדה

- רוי"ח פרופ' ירון זליכה
 - אבי דור
 - רוי"ח עו"ד אורי שמש
 - חיים פלץ
 - ליאור אגאי
 - עו"ד ד"ר אמל ג'בארין
 - עוזי יצחקי
 - מהנדס אבנר פלור
 - דפנה עין דור
 - רוי"ח עודד גולדשטיין
 - לנה גרשקוביץ
 - קרן הראל-הררי
 - דוד בועז
 - גבריאל (גבי) לוי
- יו"ר הוועדה
 - חבר ועדה (נציג ציבור)
 - חבר ועדה (נציג ציבור)
 - חבר ועדה (נציג ציבור)
 - חבר ועדה (נציג ציבור)
 - חבר ועדה (נציג ציבור)
 - סמנכ"ל בכיר תנועה, משרד התחבורה (נציג ממשלה)
 - משרד התחבורה (מ"מ נציג ממשלה)
 - מנהלת אגף כלכלה, משרד תחבורה (נציגת ממשלה)
 - יועץ מקצועי לשר התחבורה, משרד התחבורה (נציג ממשלה)
 - אגף הרכב, משרד התחבורה, מרכזת הוועדה
 - יועצת חיצונית, כלכלנית במכון ירושלים לחקר שווקים
 - יועץ כלכלי לוועדה
 - יועץ כלכלי לוועדה



בשם חברי הוועדה ברצוני להודות לכל הגורמים והפעילים בענף הרכב שמצאו לנכון להופיע בפנינו וסייעו לנו ללמוד על חסמי התחרות וכשלי השוק בענף הרכב, כמו גם למומחים ולציבור הרחב שהתנדב לסייע בעצות, בניירות עמדה ובהמלצות.

אנו מודים לצוות היועצים הכלכליים שסייעו ותרם רבות לעבודת הוועדה ובראשם למר דוד בועז ומר גבריאל (גבי) לוי אשר סייעו רבות להכנת דו"ח הוועדה, גיבושו וניסוחו.

תודות הוועדה שלוחות ליקריה האקדמית אונו' על תרומתה האקדמית אשר סייעה לעבודתנו ותמיכתה הלוגיסטית החשובה בדמות חדרי הישיבות, אמצעים פיזיים וכיבוד. תודה למכון ירושלים לחקר שווקים, על תרומתו לעבודת הוועדה הן בעבודת המחקר שהוכנה מטעמו בתחום זה על ידי הכלכלנית קרן הראל-הררי, והן בשירותיה של קרן כעוזרת ליו"ר הוועדה וכיועצת חיצונית מטעם המכון אשר ליוותה בכל החודשים הללו את עבודת הוועדה.

אנו שולחים בזאת את הערכתנו הרבה לשר התחבורה, ח"כ ישראל כץ, על נחישותו להגביר את התחרותיות בענף הרכב, וכן על האמון שנתן בנו במילוי משימה כל כך חשובה בסדרי העדיפויות הלאומיות.

לכולכם תודתנו הרבה.

תמצית מנהלים



1. דבר היו"ר בנוגע לעבודת הוועדה

נוכחותם של כשלי שוק וחסמים תחרותיים בענפים רבים של המשק הישראלי הם אחד הערוצים המשמעותיים שבהם מעדיפה המדיניות הכלכלית את גורם הייצור "הון", על חשבון גורם הייצור "עבודה". גורמי הייצור הון ועבודה הינם שני מרכיבים, אשר לצד הטכנולוגיה, מניעים את המשק ומאפשרים לו לצמוח. גורם הייצור הנקרא 'הון' הוא למעשה סך הנכסים המשמשים לייצור. בתוך גורם זה ניתן לכלול הון כספי מושקע, מכוונת, ציוד וכיו"ב. בעלי ההון הם למעשה בעלי אמצעי הייצור.

גורם הייצור 'עבודה' משמעו כוח האדם הפועל לצורך ייצור המוצרים והשירותים. מנקודת ראות המשק מדובר בעובדי המשק המקבלים שכר בעבור עבודתם הנועד למחייתם (הצריכה הפרטית). כידוע, כשלי שוק וחסמים תחרותיים מובילים לצמצום בהיצע המוצרים והשירותים, ירידה באיכותם ולמחיר גבוה ביחס לשוק שאינו נתון לכשלים ועיוותים. הכלכלה מסווגת זאת כפגיעה בעודף הצרכן (הפער בין מה שאדם היה מוכן לשלם בעבור מוצר או שירות, לבין הסכום אותו הוא משלם בפועל). צמצום בעודף הצרכן מגדיל את רווחי היצרנים מצד אחד, ומנגד פוגע בהכנסתם הפנויה של הצרכנים, מביא לצמצום הצריכה הפרטית ומכאן קצרה הדרך גם לפגיעה בקצב יצירת מקומות עבודה חדשים.

אחריותה של הממשלה, באמצעות מדיניותה הכלכלית, הינה לאתר ולזהות כשלי שוק וחסמי תחרות ולטפל בהם. זאת, מאחר וחסמים תחרותיים, מטבעם, אינם נוטים להיעלם מעצמם. ההיפך הוא הנכון, אם מזניחים את הטיפול בכך, הם ייטו להתחזק. 'היד הנעלמה' עליה כתב הכלכלן אדם סמית (1776) תפעל כל עוד השווקים משוכללים, השחקנים הפועלים בהם שווים בעוצמתם ובאינפורמציה העומדת לרשותם ואין כשלים או חסמים משמעותיים, המטים את הכף לטובת חלק מהשחקנים.

ממשלות ישראל לדורותיהן לא הצטיינו, בלשון המעטה, בביצוע רפורמות אשר נועדו להסיר כשלי שוק וחסמים תחרותיים. חלק מן הכשלים הם דווקא פועל יוצא של התערבות לא נכונה מצד הממשלה עצמה בתקופות קודמות, וחלקם הוא תוצר של הזנחה רבת שנים. כך מוצא עצמו המשק הישראלי במצב בו ענפים רבים אינם תחרותיים דיים. הציבור הישראלי כבר שבע הצהרות והבטחות של ממשלות מתחלפות המדברות גבוהה על רפורמות מבניות, אך אינן מבצעות אותן הלכה למעשה. המדד המקובל והנפוץ לחופש כלכלי, המתפרסם מדי שנה על ידי ארגון קנדי ליברלי וולונטרי בשם 'מכון פרייזר', נועד לבחון את הקלות בה ניתן לעשות עסקים במדינות העולם השונות. בדו"ח של 2011 (בהתאם לנתונים מ-2009) דירג המדד הנ"ל את ישראל במקום ה-83 בהשוואה בינלאומית¹, וזאת על רקע הידרדרות נוספת במעמדה התחרותי של ישראל, הנרשמת מאז אמצע העשור הקודם (ב-2005 דורגה ישראל במקום ה-48). דו"ח מקביל, של הפורום הכלכלי העולמי² שפורסם ב-2011, קובע כי ישראל ניצבת במקום ה-117, מבין 139 מדינות, במדד הדומיננטיות (ריכוזיות) של הקבוצות העסקיות השולטות. אותו הדו"ח קובע גם כי ישראל מדורגת בתחתית העולם המערבי – במקום ה-39 בלבד – במידת אפקטיביות פעילות הממשלה כנגד מונופולים.

¹ Fraser Institute: Economic Freedom of the World 2011 Annual Report. המסמך זמין בכתובת: www.freetheworld.com/2011/reports/world/efw2011_complete.pdf

² World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2011-2012. המסמך זמין בכתובת: www3.weforum.org/docs/wef_gcr_report_2011-12.pdf

הוועדה להגברת התחרותיות בענף הרכב הציבה לעצמה מטרה כפולה: ראשית, זיהוי כשלי השוק, חסמי הכניסה, הפרקטיקות הפסולות והמבניים הלא תחרותיים המאפיינים את ענף הרכב בישראל והסרתם בנחישות, תחת שיקול דעת, באופן מידתי ותוך התחשבות באלטרנטיבות רגולטוריות שונות.

שנית, קביעת מודל פעולה רגולטורי שאינו מסתפק בהסרת חסמים, מתוך התקווה כי גורמים חדשים יכנסו לפעולה תחרותית בתוך מבנה הענף הקיים, אלא משכיל להבין כי המבנה הענפי הנוכחי הוא בעצמו החסם המרכזי המקשה על התחרות. תפיסה זו גורסת כי פעולה רגולטורית שאינה משפיעה על מבנה הענף סופה שתיכשל. אנו תקווה כי מודל פעולה זה יאומץ על ידי הממשלה בענפים נוספים.

לצד תפיסה זו, נמנעה הוועדה מלעסוק במסים הנוגעים לענף הרכב אלא אם שיטת המס מהווה מחסום להגברת התחרותיות. בה בעת, הוועדה בחנה גם את סוגיית זקיפת שווי המס לרכבי ליסינג וקבעה כי אין כל מקום להעלות את זקיפת השווי, הן מאחר והחישוב הנוכחי הולם בממוצע את ההטבה שמקבלים השכירים, והן מאחר ונטל המס על מעמד הביניים בישראל כבד מדי גם כן.

2. עיקרי המלצות הוועדה

להלן עיקרי המלצות הוועדה, המספור הוא לפי המספר הסידורי המקורי של ההמלצות בפרק ההמלצות המלא.

המלצה 1: לאסור על עיסוק בייבוא רכב לישראל בין אם כיבואן סדיר ובין אם כאדם המעניק ליווי לאדם אחר בייבוא אישי, ללא רישיון בתוקף אשר הונפק על ידי משרד התחבורה לאחר עמידה בתנאים ובדרישות החקיקה.

המלצה 3: להתיר ליועץ ייבוא אישי לייבא עד 20 מכוניות בשנה (בין אם משומשות עד 24 חודשים מיום ייצור הרכב או בין אם חדשות) כמלאי עסקי מבלי תוספת "יד" בישראל לאור מקטע ייבוא זה. כיום, "יד" נוספת נרשמת בעת העברת בעלות המתבצעת לאור מכירה ללקוח סופי ובכך מקשה על יבואנים זעירים להתחרות אל מול היבואנים הסדירים. בכל מקרה, לא תותר נסיעה במכוניות אלה כל עוד הן משמשות כמלאי עסקי של אותו יועץ ייבוא אישי. במקרה כאמור על יועץ היבוא האישי לשלם את מלוא המסים על כלי הרכב ולשחררו מפיקוח המכס או לחילופין להחזיק את כלי הרכב בשטח הבונדד. כמו כן, יועץ יכול לייעץ לאדם בייבוא רכב פרטי מבלי לייבא את הרכב על שמו (אלא סיוע בייבוא בלבד) במקרה זה לא תהיה הגבלה על כמות כלי הרכב להם ניתן הייעוץ.

המלצה 5: לאפשר ייבוא מקביל של רכב כ"רכב חדש" (יד 0) במידה והיה רשום על שם הדילר כרכב חדש במדינת המקור. התקופה בין רישום הרכב בחו"ל לבין תאריך שטר המטען לא תעלה על 30 ימים וזאת בכפוף לרישום הרכב עד 12 חודשים מיום ייצורו. במקרה של דגמי הרכב קיימים, האחריות, ריקול ואספקת חלקי חילוף יוטלו על היבואן הישיר. בדגמי רכב המיובאים ושלא קיימים בארץ, האחריות תוטל על היבואן המקביל (למעט אם כלי הרכב מצוידים כבר בכתב אחריות יצרן ולגביו, ראה המלצה 18).

המלצה 8: לאפשר ייבוא רכב מסחרי (NI) (לרבות מוניות) ואופנועים (L) בייבוא מקביל ובערוץ הייבוא אישי, וכן לאפשר גם לחברות (תאגידים) ו/או לעוסקים מורשים לייבא כלי רכב (מקטגוריה M1 ו-N1) במסלול "ייבוא אישי" עבור שימוש עסקי.

המלצה 9: לחייב את חברות הליסינג ויבואני הרכב ה"גדולים" (המייבאים מעל 1,000 מכוניות בשנה), להעביר לממונה על המחירים במשרד התחבורה דו"חות כספיים ונתונים על פי דרישה הכוללים פירוט של היקף פעילותם לפי מגזרים (מכוניות, חלפים, כמויות, מחירים וכל נתון רלוונטי לבחינת התחרותיות בענף אשר ימצא הממונה לנכון). הדו"חות הכספיים יועברו לממונה עד, ולא יאוחר מיום ה-31.3 בכל שנה. הנתונים הנוספים יועברו לממונה בתוך 21 יום מדרישת הממונה. הממונה על המחירים במשרד התחבורה יפרסם לציבור עד ה-30.6 דו"ח על פעילות הענף, רמת התחרותיות בו, כשלים וחסמים וכן סקירה דומה לגבי שווקי המשנה והמקטעים שלהם (חלקי חילוף, ליסינג, השכרה, מוסכים, ספקי טעינת רכב חשמלי וכיו"ב). הדו"ח יערך ברמה ענפית ובאופן המגן ככל שניתן על הסודיות המסחרית של כל יבואן. למען הסר ספק, בסמכות הממונה לדרוש דו"חות כספיים, חלוקה למגזרים, נתוני מכירה, שיעורי הנחות וכל נתון נוסף שיש בו בכדי לנתח את רמת התחרותיות ושניתן בעזרתם לבנות בסיס מידע לטובת הציבור הרחב ולהגנת האינטרס הציבורי.

המלצה 10*: יבואן רכב ישיר המחזיק מעל 8% מנתח השוק (כעולה מניתוח הממונה על המחירים כפי המלצה 9), ואשר מחזיק בנתח זה למשך שנתיים ברציפות או 2 שנים לא רצופות בתוך פרק זמן של 4 שנים, יוכל להחזיק בהסכם ייבוא רכב לישראל מול תאגיד יצרני אחד בלבד. יבואן המחזיק בנתח שוק הנע בין 4%-8% למשך שנתיים ברציפות או 2 שנים לא רצופות בתוך פרק זמן של 4 שנים, יוכל להחזיק בהסכמי ייבוא כאמור אל מול שלושה תאגידי יצרניים. תאגיד יצרני יוגדר כהתאגדות משפטית של יצרני רכב, המוחזקת בבעלות מלאה (100%) על ידי ישות משפטית אחת. למען הסר ספק, ככל שהתאגיד היצרני מייצר מספר מותגים, באמצעות חברות המוחזקות בבעלות מלאה של 100% כאמור בלבד, יוכל יבואן הרכב הישיר לייבא את כלל המותגים ללא כל הגבלה וללא קשר לנתח השוק המוחזק על ידו. ליישום המלצה זו תינתן תקופת מעבר של שנה אחת.

* להמלצה זו נוסחה עמדת מיעוט של חבר הוועדה מר אבי דור, עמדה זו מופיעה בפרק ההמלצות המלא.

המלצה 11: לא יותר ליבואן רכב ישיר להחזיק במניות של חברת ליסינג ו/או השכרה וכן לא יותר ליבואן רכב ישיר להיות בעל החזקות (במישרין או בעקיפין) ביותר ממוסך אחד. מוסך זה ישמש כמרכז שירות והדרכה עבור כלי רכב המיובאים על ידו. במקרים חריגים שבהם יבואן המייצג מספר תאגידי יצרניים כהגדרתם בהמלצה 10, ירצה להחזיק במוסך נוסף, יהיה עליו להגיש בקשה מתאימה לידי מנהל אגף הרכב אשר ישקול הבקשה בהתאם לטובת הצרכן ועידוד התחרותיות בענף הרכב. החלטתו תהיה על דעת הממונה על המחירים לאחר שיבחנו השניים את ההשלכות על רמת התחרותיות בתחום החלפים והמוסכים. בכל מקרה יהווה המוסך הנוסף מרכז תיקונים נבדל לתאגיד יצרני המיוצג על ידי היבואן, כך שלא יינתן שירות לשני תאגידי יצרניים באותו המוסך. תקופת המעבר ליישום המלצה זו – 24 חודשים.

המלצה 12: לא תותר לחברות ליסינג גדולות, אשר נתח השוק שלהן בתחום הליסינג והשכרת הרכב (במצטבר, לרבות חברות קשורות, אחיות, בנות, חברות אם וכיו"ב) גדול מ-10%, הטבת המס הקבועה בסעיף 96 לפקודת מס הכנסה. לחברות ליסינג אלו, יותר השימוש בסעיף 96 לפקודה, לגבי רווח הון הנובע מכלי רכב שכמותם אינה עולה על 10% מנתח השוק. קביעת נתחי השוק תתבצע על ידי הממונה על המחירים בדו"ח השנתי שלו בנוגע למצב ענף הרכב בישראל (ראה המלצה 8). ליישום המלצה זו תינתן תקופת מעבר של 18 חודשים.

המלצה 13: יותר ייבוא רכב אשר יוצר על בסיס התקינה האמריקאית, בין אם רכב זה יוצר בארה"ב או במדינות אחרות, ובתנאי שדגם הרכב האמור משווק בארה"ב ומאושר על ידי מעבדה מוסמכת לתקינה אמריקאית על פי הוראות הדין האירופאי בעניין. זאת ועוד, שרי הממשלה לא יהיו מוסמכים להגביל את אפשרויות הייבוא העולות מהתקינה האירופאית והאמריקאית ולא יוכלו לאמץ תקנות ישראליות המגבילות או מוסיפות תנאים על האמור בתקינה האירופאית והאמריקאית ללא אישור מפורש של מליאת הממשלה. יתר על כן, משרדי הממשלה יהיו מחויבים לאמץ פטורים (Exemptions) מתקנות אירופאיות של המדינות: בריטניה, גרמניה, צרפת ואיטליה (מדינות אירופאיות עתירות היסטוריה של תעשיית רכב) ו/או אמריקאיות, אשר האיחוד האירופאי ו/או ארה"ב בהתאמה, החליטו לאמץ.

המלצה 15: יש להגביל את הפער הקיים שבין מחיר רכב חדש הנמכר על ידי היבואן בעסקה היקרה ביותר, למחירו בעסקה הזולה ביותר (ובעיקר בין המחיר לצרכן הפרטי לבין המחיר אותו משלמות חברות הליסינג וציי רכב). פער זה יהיה לכל היותר 5% ממחיר הרכב הזול יותר, כולל שווי כספי של הטבות שונות הניתנות ללקוח בעת העסקה או לאחריה. היבואן יצטרך לדווח על כל חבילת הטבות חדשה אשר ברצונו להציע ללקוחותיו, ומשרד התחבורה יפקח על חבילות הטבה אלו. משרד התחבורה יחייב את היבואנים לפרסם עד 7 ימים לפני תום כל חודש את מחיר המכירה הנמוך ביותר שניתן על פי דגמים. מחיר זה יהיה בתוקף למשך 60 הימים הבאים והציבור יוכל לרכוש דגמים אלו בתוספת של עד 5% לדגם האמור. למען הסר ספק, היבואנים יהיו חייבים להציע לציבור את הדגמים שנמכרו לחברות הליסינג ולציי הרכב ובכמות שלא תפחת מאותה כמות שנמכרה בהטבה לחברות הליסינג והצייים.

המלצה 18: לחייב את היבואנים הישירים להעניק אחריות לרכב המיובא לישראל, גם אם הייבוא לא נעשה באמצעותם, ובתנאי שבמדינת המקור חלה על הרכב אחריות יצרן. אחריות זו תינתן בישראל בתקופה המקבילה והנותרת וכנגד הצגת כתב אחריות בתוקף. יבואנים יוכלו לערער בפני משרד התחבורה על החובה להעניק אחריות לדגמים שאינם מיובאים על ידם. יישום המלצה זו יהיה לפי התנאים המפורטים בפרק ההמלצות.

המלצה 20: תבוטל החובה לתקן במוסך מורשה של היבואן כתנאי לקיום האחריות לרכב, ובלבד שהמוסך האחר עמד ברשימת התנאים של משרד התחבורה לביצוע תיקונים והספקת שירות במסגרת אחריות היצרן.

המלצה 21: יבוטל רישום "יד" אצל חברות ליסינג אשר מוכרות רכב חדש ובלבד שלא עברו 12 חודשים. על היבואן יאסר להתערב או לברר את השימוש שתעשה חברת הליסינג ברכב הנרכש על ידה. במסגרת המלצה זו, התערבות יבואן או הפעלת סנקציה כלשהי על חברת הליסינג, במסירה של רכב חדש, תוגדר כהגבל עסקי אסור. אחרי 12 חודשים תחויב חברת הליסינג לרשום את הרכב על שמה.

המלצה 22: לאפשר לכלל המוסכים המורשים על ידי משרד התחבורה לטפל בכל כלי הרכב הנעים בישראל, על ידי חיוב יבואנים ישירים להעביר ספרות מקצועית ו/או הכשרה ו/או ציוד טכני ו/או הדרכה וכל כיו"ב, לכל מוסך שיחפוץ בכך והכל במחיר אחיד שיפוקח על ידי הממונה על המחירים במשרד התחבורה.

המלצה 24: יבוטלו דרישות הסף למתן רישיון לייבוא חלפים שאינם קשורים לבטיחות הרכב. המפקח יסתפק בדרישות הבאות בלבד: שם חברה, בעלות, מספר מע"מ והתחייבויות לעמוד בתקנים הרלוונטיים למוצר. יבואן אשר יפר תקנות אלה יישלל רישיון היבוא שלו ויחולטו ערבויותיו.

המלצה 27: ניתן יהיה לרכוש חלפים גם ממוסכים שאינם בבעלות היבואנים או ממוסכים המצויים בהסכם "מורשה יבואן". בעל מוסך יחויב בתיקון רכב גם אם חלף הכרוך בתיקון נקנה ממקור אחר ובלבד שהחלף הינו חדש. הפרת הוראה זו תוגדר כעבירה פלילית.

המלצה 29: כל מוסך, לרבות מרכז שירות של היבואן, יהיה חייב להציע ללקוח חלק חליפי (מבלי שהחלטת הלקוח לבחור בחלק החליפי תפגע באחריות היצרן, ראה המלצה 29) ואם יכשל מלעשות זאת יוטל עליו קנס בהתאם להמלצה 34.

המלצה 33: ייאסר על כל סוגי היבואנים לסרב, באופן בלתי סביר, למכור לגורם כלשהו חלפים או להעביר מידע בדבר מחירים. המכירה תהיה במחיר אחיד, למעט הנחת כמות שתגיע לפער שבין המחיר היקר ביותר לזול ביותר, כך שהמחיר היקר לא יעלה על 5% מהמחיר הזול. יבואן חלפים לא יוכל למכור אלא בפער השורר בעת המכירה בין העסקה היקרה ביותר לבין זו הזולה ביותר עד כה, כאמור. משרד התחבורה יחייב את היבואנים (באשר הם) לפרסם עד 7 ימים לפני תום כל חודש את מחיר המכירה הנמוך ביותר שניתן על פי מק"ט של חלקי החילוף. מחיר זה יהיה בתוקף במשך 60 הימים הבאים עבור הציבור הרחב בתוספת של עד 5% לדגם האמור. למען הסר ספק, היבואנים יהיו חייבים להציע לציבור את החלפים שנמכרו לכל גורם שהוא, בכמות שלא תפחת מאותה כמות שנמכרה בהטבה לגורמים אחרים. בכל מקרה יאסר על היבואן להתערב במחיר שבו נמכר החלק במוסך.

המלצה 34: יוטל פיקוח של משרד התחבורה על פעילות מכירת חלפים ותיקונים בידי מוסכים, לרבות תיקוני אחריות, ויוטל קנס של פי 50 מעלות החלף במקרים שנמנע מלקוח שימוש בחלף זול יותר או במקרה של דרישת תשלום בגין החלפה של חלף הנמצא במסגרת האחריות. קנס מקביל של פי 50 יוטל במקרה שבו הונה מוסך לקוח, באם דיווח על טיפול שלא נעשה או נעשה בצורה שונה מהאמורה בדרישת התשלום שהוצע ללקוח. עשירית מקנסות אלו יפצו את הלקוח והיתר ישמשו את המדינה למימון פעילות הפיקוח הנדרשת בדו"ח זה. על משרד התחבורה לוודא כי מפקחים מטעמו יבדקו מדגמית מוסכים כך שההסתברות של מוסך, שיעבור על האמור לעיל, להיתפס תעלה על 2% בשנה.

המלצה 37: משרד התחבורה יקים בסיוע אגף ממשל זמין בחשב הכללי מאגר מידע ציבורי של מחירי רכב (מחירון רכב). המאגר יוקם במיקור חוץ תחת חוק חובת המכרזים. מאגר זה יתבסס על הצהרה משותפת של הקונה והמוכר בכתב של נתוני עסקאות רכב משומש שידווחו במעמד העברת הבעלות בין המוכר לרוכש, על ידי מילוי הצהרת מחיר לעסקה וכן פרטים עקרוניים נוספים ובהם גיל הרכב, מספר קילומטרים, מספר ידיים וכיו"ב.

המלצה 39: לקבוע כי משרד התחבורה יהיה הסמכות בקביעת קוד דגם לרכב שיובא ביבוא אישי וכי אף גוף הפועל בתחום (יבואנים, מו"ל מחירון רכב, שמאים, חברות ביטוח וכיו"ב) לא יוכל לעשות שימוש בקוד דגם משל עצמו, אלא בזה שנקבע על ידי משרד התחבורה בלבד. שימוש בקודים קיימים ייאסר לאחר תקופת מעבר של 6 חודשים.

המלצה 41: לבטל השימוש הבלעדי של חברות הביטוח ב"מוסכי הסדר". כמו כן, לאסור הפנייה של הלקוח למוסך הסדר (או מוסך כלשהו) בדרך של הטבות או כל דרך אחרת (כגון רכב חילופי וכיו"ב).

המלצה 42: להקים מנגנון "שמאי אובייקטיבי" לענף הרכב (בדומה ל"שמאי מכריע" בתחום הנדל"ן). קביעת השמאי האובייקטיבי תהיה על סמך בחירה אקראית מתוך מאגר השמאים המורשים שתעשה על ידי המוסך בנוכחות הלקוח בעל הרכב. תיאסר מעורבות של חברות הביטוח בבחירת השמאי ובקביעת שכרו. שכר השמאי ייקבע על ידי משרד התחבורה. ללקוח תהיה הזכות לערער על חוות דעת השמאי. אם יבחר לערער יהיה הלקוח רשאי למנות שמאי נוסף, שייבחר שוב באופן אקראי, מתוך המאגר באותה המתכונת. עלות השמאי השני תוטל במלואה על הלקוח. השמאות השנייה תהיה בכל מקרה, הסופית. כמו כן, יוקם מאגר שמאים מורשים שיפוקח ויבוקר על ידי משרד התחבורה.

המלצה 43: לזקוף את הטבת השווי לעובד המקבל רכב מהמעביד לפי האחוזים הקבועים היום בחוק, אלא שאחוזים אלו ייגזרו ממחיר רכישת הרכב בפועל, כשמדובר ברכב שאיננו חדש.

המלצה 47: להחיל עקרון גישה חופשית (Open Access) לעמדות טעינת רכב חשמלי. מצד הרכב – עמדת טעינה באשר היא לא תוגבל, בין אם בדרך של תקינה ובין אם בכל דרך אחרת, מכל רכב חשמלי להיטען בה. מצד ספק החשמל בעמדת הטעינה – כל ספק חשמל (אלטרנטיבי לחברת חשמל) שיחפוץ יוכל להזרים חשמל בעמדת הטעינה ללא אפליית מחיר או אפליה אחרת.

המלצה 48: לאמץ את התקינה האירופאית בתחום הרכב החשמלי. לא להוסיף עליה או לצמצם את מגוון האפשרויות המופיעות בה בכלל ובתחום הטעינה בפרט, ללא אישור מליאת הממשלה.

המלצה 50: לייסד, מתוקף סמכותו של שר התחבורה הנובעת מצו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב), מועצה שתפקידה יהיה לייעץ לאגף הרכב ושירותי תחזוקה במשרד התחבורה, כפי שזו מוגדרת בצו זה (סעיפים 6-9).

המלצה 51: להקים צוות פנים משרדי של משרד התחבורה ליישום רוח ההמלצות גם בענף המשאיות והאופנועים אשר יגיש דו"ח לשר התחבורה עד ל-30.9.12.

ענף הרכב בישראל



1. השוק העיקרי ושווקי המשנה**1.1 כללי**

"ענף הרכב" מתייחס לתחום פעילות כלל כלי הרכב בישראל ומוצרים ושירותים נלווים לכלי רכב. כלי הרכב בישראל כוללים: מכוניות פרטיות, מסחריות וואן (Van), טנדרים רכבי שטח ומסחריות קטנות (להלן: "מכוניות"); רכב דו גלגלי (אופנועים קטנועים וכיו"ב); משאיות על סוגן; אוטובוסים על סוגם; וכלי רכב מיוחדים (ראה תרשים 6 ופירוט נוסף בהמשך). יש לציין כי הוועדה לא עסקה בהגברת התחרות בכול השווקים השונים שתחת ענף הרכב, אלא התמקדה בהגברת התחרות בשוק המכוניות³ וכן בשווקי המשנה היוצאים ממנו כגון שוק הליסינג, תחזוקת כלי רכב, מחירוני רכב, ביטוח רכב וכיו"ב.

רכישת מכונית פרטית בישראל מהווה בעבור מרבית בתי האב את העסקה הכלכלית השנייה בגודלה, שנייה רק לקניית דירה. מחיר מכונית ממוצע שקול ל-13.5 משכורות ממוצעות. בהשוואה למדינות מערביות, רמת המינוע (הנמדדת במספר כלי רכב לאלף תושבים) בישראל נמוכה יחסית ושיעור המס המוטל על רכישת רכב ועלות תחזוקתו הינם מהגבוהים ביותר בעולם. המחיר לצרכן אותו משלמים תושבי ישראל בעבור רכב, הינו השני בגובהו בעולם (אחרי דנמרק), והסיבה לכך היא גם בשל היותו מוצר עתיר מס. יחד עם זאת חשוב לציין, שככול שמחיר הרכב עולה בשל אי תחרותיות, המיסוי הגבוה מגביר את הפגיעה בעודף הצרכן.

מצבת ענף הרכב בישראל הסתכמה בשנת 2010 בכ-2.5 מיליון, מתוכם, כ-2 מיליון מכוניות. בשנת 2010 גדל מספר כלי הרכב בכ-107,500 (כ-276,900 כלי רכב נוספו וכ-169,400 נגרעו ממצבת כלי הרכב הפעילים).

לוח 1: התפלגות סוגי כלי הרכב הנעים בישראל לאורך השנים

שנה	רכב פרטי	משאיות	אוטובוסים	מיניבוס	מונית	רכב מיוחד	דו גלגלי	סך הכל
1965	80,542	41,451	3,247		2,604	1,377	42,138	171,359
1975	279,486	96,138	5,770		4,542	3,302	30,148	419,386
1985	613,680	114,696	8,519		7,150	3,509	28,663	776,217
1990	803,021	153,704	8,886		8,699	3,018	38,076	1,015,404
1995	1,112,281	246,696	10,429	11,459	9,449	3,644	64,695	1,458,653
2000	1,396,947	309,987	11,849	16,476	14,806	3,993	77,472	1,831,530
2003	1,520,571	337,517	11,631	16,515	15,788	4,086	76,188	1,982,296
2006	1,684,694	354,472	12,579	15,957	18,420	3,773	85,651	2,175,546
2008	1,875,765	358,673	13,595	16,017	19,138	3,973	103,394	2,390,555
2009	1,946,749	350,456	14,113	15,260	18,624	3,967	109,547	2,458,716
2010	2,053,200	347,000	14,800	15,000	18,900	4,100	113,000	2,566,000

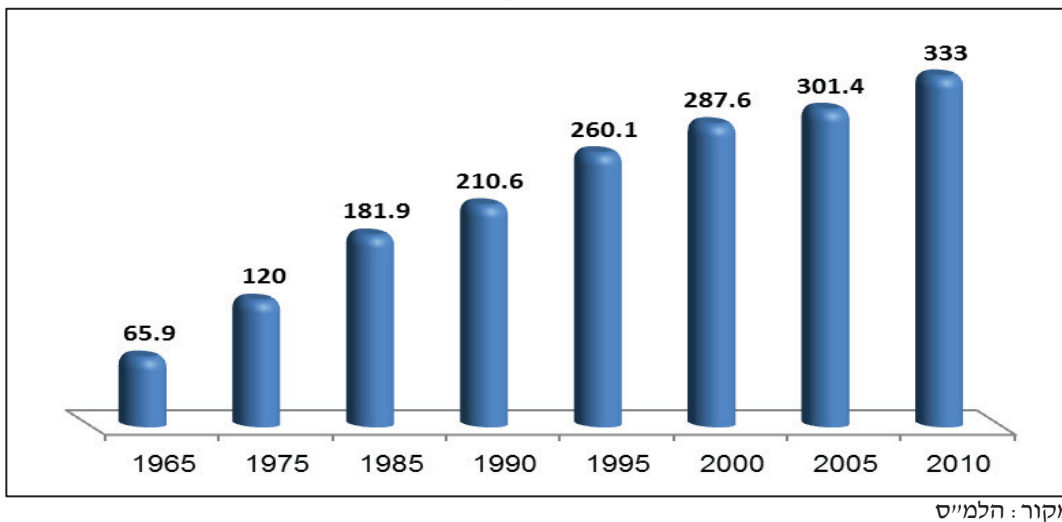
מקור הנתונים: הלמ"ס (סיווג הלמ"ס לרכב פרטי הוא גם למכונית פרטית וגם לרכב מסחרי – Van)

³ הוועדה מבדילה בין המושג "מכונית" (Car) לבין המושג "רכב" (Vehicle). כל אימת שנוכרת המילה "רכב" או "כלי רכב" כוונת הוועדה היא לרכב גלגלי ממונע (ובכללם מכוניות, משאיות, אוטובוסים וכיו"ב). כל אימת שנוכרת המילה "מכונית" הכוונה למכונית פרטית (בסיווג M1) ולמכונית מסחרית (בסיווג NI). עניין זה מתואר בהרחבה בסעיף 1.4.

בין השנים 1965 ל-2010 חל גידול במספר התושבים, במספר כלי הרכב וכן במספר הנהגים בישראל. שיעור הגידול הממוצע השנתי הגבוה ביותר של מספר כלי הרכב בישראל נרשם במהלך שנות ה-60 של המאה הקודמת, עם גידול של כ-21% בשנה ובשנות ה-70 של המאה הקודמת עם גידול של כ-12% בשנה, כאשר במהלך אותן התקופות גדלה האוכלוסייה רק בכ-3% בשנה. בשנות ה-2000 חלה **ירידה יחסית** בשיעור הגידול השנתי במספר כלי הרכב בישראל בשיעורים של כ-4% בשנה. במהלך אותה תקופה קצב גידול האוכלוסייה השנתי עמד על כ-2% בשנה⁴.

נכון לשנת 2010, רמת המינוע בישראל עמדה על 333 כלי רכב לכל 1,000 תושבים, רמת מינוע נמוכה יחסית למדינות המפותחות בעולם. בשנת 2009 רמת המינוע של ישראל עמדה על כ-326 כלי רכב לכל 1,000 תושבים. לשם השוואה, בשנת 2010, רמת המינוע הממוצעת במדינות האיחוד האירופי היתה גדולה פי 1.5 מישראל, וזו עומדת כיום על כ-500 כלי רכב ל-1,000 תושבים. בארה"ב רמת המינוע הממוצעת הינה כ-867 כלי רכב לכל 1,000 תושבים. רמת מינוע נמוכה עשויה להצביע על כך שחלקים נרחבים יחסית באוכלוסייה אינם יכולים להרשות לעצמם לרכוש מכונית עקב רמת מחירים גבוהה לצרכן. מנגד, לרמת מינוע נמוכה יכולה להיות גם השפעה חיובית הודות לכך שתושבים רבים יותר משתמשים בתחבורה ציבורית ועל כן יתכן ויהיה פחות זיהום אוויר, תאונות דרכים, פקקי תנועה וכיו"ב.

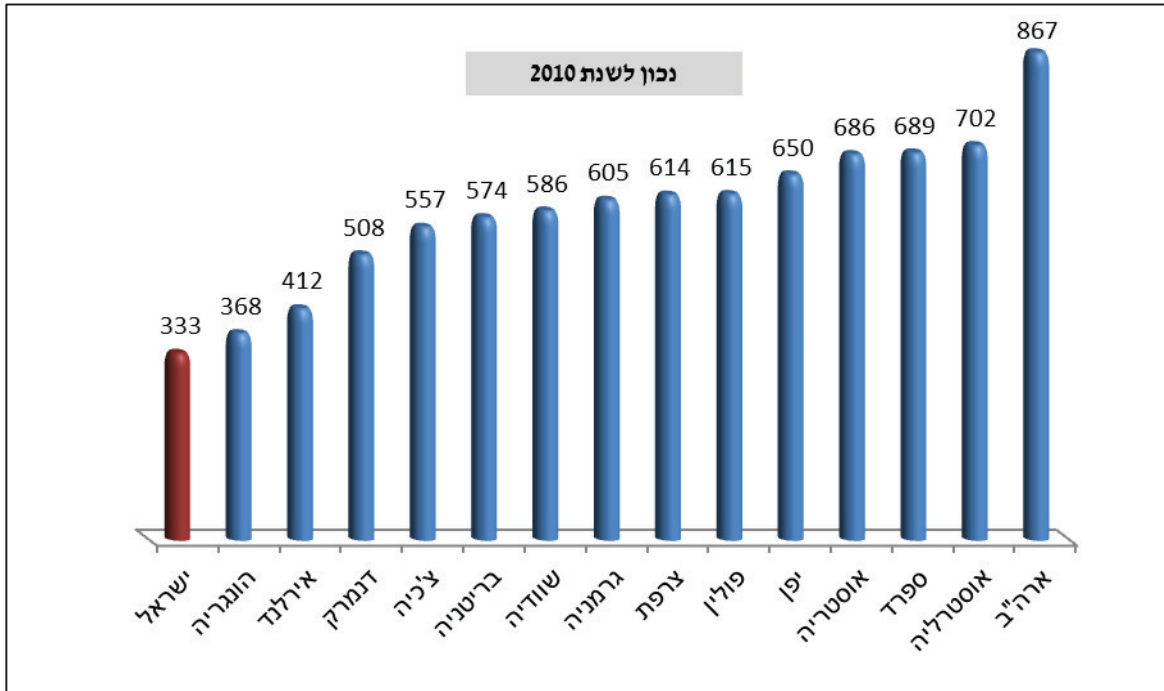
תרשים 1: רמת מינוע בישראל בשנים 1965-2010
(מספר כלי רכב ל-1,000 תושבים)



שיעור הצמיחה במספר כלי הרכב בישראל העלה את רמת המינוע על ציר הזמן, אך עדיין רמת המינוע בישראל נמוכה בהשוואה למדינות המפותחות.

⁴ המכון לחקר תחבורה, הטכניון: "חקירות זמינות רכב בישראל", מרץ 2009.

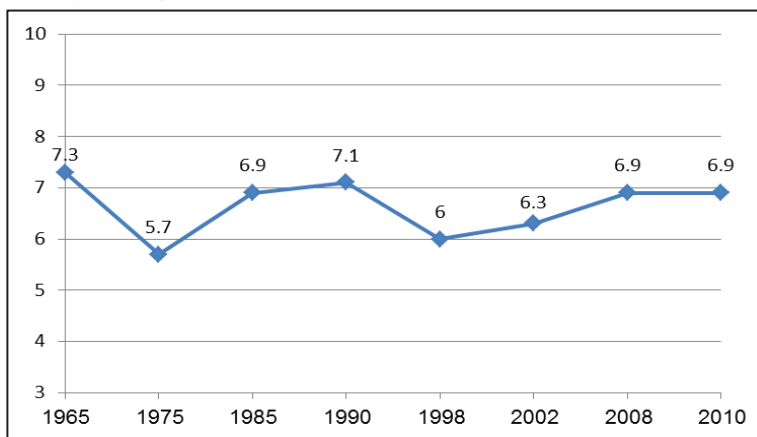
תרשים 2: רמת המינוע בישראל בהשוואה למדינות נבחרות (מספר כלי רכב ל-1,000 תושבים)



מקור: הלמ"ס ואתר הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים

גיל הרכב בשוק הישראלי עלה בעשור האחרון ב-17%, מ-6.3 שנים במוצע לרכב בשנת 2002 ל-6.9 שנים במוצע לרכב בשנת 2011. למעשה, משנת 2005 ועד 2010 חזר הגיל הממוצע של רכב בישראל לרמתו מתחילת שנות ה-90 של המאה הקודמת. לעליית גיל הרכב השלכות שליליות המתבטאות בעיקר בצריכה גבוהה יותר של דלק וחלקי חילוף, ירידה בבטיחות, עלייה בהסתברות לתאונות ופגיעה בנפש ולירידת הערך הכספי שלו. עם זאת יש לציין, כי בהשוואה לארה"ב ולאיחוד האירופי גיל הרכב בישראל צעיר באופן יחסי – גיל הרכב בארה"ב ובאירופה עומד על כ-10 שנים במוצע. מכאן עולה כי בטרם תיושם מדיניות להצמדה נוספת של כלי הרכב בישראל, יש לערוך ניתוח עלויות מפורט אשר יכמת ויצג באופן כספי את היתרונות אל מול החסרונות שינבעו מההצעה, כגון, הפגיעה בתחרותיות.

תרשים 3: השתנות גיל הרכב הממוצע בישראל (בשנים)

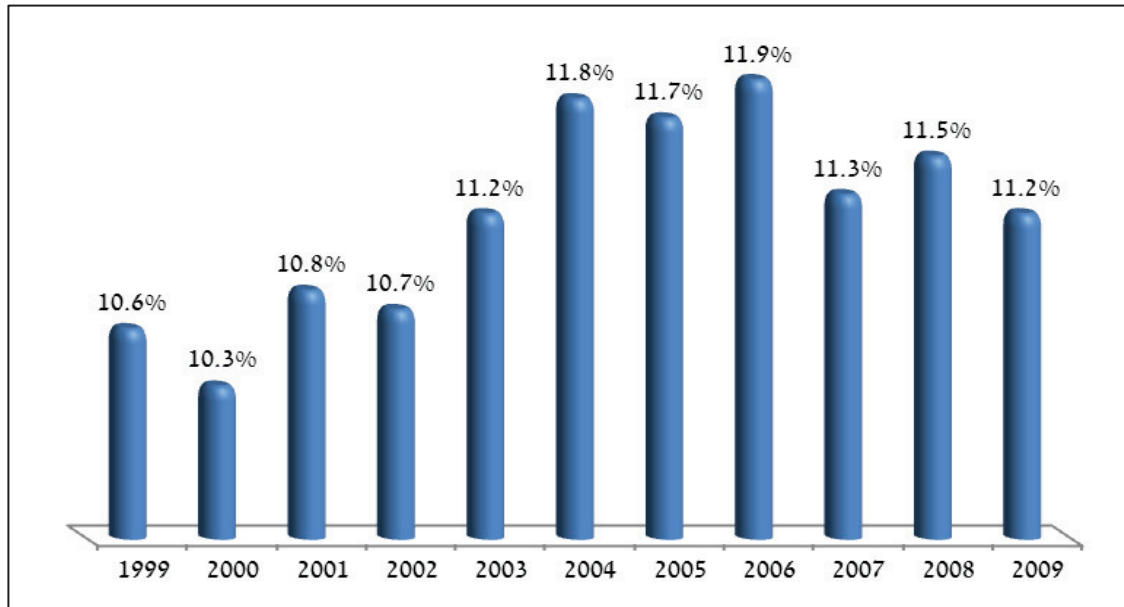


מקור: הלמ"ס

1.2. סך ההוצאה המשפחתית על רכב

ההוצאה על תחבורה ורכב מהווה הוצאה מהותית בעבור משפחה בישראל. ההוצאה על כלי רכב של משק בית ממוצע בישראל עמדה בין 1999 ל-2009 על כ-11% מסך ההוצאה החודשית.⁵ ההוצאה הממוצעת על כלי רכב של משק בית ממוצע עלתה באותו העשור בקצב שנתי ממוצע של 0.5%.

תרשים 4: שיעור ההוצאה על כלי רכב מתוך ההוצאה החודשית של משק בית ממוצע, לפי שנים



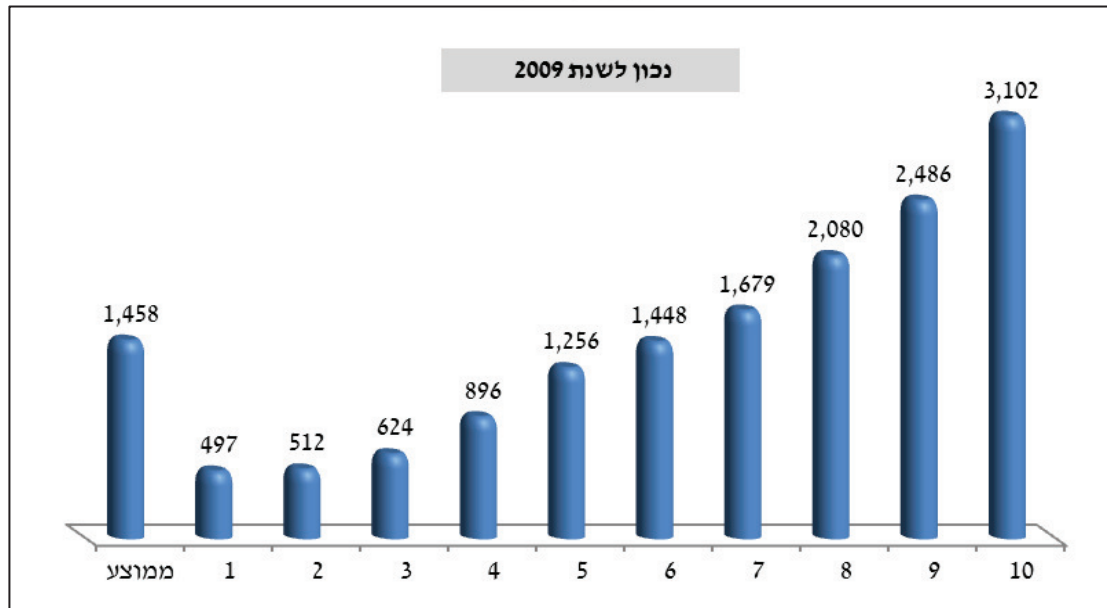
מקור: הלמ"ס

היקף ההוצאה החודשית הממוצעת על כלי רכב של משק בית ממוצע עמד ב-2009 על 1,458 שקלים, כאשר העשירון הראשון מוציא כ-500 שקלים בחודש, העשירון השישי כ-1,450 שקלים והעשירון העליון כ-3,100 שקלים בחודש.⁶

⁵ הלמ"ס, סקר הוצאות משק הבית, 2009, סיכומים כללים, הרכב הוצאות לתצרוכת, לפי קבוצות משניות, לשנים 1999-2009.
⁶ הלמ"ס, סקר הוצאות משק הבית, 2009, סיכומים כללים, הוצאה חודשית לתצרוכת בעשירונים של משקי בית, לפי הכנסה כספית נטו לנפש סטנדרטית.

תרשים 5: היקף ההוצאה החודשית הממוצעת על כלי רכב, לפי עשירונים

(בשקלים)



מקור הנתונים: הלמ"ס

1.3 היקף הפעילות הכלכלית

היקף הפעילות הכלכלית הכוללת בענף הרכב על מקטעיו השונים נאמד בכ-100 מיליארד שקל בשנה. כ-55% משוק המכוניות הפרטיות והמסחריות מוחזקים בידי ארבעה יבואנים (כ-63% משוק הרכב המשפחתי) מתוך סך של 15 יבואנים (קבוצות יבוא, ראה סעיף 1.5 בהמשך) הפועלים בישראל. כ-64% משוק הליסינג מוחזקים בידי ארבע חברות וכ-54% משוק ביטוח הרכב (רכוש) נמצאים בידי 4 קבוצות.⁷

בשנים האחרונות חלו שינויים בהיקף הפעילות בשוק הרכב הישראלי עקב הגידול במכירות ללקוחות המוסדיים, הכוללים את חברות הליסינג, חברות השכרת הרכב וציי רכב של חברות. על כן, ניתן לאפיין את שוק הרכב בישראל על ידי חלוקה לשוק הלקוחות הפרטיים ושוק הלקוחות המוסדיים.

1.4 תיאור ענף הרכב בישראל

מטרת סעיף זה היא לשמש כרקע ולספק הסבר ורציונל להמשך הדיון בשוק המכוניות בישראל. כמצוין מעלה, ענף הרכב בישראל כולל בתוכו את כלי הרכב הממונעים הנמצאים בשימוש וכן שווקים שונים. הוועדה הגדירה שווקים ראשיים ושווקים משניים הנמצאים תחת ענף הרכב. השווקים הראשיים כפי שניתן לראות בתרשים 6 הינם: שוק המכוניות, שוק הרכב הדו גלגלי, שוק המשאיות, שוק כלי הרכב לתחבורה ציבורית ושוק כלי רכב מיוחדים (טרקטורים, מלגזות וכיו"ב). השווקים המשניים הקשורים לענף הרכב מכילים מוצרים ושירותים שונים הקשורים לענף ובתוכם: שוק חלקי החילוף, שוק המוסכים, שוק ביטוחי הרכב, שוק מחירוני הרכב, שוק אביזרי הרכב וכיו"ב.

⁷ מתוך הוועדה לשינוי חברתי כלכלי. <http://hidavrut.gov.il/content/4201>

תרשים 6: חלוקת ענף הרכב

ענף הרכב						
שוק כללי רכב מיוחדים	שוק הרכב הדו גלגלי	שוק הרכב לתח"צ	שוק המשאיות	שוק המכוניות		שווקים ראשיים
מלגזות, טרקטורים	קטנועים, אופנועים, אופנוע תלת גלגלי	אוטובוסים ומוניות	משאיות רגילות (קטגוריות N2-N3) משאיות עם גורר (קטגורית O)	מסחריות N1	פרטיות M1	שוק מקטעי
				ואן, טנדר	משפחתיות, מנהלים, יוקרה	
				המכוניות ההיברידיות		
				המכוניות החשמליות		
שוק המוסכים	שוק מחירוני רכב	שוק ביטוח הרכב	שוק חלפים	שוק הליסינג וההשכרה		שווקים משניים

בעולם הרכב, סיווג וקטלוג כלי הרכב השונים אינם זהים ולעיתים ניתן למצוא חפיפה ו/או אי התאמה בעבור כלי רכב מסוים לקטגוריה מסוימת או סיווג אחר. למען הסדר הטוב, מבקשת הוועדה ליישר קו" בכל הנוגע לקטגוריות וסיווג כלי הרכב בכלל ומכוניות בפרט. על פי נציבות האיחוד האירופי⁸ (וכפי שמקובל בישראל) נחלקים כלי הרכב הממונעים ל-4 קטגוריות:

- L** – בעבור כלי רכב דו גלגלים (קטנועים ואופנועים), אופנוע תלת גלגלי וטרקטורונים. קטגוריה זו מחולקת לתתי קטגוריה שונים בהתאם לנפח המנוע ו/או ההספק.
- M** – בעבור כלי רכב בעלי 4 גלגלים או יותר המיועדים להסעת נוסעים.
- N** – בעבור כלי רכב בעלי 4 גלגלים או יותר המיועדים להעברת סחורות.
- O** – בעבור מובילים (משאיות "טריילר" ו"סמי טריילר").

כל אחת מקטגוריות **M**, **N** ו-**O** נחלקות ל-3 תתי קטגוריות (1-3) בהתאם למספר הנוסעים המותר ומסת הרכב. בענף כלי הרכב עסקה הוועדה בקטגוריות המכוניות והמסחריות **M1** ו-**N1** ובשווקים המשניים הנלווים להן. קטגוריות **M1** ו-**N1** מכילות בתוכן רכבי נוסעים, מכוניות ומסחריות בעלי לא יותר מ-9 כסאות/מקומות ישיבה (כולל הנהג) ומסה הנמוכה מ-3.5 טון. לדוגמא, מכוניות מדגם וולבו S80, פיגיו 206 וטנדר טיוטה לנד קרוזר, נכללות כולן תחת אותה קטגורית כלי רכב, אך נבדלות ביניהן בסיווג התת קטגורי ובסיווג המסחרי שלהן כפי שיוסבר בהמשך. נזכיר שוב כי בכל פעם בה אנו נשתמש בהגדרה "מכונית" הכוונה היא למכוניות פרטיות ומסחריות אשר מתאימים להגדרות הקטגוריות הנ"ל.

⁸ מתוך הדירקטיבות של האיחוד האירופאי: 2007/46/EC of 5 September 2007, 2002/24/EC of 18 March 2002, וגם 2006/126/EC.

לוח 2: קטגוריות רכב על פי האיחוד האירופי

קטגוריית רישוי	תיאור ותתי קטגוריה	דוגמאות
L	כולל תתי קטגוריות כגון: רכב דו גלגלי – קטנועים ואופנועים (L1-L4), רכב תלת גלגלי (L5) וטרקטורונים (L6-L7)	"טוסטוס"; אופנועי כביש ושטח; קטנוע תלת גלגלי של חברת פיאג'יו (MP3) וטרקטורוני שטח שונים
M	רכב בעל 4 גלגלים או יותר המיועד להסעת נוסעים. תתי הקטגוריה משתנים בהתאם למספר הנוסעים ומסת הרכב	מכונית משפחתית (פורד פוקוס); רכב שטח (מיצובישי פג'רו)
	M1: מכונית עד 9 מקומות כולל הנהג	רכבי הסעה הגדולים מ-ואן פרטי כגון מוניות שירות
	M2: מכונית ליותר מ-9 נוסעים כולל הנהג, במסה הקטנה מ-5 טון	מיניבוסים ואוטובוסים
N	רכב בעל 4 גלגלים או יותר המיועד להסעת מוצרים/סחורות. תתי הקטגוריה משתנים בהתאם למסת הרכב	מסחרית קטנה (רנו קנגו); טנדר גדול (איסוזו די-מקס)
	M3: מכונית ליותר מ-9 נוסעים, במסה הגדולה מ-5 טון	משאית חלוקה עירונית, רכב הובלות בינוני
	N1: רכב בעל מסה קטנה מ-3.5 טון	משאית חלוקה גדולה, רכב הובלה בקירור
N	N2: רכב בעל מסה גדולה מ-3.5 טון וקטנה מ-12 טון	רכב מסע כבד עם גורר – סמי טריילרים וטריילרים
	N3: רכב בעל מסה הגדולה מ-12 טון	מובילים ומשאיות גורר. תתי קטגוריה משתנים בהתאם למסת הרכב
O		

המשך הפרק יסקור את השווקים הראשיים שבענף הרכב וירחיב הדיון בעיקר בנוגע לקטגוריית המכוניות והסיווגים השונים הקשורים לשוק זה.



1.4.1 שוק המכוניות

א. היקף שוק המכוניות וסיווגו

שוק המכוניות בישראל מתבסס על 23 חברות רכב כאשר ל-18 מהן יש רישיון ייבוא והן מהוות 15 קבוצות ייבוא פעילות (מעטה נתייחס ל-15 יבואנים), כמתואר בתרשים 12. היקף שוק המכוניות לשנת 2011 מוערך על ידינו בכ-30 מיליארדי שקלים. נהוג לחלק את המכוניות בקטגוריות אלו לסוגים שונים בהתאם לגודל ולמטרת השימוש ברכב כפי שניתן לראות בלוח 3.

לוח 3: הגדרת סוגי מכונית בקטגוריות M1 ו-N1 בארצות נבחרות

דוגמאות	NCAP	NCAP 1997-2009	הגדרה אירופאית	הגדרה בריטית	הגדרה אמריקאית	
סמארט	נוסעים	סופר מיני	מיני-A	מיקרו	מיקרו	
פיג'ו 107, פיאט 500, סוזוקי אלטו			קטנות-B	עירוני	תת-קומפקטי	
פורד פיאסטה, פולקסוואגן פולו, אופל קורסה, סיטרואן C3, פיג'ו 207, יונדאי אקסנט		משפחתי קטן	בינוני-C	משפחתי קטן	קומפקטי	
פורד פוקוס, אופל אסטר, טויוטה אוריס, פולקסוואגן גולף, שברולט קרוז, סובארו אימפרזה		משפחתי גדול	גדול-D	משפחתי גדול	משפחתי גדול	גודל בינוני
פורד מונדיאו, אופל אינסיגניה, פולקסוואגן פאסט, שברולט מאלבון, מאזדה 6				מנהלים	מנהלים	רמת יוקרה התחלתית
אלפא רומיאו 159, ב.מ.וו סדרה 3, לקסוס IS, וולוו S60, אאודי A4		מנהלים	מנהלים-E	מנהלים	מנהלים	גודל יוקרה-גודל בינוני
קרייזלר 300, שברולט אימפלה				יוקרה-גדול	יוקרה-גדול	
ב.מ.וו סדרה 5, וולוו S80, אאודי A6, יגואר XF		-	-	יוקרה-F	יוקרה-גדול	יוקרה-גדול
אאודי A8, מרצדס S קלאס		-	-	ספורט-S	ספורט	ספורט
שברולט קורבט, פורשה 911		-	-		ספורט	ספורט
יגואר XK, פרארי 612		-	-		ספורט	ספורט
פרארי אנו, בוגאטי וירון		-	-		קברילט	קברילט
ב.מ.וו סדרה 6, מרצדס CLK		-	-		רודסטאר	רודסטאר
אאודי TT, הונדה S2000, מאזדה MX-5		רודסטאר	רודסטאר	רב שימושי-M	פעילות פנאי	-
רנו קנגו, סקודה רומסטר, פורד טורנאו		רב שימושי	רב שימושי קטן		רב שימושי מיני	רב שימושי מיני
סיטרואן C3 פיקאסו	רב שימושי קומפקטי				רב שימושי קומפקטי	
רנו סניק, פולקסוואגן טוראן	שטח	שטח קטן	שטח-J ספורטיבי	רב שימושי גדול	מיני-שטח	
פיג'ו 807				מיני-שטח	שטח קומפקטי	
דיהטסו טריוס, סוזוקי ג'ימיני		-		-	קופה 4X4	שטח קומפקטי
ב.מ.וו X3, הונדה CR-V, טויוטה RAV-4	שטח גדול	שטח גדול	שטח גדול	קופה 4X4	שטח בינוני	
ב.מ.וו X6				שטח גדול	שטח גדול	
פורד אקספלורר, פולקסוואגן טוארג, ג'יפ גרנד צ'ירוקי	טנדר	טנדר	-	טנדר	מיני טנדר	
טויוטה לנד קרוזר, קאדילק אסקלייד					טנדר בינוני	
פיאט סטרדה					טנדר גדול	
ניסן נברה					טנדר משא	
פורד F-150					טנדר משא	
שברולט סילברדו					טנדר משא	

מקור: הצלבה של הנחיות תקינה שונות בארצות הרלבנטיות

הסיווגים השונים, ובעיקר המסחריים, יכולים לחפוף זה את זה במקרים מסוימים. כלומר אותה המכונית, לדוגמה, יכולה להתאים גם לסיווג המשפחתיות הגדולות וגם לסיווג רכב מנהלים. נציין כי לסיווגים השונים אין משמעות מיוחדת בנוגע לניתוח השוק ומסקנות הוועדה, אלא נועד (כמו גם פירוט הסיווג המסחרי בהמשך) ליצור אחדות מושגים ולמנוע בלבול עקב ההגדרות השונות והשימוש השונה במונחים על ידי גורמים שונים בענף (יצרני הרכב, חברות השכרה, רישוי רכב ונהיגה וכיו"ב).



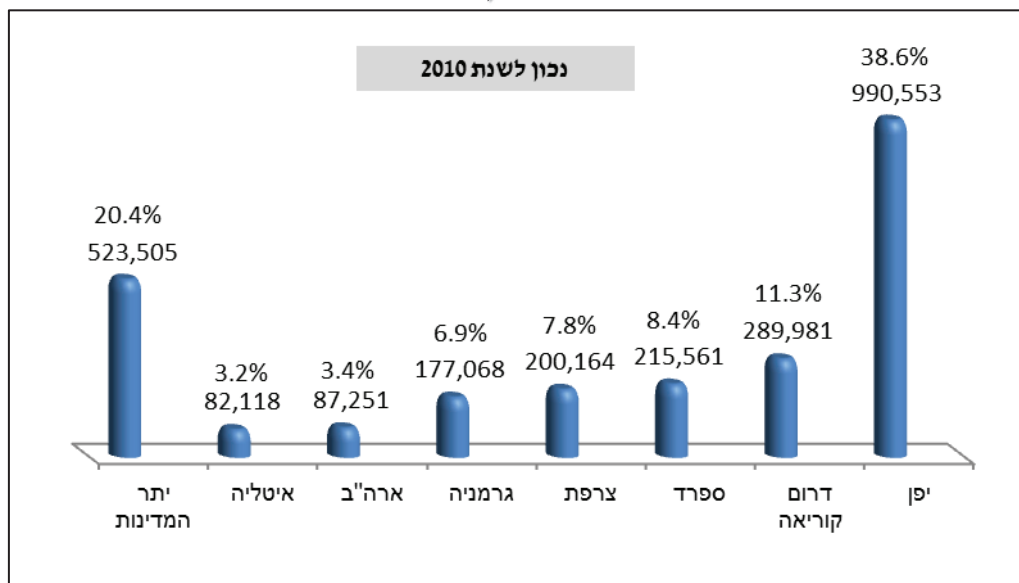
מרבית המכוניות מיובאות לישראל על ידי יבואני רכב ומקצתן הזניח באמצעות יבוא אישי. בשנת 2011 נמסרו בישראל 225,949 מכוניות פרטיות ומסחריות (על פי נתוני איגוד יבואני הרכב בישראל). בשנת 2010 גדל יבוא המכוניות בשיעור של 25% ביחס לשנה הקודמת.⁹

לוח 4: מסירות מכוניות 2007-2011

2011	2010	2009	2008	2007	
4.4%	25.3%	-11.1%	1.6%	28.4%	שינוי בכמות מסירות מכוניות
225,949	216,430	172,715	194,226	191,121	סה"כ יבוא מכוניות

מקור: איגוד יבואני הרכב (נתוני מסירות מכוניות פרטי ומסחרי)

תרשים 7: ארצות המקור לייבוא רכב לישראל



מקור: הלמ"ס

במונחי כמות, היקפו של שוק המכוניות המשומשות גדול יותר מזה של שוק המכוניות החדשות. בשנת 2010 החליפו ידעיים כ-700 אלפי מכוניות משומשות¹⁰, היקף הגדול פי 3.2 ממספר המסירות של מכוניות חדשות בשנה זו. כפי שנסקרו לעיל, גילו הממוצע של רכב בישראל הוא כ-6.9 שנים¹¹, בעוד שבארה"ב עומד ממוצע גיל הרכב על 10.2 שנים¹² ובאירופה - על 10 שנים¹³.

⁹ אתר איגוד יבואני הרכב בישראל.

¹⁰ על פי נתוני משרד התחבורה.

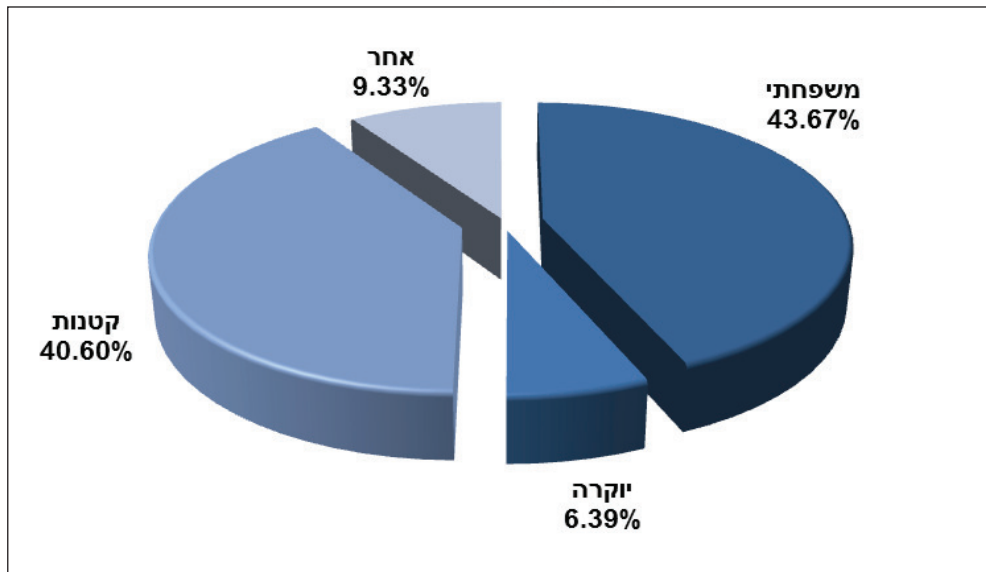
¹¹ הלמ"ס.

¹² חברת פולק, מרץ 2010. זמין בכתובת: www.polk.com/company/news/polk_finds_more_vehicles_scrapped_than_added_to_fleet

¹³ חברת פולק, ינואר 2010. זמין בכתובת: <http://blog.polk.com/blog/light-vehicle-forecast>

ב. סיווג מכוניות מסחרי על פי רמות מחיר

בנוסף לקטגוריות והסיווגים הפורמליים נהוג בישראל לחלק את שוק המכוניות על פי 4 רמות מחיר: מכונית יוקרה, מכונית מנהלים, מכונית משפחתית ומכונית קטנה. **שתי הקטגוריות האחרונות מהוות כ-85% משוק המכוניות בישראל.** טווח המחירים ברמות מכוניות היוקרה (כולל לעיתים גם מכוניות מנהלים) הינו מעל 200 אלפי שקלים, טווח המחירים בעבור מכוניות משפחתיות הינו 110 אלפי שקלים ועד 200 אלפי שקלים, ואילו קטגוריית המכוניות הקטנות מתייחסת לרכב שמחירו נמוך מ-110 אלפי שקלים. על פי נתוני משרד התחבורה (בהצלבה עם מחירי דגם לשנתון 2011) שוק הרכב הפרטי נכון לשנת 2010 התפלג כמוצג בתרשים הבא:

תרשים 8: חלוקת ענף הרכב לפי מחירי שנת 2011

מקור: מסד נתוני משרד התחבורה (מעודכן מינואר עד נובמבר 2011), מחירים על פי עיבוד שלנו

ג. כלי רכב חשמליים והיברידיים

כלי הרכב החשמליים המפותחים כיום על ידי יצרני הרכב השונים כוללים טווח רחב של שיטות הנעה, החל ברכב חשמלי ללא מנוע גיבוי, דרך רכב שהוא כמו חשמלי אלא שיש בו מנוע בעירה פנימית ועד רכב היברידי המשלב מנוע בעירה פנימית והנעה חשמלית. רכב חשמלי טהור הוא רכב המסתמך באופן בלעדי על סוללה כמקור אנרגיה ואילו רכב כמו-חשמלי הינו רכב בעל מנוע חשמלי עיקרי ומנוע בעירה פנימית משני (בדרך כלל בנזין) אשר נכנס לפעולה רגילה במצבי קיצון. נכון ל-2011 עלו לכביש 49 כלי רכב בעלי מנוע חשמלי בלבד שסוללותיהם נטענות ממקור חיצוני או על ידי החלפת הסוללות. לאור הגידול הצפוי בתחום זה נדרשת ישראל להערכות בתשתיות מתאימות. כלי רכב כמו-חשמליים עתידיים להגיע לישראל בשנה הקרובה.

בשנים האחרונות הושקו כלי רכב היברידיים המשלבים מנוע בנזין עם מנוע חשמלי הצורכים פחות בנזין. המכוניות ההיברידיות נחלקות גם כן לשלושה סוגים עיקריים. 1. היברידית "מלאה" 2. היברידית "מתונה" 3. "מיקרו" היברידית. המכוניות ההיברידיות מסוג 1 ו-2 מנצלות שתייהן את היתרונות שבשיטות שונות לחיסכון בדלק, אך זו ה"מתונה" חסכונית פחות.

המכוננית ה"מיקרו" היברידית מכבה את מנוע הרכב בעת עצירה, מנגנון המאפשר שיפור קל בצריכת הדלק.

בחודש דצמבר 2010, אישר לראשונה משרד התחבורה ייבוא של רכב היברידי המשלב מנוע דיזל ומנוע חשמלי באופן המפחית משמעותית את פליטת גזי החממה (כגון CO₂) ואת תצרוכת הדלק של כלי הרכב. למרות הטבות המס המשמעותיות להן הם זוכים, מחירי כלי הרכב ההיברידיים הינם גבוהים ממחירי כלי הרכב הנמכרים בישראל בקטגוריות מקבילות. נתח השוק של כלי הרכב ההיברידיים בישראל נמצא ברמות דומות לנתחו בשווקים מערביים אחרים כמו אירופה וארה"ב, ועמד על כ- 2%. על פי נתוני משרד התחבורה חלה עלייה של כ-40% בכמות כלי הרכב ההיברידיים שעלו לכביש במהלך שנת 2010, וזו הסתכמה ב-10,743. מנגד, בשנת 2011, עלו לכביש 4,110 כלי רכב היברידיים ו-49 כלי רכב חשמליים.

1.4.2. כלי רכב לתחבורה ציבורית בישראל

בישראל יש כיום 17 מפעלי תחבורה ציבורית המפעילים כ-6,000 אוטובוסים בכ-2,000 קווי שירות הכוללים כ-26,000 תחנות. בנוסף, פועלות כ-18,000 מוניות שירות בכ-150 קווי שירות.

שיעור השימוש בתחבורה ציבורית בשלושת המטרופולינים הגדולים בישראל מגיע כיום לכ-23% בלבד לעומת 77% ברכב פרטי. רמה זו נמוכה משמעותית מזו הקיימת במטרופולינים מערביים אחרים, בהם שיעור השימוש בתחבורה הציבורית נע בין 30% ל-50%¹⁴. רמת השימוש הנמוכה יוצרת "מעגל קסמים" שלילי במציאות התחבורתית בישראל. זו מגבירה את הביקוש לרכב פרטי ומעלה את מחירו, והגידול במצבת כלי הרכב הפרטיים הנובע מביקוש שכזה מכביד עוד יותר על תפקודה של התחבורה הציבורית ומוריד את יעילותה והשפעתה – וחוזר חלילה. השימוש המועט בתחבורה ציבורית בישראל נובע מצפיפות רבה במטרופולינים ומהיעדר מערכות הסעת המונים (Mass Transit Systems) כמקובל במרכזי הערים בעולם המערבי.

קיימת תחליפיות בין רכב פרטי לתחבורה ציבורית באופן המשתנה על פי אזור, זמן, מאפיינים סוציו-אקונומיים ובעיקר יעילותה של התחבורה הציבורית. כאמור, רמת התחבורה הציבורית בישראל נמוכה בעיקר בגלל היעדר מערכות הסעת המונים במרכזי הערים וכך נוצר מעגל קסמים שלילי של ביקושים מוגברים לרכב פרטי שמכבידים על התחבורה הציבורית ואשר יוצרים שוב ביקוש לרכב פרטי, וחוזר חלילה.

אומנם, נמנעה הוועדה מלעסוק בענף התחבורה הציבורית, אך היא מוצאת לנכון לקורא לממשלה לקדם את פיתוח התחבורה הציבורית בישראל, בין היתר, ככלי נוסף להקטנת הביקושים בענף הרכב הפרטי. השפעת הירידה בביקוש שקולה להגדלת היצע הנובעת מהגברת תחרותיות.

¹⁴ דו"ח הוועדה לשינוי חברתי כלכלי

1.4.3. שוק הדו-גלגלי (אופנועים וקטנועים)

בכבישי ישראל נעים כיום כ-113 אלפי כלי רכב דו-גלגליים (אופנועים וקטנועים) המהווים 4.45% ממצבת כלי הרכב במדינה¹⁵. מקורות הייבוא הסדיר של כלי רכב דו-גלגליים הינם המזרח הרחוק, ארה"ב ואירופה. התנופה המשמעותית במכירות נרשמה באמצע שנות השמונים של המאה הקודמת, כאשר נכנסו לשוק יצרניות המזרח הרחוק, שהציגו מגוון רחב של קטנועים בנפחי מנוע שונים (הנעים בין 50 סמ"ק ל-250 סמ"ק). המהפך בשוק הרכב הדו-גלגלי התרחש בעקבות הסרת החרם הערבי, התגברות הצפיפות בערים הגדולות, הקלות במיסוי אופנועים¹⁶, הצמיחה המואצת במשק, התרחבות תרבות הפנאי המוטורית וכן החשיפה התקשורתית החיובית לשימוש באופנועים בעולם.

שלושה מאפיינים חיצוניים של ישראל מעודדים שימוש בכלי רכב דו גלגלי. הצפיפות הרבה בכבישי ישראל, טווחי הנסיעה הקצרים ומזג אוויר נוח הופכים את השוק הישראלי לשוק יעד חשוב לרכב דו-גלגלי למרות היקפו הקטן. עם זאת, מספר האופנועים לנפש קטן בישראל בהשוואה למקובל במדינות מערביות: בישראל 12 כלי רכב דו-גלגליים על כל 1000 תושבים ואילו במדינות מערביות, הדומות לה מבחינת צפיפות ומזג אוויר כדוגמת יוון וספרד, הממוצע הינו כ-100 כלי רכב דו-גלגליים על כל 1000 תושבים. למרות ההקלות לרכבי אופנועים במס הקנייה ובאגרת הרישוי¹⁷, יוקר ביטוח החובה של אופנועים הינו אחד מגורמי ההסבר לשיעור השימוש הנמוך של אופנועים בישראל.

1.4.4. שוק המשאיות והציוד מכני הנדסי¹⁸

בשנת 2010 כלי הרכב הכבדים (משאיות וכלי רכב מיוחדים) היוו כ-14% מצי הרכב בישראל ו-24% מהנסועה הארצית. 55% מהמשאיות בישראל הן בבעלות פרטית, 40% בבעלות חברות וקואופרטיבים ו-5% בבעלות הממשלה.

רכבי המשא מחולקים למספר סוגים: משאית רגילה, משאית גוררת, ומשאית תומכת. כלי הרכב המיוחדים נחלקים למגוון רחב של קטגוריות בהן סוגים שונים של טרקטורים וציוד צמ"ה (ציוד מכני הנדסי). בשנים האחרונות ניכרת מגמת עלייה במשקל הכולל של המשאיות. בעוד שבאירופה המשקל הכולל של משאיות מוגבל ל-44 טונות ובארה"ב ל-40 טונות, בישראל מותר משקל כולל של עד 55 טונות, התלוי בסוג המשאית וסוג המשא.

1.4.5. השוק המוסדי (ציי רכב וליסינג)

ציי הרכב כוללים חברות ליסינג וארגונים נוספים כמו מנהל הרכב הממשלתי, חברת חשמל, חברת טבע ועוד, הרוכשים רכב (לרבות משפחתי) לשימוש העובדים. מלאי כלי הרכב בבעלות ארגונים שאינם חברות ליסינג או השכרה (ציי ההשכרה בישראל מונה כ-50,000 כלי רכב), מוערך בכ-70,000 כלי רכב מכלל כלי הרכב הצמודים בשימוש בישראל. ההכנסות המצרפיות בענף הליסינג מוערכות בכ-12 מיליארד שקלים, המהווים כ-12% מהיקף הפעילות הכלכלית בענף. שוק הליסינג וההשכרה

¹⁵ הלמ"ס, הודעה לעיתונות, 18 באוגוסט, 2011/203

¹⁶ למשל: קביעת מס קנייה נמוך על קטנועים, ביטול התמ"א והאחדת שיעורי מס הקנייה על אופנועים עם אלה המוטלים על כלי רכב בשנת 1993

¹⁷ מרכז המחקר והמידע של הכנסת: "העלאת תעריפי ביטוח החובה לאופנועים – ניתוח והשלכות", עמ' 2-3, אוקטובר 2009.

¹⁸ דו"ח מינהל הכנסות המדינה: "מי מזהם ומי משלם בענף הרכב? רכבים פרטיים מול כלי רכב כבדים", 2007.

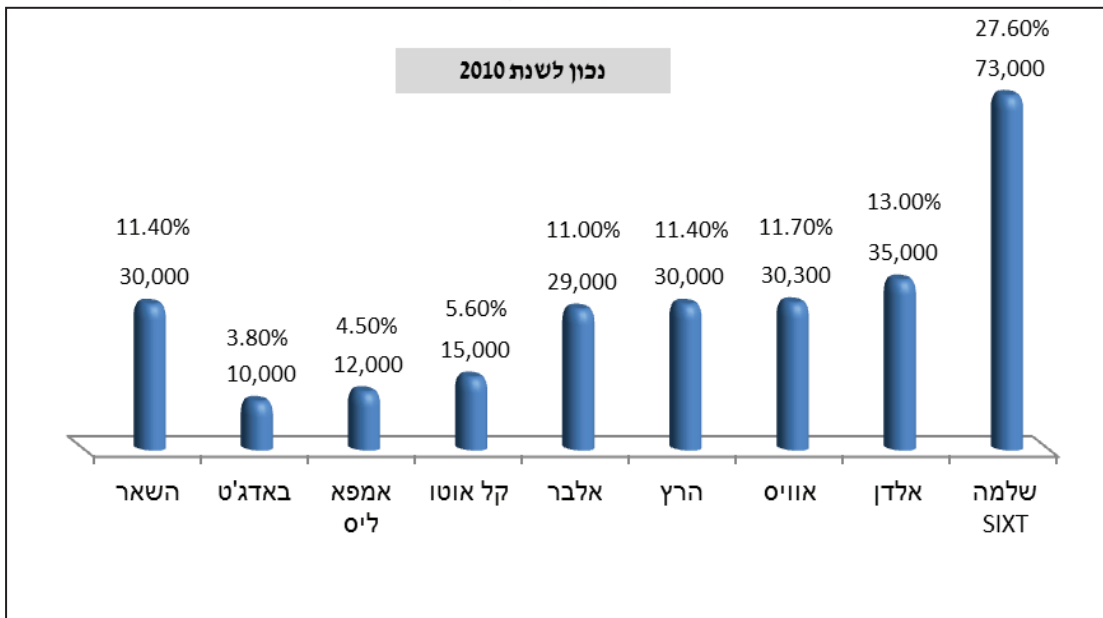
בישראל מתפלג ברובו בין 10 חברות גדולות. בנוסף, ישנן חברות רבות (קטנות יותר) המציעות שירותי ליסינג והשכרה (על פי ההערכה פועלות בישראל כ-40 עד 50 חברות). חמשת החברות המובילות מחזיקות ביחד כמעט 70% מסך כלי הרכב בענף הליסינג וההשכרה.

במצבת כלי הרכב בישראל, נכון לדצמבר 2010, יש כ-430 אלפי מכוניות בבעלות חברות ליסינג והשכרה, הממשלה, מלכ"רים ועסקים. כ-2,072 אלפי מכוניות בבעלות פרטית. מחצית, כ-51%, מכלי הרכב החדשים, שנמכרו בישראל במהלך שנת 2010 נרכשו על ידי ציי רכב ומשקלן היחסי של חברות הליסינג מתוך סך הרכישות של רכב חדש היווה כ-34% מסך הרכישות ב-2010 בהשוואה ל-39% בשנת 2009¹⁹. בשנת 2010 היו בבעלות חברות הליסינג כ-200,000 כלי רכב, כ-81% מהם כלי רכב משפחתיים מקבוצת רישוי 2. חברות הליסינג רכשו במהלך שנת 2010 כ-52,000 כלי רכב משפחתיים המהווים כ-41.3% מסך כלי הרכב המשפחתיים שנמסרו בשנה זו. על פי הערכות, בשנת 2010 מכרו חברות הליסינג כ-6,000 כלי רכב בעסקאות ליסינג מימוני באמצעות למעלה מ-140 סניפי מכירה ושירות.

עקב התרחבותן הגדולה של חברות הליסינג משנת 2009 ואילך, השתנתה מפת הרכב הפרטי בישראל. משקל כלי הרכב שבבעלות בתי האב היה ב-2010 על 49% לעומת קטגוריית הרכב המוסדי שמשקלה היחסי הינו 51%. קטגוריית המוסדיים כוללת, על פי נתוני שנת 2010, את חברות הליסינג שמשקלן 34% וחברות ההשכרה וציי הרכב שמשקלם 17%.

תרשים 9: ציי הרכב של חברות הליסינג וההשכרה הגדולות

(יחידות ונתח שוק)

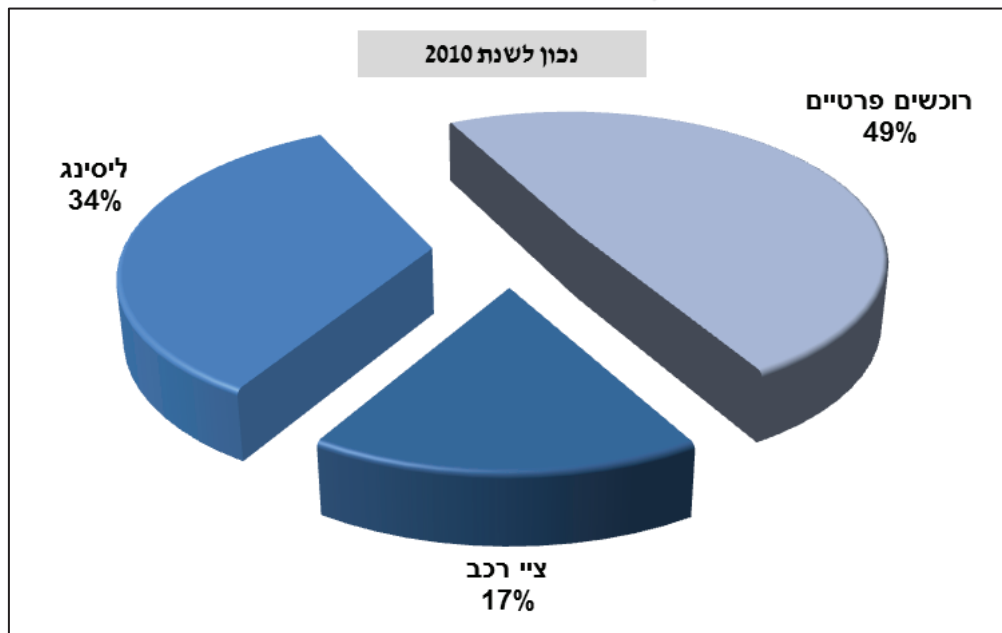


מקור הנתונים: משרד התחבורה

¹⁹ רשות המסים בישראל, מיסוי ונתונים נבחרים שנת 2010, עמוד 12 (כולל עיבוד הנתונים).

בישראל יש כ-300 אלפי מכוניות צמודות לעובדים כאשר כ-200 אלפי מכוניות מתוכן הן בבעלות חברות הליסינג וכ-100 אלפי מכוניות הן בבעלות החברות עצמן.²⁰

תרשים 10: פילוח שוק כלי הרכב הפרטיים החדשים בשנת 2010



מקור הנתונים: רשות המיסים בישראל.

שנת 2010 הינה השנה הרביעית ברציפות בה נרשמה ירידה במשקל היחסי של רכישות צ"י רכב, לאחר שבסוף 2009 נרשמו רכישות מוגברות של צ"י רכב במסגרת היערכות לרפורמת המיסוי של שווי שימוש ליניארי.

הירידה במרכיב צ"י הרכב נובעת מהגידול בנתח השוק של חברות הליסינג, כולל בעבור ליסינג פרטי, תופעה שיצרה חלוקה מחדש של יחסי הכוחות בין היבואנים לבין חברות הליסינג על רקע ירידת הביקוש לרכב צמוד. הנוהג של מעסיקים רבים במשק לתגמל עובדים באמצעות "רכב חברה" והיתרון שיש בהתקשרות לסינג מבחינת היחסים הפיננסיים של מאזני החברות (שחרור הון עצמי ששימש לרכישת הרכב בשיטה הקודמת ושיפור התשואה על ההון המושקע), הגביר את הביקוש לרכישת רכב בליסינג והאדיר את עוצמת חברות הליסינג בענף. בשנת 2009, הצטמצמו מספר כלי הרכב בענף הליסינג בכ-5% לעומת שנת 2008. היקף ההכנסות גדל בשנת 2009 בכ-9% ובשנת 2010 גדל מספר כלי הרכב בענף הליסינג התפעולי בכ-5% ביחס לשנת 2009 לכ-200 אלף כלי רכב.²¹

בשיטת הליסינג הנהוגה כיום, חברות הליסינג מעמידות את הרכב לרשות החברה החוכרת. בתמורה מתחייבת החוכרת לשלם לחברת הליסינג תשלומים חודשיים במשך תקופה הנקבעת בהסכם, בדרך כלל של 36 חודשים. תשלומים אלה מגלמים את מחיר הרכב, בתוספת ריבית, וכן החזר הוצאות לחברת הליסינג עבור ביטוח, אגרות וכו'. בסוף התקופה ניתנת בדרך כלל אופציה לרכוש את הרכב במחיר הנמוך ממחיר השוק. סיום הסכם הליסינג לפני תום התקופה שנקבעה בהסכם כרוך בפיצוי.

²⁰ עמדת פורום ארגוני התחבורה, 24 באוקטובר, 2011.

²¹ מתוך הדוח התקופתי של חברת ש. שלמה החזקות בע"מ, פרק תיאור עסקי החברה, התפתחותה ועסקיה.

עסקאות הליסינג נחלקות לשני סוגים: עסקאות של חכירה מימונית ועסקאות של חכירה תפעולית. באופן כללי, חכירה מימונית הינה עסקת מכר מלכתחילה או מכר בתשלומים, על פיה הבעלות על הרכב עוברת לחוכר, והתשלומים החודשיים הם למעשה תשלומים להחזר ההלוואה שנתן המחכיר לחוכר. לעומת זאת, חכירה תפעולית מסווגת כעסקת שכירות, היינו הבעלות על הרכב נשארת אצל חברת הליסינג, ואת התשלומים החודשיים ניתן לראות כדמי שכירות.

לסיווג עסקת הליסינג ישנן השלכות ניכרות מבחינת מס. במידה ותסווג העסקה כמכר מלכתחילה, אז יחולו עליה הדינים הכלליים של מכר, והחוכר יוכל להכיר הן בהוצאות המימון לרכישת הנכס והן בפחת בגין הנכס במידה והנכס ישמש בייצור הכנסה. כמו כן, בתנאים מסוימים יחולו על החוכר תקנות מ"ה (ניכויים מיוחדים למשתמש בציוד שכר מכר), שאז יותרו לחוכר בניכוי "דמי השימוש" כהגדרתם בתקנות.

במידה ותסווג העסקה כעסקת שכירות, אזי תוכר לחוכר ההוצאה לשכירות כהוצאה פירותית רגילה, בכפוף לתקנות המיוחדות הדנות בהתרת הוצאות בנוגע לרכב – תקנות מס הכנסה (ניכוי הוצאות רכב).

1.5. ייבוא מכוניות לישראל

1.5.1. ייבוא ישיר של מכוניות

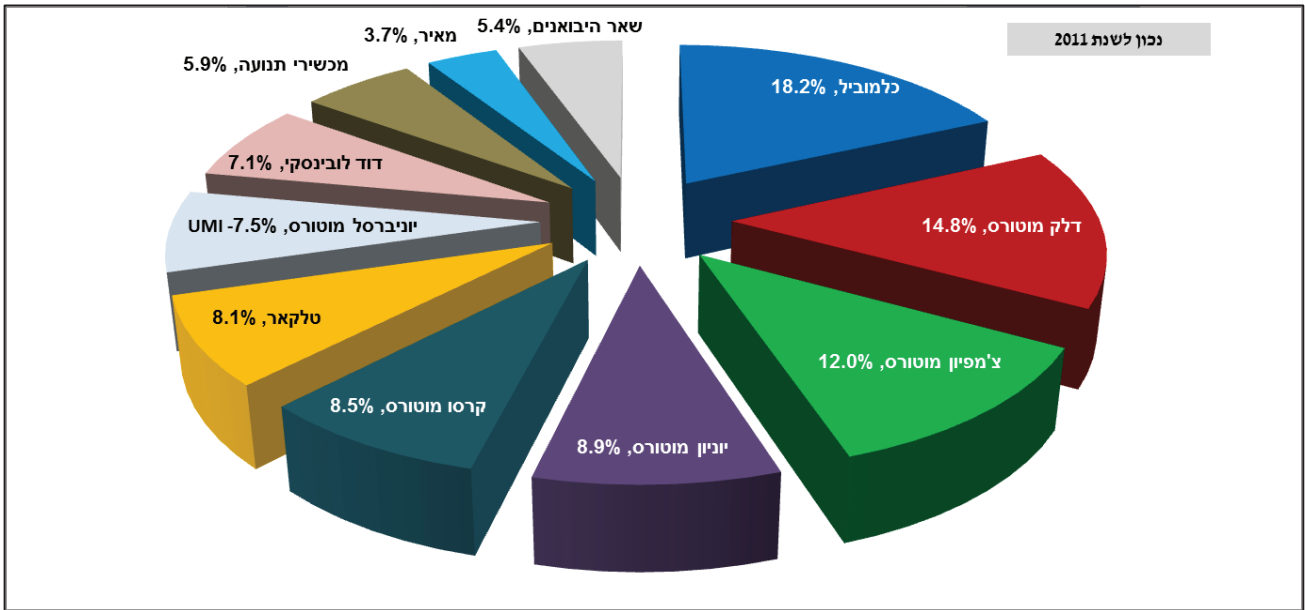
ייבוא ישיר מתבצע על ידי היבואן שלו הסכם ישיר עם יצרן הרכב אותו הוא מייבא²². השוק העיקרי בענף הרכב הוא שוק המכוניות הפרטיות והמסחריות לנוסעים (קטגוריות MI ו-NI). שוק זה מונה כיום, כאמור, 15 קבוצות ייבוא, המייצגים בישראל יצרנים שונים. זירת התחרות בשוק בין היבואנים השונים הינה בייבוא ממקורות שונים באירופה, ארה"ב והמזרח הרחוק, אך זו אינה באה לידי ביטוי בייצוג מקביל של יצרן מסוים בידי יותר מיבואן אחד. התחרות מתבססת כיום בעיקר על מיתוג, דגמים, מחירים, איכות השירות, שמירת ערך המכונית בשוק המכוניות המשומשות ותנאי התשלום. בין הגורמים המשפיעים על התחרות בענף זה נמנים גם גורמים חיצוניים המתבטאים בעיקר במדיניות יצרני הרכב ובהשתנות שערי המטבע.

היבואנים המרכזים בשוק הישראלי הינם: "כלמוביל", "דלק מוטורס" ו"צ'מפיון מוטורס" אשר תפסו בשנת 2011, 18.2%, 14.8% ו-12% מהשוק בהתאמה²³. יתר היבואנים המובילים הינם: "יוניברסל מוטורס" (UMI), "יוניון מוטורס", "טלקאר", "קבוצת קרסו", "דוד לובינסקי" ו"מכשיר תנועה". כל אחד מאלו מחזיק בנתח שוק הנע בין 5.9% ל-9.7%.

²² משרד התחבורה: המדריך לייבוא אישי של כלי רכב.

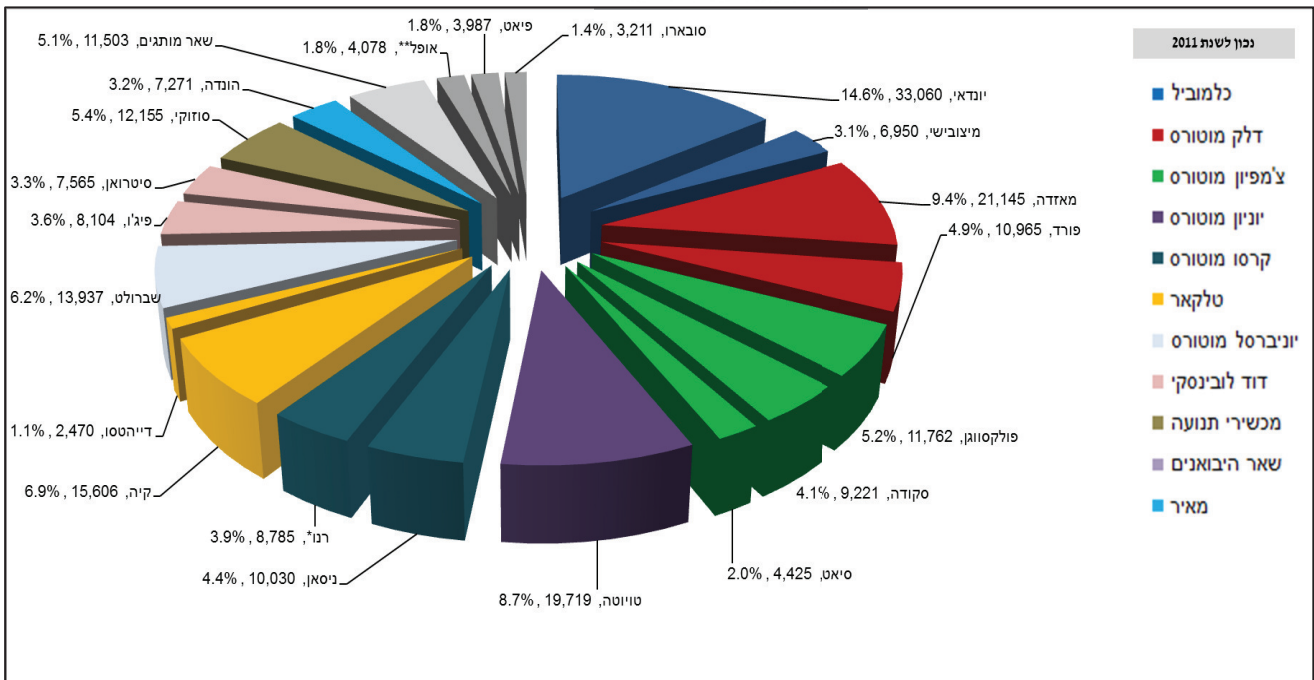
²³ אתר איגוד יבואני הרכב בישראל.

תרשים 11: חלקם היחסי של היבואנים במסירות מכוניות (פרטי ומסחרי)



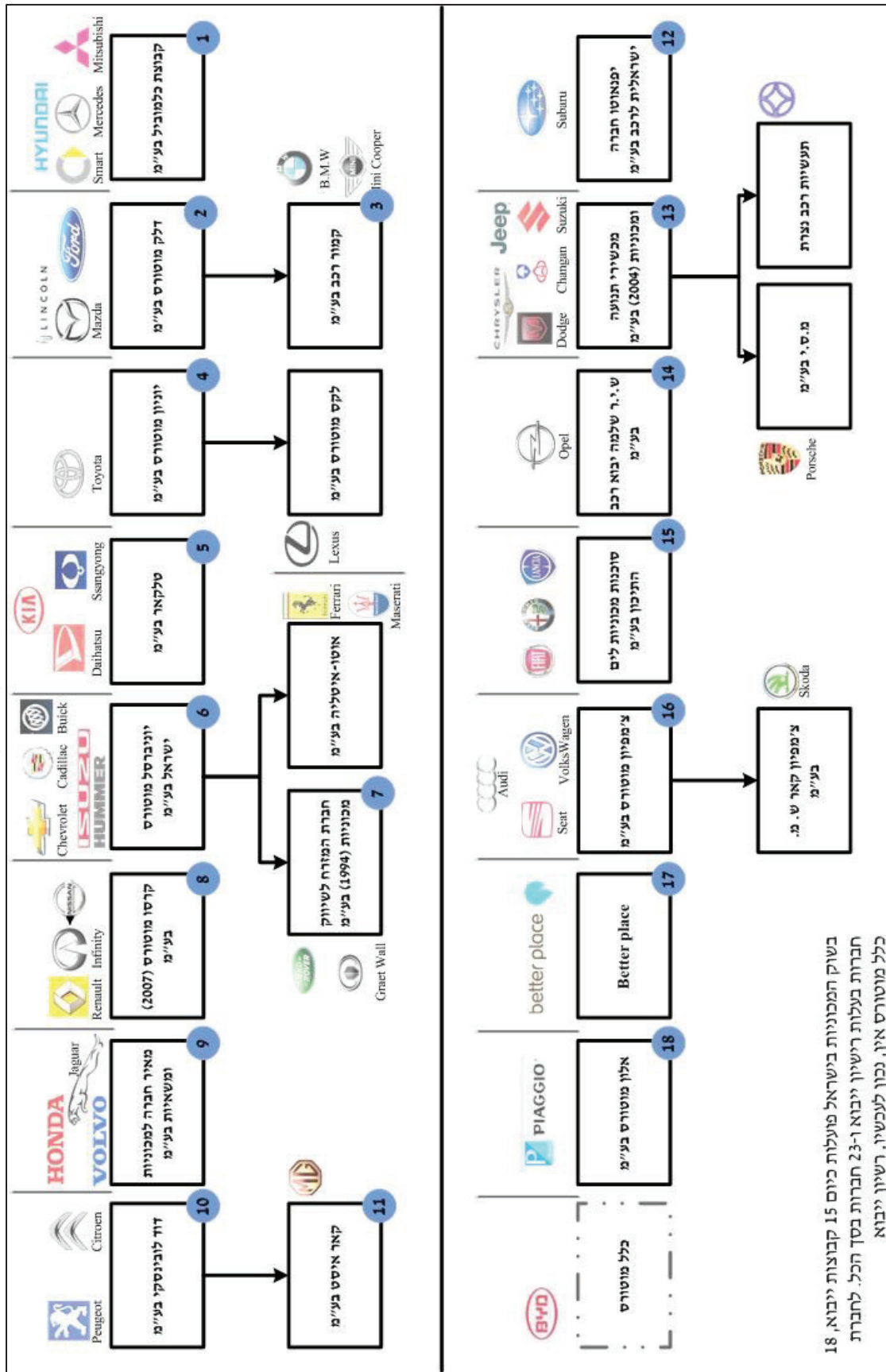
מקור: איגוד יבואני הרכב בישראל

תרשים 12: נתחי שוק לפי מותגים (יחידות ובאחוזים)



מקור: איגוד יבואני הרכב נתוני מסירות מכוניות פרטיות ומסחריות. *48 מכוניות רנו נמכרו על ידי בטר-פלייס **364 מכוניות אופל נמכרו על ידי חברת יוניברסל מוטורס (UMI)

תרשים 13: עץ אחזקות נבואי מכוניות



בשוק המכוניות בישראל פועלות כיום 15 קבוצות יבוא, 18 חברות בעלות רישיון יבוא ו-23 חברות בסך הכל. לחברת כלל מוטורס אין, נכון לעכשיו, רישיון יבוא

1.5.2. ייבוא מקביל

ייבוא מקביל הינו הליך ייבוא בו המוצר המיובא מגיע אל הצרכן שלא דרך היבואן הרשמי. בפברואר 2010 אישרה ועדת הכלכלה של הכנסת תיקון לצו הפיקוח על מצרכים ושירותים בו נקבעו דרישות סף ליבואן המבקש לקבל רישיון לייבוא מקביל של כלי רכב. הייבוא המקביל אפשר לראשונה ייבוא של כלי רכב שלא באמצעות היבואן הרשמי אלא באמצעות סוכן משנה של יצרן הרכב.²⁴

בהוראות נוהל ייבוא כלולות, בין השאר, גם דרישות הייבוא והרישום של כלי רכב בייבוא מקביל וכן הוראות למתן רישיון להפעלת מוסך מרכזי, הן ליבואן הישיר והן ליבואן המקביל. הוראות הנוהל מתייחסות בנוסף גם לבדיקה הטכנית של רכב חדש במוסך היבואן או במוסך החתום על כתב חוזה עם היבואן וכן את הליך ביצוע "קריאה חוזרת" (Recall) בעקבות פגם שהתגלה על ידי היצרן ברכב שיוצר על ידו.

במהלך שנת 2010 גובשו דרישות התקינה לייבוא רכב חשמלי לישראל, והוקמה ועדה במכון התקנים הישראלי על מנת לגבש תקנים למערכות אספקת אנרגיה להטענת הרכב, וכן לשירותי התחזוקה של המכוניות. במהלך שנה זו ניתן רישיון לייבוא לישראל כלי רכב חשמליים וכלי רכב היברידיים המשלבים מנוע חשמלי עם מנוע דיזל.

באפריל 2010 נכנס לתוקפו צו הייבוא המקביל שהתיר כניסת יבואנים מקבילים, על ידי התקשרות עם מפיצים או מפיצי משנה של היצרן ("דילרים").

הצו התיר בשלב הראשון ייבוא מקביל של מכוניות משפחתיות, כאשר כל יבואן מקביל מורשה לייבא עד שלושה כלי רכב בו זמנית. בהתאם לצו האמור, יידרש הדילר עמו יתקשרו היבואנים האמורים לעמוד במספר תנאים על מנת שיוותר ליבואן המקביל לרכוש ממנו כלי רכב. עוד נקבע כי ליבואן המקביל יהיה לפחות מוסך מרכזי אחד באחת מהערים הגדולות (ירושלים, תל אביב, חיפה או באר שבע). הדילר מחויב להתקשר עם מספר מוסכי שירות. בנוסף, יידרש זה להעמיד ערבויות ולהוכיח איתנות פיננסית, בין היתר על ידי עמידה בדרישה להון עצמי בסך של 10 מיליון שקלים והעמדת ערבות בסך של 8 מיליון שקלים.

1.5.3. ייבוא אישי²⁵

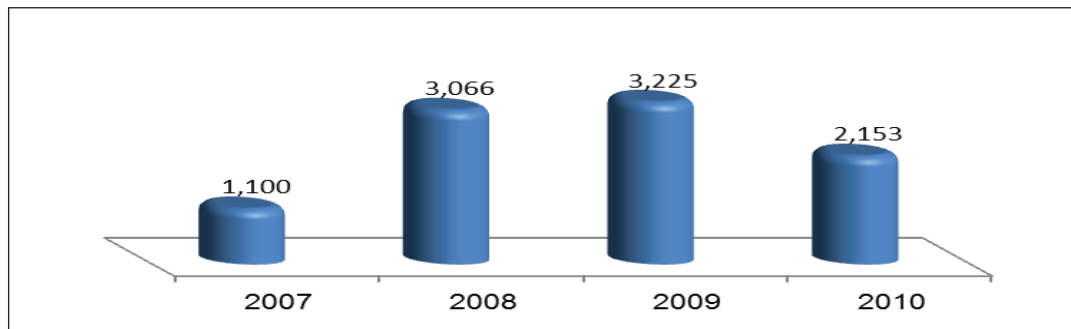
בישראל התעצמה (באופן יחסי) בשנים האחרונות הפעילות בתחום הייבוא האישי. עיקר הייבוא מסוג זה, נכון לעכשיו, הינו של רכבי יוקרה המיוצרים בארצות הברית במחיר לצרכן הגבוה מ-250 אלף שקל. כ-90% מכלי הרכב המגיעים לישראל בייבוא אישי הינם מיד שנייה, עם מעט קילומטרים ומצבם כחדשים. בהתאם לצו ייבוא חופשי, אדם יכול לבצע ייבוא אישי של רכב ללא צורך ברישיון לייבוא רכב, לו נדרש יבואן רשמי. תחילת הייבוא האישי היתה

²⁴ הודעה לעיתונות מיום 28 מרץ 2011 משרד התחבורה, "רפורמת היבוא המקביל יוצאת לדרך".
²⁵ מבוסס, בין היתר, על סקירת יו"ר עמותת היועצים ליבוא אישי של רכב, מנחם פישלר, שהוגשה לוועדה.

בתקנה מיוחדת בעבור עולים, תושבים חוזרים, אנשי עסקים הפועלים בחו"ל ודיפלומטים אשר רצו לייבא את רכבם לארץ.

בשנת 2007 עלה מספר כלי הרכב שיובאו לישראל והסתכם ב-1,100 לעומת כמה מאות בודדות בשנים קודמות. בשנת 2008 יובאו 3,066 כלי רכב ומספר דומה גם ב-2009, אולם בשנת 2010 חל מפנה במגמת היקפי הייבוא האישי, ומספר כלי הרכב בייבוא אישי הסתכם ב-2,153 יחידות בלבד בשנה זו – ירידה של כ-33%. נכון לחודש אוגוסט 2011 הגיעו, לישראל 1,860 כלי רכב בייבוא אישי. על פי הסקירה שהוגשה לוועדה, הסיבות העיקריות לירידה בהיקף הייבוא האישי בשנתיים האחרונות הן הלחצים שמפעילים יבואני הרכב על מקבלי ההחלטות, הורדת מחירים על ידי מספר יבואנים, פרסומים בעיתונות בנוגע לאי חוקיות הייעוץ בתחום זה ועוד. לטענת עמותת היועצים לייבוא אישי, למעלה מ-90% מהייבוא האישי נעשה בליווי יועץ.

**תרשים 14: ייבוא אישי של כלי רכב בשנים 2007-2010
(ביחידות)**



מקור: רשות המיסים בישראל, סקירות ענף הרכב השנתיות

בעוד המודל של הייבוא המקביל לא צלח, חרף הניסיונות לעודד סוג זה של ייבוא, הצליח הייבוא האישי בשנים האחרונות "להיכנס לתמונה" בענף הרכב בישראל, ובעיקר בתחום רכבי יוקרה. עסקאות הייבוא האישי מרחיבות את "מעגל ההזדמנויות" של ציבור מסוים, אך ענף זה איננו מוסדר דיו וכרוכים בו כיום סיכונים רבים.

1.6. שוק החלפים ותחזוקת הרכב

1.6.1. חלפים ואביזרי רכב

הייצור המקומי של חלפים בישראל הינו זניח. מקורות האספקה הינם בעיקר מייבוא, כאשר בשנים האחרונות התחזקה מגמת ייבוא החלפים לרכב ממדינות המזרח הרחוק ובכללן סין. מכירת חלקי חילוף מהווה מרכיב משמעותי ברווחי גורמי ההיצע בענף אשר מעורבים בשרשרת המסחר מהיצרן ועד הלקוח. מרווח הרווח בעבור השחקנים בענף החלפים הינו גבוה אף יותר מהמרווחים של יצרני הרכב בעבור יצור כלי הרכב.²⁶

²⁶ Performance in reserve, IBM Global Business Services, P.1, april 2008, וכן על פי ניתוח דו"חות כספיים של החברות הנסחרות.

על פי נתוני הלמ"ס, ערך הייבוא FOB²⁷ ("Free On Board" – "חופשי על הסיפון") של אביזרים וחלפים לרכב (כולל צמיגים) לכלל כלי הרכב הממונעים, הסתכם בשנת 2010 בכ-400 מיליון דולר. במהלך שנת 2011, נרשמה עלייה במחירי החלפים לצרכן בשיעור של 1% ומחירי חומרי הסיכה (שמנים) לצרכן עלו ביותר מ-13%. במהלך העשור האחרון חלה עלייה במחירי החלפים לצרכן בשיעור של כ-30% ועלייה של כ-58% במחירי חומרי הסיכה לצרכן²⁸. הכנסות המדינה מייבוא חלפים לרכב בשנת 2010 הסתכמו ב-291 מיליון שקלים ממס קנייה ו-61 מיליון שקלים ממכס²⁹.

מחקרים שהתבצעו בעולם בין השנים 2002-2004 הראו כי חלה עלייה של יותר מ-7% בשימוש בחלקי חילוף מקוריים של היצרנים, וזאת על אף שיצרני הרכב מחזיקים ב-1% בלבד מסך מפעלי ייצור חלקי החילוף. היצרנים הצליחו להגדיל את ייצור חלקי החילוף ב-50% בממוצע אל מול שאר יצרני החלפים, בעוד האחרונים הגדילו בממוצע את הייצור רק ב-10%. הרווח השולי של ייצור חלקי חילוף לרכב עולה על הרווח השולי הנובע מייצור כלי הרכב או מהפצת חלקי החילוף³⁰.

ועדה ממשלתית אשר בחנה בשנת 2004 את חסמי הכניסה לייבוא בענף הרכב המליצה³¹ על הסרת הפיקוח על מחירי החלפים בכדי לצמצם את מעורבות הרגולטור בשיקולי היבואן. החלטת הוועדה הסתמכה על עלייה בתחרות בתחום החלפים, בעיקר התחליפיים, וכן על פרסומו של צו ההסדר של הממונה על ההגבלים העסקיים, אשר אסר על יבואני הרכב להגביל הטיפול ברכב בתקופת האחרייות במוסכים מורשים על ידי היבואנים בלבד. לצו זה היו השלכות בנוגע לצמצום השפעת היבואנים בענף הרכב. הוועדה ממליצה להשאיר על כנה את הדרישה לספק חלפים במשך 7 שנים, אולם יש לבטל את הדרישות האחרות, ולחייב את היבואנים לספק חלפים בתוך 7 ימים מיום דרישת הלקוח.

²⁷ עסקה בה הצד הקונה משלם בעבור כל התשלומים הכרוכים בייבוא מרגע שבו הסחורה העוברת בנמל המוצא לספינה (ההובלה, מכס במדינת היעד וכו').

²⁸ הלמ"ס: מדד המחירים לצרכן אוקטובר 2011.

²⁹ רשות המיסים: "מיסוי ונתונים נבחרים על ענף הרכב לשנת 2010", עמ' 2, יוני 2011.

³⁰ "Developments in car retailing and after-sales markets under Regulation", London Economics, June 2006.

³¹ משרדי האוצר והתחבורה: "שינויים מבניים בענף הרכב בישראל- חסמי כניסה ביבוא", עמ' 12, יולי 2004.

בנוסף לייבוא חלפים מקוריים (חדשים ומשומשים) על ידי יבואני הרכב, קיימים בשוק גם חלפים מייצור מקומי וכן מייבוא מקביל. אין להתעלם גם מהשימוש שנעשה בחלפים גנובים, דבר המקטין את הביקוש לחלפים חוקיים (חדשים או משומשים), ומשפיע גם על מחיריהם. חלפים לרכב נהוג לחלק ל-4 קטגוריות³²:

- א. **חלפים חדשים ומקוריים** המשוקים על ידי יצרן הרכב באריזה מקורית של יצרן הרכב.
- ב. **חלפים חדשים חלופיים** מיצרני תואמים מקורי (O.E.M)³³, מתוצרתו של יצרן O.E.M המסופק ליצרן הרכב.
- ג. **חלפים המוגדרים כמוצרי תעבורה שאינם מקוריים ואינם O.E.M**, הנחלקים לשתי קטגוריות: 1. חלפים חדשים חלופיים הנדרשים לעמוד בתקינה בינלאומית. לדוגמא: רפידות בלם, פנסים, צמיגים, חגורות בטיחות, שמשות, מסנני שמן, תפוחי הגה וכו'. 2. חלפים חדשים שאינם בטיחותיים ושאינם לגביהם תקן.
- ד. **חלפים משומשים** המתקבלים מפירוק מכוניות. על פי רוב, חלפים אלו זהים לחלף של היצרן המקורי, אלא אם כן חל בהם שינוי עקב בלאי או תאונה.

**לוח 5: דוגמאות נבחרות לעלויות של חלפים
(לפני מע"מ בשקלים)**

מפירוק	משופץ	חליפי	מקורי	חלק	דגם
250		734	972	פנס ראשי	מאזדה 3, 2007
300	450		3170	אלטרנטור	
250		488	850	מראות צד	
500	1500		2257	מדחס מזגן	
250		320	370	פנס ראשי	פורד פוקוס, 2006
250	700			אלטרנטור	
400		750	1028	מראות צד	
900	1100		3960	מדחס מזגן	
400		771	953	פנס ראשי	טויוטה קורולה, 2008
400	700		3470	אלטרנטור	
700		885	1101	מראות צד	
600	3200		8160	מדחס מזגן	
400		950	1063	פנס ראשי	יונדאי I30, 2008
300	700		2523	אלטרנטור	
400			1003	מראות צד	
500	1670		3674	מדחס מזגן	

מקור: "היבואן משלם 30 שקל, הלקוח משלם 300", דה מרקר, אוגוסט 2011

³² מרכז המחקר והמידע של הכנסת: "איכות החלפים המותקנים בכלי רכב במוסכי הסדר", עמ' 4, מרס 2004 (נלקחה החלוקה בלבד)

³³ Original Equipment Manufacturer

על כל החלפים, בין אם הם מיוצרים בישראל או בחו"ל, חלה חובת סימון: תקן נדרש, שם היצרן, ארץ ייצור וסמל מסחרי. החובה חלה על פי צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייצור מוצרי תעבורה והסחר בהם), התשמ"ג-1983, תקנות התעבורה חלק ג', בתוספת השנייה וצו הגנת הצרכן.

תקני החלפים המיובאים לישראל נחלקים ל-2 קבוצות:

1. חלקי מרכב הכוללים: כנפיים, מכסי מנוע, פחי חזית, דלתות, מכסי תא מטען, עיטורי ניקל, פחי מרכב, פנסים, פנסי איתות, מראות ורדיאטורים.
2. חלפים אוטומטיביים הכוללים: חלקי מנוע, חלקי בילום, רצועות, מסבים, מצתים לרכב, משאבות דלק, בולמי זעזועים, מסתמים, מצמדים, נוזל בלמים, מגבים וצינורות.

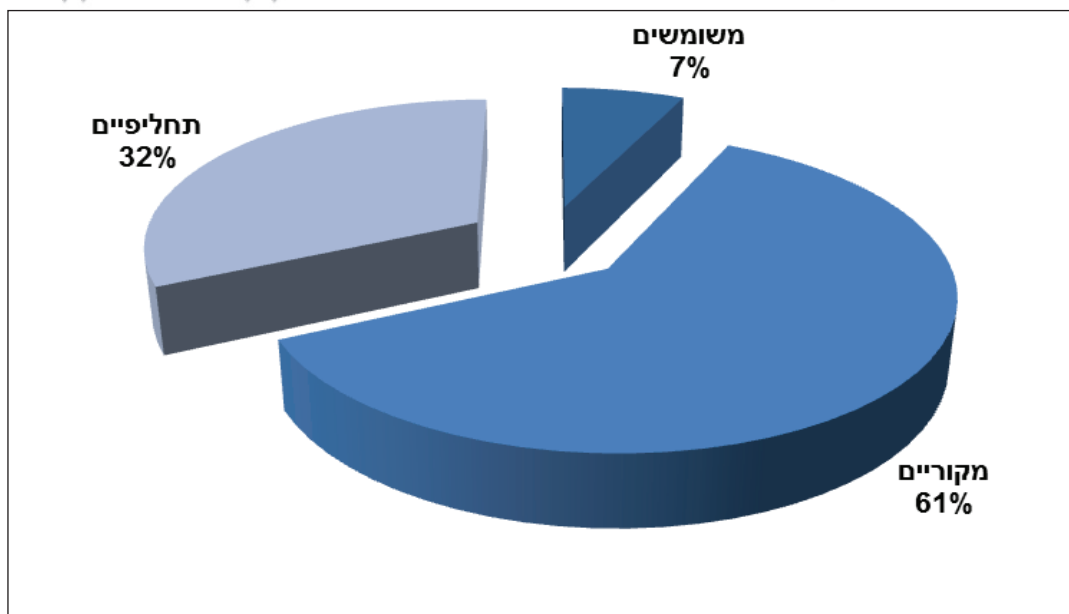
ברוב המדינות ובכללן ישראל, משרד התחבורה המקומי אחראי לאישור ייבוא חלקי חילוף לרכב. בכדי לאשר ייבוא חלפים משרד התחבורה הישראלי נוקט בצעדים הבאים³⁴:

- יבואן החלפים נדרש להמציא, בבקשה לייבוא החלפים, תצהיר נוטריוני שלפיו יצרן החלפים הוא אכן היצרן המוצהר.
- יבואן הרכב נדרש להמציא דו"ח בדיקה ממעבדה מוסמכת (מכון התקנים או הטכניון), שלפיו החלק הנבדק מתאים לדרישות המפורטות בתקנים בינלאומיים שאימץ משרד התחבורה, וכן שהחלק עומד במפרט לבדיקת חלקי פח.
- היבואן נדרש להמציא אישורים המעידים שהיצרן עומד בדרישות תקנים בינלאומיים לאיכות והתאמות שונות.
- חלפים העומדים בכל הדרישות שפורטו לעיל מאושרים לייבוא לישראל. יש לציין כי יבואן הרכב אינו נדרש להביא את כל החלפים שהוא מייבא במשלוח ספציפי לבדיקת המעבדה המוסמכת, אלא מדגם מייצג.

על פי נתוני משרד התחבורה, 61% מהחלפים המוחלפים במקרה של תאונות (במידה וישנו ביטוח מקיף) הינם חלפים מקוריים של יצרן הרכב, ואילו 32% מהחלפים הינם תחליפיים, תואמים או לא מקוריים, היתרה (7%) הינה של חלפים משומשים³⁵.

³⁴ מרכז המחקר והמידע של הכנסת: "איכות החלפים המותקנים בכלי רכב במוסכי הסדר", עמ' 4, מרס 2004.
³⁵ המהנדס אבנר פלור, משרד התחבורה: "מצגת ועדה להגברת התחרות בענף התחבורה בישראל 08/09/11".

תרשים 15: שיעור השימוש בסוגי החלפים השונים בתאונות בהן קיים ביטוח מקיף



מקור הנתונים: משרד התחבורה

1.6.2. מצברים, צמיגים ושמונים

קבוצת חלפים זו מכילה בתוכה את כל החלפים המוחלפים בכלי הרכב באופן קבוע וללא קשר לתקלה ולתאונה, אלא בשל שחיקה ובלאי, בשונה מהחלפים האחרים. חלפים בלואים ושחוקים אלה נאספים ולרוב משמשים לייצור נוסף של אותו החלף או חלפים אחרים. המצברים והשמונים הנצרכים בישראל מיוצרים לרוב בישראל. מנגד, הצמיגים ברובם מיובאים לישראל והייצור המקומי ברובו נסוב סביב חידוש צמיגים בלואים.

ענף הצמיגים בישראל מבוזר מאד. הענף כולל את יצרנית הצמיגים היחידה בישראל, חברת אליאנס חברה לצמיגים (1992) בע"מ וכן עשרות יבואנים ממקומות שונים בעולם. קיים קושי לאמוד את גודלו של שוק הצמיגים מכיוון שייבוא הצמיגים לישראל מחושב בטונות גומי ולא בכמות צמיגים.

המותגים המובילים בענף הצמיגים בישראל הינם דאנלופ, גודייר, ברידג'סטון, קונטיננטל, מישליין ופירלי. כמקובל בעולם, היבואנים המציעים את המותגים המובילים נוהגים להציע כהשלמה למוטג המוביל גם מותגי משנה ומותגים משלימים זולים יותר לשם הרחבת סל המוצרים שלהם. הלקוחות בתחום הצמיגים בישראל הינם ברובם מוסכים לתיקון תקרים ומוסכים מרכזיים, חברות תובלה וקואופרטיבים ברחבי הארץ.

1.6.3. מוסכים בישראל

בישראל ישנם 5,163 מוסכים מורשים על ידי משרד התחבורה, ובכל יום מטופלים כ-2,800 כלי רכב בממוצע במוסכים ברחבי הארץ בעלות תיקון ממוצעת הנעה סביב 1,030 שקל³⁶.

עיקרי המוסכים הם אלו המשמשים כמרכז שירות של היבואן. מוסך המתפקד כמרכז שירות למעשה מתקשר עם היבואן ומהווה כזרוע של היבואן לביצוע טיפולי אחריות וקריאה חוזרת. לחלק מהמוסכים הללו יש גם אולמות תצוגה כאשר מכירת הרכב נעשית דרכם. בגין מכירה שכזו מקבל המוסך עמלה המוגדרת כעמלת סוכן. חלק ניכר מהמכירות מתבצע דרך מוסכים המהווים מרכז שירות, יחד עם זאת, כוח המיקוח של מוסכים אלו אינו גדול וקיים הסכם שבשתיקה לפיו המוסך נהנה מהטיפול ברכב כתחליף לעמלה בגין המכירה.

כ-700 מוסכים בישראל רשומים גם כ"מוסך הסדר" של חברת הביטוח. מוסך הסדר הוא כזה שעמו מקיימת חברת הביטוח המבטחת הסדר לתיקון רכבי המבוטחים בביטוח מקיף, לרוב בעלות זולה יותר, הן מבחינת היקף ההשתתפות העצמית הנדרשת מבעל הרכב והן מבחינת ההוצאות אותן נושאת חברת הביטוח. אם כן, אותם מוסכים גובים לרוב סכומים נמוכים יותר, אך עם זאת נהנים מזרם הלקוחות אותו מספקות חברות הביטוח.

חברת הביטוח, בכדי לעודד מבוטחים לבצע את תיקון הרכב במוסכי ההסדר, מציעה לרוב דמי השתתפות נמוכים יותר, או הטבות שונות כגון רכב חלופי, שכן הן אינן יכולות לאלץ את המבוטחים לתקן את רכבם במוסכי ההסדר. נציין כי מהסדר זה עולות מספר בעיות. מכיוון שחברות הביטוח נושאות בעלות התיקונים ולעיתים בעלות כלי רכב חלופיים, הן מפעילות לחץ על המוסכים על מנת שאלו יזילו את העלויות ויבצעו את עבודת התיקון במהירות. לחץ שכזה עלול להוביל לידי שימוש בחלקי חילוף זולים יותר, או מלאכת תיקון פחות יסודית.

1.7. מחירוני, שמאות וביטוח רכב בישראל**1.7.1. מחירוני**

מחירון רכב משמש בעת קנייה או מכירת רכב. מטרת המחירון היא לשקף את מחיר השוק בהתאם לסוג הרכב. ישנם נתונים שונים המשפיעים על מחיר הרכב כגון: שנת ייצור, דגם, נסועה (קילומטרז'), תוספות שונות ברכב ועוד. **אף על פי שכל אותם הנתונים נמצאים בידי הרוכש, ישנו קושי בהערכת השווי ההוגן של הרכב (בעיית האינפורמציה האסימטרית).** הקושי נובע מכך שיש מרכיבים רבים ההופכים את שקלול מחיר הרכב לעניין מורכב. המרכיבים הם, בין היתר, מצבו החיצוני של הרכב, בעליו הקודמים, בעיות מכניות ועוד. בישראל ישנם מספר שחקנים המנסים להתמודד עם הקשיים הללו ולקבוע מחירון רכב אחיד. בבחינת המחירוני ניתן לראות כי לכל שחקן יש עולם מחירים שונה משל מתחריו.

³⁶ בדיקה שהתבצעה על ידי מוסף כלכליסט, 27.04.11.

מחירון שמאי הרכב, לוי יצחק, נחשב במשך שנים לסמכות העיקרית בנוגע למחירי כלי הרכב בישראל. המחירון מתעדכן בתחילת כל חודש ומכיל את המלצותיו של לוי יצחק לגבי מחירי כלי הרכב השונים. המחירון מתבסס על סקרים הנערכים מידי חודש עם סוחרים רכב ואנשים פרטיים. נדגיש כי חברות הביטוח והבנקים מתבססים כיום על מחירון לוי יצחק לקביעת גובה הפרמיות והערכת רכוש.

מחירון "יד2", הינו מחירון מקוון הפועל בשיתוף עם איגוד השמאים. המחירון מבוסס על קריטריונים שמאיים. על פי אתר האינטרנט, עשרות ואף מאות אלפי גולשים בחודש מתעדכנים במחירון שבאתר וכן כ-85% מכלי הרכב המשומשים העומדים למכירה בישראל מפורסמים באתר³⁷.

מחירון "הגה"³⁸, כמו מחירון יד2, מניח כי רוב מכוניות היד שנייה הנמכרות בישראל לא היו בבעלות פרטית בעבר אלא של חברת ליסינג או של חברה להשכרת רכב. מחירון זה מאפשר לקבל מחיר לרכב גם בהתחשב בסיווג הבעלות הקודמת שלו (פרטי או ליסינג ומוסדיים). למחירון זה מצורף מחשבון המאפשר להוסיף או להחסיר מאפיינים כגון: נסועה, מזגן, חלונות חשמליים ועוד. מחירי המחירון מתבססים על מחיר רכב חדש בשכלול נתונים שנאספו בידי מגזין "הגה" מחברות טרייד-אין, מלוחות שונים ומחוות דעתם של עורכי מחירון הרכב.

מחירון הרכב "דיסקברי"³⁹, בדומה למחירון "הגה", מניח כי כ-70% מעסקאות קניית רכב חדש נעשות בין יבואני הרכב לבין חברות השכרה וליסינג. המחירים הנקבעים במחירון זה מתבססים על מידע המתקבל מחברות הליסינג וההשכרה אודות עסקאותיהן, כמו גם על רמת סחירות דגם הרכב, על זמן מכירה (כמה זמן לוקח למכור רכב רלוונטי), על התנהגות מחיר רכב ספציפי בשנים שעברו, על עסקאות מכירת רכב יד שנייה מפרטיים, על עסקאות מכירת מכוניות חדשות מיבואנים ועל עסקאות מכירת מכוניות יד שנייה מחברות ליסינג וחברות השכרה.

³⁷ גלובס: "מחירון הרכב של יד2 יהפוך למחירון הרשמי של איגוד שמאי הביטוח". זמין בכתובת:

www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000548928

³⁸ motocar.ifeel.co.il/newpricelist

³⁹ www.discovery-israel.co.il

1.7.2. שמאות

נכון להיום רשומים כ-735 שמאי רכב מורשים בישראל⁴⁰, מתוכם כ-400 שמאי רכב החברים באיגוד השמאים⁴¹. קבוצת שמאי הרכב נחלקות ל-3 קבוצות: הקבוצה הראשונה בה חברים "שמאי בית", כלומר שמאים המועסקים על ידי חברת ביטוח מסוימת (היא "הבית"). "שמאי בית" יחשב ככזה במידה והשמאי הינו עובד של קבוצת הביטוח, או שלמעלה מ-30% מסך כל הכנסותיו משמאות ועסקים אחרים עם מבטחים מגיעים מקבוצת הביטוח, או שמדובר בחברת שמאות אשר קבוצת ביטוח מחזיקה ביותר מ-5% מאמצעי השליטה בה. הקבוצה השנייה הינה קבוצת "שמאי חוץ" – אלו שאינם "שמאי בית" אך נכללים ברשימת "שמאי חוץ" של חברות הביטוח, והקבוצה השלישית היא קבוצת כל השמאים שאינם שמאי בית או שמאי חוץ⁴².

בראשית שנות ה-90 של המאה הקודמת החלו חברות הביטוח להעסיק "שמאי בית" לצורך ביצוע שומת הנזק שנגרם לרכב. "שמאי בית" הינו שמאי בהכשרתו המקצועית המועסק בחברת הביטוח כעובד שכיר. הוא בודק מטעם חברת הביטוח את הנזק שנגרם לרכב וקובע את שומת הנזק. ההסדר של "שמאי הבית" יצר ניגוד עניינים, שכן השמאי מחויב מטבע הדברים למעסיקו, דהיינו לחברת הביטוח. עקב ניגוד העניינים, התעורר החשש שמא "שמאי הבית" ימסור הערכת חסר.

איגוד שמאי הרכב פנה לבג"ץ בכדי שזה יורה למפקח על הביטוח לשנות את ההסדר תוך שמירת האינטרסים של המבוטחים ושל השמאים. בבסיס ההסדר החדש⁴³ ישנו מנגנון שנועד להבטיח כי השמאי שייבחר לצורך ביצוע ההערכה יהיה אובייקטיבי. יעד זה מושג באמצעות שילוב זכות בחירה של המבוטח ב"שמאי חוץ" מתוך רשימה רחבה של "שמאי חוץ" מצד אחד ומהעובדה שתברת הביטוח היא זו המכינה את הרשימה מצד שני.

במקביל נקבע מנגנון ערעור מהיר הן למבוטח הן למבטח. ההסדר קובע גם הוראות המרחיבות את ההערכה הניתנת למבוטח על ידי חובת העברה של הצעת התיקון והשומה הסופית לידיו. בנוסף, ההסדר התמקד בהבטחת עצמאותו של השמאי ומניעת השפעתו, במידת האפשר, של חברות הביטוח על השמאים.

⁴⁰ אתר משרד התחבורה.

⁴¹ איגוד השמאים.

⁴² חוזר ביטוח 2007-1-8 <http://ozar.mof.gov.il/hon/2001/insurance/memos/2007-1-08.pdf>

⁴³ חוזר ביטוח 2007-1-8 <http://ozar.mof.gov.il/hon/2001/insurance/memos/2007-1-08.pdf>

1.7.3. ביטוח רכב בישראל

תחום הביטוח הכללי כולל בתוכו את כל ענפי הביטוח, למעט ביטוח חיים וביטוח פנסיוני. בשנת 2010 פעלו בתחום הביטוח הכללי 24 חברות ביטוח, אשר עוסקות בביטוח רכב, דירות, אחריות מעבידים ועוד. נוסף על תחומי הביטוח, ענפי הביטוח הכללי נבדלים זה מזה, בין היתר, במשך חיי הפוליסה ובקצב סילוק התביעות.

ענף ביטוח הרכב עוסק במתן כיסוי ביטוחי מכוח דרישות פקודת ביטוח רכב מנועי (נוסח חדש), התש"ל-1970 (להלן: "פקודת ביטוח רכב מנועי"). ביטוח זה מחייב כל אדם המשתמש ברכב או מתיר לאחר להשתמש בו לרכשו בהתאם לפקודת ביטוח רכב מנועי ותחולתו הינה על נזק גוף בלבד שנגרם כתוצאה משימוש ברכב מנועי, לנוהג ברכב, לנוסעים ברכב המבוטח ולהולכי רגל שנפגעו כתוצאה מפגיעת הרכב המבוטח. בתאריך ה-25 בינואר 2010 פרסם משרד האוצר את "תקנות הפיקוח על שירותים פיננסיים (ביטוח) (תנאי חוזה לביטוח חובה של רכב מנועי) התש"ע-2010, שנכנסו לתוקף ביום ה-1 באוקטובר 2010. על פי תקנות אלו, הונהגה בענף ביטוח רכב חובה פוליסה תקנית לביטוח זה שמהווה את התנאים המינימאליים שאינם ניתנים לשינוי כמחייבים לביטוח, הן לפוליסה רגילה והן לפוליסת סחר (פוליסה למחזיקים ברכב באופן ארעי לצרכי סחר). תקנות אלו ביטלו את תקנות ביטוח רכב מנועי (תעודות ביטוח) התש"ל-1970, וחלות על כל תעודות הביטוח והפוליסות שהופקו החל מאותו היום.

כאמור, על פי פקודת ביטוח רכב מנועי, לא ייעשה שימוש כלשהו ברכב מנועי מסוג כלשהו מבלי שיש ביטוח רכב חובה בתוקף. מכוח החוק הוקמו שלושה גופים: "אבנר" (איגוד לביטוח נפגעי רכב בע"מ), "הפול" (התאגיד המנהל של המאגר לביטוחי רכב חובה בע"מ), שתפקידו לבטח את אותם כלי רכב אשר חברות הביטוח מסרבות לבטח ו"קרנית" (קרן לפיצוי נפגעי תאונות דרכים), שתפקידה לפצות את אותם נפגעי תאונות דרכים אשר מסיבה כלשהי אינם מפוצים על ידי חברת הביטוח או על ידי הפול.

עד לסוף שנת 1997 התנהל ביטוח החובה בענף הרכב על פי דמי ביטוח אחידים לכלל חברות הביטוח אשר נקבעו ועודכנו מעת לעת על ידי שר האוצר ובאישור ועדת הכספים של הכנסת. הפוליסות היו מוצאות לציבור במשותף עם אבנר, כאשר חלקה של אבנר עמד על 70% וחלקה של החברה המבטחת היה 30%. ביולי 1997 אישרה הכנסת את חוק ביטוח רכב מנועי (ביטוח בתנאי תחרות מבוקרת והסדרים תקופת מעבר), התשנ"ז-1997. על פי החוק, בשנים 1998 ו-1999 ירד חלקה של אבנר ל-50% ובמקביל עלה חלקן של החברות האחרות ל-50%. על פי החלטת ועדת השרים לענייני חקיקה משנת 2000 עלה שיעור האחריות של חברות הביטוח ל-60% ובמקביל ירד חלקה של אבנר ל-40%. על פי הסכם הבנות בין המפקחת על הביטוח ובין חברות הביטוח בנובמבר 2000, במהלך שנת 2001 עלה חלקן של החברות ל-70% וחלקה של אבנר ירד בהתאמה ל-30%, בשנת 2002 עלה חלקן של חברות הביטוח ל-80% ומשנת 2003 הן מחזיקות ב-100% ואילו אבנר חדלה מלקבל מבוטחים חדשים.



עם זאת, דמי ביטוח רכב חובה לצי רכב וכן לקולקטיבים אינם כפופים למגבלות הנזכרות לעיל. לעניין זה, "צי רכב" מונה לפחות 40 כלי רכב, בבעלות אחת, המבוטחים אצל אותו מבטח. "קולקטיב" מונה לפחות 100 כלי רכב המבוטחים אצל אותו מבטח, במסגרת הסכם, ובלבד שמטרתה העיקרית של התארגנות הקולקטיב אינה למטרת הביטוח.

תקרת הפיצוי על פי פוליסת ביטוח רכב חובה איננה מוגבלת בסכום אך מגבלות הכיסוי קבועות בחוק. הפוליסה מונפקת בדרך כלל לתקופה של שנה. קצב התנהלות התביעה בענף זה הינו ארוך ועשוי להימשך מספר שנים. תקופת ההתיישנות בגין עילת התביעה ארוכה יותר מתקופת ההתיישנות המקובלת בביטוח רכוש.

לוח 6: משקל רווחיות ביטוח רכב חובה ברווח החברות

⁴⁴ (ללא אבנר, במיליוני שקלים)

שנה	רווח בכל הענפים	רווח בענף חובה	שיעור החובה מכל הענפים
2003	1,493	638	42.7%
2004	1,398	645	46.1%
2005	1,712	747	43.6%
2006	1,906	889	46.6%
2007	1,522	797	52.4%
2008	-410	-351	-85.6%
2009	2,796	1,437	51.4%
2010	1,462	735	50.3%

לוח 7: סך דמי ביטוח ברוטו

⁴⁵ (במיליוני שקלים)

ענף ביטוחי	2010	2009	משקל ענף ב-2010	משקל ענף ב-2009
רכב רכוש	5,641	5,655	33.3%	33.0%
רכב חובה	4,415	4,738	26.0%	27.6%
יתר ענפי הביטוח	6,876	6,724	40.7%	39.4%
סה"כ	16,923	17,117	100.0%	100.0%

⁴⁴ מתוך מצגת: עמלות ביטוח רכב, רוני שטרן כפי שפורסם באתר ANET.

⁴⁵ דוח הממונה לשנת 2010, http://ozar.mof.gov.il/hon/2001/general/doch_2010/ins.pdf.

לוח 8: נתח שוק דמי ביטוח רכב חובה ורכוש ברוטו (קבוצות וחברות ביטוח, לשנת 2010) ⁴⁶

חברת ביטוח	רכב חובה	רכב רכוש	מצטבר חובה	מצטבר רכוש
מנורה	13.6%	16.0%	13.6%	16.0%
כלל	13.2%	12.0%	26.8%	28.0%
הראל	13.0%	15.8%	39.8%	43.8%
הפניקס	8.8%	11.8%	48.6%	55.6%
אליהו	8.5%	5.3%	57.1%	60.9%
איילון	7.7%	7.8%	64.8%	68.7%
הכשרת הישוב	7.6%	5.8%	72.4%	74.5%
ביטוח ישיר	6.7%	8.4%	79.1%	82.9%
מגדל	5.8%	6.3%	84.9%	89.2%
קרנית	4.3%	0.0%	89.2%	89.2%
שירביט	3.9%	3.4%	93.1%	92.6%
שלמה חברה לביטוח	3.0%	2.3%	96.1%	94.9%
AIG	2.4%	3.2%	98.5%	98.1%
ביטוח חקלאי	1.5%	1.8%	100.0%	99.9%

⁴⁶ דוח הממונה לשנת 2010, http://ozar.mof.gov.il/hon/2001/general/doch_2010/ins.pdf

2. רפורמות קודמות בענף הרכב בישראל

2.1. השינוי במיסוי אביזרי בטיחות לרכב, ינואר 2000⁴⁷

ברפורמה זו, מראשית העשור הקודם, נקבע כי יוטל מס שווה על כל אביזרי הרכב בשיעור של 12%. עם זאת, שיעור אחיד זה לא חל על מספר מצומצם של אביזרים – אשר הוגדרו כאביזרי בטיחות – ואלו קיבלו פטור ממס. הרפורמה החליפה את המדיניות הקודמת, אשר הבדילה בין שני סוגים של אביזרי רכב: 1. אביזרי בטיחות עליהם ניתן פטור ממס. 2. אביזרי רכב אחרים עליהם הוטל מס בשיעור של 30%. הרפורמה מינואר 2000 הפחיתה את המס על האביזרים מהסוג השני מ-30% ל-12% מחד, ומנגד הועלה המס על כמה אביזרים אשר הוגדרו קודם לכן כאביזרי בטיחות מ-0% ל-12%, תוך מתן פטור ממס על מספר מצומצם של אביזרי בטיחות.

2.2. שינויים מבניים בענף הרכב, אוקטובר 2002

בשנת 2002 נכנסה לתוקף רפורמה שעסקה בשינוי מבני בענף הרכב. עד אוקטובר 2002, על פי חוק, היה על יצרן רכב עולמי לעבוד אל מול נציג אחד בלבד בישראל (להלן: "יבואן בלעדי"). ביטולו של תנאי זה אפשר ליצרני הרכב העולמיים לקבוע את מספר היבואנים שיעבדו מולם בישראל בהתאם לצורכיהם. עם זאת, נשמר הקשר הישיר בין היבואן ליצרן. הסיבות העיקריות לשמירה על קשר זה הן הצורך להבטיח עמידה של כלי הרכב בתקני זיהום אוויר, שמירת בטיחות הרכב, תיקון נאות של תקלות במסגרת קריאות לתיקון חוזר (Recall) מטעם היצרן ושמירה על התאמות טכניות של כלי הרכב לישראל.

ברפורמה זו, נדרשו היבואנים להפעיל רשת מוסכים ונקודות למכירת חלקי חילוף בפריסה ארצית מינימלית. בנוסף, נדרשו היבואנים להפעיל מוסך מרכזי, ובוטלה הדרישה לבעלות על מוסך שכזה. תנאי חלופי הוא כי יבואן חדש נדרש להפקיד ערבות בנקאית בסך 4 מיליוני שקלים אשר תהווה הוכחה לאיתנות פיננסית. יש לציין כי שינוי זה חל גם על יבואנים וותיקים. במסגרת הרפורמה הני"ל, נקבע כי כל יבואן המבקש להוציא או לחדש רישיון ייבוא, יצטרך להעמיד ערבות בנקאית בגובה 1 מיליון שקלים על מנת להבטיח את התחייבויותיו השוטפות כלפי קהל הצרכנים. החמרה זו באה כנגד מתן ההקלות בכל הנוגע לרמת המלאי של חלקי החילוף. כחלק מהרפורמה בוטל הפיקוח על מחירי החלפים וזאת בכדי להפחית את הרגולציה על היבואן ובכדי להגביר את התחרות בתחום חלקי החילוף בכלל והתחליפיים בפרט. שיקול נוסף היה הסדר של הממונה על ההגבלים העסקיים עם יבואני הרכב אשר מנע מהאחרונים להגביל את הטיפול ברכב בתקופת האחריות אך ורק למוסכי "מרכז שירות מוכר" (מוסך רשמי שהוגדר כך על ידי היבואן, תוך קביעת כללים מחייבים לאישורו של מוסך זה כמוסך רשמי). כמו כן, הכירה הוועדה בקשיים הנוגעים לאכיפה והפיקוח בעניין זה. הרפורמה השאירה על כנה את החובה לספק חלפים במשך 7 שנים וכן את חובתם של היבואנים לספק חלפים בתוך 7 ימים מיום דרישת הלקוח.

⁴⁷ מרכז המחקר והמידע של הכנסת: "השינוי במדיניות המיסוי על אביזרי בטיחות לרכב", ינואר 2002.

צעד זה נועד להקל על כניסת יבואנים חדשים לענף ולמנוע מהם את הצורך להצטייד במלאי חלפים גדול מיד עם תחילת פעילותם. צעד נוסף ברפורמה היה הרחבת האחריות על רכב חדש לתקופה של שנתיים, בהשוואה למצב טרום החקיקה בו ניתנה תקופת אחריות שונה בהתאם למועד תחילת פעילות היבואן (שנה או שנתיים). על פי חוק זה, השנה הראשונה הינה באחריות היצרן, בעוד שהאחריות לשנה השנייה יכולה להינתן על ידי היבואן עצמו, ובלבד שזו לא תפגע באחריות היצרן.

2.3. יבוא מקביל לחלקי חילוף, יולי 2004⁴⁸

הוועדה הבין משרדית המליצה ביולי 2004 על מנגנון לייבוא מקביל של חלפים לרכב מהיצרן. על פי הוועדה, היה הצורך לבטל את התנאי לקיום קשר ישיר בין היבואן ליצרן הרכב ולאפשר התקשרות של יבואן מקביל עם סוכן מורשה (דילר) של יצרן הרכב. הוועדה המליצה להפחית את חסמי הכניסה ולקבוע כי אלו יהיו מורכבים ממכלול של דרישות שעל היבואן לעמוד בכל הקשור לעצמו, לרכב ולתמיכה בשירות שלאחר המכירה, ובכלל זה הוכחת איתנות פיננסית והפקדת ערבויות בנקאיות נדרשות. בין הגורמים שהיו מעוניינים להיכנס לתחום ייבוא ושיווק כלי הרכב ניתן לציין את חברות הליסינג וחברות השכרת רכב.

2.4. הוזלת מיסי קנייה, דצמבר 2005⁴⁹

בדצמבר 2005 החל יישומה של תוכנית רב שנתית, אשר במסגרתה שיעור מס הקנייה על רכב פרטי ומסחרי כאחד צפוי היה לרדת ל-72% עד שנת 2010. בחודש ינואר 2008 בוצע השלב השלישי בהפחתת מס הקנייה לרכב פרטי מ-84% ל-78%. בחודש ינואר 2009 בוצע שלב נוסף בתכנית ומס הקניה על כלי רכב פרטיים ירד ל-75%.

2.5. שווי שימוש לרכב, דצמבר 2007⁵⁰

בדצמבר 2007 נכנסו לתוקפן תקנות חדשות למיסוי שווי רכב צמוד. שווי השימוש עד למועד זה, היה נמוך באופן משמעותי מהערך הכלכלי של ההטבה הגלומה ברכב צמוד. מטרת התקנות החדשות היתה ליצור חלוקה שוויונית יותר של נטל המס בישראל וזאת על ידי העלאת שווי השימוש ברכב שנזקף בשכר העובד באופן מדורג על פני 4 שנים.

⁴⁸ חברת מעלות: "ענף יבוא ושיווק רכבים בישראל - סקירה ענפית". זמין בכתובת: www.maalot.co.il/content.asp?PageId=213.

⁴⁹ משרד האוצר: "דו"ח מנהל הכנסות המדינה 2008", מיסוי רכב-פרק יד'.

⁵⁰ פאהן קנה: "היערכות במיסים-פרק 7-כלי רכב".

2.6. רפורמת המיסוי הירוק, אוגוסט 2009⁵¹

באוגוסט 2009 הופסק תהליך הפחתת שיעור מס הקנייה שהחל הדצמבר 2005 ונכנסה לתוקפה רפורמת מיסוי ירוק במטרה להפעיל תמריצי מס לעידוד רכישת רכב בדרגת זיהום נמוכה. במסגרת הרפורמה הועלה מס הקנייה על רכב חדש ל-90%, ובמקביל ניתן זיכוי מס של עד 15 אלפי שקלים על פי דרגת הזיהום של הרכב, כך ששיעור המס האפקטיבי שעמד על 75% עד יולי 2009 עלה לכ-78% החל מאוגוסט 2009.

לוח 9: הרפורמות והשינויים בענף הרכב בעשור החולף

שנה	סוג הרפורמה
2003	הורדת מיסים למערכות בטיחות ברכב חדש
2005	שינויים מבניים בענף הרכב רפורמת ייבוא מקביל לחלקי חילוף תחרות חופשית במוסכים
2007	רפורמת הוזלת מיסי קנייה - תוכנית חומש רפורמת ייבוא אישי לכלי רכב באופן פרטי
2008	הורדת מיסי קנייה לרכב רפורמת שווי שימוש רפורמת שנת הדגם רפורמת הצמדת מחירי מכוניות לסל מטבעות חדש
2009	רפורמת מיסוי ירוק א' רפורמת מיסוי ירוק ב' רפורמת גריטת כלי רכב
2010	רפורמת שווי שימוש לינארי וביטול קבוצות הרכב רפורמת ייבוא מקביל

שש "חבילות" רפורמה הנהיגה ממשלת ישראל בענף הרכב משנת 2003, רובן חשובות ומועילות. ברם, עדיין נותרו כשלי שוק וחסמי תחרות בענף הרכב הנובעים מהיווצרות כוח שוק גדול בקרב גורמים אחדים בענף.

⁵¹ משרד האוצר: "דו"ח מנהל הכנסות המדינה 2008", מיסוי רכב-פרק יד.

3. מבנה הרגולציה, התקינה והמיסוי בענף הרכב בישראל**3.1. גורמי רגולציה רלבנטיים והקשר שלהם לענף הרכב**

בענף הרכב בישראל מעורבים רגולטורים שונים וניתן לקבוע כי בדרך כלל אין הם מתואמים ביניהם. להלן סקירת הגורמים השונים המעורבים ברגולציה של ענף הרכב.

3.1.1. משרד התחבורה

הגוף העיקרי במשרד התחבורה העוסק בתקינה ורגולציה של כלי רכב הינו מינהל התנועה המאגד בתוכו 3 אגפים המרכזים את פעילותו בתחום מניעת תאונות דרכים, הבטחת בטיחות כלי רכב ושיפור מיומנות ציבור הנהגים. אגף הרכב ושירותי תחזוקה, כחלק ממינהל התנועה, מופקד ואחראי על ביצוע מדיניות המשרד בכל הנושאים הקשורים לרכב מנועי ולהפעלת מערכות משולבות לצמצום הכשל הטכני לתאונות דרכים במדינת ישראל. במסגרת זו מופקד האגף על התחומים הבאים: ציוד מכני הנדסי, יבוא, תקינה, יצור סחר ויבוא מוצרי תעבורה, רשות מוסמכת ליבוא, ניידות בדיקה ופיקוח של כלי רכב, תחום טכני, שירותי תחזוקה. תחומי הסמכות והאחריות מוגדרות בתקנות התעבורה ובחקיקות השונות.

תפקידו של אגף הרכב כרגולטור הרלוונטיים לעבודת הוועדה באים לידי ביטוי בהיותו האחראי על: תקינת הרכב, ייבוא ויצורו, מעקב אחר התפתחות טכנולוגיית הרכב בעולם וכן אימוץ תקנים בינלאומיים כתקני חובה לייבוא רכב לישראל, בנושאי בטיחות, איכות הסביבה וכיו"ב; הבטחת מערכות תחזוקה נאותות ובקרה מקצועית על מוסכים; פיקוח על ייבוא, הבטחת רמת איכות של יבוא ייצור וסחר במוצרי תעבורה; בדיקות רישוי תקופתיות לרכב, קיום בקרה מקצועית על מכוני רישוי, קיום מבצעים עונתיים (לבדיקת תקינות הרכב); הסמכת מנהלים מקצועיים, שמאי רכב ובוחני רכב, הדרכה ובקרה מקצועית על עבודתם; הפעלת ניידות בטיחות ברחבי הארץ, לרבות בדיקות עומס יתר ותקינות רכב משא כבד; והבטחת מערך חלפים ומוצרי תעבורה לרכב.

3.1.2. צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב)

ועדת הכלכלה של הכנסת תיקנה בשנת 2010 את צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב) התשל"ט-1978. על פי דברי ההסבר של הוועדה, התיקון לצו הינו בהמשך לפעולות הממשלה, בשנים שקדמו לו, לצמצום הריכוזיות בענף הרכב בישראל. התיקונים שנכנסו לצו ב-2010 נועדו להמשיך ולהטמיע את המלצות ועדת סופר, הוועדה הבין-משרדית לבחינת שינויים מבניים בענף הרכב, שחלק מהמלצותיה אושרו בשנים קודמות. עיקר התיקונים עוסקים בנושא הייבוא המקביל ומגדירים בעיקר סעיפים הקשורים ל: יבואן ישיר ויבואן מקביל; סוכן מורשה איתו מותר ליבואן המקביל להתקשר; תנאים לייבוא רכב ובכללם שירותי תחזוקה, ערבות בנקאית, אחריות, תקלות סדרתיות ודרישות להון עצמי; ביטול רישיון ייבוא ואספקת מוצרי תעבורה.

3.1.3. משרד התמ"ת

תקינה היא הגדרה של מפרטים טכניים המיועדת לשמש ככלי להבטחת איכות מוצרים, בטיחות ובריאות הציבור. חוק התקנים, התשי"ג-1953, קובע כי מוצר שקיים לגביו תקן שהוכרו כרשמי על ידי שר התמ"ת, חייב לעמוד בדרישות התקן כתנאי לשיווקו בישראל ומסמיך את מכון התקנים לקבוע את מפרטי התקנים ולבדוק את מידת התאמתו של המוצר לתקן רשמי. בסמכויות משרד התמ"ת למנוע שיווק של רכב מתחרה מייבוא, במידה ואינו מקיים תקן ישראלי הנקבע על ידי גורמי התקינה גם אם רכב זה מקיים תקנים במדינות מפותחות אחרות. הממונה על היטלי סחר במשרד התמ"ת רשאי על פי דין ובהתקיים תנאים מסוימים, להגביל בפועל ייבוא לישראל.

מכון התקנים

מכון התקנים (הכפוף למשרד התמ"ת) הוא הגורם היחיד שרשאי לאשר עמידה בתקן למוצרים מייובאים. הפנייה לתקינה וכן קביעת מפרטים טכניים כמחייבים על ידי רגולטורים, בהתאם לסמכותם לפי דין בתחומים שונים כמו תקשורת, תחבורה, תשתיות, איכות סביבה ותחבורה משפיעים בדומה לחובת עמידה בתקנים. השימוש בתקינה כהגבלה שאינה מכס לשם הגנה על היצור המקומי הלך והצטמצם עם השנים. מדיניות התקינה מגבילה לעיתים את החשיפה לייבוא מתחרה גם על ידי יצירת תקנים מקוריים הנבדלים מהתקנים המקובלים במשקים גדולים אחרים. עד לשנת 2007 היו רוב התקנים הרשמיים והמחייבים תקנים ישראליים מקוריים. במצב, זה נוצר חסם אשר הגביל ייבוא סחורות שעמדו בתקנים בינלאומיים אך לא עמדו בדרישות הייחודיות של התקן הישראלי. החל משנת 2007 מבצע מכון התקנים, בהתאם להוראת חוק בעניין זה ובהנחיית משרדי הממשלה, תהליך של החלפת תקנים רשמיים מקוריים בתקנים בינלאומיים מאומצים.

3.1.4. משרד האוצר

היחידה הרלוונטית לתחום עיסוק הוועדה במשרד האוצר היא מינהל הכנסות המדינה. יחידה זו עוסקת בגיבוש מדיניות המיסים של הממשלה. המינהל מכין תחזית הכנסות שנתית, ניתוח נתוני גבייה ומשמעותם הכלכלית וניתוח השפעות חקיקה ומחקרים. המינהל מרכז את הטיפול בהצעות חקיקה ובקשרים בינלאומיים בתחום המיסוי וכן מנהל את הטיפול באמנות למניעת כפל מיסים. המינהל מפיק דו"ח שנתי מקיף המסכם ומנתח את נתוני השנה וכולל מחקרים נבחרים.

3.1.5. רשות ההגבלים העסקיים

רשות ההגבלים העסקיים מופקדת על אכיפתו של חוק ההגבלים העסקיים. עיקר תפקידה הוא בחינת השפעתן של עסקאות והתנהגויות עסקיות שונות על התחרות במשק. לאחר בדיקה ודרישה על הרשות לעצור את שעלול לפגוע בתחרות וברוחת הצרכן ולאפשר עסקאות ופעולות שאינן מאיימות על התחרות. חוק ההגבלים העסקיים מטפל בהגבלים עסקיים מסוגים שונים הקשורים לתופעת "כוח שוק". הכוונה במושג זה היא ליכולתו של גורם היצע מסוים לגבות

מהצרכן מחיר העולה על זה שהיה נקבע בתנאים של תחרות אפקטיבית. כוח שוק (בדמות כוח מיקוח) קיים גם בקרב גורמי ביקוש אשר באמצעותו הם קובעים מחיר הנמוך ממחיר שיווי משקל של תחרות משוכללת. דיני ההגבלים העסקיים מיועדים למנוע שימוש לרעה בכוח השוק הן מצד ההיצע, בסביבה מונופוליסטית (או אוליגופוליסטית) והן בצד הביקוש בסביבת פעילות מונופסונית. דינים אלה נועדו גם למנוע "הסדרים כובלים" שמשמעותם הכלכלית היא מניעת או הגבלת התחרות בין הצדדים להסדר או בין צד להסדר לבין אדם אחר, שאינו צד להסדר. בנוסף, החוק קובע כי סוגים מסוימים של הסדרים יהיו לעולם הסדרים כובלים: הסדרים מסוג של תיאום מחירים, חלוקה גאוגרפית של השוק לפי סוג מוצרים וכן התניות בלעדיות של גורמים כלשהם בענף.

3.1.6. משרד להגנת הסביבה

המשרד אחראי למדיניות ארצית משולבת וכוללת וכן לפיתוח אסטרטגיות, תקנים וקדימויות להגנת הסביבה. במישור זה פועלים במשרד אגפים ומחלקות העוסקים בטיפול בנושאים הסביבתיים המקצועיים, במנגנון האדמיניסטרטיבי ובקשרי גומלין עם האזרחים. המשרד ממונה על יישום המדיניות הסביבתית-לאומית, מעורבות בתהליכי התכנון הפיסי, הדרכת הרשויות המקומיות בנוגע לאחריותן הסביבתית, פיקוח ואכיפה של חוקי איכות הסביבה ברשויות המקומיות, ניסוח דרישות והתניות סביבתיות במתן רישיונות עסק, ליווי והכוונה של היחידות הסביבתיות וייזום פרויקטים סביבתיים במחוזות וקידום.

3.2. דרישות הרגולציה מיבואני רכב בישראל⁵²

3.2.1. כללי

ייבוא ישיר הינו ייבוא רכב על ידי יבואן הקשור בהסכם ישיר עם יצרן הרכב אותו הוא מייבא. **ייבוא מקביל** מתייחס לייבוא רכב על ידי יבואן הקשור בהסכם עם סוכן מורשה של יצרן רכב המיובא לישראל מסוג M1 (בעיקר מכוניות פרטיות, ראה לוח 3). צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב) מתייחס לייבוא מקביל של רכב מדגם ספציפי (המשווק או שאינו משווק בישראל), מתוצרת יצרן (מותג) רכב מסוים המשווק בישראל על ידי יבואן ישיר. על רכב זה לעמוד בדרישות התקינה האירופאית או התקינה האמריקאית.

הבסיס החוקי לעניין ייבוא מקביל הינו בצווים הבאים: צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב), התשל"ט-1978 לאחר שזה עודכן בשנת 2010, צו ייבוא חופשי, התשס"ט-2008 (להלן: "**צו ייבוא חופשי**"), צו הפיקוח על מצרכים ושירותים (מוסכים ומפעלים לכלי רכב), התש"ל-1970, פיקוח על מצרכים ושירותים (ייצור מוצרי תעבורה והסחר בהם), התשמ"ג-1982 ותקנות התעבורה, התשכ"א-1961.

⁵² משרד התחבורה והבטיחות בדרכים: "תהליך טיפול בהרשאת יבואן ישיר לרכב מתוצר או דגם חדש ותהליך טיפול בהרשאת יבואן מקביל לדגם המיובא על ידי יבואן ישיר או לדגם חדש לרכב מסוג M1".

תהליך הטיפול במבקש לייבא רכב מיצרן (תוצר) חדש: על מחלקת הייבוא במשרד התחבורה לוודא כי דגם הרכב המסוים, המבוקש לייבוא, מיובא מהיצרן באופן ישיר וממדינה בעלת יחסים דיפלומטיים עם מדינת ישראל. לאחר פניית הגורם המבקש להיות מוכר כיבואן של יצרן חדש לצורך שיווקו בישראל, הוא יונחה על ידי ראש תחום ייבוא במשרד התחבורה לפנות לתחום (מחלקת) תקינה במשרד לבדיקת 3 ההיבטים הבאים:

- א. בחינת אפשרות ייבוא לישראל של התוצר והדגם המבוקש מבחינת עמידתו בדרישות החובה הישראליות ותקנות התעבורה. לא יאושר ייבוא רכב חדש לישראל בשני המקרים הבאים: אם אינו רשום באחת ממדינות הקהילה האירופית ואין לגביו מסמך ו/או אם הוא מיוצר באחת ממדינות NAFTA⁵³ ואין תיעוד לרישומו בארצות הברית.
- ב. דרישות החובה הישראליות העדכניות לשנה הקלנדארית הרלוונטית לייבוא לסוג הרכב המבוקש, אשר יוצגו באתר האינטרנט של משרד התחבורה. בנוסף יידרש צרוף תיעוד הכולל בין היתר אישורים ותעודות של הרכב המוכיחים עמידה בתקנים הנדרשים.
- ג. דגם הרכב המבוקש לייבוא תוכן במקורו על ידי יצרנו ולא על ידי יצרן שרכש את זכויות הייצור.

במידה ומצאה מחלקת התקינה במשרד התחבורה כי דגם הרכב המבוקש לייבוא אינו עומד בדרישות לעיל, זו תשיב בשלילה בכתב למבקש ותיידע את תחום הייבוא. אם מצאה מחלקת התקינה כי הדגם עומד בדרישות החובה הישראליות מבחינת התיעוד, תאשר זאת בכתב לתחום ייבוא לצורך המשך הטיפול במבקש (מתן אישור עקרוני).

להלן פירוט עיקר החובות המהותיות להן נדרשים היבואנים השונים כפי שהן מפורטות במסמך הוראות נוהל טיפול בהרשאת יבואן ישיר ומקביל⁵⁴ (כמובן שישנן עוד דרישות, מנהלתיות ואחרות, בהן צריכים לעמוד המבקשים לייבוא):

3.2.2. דרישות מהיבואן הישיר

על המבקש להיות מוכר כיבואן רכב מתוצר חדש לצורך שיווקו בישראל או המבקש לחדש את רישיון הייבוא, נדרש להמציא לתחום ייבוא כתנאי לקבלת רישיון מסמכים שונים המעידים על היותו תאגיד בישראל. בנוסף עליו להצטייד בהסכם עם יצרן הרכב, על ההסכם להיות בתוקף למשך 3 שנים לפחות ממועד קבלת רישיון הייבוא. על ההסכם לכלול, בין היתר, את הנושאים הבאים: אספקת מוצרי תעבורה לרכב המבוקש לייבוא למשך 7 שנים מיום מסירת הרכב לצרכן, פירוט אחריות יצרן הרכב כלפי היבואן, התחייבות היצרן לספק מידע ומוצרי תעבורה רלוונטיים בעת תקלה בטיחותית סדרתית, עמידה בתנאי התקינה הישראלים ושידגם ברכב תוכן במקורו על ידי היצרן ולא על ידי יצרן שרכש את זכויות הייצור.

⁵³ North American Free Trade Agreement.

⁵⁴ משרד התחבורה והבטיחות בדרכים: "תהליך טיפול בהרשאת יבואן ישיר לרכב מתוצר או דגם חדש ותהליך טיפול בהרשאת יבואן מקביל לדגם המיובא על ידי יבואן ישיר או לדגם חדש לרכב מסוג M1".

בעת סיום ההתקשרות החוזית, יש באחראיות היצרן להודיע למשרד התחבורה על כך. כמו כן, באחראיות היצרן, בין היתר, לספק ספרות מקצועית וציוד נלווים ולספק ליבואן כלי רכב שלא ניזוקו באופן שמונע את רישומם במדינת חוץ.

מוסד שירות מרכזי: על היבואן להיות קשור בהסכם עם מוסד שירות למתן שירותי תחזוקה לרכב ואחריות לרכב שאותו הוא מייבא, או שיהיה בבעלותו ו/או בהפעלתו מוסד שירות מרכזי ובכל מקרה על מוסד זה לפעול באחד ממחוזות הבאים: תל אביב-יפו, המרכז, ירושלים, חיפה, הצפון והדרום.

אספקת מוצרי תעבורה: על היצרן להתחייב בפני משרד התחבורה כי זה יספק מוצרי תעבורה לרכב המיובא, באמצעות היבואן, במשך 7 שנים מיום מכירתו של הרכב לצרכן. על היבואן מוטלת האחריות לשווק מוצרי תעבורה לרכב המיובא באופן שוטף לצורך תחזוקה שוטפת, באמצעות נקודת מכירת מוצרי תעבורה אחת לפחות.

אחריות: היבואן מחויב כלפי משרד התחבורה לספק לצרכן אחריות יצרן לתקופה של שנתיים מיום מכירת הרכב על ידיו או גורם המורשה לכך מטעמו לצרכן אשר לא תפחת בתנאי ובהיקפה מהאחריות שנתן היצרן ליבואן. ההתחייבות הנ"ל של היבואן מכילה גם התחייבות מאת היצרן כי במידה והיבואן לא יוכל לעמוד בהתחייבותו לספק אחריות דלעיל, יחליפו היצרן אם באופן ישיר ואם על ידי גורם אחר מטעמו.

קריאה חוזרת (Recall): יצרן הרכב מחויב כלפי משרד התחבורה להמציא ליבואן מידע על תקלת בטיחות סדרתית שנתגלתה בייצור של דגם רכב המשווק בישראל באמצעות היבואן וכן לספק ליבואן הוראות טכניות ואספקת מוצרי תעבורה הדרושים לתיקונה. המידע, הוראות התיקון והחלפים יימסרו מיידית עם הודעת היצרן על התקלה. התחייבות זו של היצרן לא תפקע עם סיומו של ההסכם בין יצרן הרכב לבין היבואן מכל סיבה שהיא, אפילו אם יבוטל ההסכם כתוצאה מהפרתו על ידי היבואן. היבואן מתחייב כי במידה וגילה יצרן רכב תקלה בטיחותית סדרתית, יודיע עליה היבואן לרשות ולבעל הרכב וכן יפרסם הודעה על כך בהתאם לתקנות.

הון עצמי: על היבואן להעמיד הון עצמי בסך 10 מיליוני שקלים לפחות. המייבא אופנועים או טרקטורונים בלבד ימציא אישור מרואה חשבון שיש לו הון עצמי בסך 1.5 מיליוני שקלים לפחות. היבואן יודיע לרשות באופן מיידי במידה ותחול ירידה בהון העצמי שלו באופן כזה שקיים חשש כלשהו שאינו עומד בהון העצמי המינימלי הנדרש.

ערבות: על יבואן הרכב להעמיד כתב ערבות בנקאית אוטונומית בלתי מותנית צמודה למדד המחירים לצרכן לטובת משרד התחבורה, שתוקפה ל-42 חודשים ומתחדשת לאחר 36 חודשים, בסך של 8 מיליוני שקלים. יבואן שהערבות שהפקיד בבנק חולטה בחלקה או במלואה ישלים לגובה הערבות המקורי.

3.2.3 דרישות מהיבואן המקביל לרכב מסוג M1

ייבוא מקביל בישראל מוגבל לרכב M1 בלבד. על יבואן מקביל של רכב חדש בישראל או יבואן מקביל שחידש את רישיון הייבוא נדרש להמציא מסמכים המעידים על היותו תאגיד בישראל. בנוסף עליו להצטייד בהסכם עם סוכן רשמי של יצרן הרכב המיובא, על ההסכם להיות בתוקף למשך 3 שנים לפחות ממועד קבלת רישיון הייבוא. על ההסכם לכלול, בין היתר, את הנושאים

הבאים: התחייבות הסוכן המורשה כי ההסכם בינו לבין היצרן אינו סותר אף אחת מהוראות הצו או הנוהל הרלוונטי, יכלול את ההסכם בין הסוכן הרשמי ויצרן הרכב, התחייבות הסוכן המורשה למסור מידע ומוצרי תעבורה רלוונטיים בעת גילוי תקלה בטיחותית סדרתית, התחייבות הסוכן המורשה כי דגם הרכב שאותו הוא מספק לישראל תוכנן במקורו על ידי היצרן ולא על ידי יצרן שרכש את זכויות הייצור, התחייבות היצרן כי הרכב עומד בתנאי התקינה השונים בישראל.

בעת סיום התקשרות, באחריות הסוכן המורשה להודיע למשרד התחבורה על סיום ההתקשרות עם היבואן. באחריות הסוכן המורשה לספק ליבואן ספרות מקצועית וציוד נלווים. הסוכן יתחייב בהסכם כי לא ימכור ליבואן רכב שניזוק באופן שמונע את רישומו במדינת חוץ.

סוכן מורשה של היצרן: על מנת להיות סוכן מורשה של יצרן רכב, על הסוכן להראות כי הוא שיווק רכב חדש של יצרן הרכב המיובא על פי הסכם תקף ב-3 השנים שקדמו לשנת הבקשה לרישיון הייבוא. בנוסף, עליו להראות כי הוא מכר במהלך השנה שקדמה לשנת הבקשה לרישיון היבוא יותר מ-2,000 כלי רכב חדשים.

מוסד שירות מרכזי: כנדרש מיבואן ישיר.

אספקת מוצרי תעבורה: על היצרן להתחייב בפני משרד התחבורה לספק מוצרי תעבורה לרכב המיובא, באמצעות היבואן, במשך 7 שנים מיום מכירתו של הרכב לצרכן. על היבואן מוטלת האחריות לשווק מוצרי תעבורה לרכב המיובא באופן שוטף לצורך תחזוקה שוטפת, באמצעות נקודת מכירת מוצרי תעבורה אחת לפחות.

אחריות: על היבואן להתחייב כלפי משרד התחבורה לספק אחריות ללקוח שלא תפחת מתקופת האחריות שניתנה לו בהסכם עם הסוכן המורשה של יצרן הרכב המיובא, שתקופת האחריות האמורה לא תפחת משנתיים מיום מכירת הרכב לצרכן ושהיקפה ותנאיה של האחריות לא יפחתו במהלך השנתיים הראשונות מיום מכירת הרכב לצרכן ולא מהאחריות שניתנה ליבואן בהסכם עם סוכן מורשה של יצרן הרכב המיובא. התחייבות זו גם תכלול התחייבות דומה מאת הסוכן המורשה של יצרן הרכב כלפי היבואן שתהיה תקפה גם במידה ובמהלך תקופת האחריות יבוטל ההסכם בינו לבין היבואן. במידה והיבואן לא יוכל לעמוד בהתחייבותו לספק אחריות דלעיל למורשהו ולצרכן ישירות, יהיה באחריות הסוכן המורשה לעשות זאת. במידה והסוכן המורשה לא יוכל לעמוד בהתחייבותו לספק אחריות דלעיל כלפי צד ג', יבואן יצרן הרכב בעלי הסוכן המורשה.

קריאה חוזרת (Recall): על הסוכן המורשה של יצרן הרכב להתחייב כלפי משרד התחבורה, כי בעת גילוי תקלת בטיחות סדרתית בייצור של דגם רכב המשווק בישראל, היצרן יספק מידע, הוראות טכניות ומוצרי תעבורה הדרושים לתיקונה ליבואן המקביל וחלפים לסוכן המורשה. התחייבותו של הסוכן המורשה לא תפקע עם סיומו של ההסכם בין הסוכן המורשה לבין היבואן מכל סיבה שהיא, אפילו אם יבוטל ההסכם כתוצאה מהפרתו על ידי היבואן.

הון עצמי: כנדרש מיבואן ישיר.

ערבות: כנדרש מיבואן ישיר.

דרישות בהן מחויבים גם היבואן המקביל וגם היבואן הישיר: הרכב המבוקש לייבוא עומד בדרישות כל דין שהוא בתוקף באותה עת. היבואן יתחייב לייבא בייבוא ראשוני של כלי רכב מדגם אחד או ממספר דגמים תוך 12 חודשים לאחר אישור דגם אב טיפוס.

3.2.4. דרישות לגבי ייבוא אישי⁵⁵

רכב אשר יצרנו אינו מיוצג בארץ על ידי סוכן הקשור עמו בחוזה בר תוקף, אסור בייבוא ולא יירשם לתנועה בארץ או דגם רכב מתוצר (יצרן) אשר יצרנו מיוצג בארץ על ידי סוכן הקשור עמו בחוזה בר תוקף, אך לא מופיע בהודעת הרשות המוסמכת בדבר ייבוא אישי של רכב נוסעים פרטי מסוג MI. הרכב המיובא חייב להיות רכב נוסעים פרטי מסוג MI, חדש או משומש, שיובא בייבוא אישי על ידי יחיד למטרות אישיות משפחתיות ולא לצרכי עבודה ו/או מסחר. גיל הרכב אינו עולה על 24 חודשים ממועד ייצורו בעת רישום הרכב בארץ. במידה והרכב מדגם חדש (שאין לגביו במשרד התחבורה נתונים טכניים מבחינת יכולת עמידתו בתקנות התעבורה), יידרש המייבא להוכיח כי הרכב עומד בתקנים ובצווים של משרד התחבורה. במסגרת צו ייבוא חופשי, התשס"ט-2008, הותר ליחיד לייבא ארצה בייבוא אישי עד 2 כלי רכב בלבד בפרק זמן של 12 חודשים, ללא צורך ברישיון ייבוא. מייבא הרכב צריך לוודא כי יצרן הרכב קשור בחוזה בר תוקף עם יבואן מורשה בארץ, שעונה לדרישות החוק מבחינת מוסך מרכזי, רשת מוסכי שרות, אספקת חלפים, ציוד ספציפי ויכולת ביצוע Recall. לא יותר ייבוא רכב היברידי מדגמים שיבואן תוצר הרכב המורשה מטעם משרד התחבורה אינו מייבא לפחות אחד מהם, ולא הכשיר מקצועית את מוסכי השירות מטעמו לטפל בכלי רכב אלה. מיסוי הרכב יהיה לפי קביעת רשויות המכס.

הבסיס החוקי לייבוא אישי: סעיף 2 (ג) (1) לצו יבוא חופשי, התשס"ט-2008. סעיף 4 לצו ייבוא חופשי, התשס"ט-2008. התוספת הראשונה לצו ייבוא חופשי, התשס"ט-2008. תקנה 282 לתקנות התעבורה, התשכ"א-1961. צו תעריף המכס והפטורים ומס קניה על טובין, התשס"ז-2007 (תיקון מס' 27 – הוראת שעה).

3.3. תקינת רכב בישראל

בעולם קיימות מספר תקינות, כאשר העיקריות שבהן הן התקינה האירופית, התקינה האמריקאית, והתקינה היפנית. לכל תקינה רשימה ארוכה של דרישות בהן מחויב דגם האב-טיפוס של הרכב לעמוד כתנאי לאישורו ורישומו. כמו כן, לכל מדינה קיימות דרישות החובה הנקבעות על ידה. המקובל בכל מדינה ממדינות העולם, ובמיוחד בעולם המערבי, הוא להנהיג תקינה אחת, ולהימנע ככל שניתן מריבוי תקינות. זאת, לא רק בשל הרצון לקבוע סטנדרט מינימאלי מוסכם לדרישות בטיחות, זיהום אוויר ורעש ועוד. לדרישות התקינה משמעויות מעבר לייבוא הרכב בנוגע גם לרישומו, רישוי השנתי, אחזקתו ותפעולו, לרבות סוגי הדלק התואמים לתקינות השונות, סוגי רישיונות הנהיגה המונהגים במדינה ועוד.

⁵⁵ פרטים נוספים ניתן למצוא באתר משרד התחבורה.

מדינת ישראל קיבלה, כבר לפני שנים, החלטת מדיניות עקרונית לאמץ את התקינה האירופית כתקינה המרכזית המחייבת בארץ, וזאת בכלל התחומים – לרבות בנושא תקינת הרכב, סיווג סוגי רכב ורישיונות נהיגה, רישוי שנת, איכות הדלק והכבישים ועוד. יחד עם זאת, מכיוון שמדינת ישראל מחויבת בהסכמי סחר עליהם היא חתומה עם ארה"ב וקנדה, ניתן לייבא לישראל גם כלי רכב העומדים בתקינה אמריקאית ובתנאי שיוצרו על ידי מדינות NAFTA⁵⁶. נציין כי מדינת ישראל היא המדינה היחידה בעולם המערבי בה מכבדים יותר מתקינה אחת.

הרקע למדיניות זו הינה השאיפה לאמץ תקינה אחידה ככל שניתן ("הרמוניזציה של תקינה"), והסברה כי נכון הוא שתקינה זו תהיה התקינה האירופית. טעם נוסף לאימוץ התקינה האירופאית בישראל הוא שכל אחת מן התקינות מבוססת, בין היתר, על תנאי הדרך והכבישים, תנאי תפעול הרכב, תחומים בהם התקינה האירופית קרובה יותר לצרכים הישראלים מאשר זו האמריקאית.

התקינה בישראל נקבעת בעיקרה על ידי מנהל אגף הרכב שבמשרד התחבורה. תקנה 282 לתקנות התעבורה קובעת את התנאים לרישום רכב ומתן רישיון עליו. בין היתר קובעת התקנה כדלקמן:

"(ב) מנהל אגף הרכב רשאי לקבוע תקנים לרכב או לחדשם מזמן לזמן לכל אחת מדרישות החובה האמורות בתקנה זו; התקנים האמורים יעמדו לעיון הציבור באגף הרכב במשרד התחבורה בשעות העבודה הרגילות של המשרד.

(ג) התקנים האמורים בתקנת משנה (ב) יהיו מבוססים על הנחיות מדינות הקהילה האירופאית (E.C) למעט כלי רכב שיוצרו במדינות NAFTA ואשר לגביהם תתבסס התקינה על דרישות התקינה הפדראלית של ארצות הברית של אמריקה וכן על התקינה הישראלית".

התקנה קובעת כי מנהל אגף הרכב יקבע את התקנים בהם על רכב מסוים לעמוד כתנאי לרישום (תקנת משנה (ב)). תקנת משנה (ג) מוסיפה וקובעת כי ככלל, התקנים יהיו מבוססים על הנחיות הקהילה האירופית. המקרה היחיד בו מתאפשרת חריגה מן התקינה האירופאית הוא זה המפורט בסיפת תקנת משנה (ג), המתחילה במילה "למעט", והחלה על כלי רכב שיוצרו במדינות NAFTA.

בהחלטת ממשלה מספר 2202 משנת 2000, נקבע הכלל של אימוץ תקינת האיחוד האירופי "לגבי כלי רכב המיוצרים בכל העולם, למעט מדינות צפון אמריקה" (סעיף 1(א) להחלטה), והחריג – כלי רכב שיוצרו בצפון אמריקה לגביהם ניתן לאמץ גם את התקינה האמריקאית. כמו כן הוחלט כי יותקנו תקנות תעבורה שעניינן סוגי רישיונות הרכב ורישיונות הנהיגה בישראל באופן שיאמץ את הנהוג במדינות האיחוד האירופאי.

⁵⁶ אבנר פלור: "התקינה הנהוגה בישראל", 4 באוקטובר 2011.

נושא תקינת הרכב הוכנס גם לצו הייבוא החופשי (במישרין, או באמצעות ההסמכה לקבוע הוראות בנוהל). הצו קובע, כתנאי לייבוא הרכב, שזה צריך לעמוד בדרישות פקודת התעבורה ותקנות התעבורה, ובהוראות לעניין רישום רכב. התנאי תקף לייבוא סדיר ולייבוא אישי. דהיינו, צו ייבוא חופשי מחיל על ייבוא רכב, כתנאי לאפשרות הייבוא, את דרישות פקודת התעבורה ותקנותיה, והוראות בדבר רישום הרכב, ובכלל זה, גם את תקנה 282 (תקינה אירופאית פדראלית ממדינות NAFTA).

רשימת כלי הרכב אותם מותר לייבא ארצה באופן אישי, מפורטת ב"הודעת הרשות המוסמכת בדבר ייבוא אישי של רכב נוסעים פרטי מסוג M1" המתפרסמת מידי שנה על ידי משרד התחבורה. רשימה זו חלה גם על הייבוא הסדיר. תנאי בסיסי לייבוא הוא כי ניתן יהיה לרשום את הרכב לאחר הגעתו ארצה ואילו לא ניתן יהיה להתיר ייבוא רכב אשר לאחר ייבואו במידה ולא ניתן יהיה לרשום אותו.

ראוי לציין, שבפני הוועדה הובאו דוגמאות לדגמי רכב הנוסעים בכבישי ארה"ב ואינם מותרים בייבוא לישראל מכיוון שיוצרו במדינות שאינן מדינות NAFTA, על אף עמידתם המלאה בתקינה האמריקאית.

נציין עוד כי ישנן התאמות אשר רכב המיובא לישראל נדרש לעבור. התאמות אלה מחויבות בכדי לאפשר תנועה בטוחה של כלי הרכב בכבישי הארץ ולהבטיח את שלום הציבור. ההתאמות מעוגנות בתקנות התעבורה, והן מחויבות לגבי כל כלי הרכב: התאמת מד המהירות ומד המרחק ליחידות המדידה המקובלות בארץ (התאמה זו נדרשת רק לכלי רכב המיוצרים בתקינה אמריקאית, מכיוון שבאירופה נהוגות אותן יחידות מדידה למהירות ומרחק כבישראל). פנסי חזית, התאמות פנסי חזית לתקינה של מדינות הקהילה האירופאית אשר נדרשת מכוח התקנות לגבי כל כלי הרכב, לרבות אלו המיוצרים בתקינה אירופית.

בשל עירוב התקינה בארץ (אירופאית ואמריקאית ובתנאי שיוצר במדינות NAFTA) חשוב לעמוד על ההבחנה בין שתי מערכות תקינה אלו.

אחד ההבדלים העקרוניים בין התקינה האמריקאית לתקינה האירופית, הוא בשיטת ההוכחה של העמידה בתקן. כך, על פי התקינה האירופית, נבחנת עמידת דגם האב-טיפוס של רכב בכל דרישות התקינה והייצור הסדרתי התואם לדגם האב טיפוס, על ידי מעבדה חיצונית ליצרן, כזו המוסמכות בידי הקהילה האירופית. מעבדות אלו על פי דרישות התקינה, מנפיקות תעודה, תוצאות בדיקה והוראת רישום המאשרות את עמידת האבטיפוס ואת מכלול הדרישות במסגרת הייצור. תעודה זו נתמכת באישור רשות התחבורה הלאומית של המדינה הרלוונטית. אישור כלי רכב כאמור מבטיח, ככל האפשר, את כל הביקורות והבדיקות לעמידת כלי הרכב בדרישות המיטביות הנהוגות במדינות הקהילה האירופאית באמצעות המוסדות הסטטוטוריים, והוא מאפשר למשרד התחבורה לבקר ולאכוף את תקינת כלי הרכב באמצעות התייעוד הנדרש בדירקטיבה.

לעומת זאת, בתקינה האמריקאית, אין מתבקשת תעודה חיצונית ממעבדה עצמאית, אלא מסתפקים בהצהרת היצרן כי הוא בדק את עמידת הרכב בתקינה, והוא מאשר אותה. בהקשר זה יוער, כי בארה"ב כפוף היצרן למערכת חקיקה פדראלית, פלילית ואחרת, המחייבת אותו, ואף לביקורות גורמי פיקוח אשר עלולים לבקר במפעלו ולבחון כי אכן הבדיקות נערכות ותוצאותיהן נשמרות אצל היצרן, ומוכיחות עמידת הדגמים בתקן.

יש הבדלים מועטים בין תקינה של ייבוא ישיר לזו של ייבוא מקביל. דגם רכב חדש בישראל חייב להיות רשום באחת ממדינות הקהילה האירופית ושיהיה לגביו מסמך COC (Certificate of Compliance) או מיוצר באחת ממדינות NAFTA ואשר יש לגביו תיעוד לרישומו בארצות הברית. כאמור, דרישות הרגולטור הן המצאת מסמכי תאגיד של המבקש, עמידה בדרישות החובה הישראליות, קבלת 'אישור עקרוני' מגורמי התקינה במשרד התחבורה, וכן המצאת תצהיר ביחס המאשר את שדגם האב-טיפוס עומד בתקינה, ולבסוף, הצגת הסכם עם היצרן או הסוכן המורשה.

תקינה היא אחד מכלי הרגולציה החשובים בענף הרכב בעיקר בשל סיבות בטיחותיות ואקולוגיות. מנגד, שימוש לא נכון בכלי רגולטורי זה יכול לערער את שכלול השוק ואת הרחבת ההזדמנויות העסקיות, הן לגורמי היצע והן לגורמי ביקוש. מכאן שחשוב לבחון את התקינה גם בהיבט כלכלי בנוגע לעידוד התחרות ושכלולה, ולא רק בהיבט של הגנה על הסביבה והבטיחות.

3.4. רגולציה לעניין ליסינג תפעולי

הפעלת ליסינג תפעולי טעונה ברישיון מהמפקח על התעבורה. המפקח יכול לקבוע תנאים לשם מתן רישיון ולהטיל מגבלות על ההחזקה במניות התאגיד. על כלי הרכב בליסינג להיות מכוסים בביטוחי חובה לתקופת תוקפם של הרישיון. אין באפשרות התאגיד להשכיר רכב לשם הסעת נוסעים בשכר וחל איסור על הסעת נוסעים בשכר ברכב השכרה. על התאגיד לקיים תקשורת ממוחשבת עם מאגר הנתונים של משרד התחבורה והבטיחות, לפי הנחיות רשות הרישוי וכמו כן לערוך את הסכם ההשכרה בהתאם לנוסח אשר אושר על ידי המפקח על התעבורה. הרישיון ניתן לתקופה של 12 חודשים, בהתאם להוראות צו הפיקוח. המפקח על התעבורה רשאי לסרב לתת רישיון או להתנות את נתינתו בתנאים או להוסיף עליהם או לשנותם ורשאי אף לבטל רישיון שניתן.

בהתאם לצו הפיקוח, החל מחודש ספטמבר 2007, נדרשות חברות הליסינג לציין ברישיון הרכב כי הרכב משמש בעבור ליסינג או לפעילות השכרת כלי רכב לפי העניין. ביישום ההוראה המחייבת לציין ברישיון הרכב באם כלי הרכב משמש להשכרה או חכירה, שכן יש בה כדי להסדיר את שוק כלי הרכב המשומשים, ולהבחין בין כלי רכב אשר היו בשימוש תקופה ארוכה לבין אלו שניתנו בשכירות לתקופות קצרות.

תקנות התעבורה (תיקון מס' 3), התשס"ח-2007 קובעות כי החל מיום 1 באפריל 2008 יצוין ברישיון הרכב מועד רישום הרכב לראשונה בארץ או בחו"ל, לפי העניין, או בחלוף 12 חודשים ממועד ייצורו, לפי המוקדם.

בחודש דצמבר 2008 נכנס לתוקפו חוק מכירת רכב משומש (זכאות למידע וגילוי נאות), התשס"ח-2008. חוק זה קובע את החובות המוטלים על חברת ליסינג במקרה של מכירת רכב משומש. **על החברה אשר עיסוקה במכירת כלי רכב משומשים לספק לרוכש את המידע הבא:** פרטים אודות מוכר הרכב, מספר בעליו הקודמים של הרכב וזהותם בנסיבות מסוימות, פגיעות שנגרמו לרכב למיטב ידיעת המוכר, מספר הקילומטרים שעבר הרכב ממועד רישומו לראשונה, גילוי על היות המוכר עוסק במכירת כלי רכב ועוד. בהתאם להוראות חוק מכירת רכב משומש, החל מחודש ינואר 2010, במועד ביצוע מבחן כשירות הרכב השנתי ("טסט"), תמסור תחנת הבדיקה לרשות הרישוי את מספר הקילומטרים שעבר הרכב הנבדק בשנה שקדמה למועד הבדיקה והמספר יצוין ברישיון הרכב בנוסף למועד בו נמסרה ההודעה האמורה. בנוסף, בחוק מכירת רכב משומש נקבעה החובה על מבטח לשמור מידע על רכב שבטח אצלו למשך 7 שנים מיום שהמידע נוצר ו/או הגיע לידיו, וכן למסור כל מידע שבידיו על הרכב לרוכש הרכב.

בחודש מאי 2007 פורסמו תקנות לגבי שימוש בחלקי רכב משומשים (בין השאר גם סימון חלפים לצורך מניעת גניבות). תקנות אלו אוסרות התקנת חלקי רכב משומשים בכלי רכב שניזוק אם טרם חלפו שנתיים ממועד רישומו ברישיון הרכב.

3.5. תוכנית לגריטת כלי רכב

התוכנית לגריטת כלי רכב ישן, מאפשרת לבעליו למסור את רכבו למגרשי גריטה מורשים לאחר ביטול רישיון הרכב במשרד הרישוי. בתמורה לגריטת הרכב יקבל בעל הרכב פיצוי בסך כ-3,000 שקלים מהמדינה. כל חלקי הגרט יושבתו ויועברו למחזור.

התכנית נועדה לעודד גריטה, המקודמת על ידי המשרד להגנת הסביבה, משרד התחבורה ומשרד האוצר, על מנת להוריד מכבישי ישראל אלפי כלי רכב ישנים מדי שנה הפולטים כמויות גדולות של זיהום אוויר ואשר בטיחותם נמוכה. לפיכך, הורדה מסודרת של כלי רכב אלו מהכביש מצמצמת את זיהום האוויר בערים, מפחיתה הנזק הנגרם מתאונות דרכים, מקטינה את מספר גרוטאות הרכב המושלכות בערים ובצדי הדרכים ומביאה להגדלת מחזור חומרי גלם.

התוכנית נועדה לכלי רכב משנת ייצור 1991 או קודם לכן או כלי רכב בני 15 שנה ומעלה אשר הורדו מהכביש מסיבות בטיחותיות. על פי נתוני משרד התחבורה, למעלה מ-11 אלף מכוניות ישנות נגרטו בישראל בשנת 2010. נכון לינואר 2011 נגרטו קרוב לשליש מכלי הרכב הנכללים בתוכנית הגריטה. משרד התחבורה שילם לבעליהם של כלי הרכב אשר נמסרו לגריטה למעלה מ-33 מיליוני שקלים. במהלך שנת 2011 הוקפאה תוכנית זו עד לחודש דצמבר.

3.6. רגולציה בתחום החלפים

התקנים המאושרים לשימוש כחלפים על ידי משרד התחבורה, נחלקים ל-4 סוגים: תקנים בינלאומיים, אירופיים, אמריקאים וישראליים. השיקולים בהכרה בתקנים הינם בעיקר בטיחותיים, אקולוגיים וכאלה הניתנים לאכיפה. אגף הרכב יוזם הקמת מאגר מעודכן לתקנים וסטנדרטים

בטיחותיים בעבור חלקי חילוף על בסיס התקינה האירופאית ומדינות NAFTA. מאגר זה נועד לקבוע מדיניות ייבוא חלפים אחידה ולאפשר לתעשייה המקומית ליצר חלקי חילוף על פי התקנים המקובלים במדינות אלו.

משרד התחבורה גיבש 5 קבוצות עיקריות של חלפים לגביהן פועלת הרגולציה בתחום:

1. חלקים בטיחותיים ותת מערכות המהוות חלק ממערכת הרכב הנדרשים לעמוד בתקינה בינלאומית כמפורט בדרישות החובה.
2. חלקים ומערכות בטיחות שאינם נכללים בקבוצה 1 ונדרש מהם תקינה או בדיקות בטיחות.
3. חלפים הנדסאים לבדיקות מעבדה ואינם נכללים בקבוצות 1 ו-2.
4. חלפים הטעונים בדיקות מעבדה מוסמכת לבטיחות לשם שילובם במערכות הרכב, על פי מפרט.
5. מוצרי תעבורה בייבוא חופשי⁵⁷.

3.7 רגולציה בתחום הצמיגים

ייבוא צמיגים לישראל מחייב כי הצמיגים יהיו מדרגה ראשונה בלבד (סוג א') ועליהם לעמוד באחד משלושת התקנים הבינלאומיים: האירופאי, האמריקאי או היפני. בנוסף, על היבואן להחזיק ברישיון ייבוא וברישיון לסחר במוצרי תעבורה. ייבוא הצמיגים נמצא בפיקוח משרד התחבורה באמצעות מעבדות הבדיקה של הטכניון ומכון התקנים המפקחים על טיבם ותאריך ייצור הצמיגים. קיים איסור על ייבוא צמיגים שתאריך ייצורם הינו מעל 10 חודשים. על פי צו הייבוא וצו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייצור מוצרי תעבורה והסחר בהם), התשמ"ג-1983, היבואן מחויב להעניק אחריות לצמיגים המיובאים על ידו לתקופה שלא תפחת מ-3 חודשים או 6,000 ק"מ, לפי המוקדם מביניהם.

3.8 מיסוי רכב בישראל

3.8.1 מס קנייה ושווי רכב

בספטמבר 2005 נכנסה לתוקפה רפורמה במס הקנייה על רכישת כלי רכב פרטיים ומסחריים הכללה הפחתה מדורגת רב שנתית בשיעורי מס הקניה על כלי רכב פרטיים והשוואתם למיסוי החל על כלי רכב מסחריים. בינואר 2008 צומצמו הטבות המס על אביזרי בטיחות קיימים. הפחתה זו בהטבות המס קיזזה את השפעת הפחתת שיעור מס הקניה כאמור לעיל. עם זאת, עדיין ניתנים תמריצי מס לשם עידוד התקנת אביזרי בטיחות מעבר לאביזרי הבטיחות הקיימים.

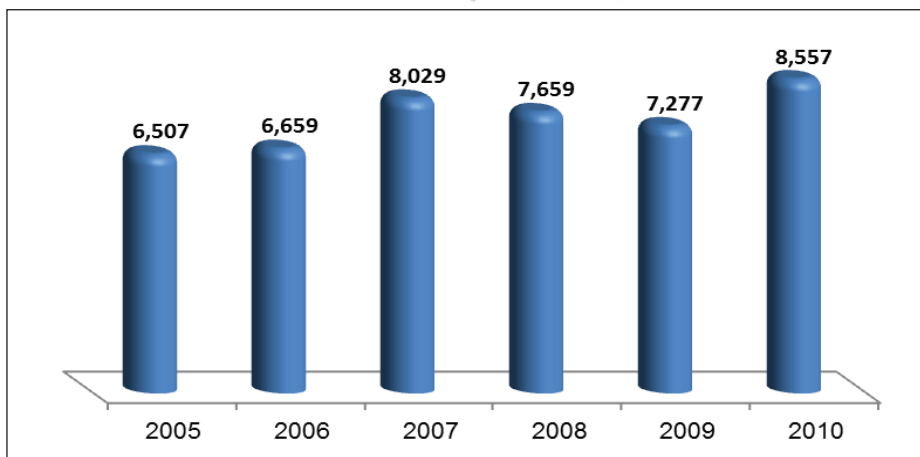
רפורמת "המיסוי הירוק" נכנסה לתוקף בחודש אוגוסט 2008. במסגרת רפורמה זו עלה השיעור הבסיסי של מס הקניה מ-75% ברכב נוסעים לשיעור בסיסי של 90% תוך מתן זיכוי הדרגתי עולה לדרגות זיהום נמוכות. בנובמבר 2010 הופחת שיעור מס הקניה ל-83% תוך ביטול זיכוי בסך 2,400 שקלים שהוענק קודם לכן בעבור רכב המצויד במערכת בקרת יציבות וזאת מפני

⁵⁷ משה ימיני, משרד התחבורה: "ייצור, סחר וייבוא חלפים תחליפיים לישראל"

שרכב נוסעים מחויב כיום בשימוש במערכת שכזו. לצורך יישום כללי הרפורמה סווגו כלי הרכב לכ-15 קבוצות.

משנת 2010 הונהגה שיטת חישוב ליניארית של שווי הרכב לצורך מיסוי ההטבה הגלומה במתן רכב מטעם המעסיק. השיטה נקבעה על פי מקדם קבוע ממחיר המכירון של הרכב. השיטה הליניארית היתה חלק מהרפורמה במיסוי ירוק, שכן היא יוצרת גמישות נוספת בהענקת תמריצי מס באמצעות זקיפת הטבה נמוכה יותר לרכב מזהם פחות. מנהל הכנסות המדינה הגדיר את מטרת המיסוי המיוחד על ענף הרכב בישראל כ"הפנמת כל העלויות החיצוניות הנובעות מהשימוש בכלי הרכב הנמדדות בכ-6% מהתמ"ג, כאשר בפועל מופנמות רק חלק מהעלויות"⁵⁸.

תרשים 16: הכנסות המדינה ממיסי קנייה על כלל כלי הרכב (במיליוני שקלים)



מקור: רשות המיסים בישראל

3.8.2. המיסוי בסביבת הסכמי GATT

העיקרון הבסיסי בהסכם GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) הינו "סחר ללא אפליה". כל המדינות החברות בהסכם זה חייבות להתייחס לכל שאר החברות באופן שווה, ללא העדפה ואפליה בכל הנוגע להטלת מכסים והיטלים אחרים על ייבוא וייצוא. חל איסור על כל מדינה חברה ב-GATT להעדיף מדינה מסוימת ו/או להפלות אחרת. הסכם ה-GATT אינו אוסר על הגנה בפני ייבוא, אך הוא רואה הגנה שכזו כלגיטימית, אם נעשית באמצעות הטלת מכס (מס ייבוא) ולא באמצעים מסחריים מנהליים אחרים, כגון רישוי ייבוא, הטלת מכסות (קוטרות), שימוש בתקנים לא מקובלים, הגבלות טכניות אחרות ועוד. הסכם ה-GATT דוגל לא רק בסחר חופשי, אלא גם בסחר הוגן ולא מעוות. הסכם זה קובע כללים לשימוש לגיטימי בהיטלים למניעת היצף וסבסוד, להגבלת השימוש בסובסידיות לייצור מקומי ולייצוא ובקביעת "צעדי בטחה" במקרה של עלייה חריגה בייבוא. ההסכם מתיר למדינות לחתום על הסכמי הורדת מכסים הדדים, מלאים או חלקיים, על כלל המוצרים או על ענפים

⁵⁸ מנהל הכנסות המדינה, דו"ח שנתי לשנת 2009-2010. זמין בכתובת: ozar.mof.gov.il/hachnasot/doch09-10/doch09-10.htm.

מוגדרים⁵⁹. בישראל אומץ קוד הערכת הטובין כחלק מההסכמים הבינלאומיים עליהם חתמה המדינה אשר קובע כי חשבונית היבוא אינה אסמכתא לצורך קביעת הערך למכס בעת הייבוא. הקוד קובע גם מספר דרכים תחליפיות לחישוב הערך לצורכי מכס. ככל שהייבוא הינו על בסיס קבוע ושוטף, שיטת החשבוניות זמינה ופשוטה יותר למעקב וניהול. רמת סחר נמוכה בין יצרן לסוכן, מגדילה את החשש לרישום פיקטיבי נמוך בחשבונית מחיר הייבוא.

3.8.3. השפעת רפורמת המיסוי הירוק⁶⁰

הרפורמה במס הירוק השפיעה משמעותית על היקף מס הקנייה על רכב. ה"מדד ירוק", המדרג את כלי הרכב בהתאם לרמת הזיהום שלהם, קבע למעשה את שיעור המס המוטל על כלי רכב, ובכך נוצר יתרון מחיר משמעותי לכלי רכב קטנים, בעלי מנועים קטנים יחסית.

רפורמת מס הקנייה קבעה שיעור מופחת לרכב משולב מנוע (היברידי) בשיעור של 30%, ולרכב נטול פליטות (כגון רכב חשמלי) בשיעור של 10%, למספר שנים מוגבל, וזאת בכפוף לרמת הזיהום של כלי רכב אלה.

לוח 10: שיעור מס קנייה אפקטיבי בהתאם לרמת הזיהום

דרגת זיהום	ציון ירוק	זיכוי במס קנייה (במחירי 2009)	אחוז מסך המכירות ב-2010	מס קנייה אפקטיבי ממוצע
1 (נטול פליטות)	0 - 50	מס קניה 10%	0.0%	10%
2 (היברידי)	51 - 130	מס קניה 30%	1.3%	30%
3	131 - 150	15,000	2.1%	26%
4	151 - 170	13,750	3.2%	50%
5	171 - 175	12,000	14.6%	55%
6	176 - 180	10,500	11.2%	58%
7	181 - 185	9,250	12.5%	60%
8	186 - 190	8,250	9.5%	66%
9	191 - 195	7,250	9.4%	68%
10	196 - 200	6,500	4.8%	70%
11	201 - 205	5,500	6.4%	70%
12	206 - 210	5,000	4.4%	72%
13	211 - 220	4,000	3.7%	74%
14	221 - 250	3,250	3.5%	77%
15	251 - 400	2,000	6.1%	80%
		0	7.1%	83%

מקור: רשות המיסים בישראל

לרפורמת המיסוי הירוק היתה השפעה גדולה על חלוקת ענף הרכב בישראל. ההנחה המשמעותית במס הקניה לה זכו כלי הרכב בדרגת זיהום נמוכה, עודדו בשנת 2011 ייבוא כלי

⁵⁹ מנהל סחר חוץ במשרד התמ"ס: "ארגון הסחר העולמי (WTO)", מרץ 1996.

⁶⁰ מתוך הודעת משרד האוצר לעיתונות מיום ה-8 ביוני, 2009. www.mof.gov.il/TaxesPage/Pages/ECOTAX.aspx

רכב קטנים בעלי מנועים קטנים שאינם מזהמים עם תיבות הילוכים ידניות ומערכי אביזרים פשוטים יחסית – עניין המתבטא בעלייה תלולה בנתח השוק של כלי הרכב מסוג זה.

3.8.4. שיעורי פחת על רכב

כאמור, כללי החשבונאות ודיני המס מחלקים את עסקאות הליסינג לשני סוגים – עסקאות חכירה מימונית ועסקאות של חכירה תפעולית.

במידה והעסקה מסווגת כמכר מלכתחילה, אזי יחולו עליה הדינים הכלליים של מכר, והחוכר יוכל להכיר הן בהוצאות המימון לרכישת הנכס והן בפחת בגין הנכס וזאת במידה והנכס ישמש בייצור הכנסה. בתנאים מסוימים יחולו על החוכר תקנות מס הכנסה (ניכויים מיוחדים למשתמש בציוד שכר מכר) המתירות לחוכר ניכוי של "דמי השימוש" כהגדרתם בתקנות.

כאשר העסקה מסווגת כעסקת שכירות, אזי תוכר לחוכר ההוצאה לשכירות כהוצאה פירותית רגילה בכפוף לתקנות המיוחדות הדנות בהתרת הוצאות בנוגע לרכב - תקנות מס הכנסה (ניכוי הוצאות רכב).

על פי כללי החשבונאות המקובלים ועל פי הפסיקה, ניתן להגדיר עסקת מכירה מראש ולא עסקת שכירות, כאשר מתקיימים התנאים הבאים:

1. קיימת אופציה הזדמנותית, היינו אופציה שכדאיות מימושה על ידי השוכר בסוף התקופה אינה מוטלת בספק, או לחלופין בסיום התקופה מועבר הנכס לחוכר ללא כל תוספת תשלום מצידו.
2. תקופת השכירות מכסה חלק ניכר מתקופת החיים המועילים של הנכס.
3. ערך נוכחי של השכירות זהה לערך המכירה של הנכס ביום חתימת עסקת הליסינג. כלומר, היוון תשלומי השכירות שווה לערך המכירה של הנכס.
4. מבחן הסיכונים והתשואות ולפיו הצד אשר עליו מוטלים סיכונים אובדן הנכס הוא הבעלים. לפיכך, אם חברת הליסינג נושאת בסיכון, אזי מדובר בשכירות ולא במכר.

חברות הליסינג מפחיתות את ציי כלי הרכב המשמשים לפעילות ליסינג בשיטת הקו הישר על פני תקופת השימוש בצי (תקופת הליסינג), בהתחשב באומדן ערך הגרט, כלומר בתמורת המכירה בתום תקופת השימוש בו. לצורך אומדן ערך הגרט, מסווגות חברות הליסינג וההשכרה את ציי כלי הרכב שלהן למספר קבוצות הנבדלות בסוג הרכב, יצרן הרכב, שנת הייצור של הרכב, שנת המכירה הצפויה וסוג הלקוח.

אומדן הגרט לכל קבוצה נקבע על פי ניסיון העבר של החברות והערכת יכולת מכירת הגרט בסוף תקופה, מיצוב הרכב בשוק, מדיניות היבואן לגבי שמירת ערך, השפעות רגולטוריות ועוד. אומדן שיעור ערך הגרט לכלי רכב המשמשים לפעילות ליסינג מסך עלות כלי הרכב הינו בין 25% ל-67%, כאשר החלוקה הינה: בעבור כלי רכב פרטיים בין שיעורים שבין 58% ל-64% בעבור מסחריים 46%, בגין כלי הרכב המושכרים וכל זאת לתקופת ליסינג בת 3 שנים. כאשר

כלי הרכב מושכרים לתקופה של 4 שנים, שיעורי ערך הגרט נעים בין 8% לבין 56%, בעבור כלי רכב פרטיים בשיעורים שבין 47% ל-52% ובעבור מסחריים – 40%.

חברות השכרת הרכב מבצעות הליך הערכה דומה לחברות הליסינג ומפחיתות את כלי הרכב המשמשים להשכרה בשיעור פחת ממוצע של 15% לשנה⁶¹. בשוק המכוניות יד שנייה, ירידת הערך של מכונית, בחמש שנים הראשונות לאחר רכישתה, נעה בין 12%-15% לשנה.

סעיף 96 לפקודת מס הכנסה

סעיף 96 לפקודת מס הכנסה⁶² מאפשר לנישום שרשם רווח הון ממכירת נכס בר פחת ובמקומו רכש נכס אחר, לדחות את תשלום המס למועד מכירת הנכס החדש. סעיף זה, מאפשר בפועל לנישום לחדש את הציוד אשר ברשותו, מבלי לפגוע בהון העצמי המיועד ליצירת הכנסות. כאשר נישום מוכר נכס ורוכש במקומו אחר, ניתן לראות את הנכס החדש כתחליף או שיפור של הנכס הקיים ובכך נשמר עיקרון הרצף. בסעיף 96 לפקודה קבועים תנאים מסוימים שבהם נדרש הנישום לעמוד בכדי ליהנות מדחיית המס:

1. המדובר במכירת נכס בר פחת.
2. נרכש נכס חילופי, תוך שנים עשר חודשים לאחר יום המכירה או ארבעה חודשים לפניו.
3. מחירו של הנכס החלופי גבוה מיתרת המחיר המקורי של הנכס הנמכר.

אם הנישום עמד בתנאים דלעיל, הוא רשאי לתבוע כי רווח ההון יחושב כתמורה שקיבל ללא (הפחתה של) עלות הנכס החדש. כמו כן, הנישום זכאי לבחור האם החישוב ייערך כך לגבי רווח ההון כולו, או לגבי רווח ההון הריאלי בלבד.

3.8.5. שווי שימוש

שווי השימוש ברכב הינו הסכום שנוקף לשכרו של העובד במידה ומעסיקו מעמיד לרשותו רכב צמוד. על מנת לחשב את ערך המס הקשור להטבת המס הנובעת מהעמדת רכב צמוד לרשות העובד, נערכו תחשיבים שביקשו לשקף, בקירוב, את ערך ההטבה על פי השימוש הממוצע ברכב (הכולל בין היתר נסיעות למקום עבודה וממנה, נסיעות בתפקיד ונסיעות פרטיות). בשנת 2007 סכומי הזקיפה היו נמוכים משמעותית משוויה הריאלי של ההטבה וכך נוצר למעשה סבסוד מס לציבור המשתמשים ברכב צמוד. מצב זה האיץ את היקפי השימוש ברכב צמוד והדבר הפך

⁶¹ מתוך דו"חות החברות הציבוריות העוסקות בליסינג והשכרה.

⁶² סעיף 96 לפקודה: נבע לנישום ריווח הון ממכירת נכס בר-פחת, ותוך תקופה של שנים עשר חדשים לאחר יום המכירה, או של ארבעה חדשים לפניו, רכש נכס אחר לחילוף הנכס שמכר, במחיר העולה על יתרת המחיר המקורי של הנכס שמכר, רשאי הנישום לתבוע שייחשב כריווח הון רק הסכום שבו עודפת התמורה שנתקבלה בעד הנכס שמכר על מחיר הנכס שרכש ורשאי הוא לעשות כן לגבי ריווח ההון כולו או לגבי ריווח ההון הריאלי בלבד; ומשעשה כן, הרי לעניין חישוב ריווח ההון על הנכס שרכש, לכשיימכר, וסכום הפחת הניתן עליו לפי סעיף 21, יוקטן המחיר המקורי שלו בכל סכום של ריווח הון שהיה לו במכירה הקודמת ולא נתחייב במס בגלל תביעתו של הנישום. על סכום שהוקטן כאמור, השווה לרווח הון שנצבר בחלקו לפני המועד הקובע, יחולו לגבי אותו חלק מרווח ההון, שיעורי המס הקבועים בסעיפים 121 או 126, לפי העניין; לעניין סעיף זה, "חלק רווח ההון שנצבר לפני המועד הקובע" - חלק רווח ההון שיחסו לכלל רווח ההון הוא כיחס שבין התקופה שמיום הרכישה ועד למועד הקובע כשהוא מחולק בתקופה שמיום הרכישה ועד ליום המכירה.

לכלי כדאי וזול בעבור המעסיקים לתגמול עובדיהם, ללא הצדקה עניינית תפעולית למתן רכב צמוד.

אכן, "שווי השימוש" התגלה כפרמטר בעל חשיבות קריטית בהתנהלות ענף הרכב. הוא השפיע על היקף מכירות היבואנים לסקטור העסקי, על התפלגות נתחי השוק של הקבוצות השונות, על התחזקות סקטור הליסינג וההשכרה ועל צריכת כלי הרכב בקרב בתי האב הרגילים.

בעבור כלי רכב שנלקחו עד תחילת שנת 2010 מחושב שווי השימוש על פי השיטה המכונה "שיטת הקבוצות" אשר למעשה מחלקות את כלי הרכב ל-7 קבוצות מחיר שונות ובעבור כל קבוצה (מדרגת מחיר) נקבע שווי שימוש אחיד. **בתחילת 2010 הונהגה השיטה הלינארית, שבעקבותיה, לצד רפורמת המיסוי הירוק, נקבעו דפוסי התנהגות וצריכה חדשים בענף הרכב.** הרפורמה בשווי השימוש ברכב כללה העלאה מדורגת של זקיפת שווי השימוש בפריסה לארבע שנים. העלאת שווי השימוש בקבוצות השכיחות הייתה מתונה יחסית בשנים 2008 ו-2009 וגדולה יותר בשנים 2010 ו-2011.

בהתאם לתיקון לתקנות שווי שימוש, שיעורי שווי השימוש החודשיים (בשיטה הלינארית) שנקבעו בעבור שנת 2010 הם 2.04% לכלי רכב שמחירו עד 130 אלפי שקלים ו-2.48% לכלי רכב שמחירו מעל סכום זה. שיעור שווי השימוש החל משנת 2011 עומד על כ-2.48% (ולא 2.5% כפי שתוכנן) ממחיר כלי הרכב לכלל כלי הרכב לעובדים, ללא תלות במחיר הרכב⁶³. נציין כי לזקיפת שווי השימוש קיימת תקרת מחיר, בעבור רכב שמחירו מעל הרף, ייזקף שווי שימוש בגובה הרף בלבד. תקרת זו עמדה בשנת 2010 על סכום של 467,180 שקלים ועל 477,830 שקלים בשנת 2011. לצורך המחשה, במהלך 2011, בעבור רכב לעובד שמחירו 500 אלפי שקלים, יחושב שווי השימוש ברכב כאילו זה עלה 477,830 שקלים.

בנוסף, החל משנת המס 2010 בוצעה הפחתה בזקיפת שווי השימוש בסך של כ-530 שקלים לחודש לכלי רכב היברידיים, ללא קשר למועד הרכישה. הקלה זו הינה חלק מהוראת השעה אשר תעמוד בתוקף עד סוף שנת 2014 ומהווה חלק מרפורמת המיסוי הירוק.

⁶³ מתוך אתר שיייל: shil.haifa.ac.il/shil2/jsp/general/Article.jsp?aid=1200&cid=13

לוח 11: שווי שימוש ברכב – בשנים 2010 ו-2011 66 6564

שנת המס 2011			שנת המס 2010			
ע"פ השיטה הליניארית * (2.50%)	ע"פ השיטה הליניארית (2.48%)	ע"פ קבוצות	ע"פ השיטה הליניארית -1 (2.48%)	ע"פ קבוצות	קבוצת מחיר	מחיר רכב
2,250	2,232	2,580	1,836	2,140	1	90,000
2,750	2,728	2,790	2,244	2,330	2	110,000
3,000	2,976	3,590	2,448	3,120	3	120,000
3,750	3,720	4,310	3,720	3,770	4	150,000
4,375	4,340	5,970	4,340	5,220	5	175,000
6,250	6,200	7,730	6,200	6,750	6	250,000
10,000	9,920	9,950	9,920	8,650	7	400,000

לרכב היברידי ניתנת הנחה בסך 530 שקלים.
*השיעור שתוכנן לשנת 2011 אך לבסוף לא מומש.

3.8.6. ניכוי הוצאות רכב

הוראות ניכוי הוצאות הרכב עברו מספר גלגולים ב-4 השנים האחרונות. בדצמבר 2007 פורסם תיקון לתקנות מס הכנסה (ניכוי הוצאות רכב), התשנ"ה-1955, במסגרתו שונה אופן חישוב ההוצאות המותרות בניכוי בגין כלי רכב. כמו כן, כהשלמה לתיקון הנ"ל פורסם ביום 24 באוקטובר, 2010 תיקון נוסף לתקנות.

ניכוי הוצאות רכב ביחס לרכב הצמוד לעובד

הוצאות החזקת רכב צמוד מותרות למעסיק בניכוי מלא. הוצאות של רכב חברה מהשכרה לתקופה קצרת מועד, יותרו בניכוי כל הוצאות החזקת הרכב לגבי כלי רכב שמספרם עולה על מספר עובדי החברה.

הוצאות החזקת הרכב הנכללות בתקנות

נציין כי ההוצאות חייבות להיות בייצור הכנסה וכאלה שניתנות לניכוי על פי סעיפים 17 עד 27 ו-30 לפקודה: **הוצאות קבועות**: רישוי הרכב, ביטוח חובה, ביטוח מקיף, דמי שכירות של רכב שכור, דמי שימוש ברכב שנשכר בשיטת השכר-מכר וכן הפחת שהנישום זכאי לו לפי סעיף 21 לפקודה⁶⁷. **הוצאות משתנות**: רכישת דלק, שמן, תיקונים, הוצאות אחזקה וכן חניה שאינה במקום העיסוק או בסמוך אליו. דמי השימוש בשיטת השכר מכר לעניין זה הם הסכומים המותרים בניכוי לפי תקנות מס הכנסה (ניכויים מיוחדים למשתמש בציוד בשכר מכר), התשמ"ט-1989 וכוללים גם ריבית והצמדה לפי הכללים שנקבעו בתקנות האמורות. הפחת שיותר כאמור, ייקבע לפי הכללים שנקבעו בתקנות מס הכנסה (פחת), 1941. בהוראות תקנות 4 עד 6 נקבע כי לעובד שכיר לא יותרו בניכוי הוצאות החזקת רכב אלא אם ברכב מכשיר למדידת מספר הק"מ של נסיעת הרכב, תצרוכת הדלק ותאריכי התדלוק. כמון כן, על הנישום לדיווח על קריאת המונה בק"מ בתחילת השנה ובסופה בדו"ח השנתי לפי סעיף 131 לפקודה. בנוסף, ישנה

⁶⁴ מתוך אתר שיי"ל: shil.haifa.ac.il/shil2/jsp/general/Article.jsp?aid=1200&cid=13.

⁶⁵ פורום נוהגים היי טק, כנס חירום מגמות שוק הרכב. www.autocom.co.il/Chadashot/FILES/File/Kenes1.pdf.

⁶⁶ רמי אריה, רו"ח עו"ד: "היכונו להגדלת נטל המס על רכב צמוד מינואר 2011". זמין בכתובת:

www.ralc.co.il/site-article-op-a-id-2930-tno-1.html.

⁶⁷ סעיף 21 לפקודת מס הכנסה מגדיר שהפחת מופחת בנכס ששימש לייצור הכנסה.

התניה להתרת ההוצאה בכך, שלגבי כל רכב ינוהל רישום של מספר הק"מ שהרכב נסע, על ידי רישום קריאת המונה בתחילת השנה ובסופה או בכל עת שהרכב יצא מרשות הנישום או הגיע לרשות הנישום וידווח על כך בדו"ח השנתי של הנישום. לפי הפסיקה יש לכלול את הפחת לעניין חישוב מקדמה בשל הוצאות עודפות, גם כאשר לא נדרש הפחת בשל סיבה כלשהי.

רכב צמוד לנותן שירותים "עצמאי"

תקנות מס הכנסה שווי השימוש ברכב חלות על עובד שכיר בלבד. כאשר אדם מעמיד את רכבו לרשות נותן שרות "עצמאי" כגון: עו"ד או מנהל חשבונות, יש לראות בכל הוצאות הרכב תשלום נוסף בעד השירותים. אם התשלום לנותן השירות חייב בניכוי מס במקור, יש לנכות מס במקור גם מכל הוצאות הרכב ואין להסתפק בשווי שימוש בלבד. לנותן השירותים יותרו במקרה כזה הוצאות רכב לפי התקנות, כאילו הרכב היה בבעלותו.

לוח 12: שיעור הפחת בגין כלי רכב אשר נרשמו לראשונה עד ליום 1 ביולי, 2009

סעיף	סוג הרכב	שיעור הפחת
1	מכוניות, טנדרים שמשקלם עד 3,000 ק"ג, אופנועים, קטנועים ונגררים למשאית.	15%
2	מוניות, משאיות, אוטובוסים, מכוניות להשכרה, טרקטורים מוטוריים למעט אלה המשמשים בחקלאות, טנדרים שמשקלם מעל 3,000 ק"ג.	20%
3	רכב המשמש ללימוד נהיגה בבתי ספר לנהיגה.	25%

לוח 13: שיעור הפחת בגין כלי רכב אשר נרשמו לראשונה החל מיום 1 ביולי, 2009

סעיף	קטגוריית רכב	סיווג משנה על פי תקנות התעבורה כפי שמופיע ברישיון הרכב	שיעור הפחת
1	M	מוניות, כאמור בתקנה 271א(ד) לתקנות התעבורה	25%
2	O, T, I, N, M	רכב להוראת נהיגה כאמור בתקנה, כאמור בתקנה 271א(ד) לתקנות התעבורה	25%
3	M	אוטובוס ציבורי, רכב סיור או רכב מדברי, כאמור בתקנה 271א(ד) לתקנות התעבורה	20%
4	N1 או M1	רכב להשכרה	20%
5	N3 או N2	רכב משולב מנוע (הברידי)	25%
6	O, L, N1, M1	למעט כלי רכב המפורטים בסעיפים 1-4	15%
7	N3, N2, M2, M3, T	למעט כלי רכב המפורטים בסעיפים 1-3, 5	20%

מיסוי חילוף ומצברים

חלקי חילוף בטיחותיים פטורים ממס בכדי לעודד את רכישתם ולהגביר את בטיחות הרכב. חלפים אחרים חייבים במס בשיעור של 30% (במקרה של חלפים מיובאים קיימת תוספת מכסת אחוזים בשיעור של 60% כך שהמס האפקטיבי מגיע ל-48%). אין וודאות שהפטור ממס על חלפים בטיחותיים מוריד את המחיר לצרכן, וזאת בגלל הסבסוד הצולב הקיים בין חלקי חילוף בטיחותיים ושאינם בטיחותיים. לעתים מתגלעות מחלוקות בין רשויות המכס ליבואנים על מידת היותו של חלף מסוים בטיחותי.



סקירה בינלאומית



1. סקירה בינלאומית כללית של ענף הרכב**1.1. תעשיית הרכב הבינלאומי**

יצרני הרכב הרבים בעולם מקובצים ברובם תחת קורת גג של חברות גדולות אשר רכשו את החברות הקטנות במהלך השנים ויצרו קונצרני רכב. קבוצות הרכב השונות מתחרות אחת בשנייה, אך למרות זאת הן משתפות פעולה בתהליכי ייצור ופיתוח שונים לצורך הוזלת עלויות הדדית והגדלת הרווחיות של שני הצדדים.

קונצרן הרכב הגדול ביותר הינו GM (ג'נרל מוטורס), אשר חזר לבכורה לאחר שנה אחת שטויוטה עקפה אותו. הקבוצה השלישית הינה פולקסוואגן ואחריה יונדאי-קיה (השייכות לאותו הקונצרן). אחריהן נמצאות, ניסן, קבוצת פורד (כולל מאזדה), הונדה, פיג'ו-סיטרואן, סוזוקי, פיאט, קרייזלר, דיימלר-בנץ (מרצדס), BMW, טאטא ההודית, מיצובישי ועוד מספר קבוצות רכב סיניות.

ניתן לראות (בתרשים 16) כי מתקיימים קשרי בעלות, מלאים או חלקיים, בין קבוצת דיימלר-בנץ לבין רנו וניסן אשר אוחזות כל אחת בנתח בעלות על השנייה. גם קבוצת סוזוקי נשלטת בצורה חלקית וצולבת על ידי שתי ענקיות הרכב, GM ופולקסוואגן, שנשלטת חלקית על ידי חברת פורשה. טויוטה, הקבוצה השנייה בגודלה, מחזיקה בנתח מחברות איסוזו וסובארו, אותו היא רכשה מ-GM. פיאט רכשה את השליטה בקבוצת קרייזלר מידי קרן סרברוס האמריקאית לאחר המשבר של 2009. קבוצת דיימלר-בנץ אוחזת בנוסף בנתח מקבוצת טאטא ההודית, אשר רכשה את השליטה על יגואר, לנד רובר ודייהו.

בנוסף, קבוצות הרכב מקיימות קשרי שיתוף ענפיים אחת עם השנייה וגם עם יצרניות רכב קטנות. רנו וניסן מקיימת קשרי שיתוף פעולה ביצור ופיתוח עם קבוצת פיג'ו-סיטרואן, טויוטה, פורד ויונדאי. GM מקיימת שיתופי פעולה עם קבוצת דיימלר-בנץ, פורד, טויוטה ופיאט. קבוצת פיג'ו-סיטרואן מקיימת שיתופי פעולה עם קבוצת BMW, פיאט וטויוטה בנוסף לרנו וניסן שהוזכרו קודם. קבוצת יונדאי מקיימת שיתופי פעולה (בנוסף לרנו וניסן) גם עם חברת מיצובישי, שלה גם שיתוף פעולה עם הונדה. קבוצת פולקסוואגן מקיימת קשרי שיתוף עם חברת פורד. מרבית חברות הרכב, הגדולות והקטנות, החלו לרקום קשרים לשיתוף פעולה בפיתוח וייצור עם חברות רבות, מרביתן לא מוכרות בישראל, שנסדו בסין בשנים האחרונות. כמו שניתן לראות הקבוצות מסועפות אחת בשנייה, פיתוחים של יצרנית אחת עוברים בקשרי השיתוף ליצרנית השנייה ומשם דרך שיתופיה של השנייה – ממשיכים הלאה.

ארבעת היצרניות המובילות בעולם במונחי מספר כלי הרכב המיוצרים הן: טויוטה, GM, פולקסוואגן ויונדאי. היצרניות הנ"ל אחראיות לכ-40% מייצור הרכב העולמי בשנת 2010. 8 יצרניות הרכב הגדולות מחזיקות יחדיו כ-60% מתפוקת הרכב העולמית⁶⁸.

⁶⁸ הנתונים מתוך אתר ארגון יצרני הרכב הבינלאומי (OICA)

בנוסף, ישנן עוד מספר קבוצות רכב קטנות או כאלו הפעילות בעיקר בשוק הסיני וביניהן: "גילי" (מותג סיני) שרכשה את השליטה באגף כלי הרכב הפרטיים של וולוו והינה גם בעלים של חברה נוספת מייפל (מותג סיני). אגף המשאיות של חברת וולוו, שהתנתק מאגף הכלי הרכב הפרטיים, הינו בעל השליטה ביצרניות משאיות אחרות (רנו, ניסן ומק). קבוצת מהינדרה, יצרנית כלי רכב בהודו, רכשה את השליטה בחברת כלי הרכב סאנגיאנג. המותג הבריטי לשעבר, MG, נרכש על ידי חברת סאיק הסינית שבבעלותה עוד כמה מותגי רכב סיניים.

אם נוסף לכך את העובדה שמספר רב של יצרני רכב גדולים עוסקים בעיקר בשיווק לשוק המקומי ופחות לשווקים הגלובאליים (הדבר נכון בעיקר לתעשיית הרכב הסינית, ההודית וכן לתעשיית הרכב האיראנית, אם כי קיים ייצוא של כלי רכב זולים ממדינות אלו אך בעיקר למדינות שכנות ולמדינות עולם שלישי), ונבחן את אחזקותיהן של יצרניות הרכב הגדולות ואת מיזמי הייצור המשותפים, נוכל להסיק כי שוק הרכב הגלובלי ריכוזי אף יותר ממה שעולה מנתוני הייצור הגלובליים הגולמיים.

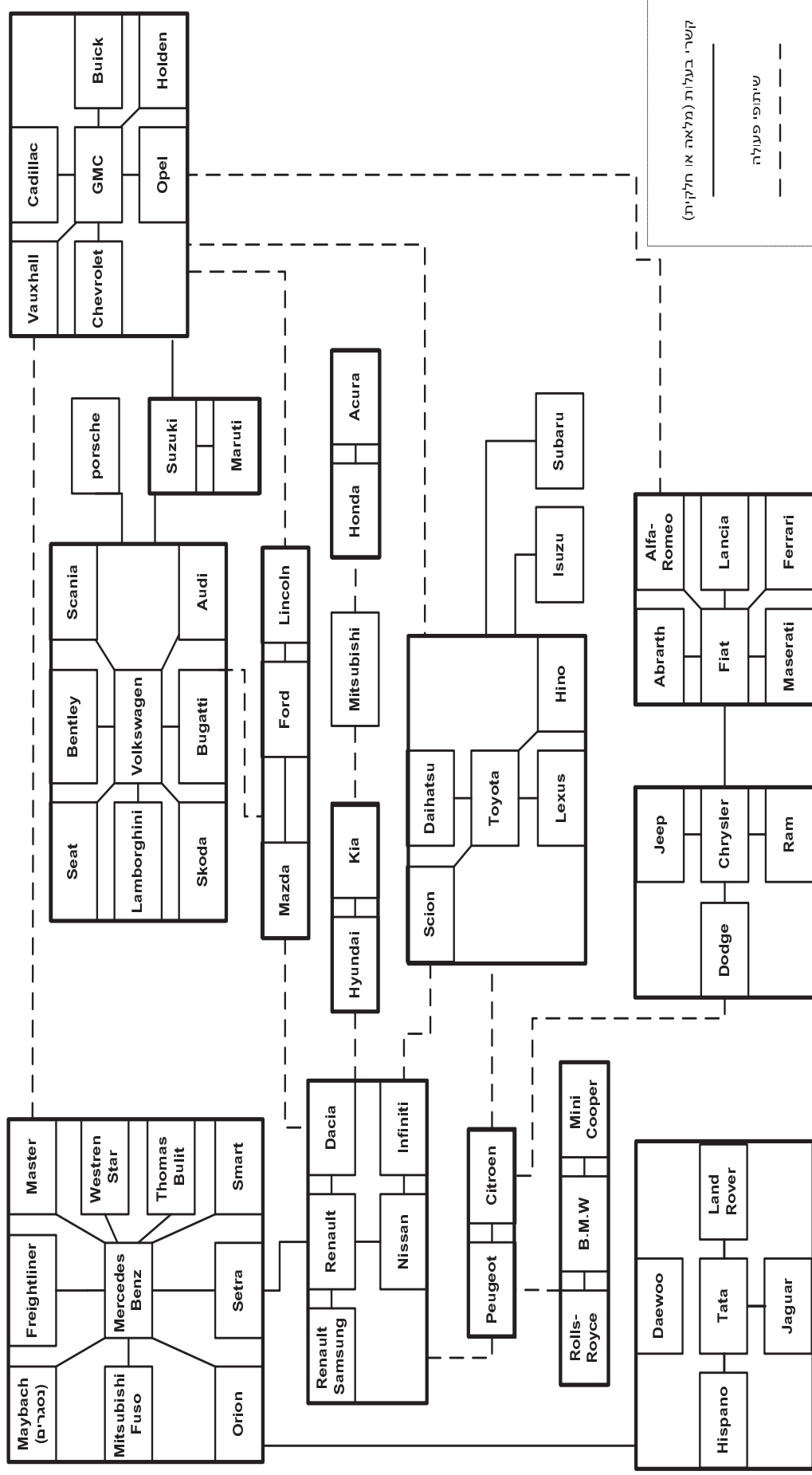
ניתן לראות בעולם שיתופי פעולה רבים בין יצרניות הרכב כגון הקמת מפעלים משותפים. תופעת המפעלים המשותפים, נפוצה במיוחד בקרב יצרניות הרכב הסיניות המקימות מפעלים בשיתוף יצרניות גלובליות תוך שימוש בידע ההנדסי שלהן ובשיתוף בבעלות על המיזם המשותף וללא אחזקה של היצרניות הגלובליות במניותיהן של היצרניות המקומיות באופן ישיר⁶⁹.

תהליך הגלובליזציה חל גם על יצרני הרכב בעולם, אם כי לא במידה שווה. יצרני הרכב מהווים אינדיקטור חשוב למצב כלכלי במדינות רבות והם עוברים תהליכי מיזוג ורכישות כמו גם תוכניות סיוע ממשלתיות נרחבות (בעיקר בארה"ב). לפי הערכות, היקף המיזוגים והרכישות בשנת 2009 הגיע לכ-29.4 מיליארד דולר, והצפי הוא שבשנים הקרובות ההיקף עוד יגדל. ארבע היצרניות המובילות בעולם שייצרו בשנת 2010 כ-40% מהייצור העולמי הינן: טויוטה, GM, פולקסווגן ויונדאי.

Global Production Networks In Europe And East Asia: The Automobile Components Industry, GPN working paper, ⁶⁹ 2003.

מפת הבעלות השתנתה מעט מאז 2003, בין היתר בשל מכירת מותגים וחברות רכב על ידי החברות האמריקאיות הגדולות (חלקן לידי יצרני רכב אחרים) סביב המשבר בתעשיית הרכב בשנים 2008-2009, אך חלק ניכר ממפת הבעלות נותר בלא שינוי מאז 2003, וכמו כן נוספו מקרים של בעלויות צולבות חדשות בין היצרניות השונות.

תרשים 17: המפה הארגונית של תעשיית הרכב העולמית



70 Sage Publications Dicken, P. (2003a) Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st century. Fourth Edition. London Economics
 71 יצוין כי אחזקות פורד במזדה היום הם כ-3.5% למרות שהייתה החברה השולטת במזדה נכון ל-2003.

1.2. היסטורית הריכוזיות בשוק הרכב העולמי

בסוף המאה ה-19 ובתחילת המאה ה-20, היה ענף הרכב מוצף ביצרנים שייצרו מספר מוגבל של כלי רכב בעיקר לשוק המקומי ולקהל יעד מצומצם. ב-1920, לדוגמא, היו למעלה מ-80 יצרני רכב בארה"ב, למעלה מ-150 יצרנים בצרפת, למעלה מ-40 יצרנים בבריטניה ולמעלה מ-30 יצרנים באיטליה. עד שנות ה-60 של המאה הקודמת, בעקבות גלים של מיזוגים ורכישות, וכן בשל סגירת מפעלים לא תחרותיים, הריכוזיות בשוק גברה עד למצב בו 3 היצרניות האמריקאיות הגדולות, GM, פורד וקרייזלר היו אחראיות ל-50% מייצור כלי הרכב העולמי.

מאז, כפי שצוין לעיל, ירדה במעט רמת הריכוזיות בשוק העולמי (ובנוסף חל שינוי בזהות היצרניות המובילות). זאת בשל עלייתן של יצרניות הרכב יפניות, הגרמניות ובמידה פחותה גם הצרפתיות במהלך שנות ה-70 של המאה הקודמת. לאחרונה נוספה גם עלייתן של יצרניות הרכב הקוריאניות שנגסו בנתחים נרחבים מהשוק ותרמו גם הן להורדת רמת הריכוזיות. למרות הירידה ברמת הריכוזיות מאז שנות ה-60, שוק הרכב עדיין מהווה שוק אוליגופוליסטי ריכוזי ביותר לפי כל קנה מידה, המאופיין בחסמי כניסה משמעותיים ובאסטרטגיות אוליגופוליסטיות מצד היצרנים המובילים.

בהקשר זה ראוי לציין שבמדינות בהן קיימת תעשיית רכב משמעותית, כוחן של יצרניות הרכב לאורך ההיסטוריה וגם כיום הוא אדיר וחורג לעתים מתחום כלי הרכב, תוך השפעה על ענפים נוספים. כך למשל בארה"ב יש לתעשיית הרכב שדולה משמעותית בקונגרס. נזכיר, בהקשר זה, את התוכניות הנרחבות של הממשל האמריקאי לאורך השנים להצלת תעשיית הרכב האמריקאית בעתות משבר על חשבון כספי משלמי המסים.

במאי 1981, בעוד תעשיית הרכב האמריקאית סובלת ממיתון עמוק, יצרני הרכב היפאנים הגבילו את כמות המכוניות הפרטיות שהם ייצאו לארה"ב ביוזמתם (מה שזכה לכינוי: Voluntary Export Restraint (VER)). ככל הנראה, הטילו היפנים מגבלות אלו על עצמם על מנת להימנע מהטלת מגבלות כגון מכסי ייבוא על כלי רכב מיפן מצד ממשלת ארה"ב, שהיו צפויות להיכנס לתוקף על מנת להגן על תעשיית הרכב האמריקאית מפני הייבוא המתחרה. היפנים נהגו כך מתוך מחשבה כי במצב שבו יוטלו עליהם מכסי ייבוא, הם יפסידו יותר, שכן בנוסף לעלייה במחיר ולירידה הצפויה במכירותיהם, חלק גדול יותר ממחיר הרכב לצרכן ישולם כמס ולא ילך לכיסם, בעוד שכתוצאה מהגבלת הייצוא העצמית, מחירי הרכב יעלו והמכירות ירדו אבל כל העלייה במחירי הרכב תכנס לכיסם של היצרנים. ההערכה היא כי בשנים 1986-1990 הובילה מגבלת הייצוא העצמית של היפנים לכך שמחירי הרכב הפרטי מתוצרת יפן בארה"ב היו גבוהים בממוצע ב-14% מהמחיר הצפוי ללא המגבלה. ההערכות הן כי המהלך הוביל להפסד רווחה חברתית בארה"ב בגובה 3 מיליארד דולר (במונחי דולרים של שנת 1983). תוצאה נוספת של המהלך הייתה פתיחת מפעלים של יצרניות הרכב היפניות בארה"ב, כיוון שהמכוניות היפניות שיוצרו בארה"ב לא נספרו במכסה שהטילו על עצמם היפנים. היצרנים היפנים נקטו בטקטיקה זו על מנת להגן על עצמם מפני אפשרויות אפליה כנגדם על ידי הממשל האמריקאי במקרה של מיתון עתידי בשוק הרכב⁷².

⁷² www.perc.org/articles/article416.php

1.3. הביקוש לרכב בעולם

הביקושים העולמיים כיום מתאפיינים ביציבות יחסית, אולם מגמת הביקוש לרכב בעולם איננה אחידה. פוטנציאל הצמיחה במדינות המפותחות נמוך, רמות הייצור בהן מתאפיינות בקיפאון ולעתים אפילו בירידה בתפוקות. מנגד, נרשם גידול משמעותי בביקושים וכן בתפוקות במדינות המתפתחות, כאשר הביקושים מושפעים מהעלייה בהכנסה לנפש, בעוד העלייה בייצור הרכב המקומי במדינות אלו מושפעת בין השאר מכוח העבודה הזול.

1.4. מעורבות הממשלות בשוק הרכב

מאפיין חשוב נוסף בשוק הרכב הוא מעורבות רבה של הממשלות בשוק הרכב כאשר מדובר במדינות בהן קיימת תעשיית רכב מפותחת, זאת בעיקר בשל היקף התעסוקה הנרחב שמספקת תעשייה זו. ניתן לחלק את התערבות הממשלות בשוק הרכב המקומי לשני סוגים עיקריים:

א. קביעת רמת הנגישות לשוק עבור יצרנים זרים, כולל התנאים להקמת מפעלים בשטח המדינה.

ב. קביעת סוג והיקף התמיכה המסופקת על ידי המדינה לתעשיית הרכב המקומית, ורמת האפליה כנגד יצרנים זרים, על ידי מסים על ייבוא וכדומה.

בשנים האחרונות נוסף כלי חדש לעידוד וסיוע לתעשיית הרכב בתקופות משבר בדמות מענק כספי הגבוה משווי הרכב בעבור גריטת כלי רכב ישנים לצורך רכישת כלי רכב חדשים. יישום השיטה החל באירופה, ובמהלך המשבר העולמי האחרון אומצה מדיניות דומה בארה"ב באופן זמני (תוכנית CARS). בישראל הוצעה תוכנית דומה אך עקב חוסר תקציב תוכנית זו הוקפאה.

יתרונות התוכנית הן שלצד עידוד תעשיית הרכב המקומית, מטרה מרכזית בהפעלתה באירופה ובארה"ב, התוכנית מעודדת גם את הצערת גיל הרכב הממוצע במדינה. צעד זה מעודד החלפת כלי רכב ישנים המתאפיינים ברמת בטיחות וניצולת מנוע נמוכות לצד רמות גבוהות של פליטת מזהמים, בכלי רכב חדשים יותר בעלי יתרון מובהק באספקטים הללו.

יש לציין את היקף ההלוואות העצום שניתן על ידי הממשל האמריקאי ליצרניות הרכב האמריקאיות במסגרת תוכנית החילוץ הממשלתית האמריקאית מהמשבר שפקד את ארה"ב בשנת 2008, תוכנית שמנעה פשיטת רגל מחלק מתעשיית הרכב האמריקאית. שיקולי תעסוקה ולובי מסורתי של הענף, הביא לתמיכות ממשלתיות רחבות בחלקן בלתי חוקיות על פי הסכמי GATT והסכמים אחרים.

1.5. שינויים ומגמות בשוק הרכב העולמי

בסוף שנות התשעים, בעקבות מגמות של התייעלות, שוק הרכב העולמי חווה מספר עסקאות גדולות בתחום המיזוגים. בין המיזוגים הבולטים ניתן למנות את המיזוג של דיימלר-בנץ וקרייזלר בשנת 1998 ואת המיזוג של רנו וניסאן בשנת 1999.

העשור האחרון התאפיין במשברים בשווקים העולמים בכלל ובשוק הרכב בפרט. בין השנים 2003-2008 פרץ בעולם משבר אנרגיה חריף שהקפיץ באופן חד את מחירי הדלק. כתוצאה מכך, חל שינוי חד בהעדפת הצרכנים בעולם, והם החלו לעבור ממכוניות גדולות ה"זוללות" דלק למכוניות קטנות וחסכוניות. הנפגעות העיקריות מכך היו חברות הרכב האמריקאיות שעיקר הדגמים שלהם היו עתירי אנרגיה.

בשנת 2008 פקד את העולם משבר כלכלי שלא פסח גם על שוק הרכב. כתוצאה מהמשבר נרשמה ירידה במכירות כלי הרכב של כל היצרנים, וחלק מחברות הענק כגון ג'נרל מוטורס אף קרסו ונדרשו לחילוץ ממשלתי. לאחר המשבר ובעקבות חוסר הוודאות הכלכלי, החריפה מגמת התייעלות וצמצום בשוק הרכב, והחלו מיזוגים ורכישות של חברות בתחום. לפי הערכות, היקף המיזוגים והרכישות בשנת 2009 הוא כ- 29.4 מיליארד דולר, והצפי הוא שבשנים הקרובות ההיקף עוד יגדל⁷³.

⁷³ סקירת מיזוגים ורכישות בשוק הרכב העולמי של PWC, יוני 2011.

2. השוק האירופאי המשותף

2.1. רקע

תעשיית הרכב באירופה נמנית על ענפי המפתח של הכלכלה ביבשת. בשנת 2009 הסתכם מחזור הענף בכ- 780 מיליארד אירו. הענף מספק כ-2 מיליון מקומות עבודה באופן ישיר ובאופן עקיף כ-12 מיליון מקומות עבודה המהווים כ-5.5% מסך המשרות ב-EU-27 (27 המדינות החברות באיחוד האירופאי). שנת 2007 היתה השנה המוצלחת ביותר לתעשיית הרכב שייצרה כ-19.7 מיליון כלי רכב (מכוניות, משאיות ואוטובוסים) כ-27% מסך הייצור העולמי (17.1 מיליון מהם היו מכוניות המהוות כ-30% מהשוק העולמי). הייצוא עמד על כ-125 מיליארד אירו והייבוא הסתכם ב-65 מיליארד אירו⁷⁴. באוקטובר 2009 חל גידול של 31% במכירות הרכב באנגליה, זאת בעקבות תוכנית ממשלתית שהעניקה 2,000 ליש"ט לכל מי שרכבו מעל 10 שנים ויסיכים להחליפו בחדש. בגרמניה בתחילת שנת 2009 חל גידול של 27% במכירות כלי רכב כתוצאה מתוכנית אינטנסיבית לעידוד הצרכנים להחלפת רכב לחדש. במקביל, ענף הרכב הגרמני קיבל אזהרה כי על היצרנים לנהוג בזהירות וזאת מפני שהממשל לא ישלם על הפסדיהם⁷⁵.

2.2. עקרונות הרגולציה באירופה

בימים אלה בוחנת ועדה של האיחוד האירופי את מדיניות הרגולציה הנוכחית. על פי פרסומים שונים, מסקנות הוועדה יתמקדו במתן המלצות לטווח הזמן הקצר, הבינוני והארוך, תוך שמירה על עקרונות מדיניות הייצור של תעשיית הרכב האירופאית השואפת לשמור על תחרותיות בשוק העולמי, לקיים את היקפי התעסוקה המתוכננים, לשפר את הבטיחות ואת ההגנה על הסביבה⁷⁶. במהלך סקירה זו נתמקד ברגולציה הקיימת.

ביולי 2002 אישרה הנציבות האירופית (European Commission)⁷⁷ רגולציה חדשה אשר החליפה את זו שאושרה בשנת 1985 ועודכנה בשנת 1995. הנציבות קבעה כי נכון לשנת 2002, הצרכן האירופאי לא זכה לקבל את חלקו בשיטה הקיימת וכי אין תחרות מספקת בין גורמי המכירה של רכב בגלל קשריהם המגבילים עם יצרני הרכב. הנציבות קבעה כי אזרחי האיחוד האירופי לא יכלו לנצל את עיקרון ה"שוק האחד" ("The single market") לצורך ארביטרג' מחירים בין מדינות האיחוד.

דו"ח הנציבות אישר כי עקרונות ההפצה וכן חוזי ההפצה של כלי הרכב היו זהים בין כל יצרני הרכב, אך הנציבות זיהתה חסם תחרותי בכך שהיצרנים העניקו בלעדיות לדילרים על בסיס גאוגרפי ותוך הגבלתם למכור רכב רק מיצרן מסוים. התקנות החדשות מתייחסות לשלב המכירה וכן לשלב שאחרי המכירה בכל כלי הרכב (מכוניות, כלי רכב מסחריים, משאיות ואוטובוסים).

⁷⁴ Commission Staff Working Document, European Industry in a Changing World, Updated Sectoral Overview 2009. זמין בכתובת: ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/files/documents/sectoral-overview_en.pdf.
⁷⁵ Competition Law Review; "Recent Changes in Regulation of Motor Vehicle Distribution in Europe – Questioning the Logic of Sector-Specific Rules for the Car Industry"; Sandra Marco Colino; Volume 6, Issue 2, pp 203-224; July 2010; P.206

⁷⁶ Cars 21 Mid-Term Review, Final Conclusions. זמין בכתובת: ec.europa.eu/enterprise/sectors/automotive/files/pagesbackground/competitiveness/com_2009_104/annex_1_en.pdf.
⁷⁷ מוסד הפועל לצד הפרלמנט האירופי והמועצה האירופית. תפקידה העיקרי של הנציבות הוא לשמש כזרוע הביצועית של האיחוד האירופי ביחד עם המועצה האירופית והיא מעין ממשלה של הקהילה האירופית. הנציבות אמונה על העדפת האינטרסים של האיחוד האירופי על פני האינטרסים של המדינות החברות באיחוד.

2.2.1 רגולציה בתחום מכירה והפצה של כלי רכב

את הרפורמה של שנת 2002 הוביל העיקרון של "חופש הבחירה" (Allowing freedom of choice) (ברוח תקנות קודמות), שלפיו חייב להיות מספר גדול של יצרנים, מפיצים וסוחרים. יצרני מכוניות קיבלו את הזכות לבחור בין שני מסלולי הפצה. הראשון, הפצה בלעדית (Exclusive distribution), שבו המפיצים מאושרים על ידי היצרנים לפי אזורי פעילות אך אינם מחויבים למכור רק לסוחרים הפועלים באופן פורמאלי עבור היצרן. המסלול השני, הפצה סלקטיבית (Selective distribution), שגם בו המפיצים נבחרים על ידי היצרנים, ואין על המפיצים מגבלה למכור לסוחרים לפי אזור גאוגרפי, אך מאידך הם מחויבים למכור רק לסוחרים אשר קשורים ליצרן המסוים.

הובהר ליצרני הרכב כי הם רשאים לבחור רק באחת משתי שיטות ההפצה ולשמור על עקביות עם המפיצים והסוחרים לאורך כל הדרך. הנציבות לא קבעה קריטריונים להתנהלות הגורמים השונים והדגישה כי למעט עריכת חוזים הפוגעת בחופש התחרות יש להם חופש פעולה מלא.

עיקרון נוסף במבנה הרגולציה הינו עיקרון "סוחרים רב מותגיים" (Multi-brand dealerships). המחקרים שנעשו על ידי הנציבות מצביעים על כך שהצרכנים מעדיפים תחרות בין מותגים הממוקמים באתר אחד. לפי הרגולציה החדשה תהיה אפשרות לסוחרים לבחור את כמות המותגים שהם ימכרו. יצרני מכוניות יוכלו לקבוע את המקום בו יוצבו המכוניות באולמות התצוגה ובמגרשי המכירה, אך לא יותר מזה.

בעיני הרגולטור האירופאי יש חשיבות לקיום המסחר בענף הרכב על פי עקרון השוק האירופאי, עקרון השוק האחד. על פי עיקרון זה יוכלו הצרכנים לרכוש רכב בקלות יחסית בכל רחבי הגוש ללא קשר למקום מגוריהם.

על פי הסקר חצי שנתי שערכה הנציבות בטרם שינוי הרגולציה, נמצא כי קיימים הפרשים ניכרים במחירי המכוניות החדשות באיחוד. הנחת הנציבות הייתה, בהתבסס כל מחקרים שונים, כי אין להסביר את הפרשי המחירים אך ורק על ידי הפרשים בחוקי המס השונים. הרגולטור החליט כי יש לפעול ולהקל על המתווכים הפועלים בשם הצרכנים. באופן זה גם הצרכנים יוכלו לרכוש יותר בקלות אך לא פחות חשוב, יהיה תמריץ לסוחר הרכב לפנות לשווקים מחוץ למדינתם באופן יותר אקטיבי. במילים אחרות, סוחר מכוניות הפועלים בשיטת הפצה הסלקטיבית, לא יפגעו בשום צורה שכן הם יוכלו לפעול בשווקים נוספים ללא מגבלה גיאוגרפית.

בנוסף, סוחרים אלה יוכלו לפתח שווקי משנה. למשל, סוחר הפועל בספרד, המוכר לעתים קרובות כלי רכב לצרפתים, ישקול לפתוח נקודת מכירה גם בצרפת. הרגולציה היום מאפשרת לו ואף מקלה עליו לעשות זאת. כמו כן, סוחרים, הפועלים תחת שיטת ההפצה הבלעדית, יוכלו למכור למשווקים באזור הגאוגרפי שלהם אשר ימכרו ללקוח הסופי מחוץ לשטח הגאוגרפי שלהם.

באופן זה, היכולת של היצרנים לקבוע מחירים סלקטיביים לפי השוק המקומי תקטן, התחרות בין סוחרים המכירות תגדל וכך יוכל הצרכן לנצל את השוק האחד והפרשי המחירים בין המדינות השונות.

הרפורמה ברגולציה האירופית של 2002 עמדה בסימן הגדלת חופש הבחירה (Allowing freedom of choice) בעיקר בצד הביקוש. אחת ההמלצות החשובות היתה הרחבת צוואר הבקבוק של המכירה באמצעות דילרים. עם יצירת "דילר-רב-מותגי" (Multi-Brand-Dealer) שופרו באופן משמעותי הזדמנויות הקנייה שעמדו בפני הצרכנים. ניתוק הדילר מיצרן מסוים הבטיח לצרכנים שירות אמיתי ואובייקטיבי יותר של הדילרים ובכך הוגברה התחרות בענף באופן אפקטיבי.

2.2.2. רגולציה בענף המוסכים והחלפים

על פי הרגולציה הקיימת במדינות האירו, סוחרים הרכב יכולים לבחור בין לקיחת האחריות על תיקוני כלי רכב חדשים על עצמם, או להפעיל קבלן משנה המאושר על ידי יצרן הרכב. המוסכים העצמאיים וכן סוחרים הרכב יכולים להפוך למוסכים מורשים של היצרן מבלי להיות רשאים למכור את מכוניות היצרן. כמו כן, לא חלה עליהם מגבלה לתת שירותי מוסך רק לכלי רכב של אותו יצרן הרכב, אלא לכל רכב ללא קשר ליצרן.

התקנות מחייבות את היצרנים לאפשר גישה למידע, לציוד והכשרה לאותם מוסכים שבחרו להיות מוסכים עצמאיים. יותר מזה, הרגולציה אוסרת על מוסכים מורשים לקיים סעיפים בחוזה עם היצרן אשר מונעים מהיצרן לספק חלפים מקוריים למוסכים העצמאיים.

המטרה היא להבטיח כי המוסכים העצמאיים יוכלו להתחרות במוסכים המורשים באופן יעיל תוך שימוש ברשת התמיכה של היצרן. באופן זה, לצרכן תהיה אפשרות בחירה אמיתית בין החלופות השונות.

הרגולטור נותן לצרכן אפשרויות בחירה בין החלפים באמצעותם יתוקן הרכב. סעיפים חוזיים אשר מונעים ממוסכים להשתמש במקורות אחרים מלבד יצרן הרכב אסורים. מטרת איסור זה היא לעודד את ענף ייצור החלפים והרחבת אפשרויות הבחירה ללקוח. עם זאת, בחוזה קיים עם יצרן, המקנה ללקוח שירות חינם, קריאה לתיקון ותיקונים במסגרת אחריות, מוסכים מורשים מחויבים בשימוש בחלפים המקוריים המסופקים על ידי היצרן.

לדעת הנציבות, כאשר בוחנים את מכלול התקינה בתחום המוסכים והחלפים, השיפור המשמעותי בתחרות יוביל לתיקונים באיכות גבוהה יותר, לשירות טוב יותר ותועלת גבוהה יותר ללקוח.

הרגולציה האירופית השכיחה להבין כי ללא שכלול הפעילות של המוסכים והחלפים לא תוגבר התחרות בענף. מתן האפשרות לצרכן לבחור את החלפים לתיקון ויצירת מעמד חזק של מוסכים מורשים ועצמאיים במעורבות מינימאלית של היבואנים והיצרנים, התגלתה כמשרתת את התחרות לטובתם של הצרכנים.

2.3. מעמד סוחרי הרכב

בנציבות האירופאית קיים חשש מתמיד כי יצרני הרכב על שלוחותיהם ינסו להשפיע על מעמדם של סוחרי הרכב, לרבות על עצמאותם. לפי הרגולציה, במידה ויצרן רכב מעוניין לסיים התקשרות עם סוחר רכב, עליו לעשות זאת מסיבות אובייקטיביות, ברורות ובמכתב בו מפורט מדוע הוא רוצה בסיום ההתקשרות. הסיבות לסיים ההתקשרות צריכות להיות תקפות מבחינת בית המשפט או ברורות. המחוקק קבע סף של מינימום 5 שנים לחוזים בין יצרנים לסוחרי המכוניות על מנת למנוע התקשרויות קצרות מועד שיאפשרו ליצרנים לנצל את כוחם אל מול הסוחרים.

בנוסף, החוק מחייב כי למפיצים תהיה הזכות לסחור בזכויות הפצה של המותג בכל רחבי האיחוד האירופאי. תקנה זו מחזקת את כוח המיקוח של המפיצים אל מול יצרני הרכב וכן מעודדת התקשרויות של סוכנויות חוצות גבולות בתוך האיחוד.⁷⁸

2.4. חלפים

היצרנים רשאים לבטל את האחריות על החלפים רק במידה והטיפולים התקופתיים השוטפים לא נעשו במוסכיהם. רוכשי כלי הרכב החדש חופשיים לתקן תקלות בלאי או תאונה, אשר בכל מקרה לא מכוסות על ידי האחריות בכל מוסך ולהשתמש בכל חלק חלופי שירצו כל עוד הוא עומד בתקינה. נקבע גם כי ההגדרה לחלקי חילוף מקוריים תכלול גם את חלקי החילוף שיוצרו לא רק על ידי יצרני הכלי הרכב אלא גם על ידי יצרנים תחליפיים אשר ייצרו באותה רמה ועל פי אותו מפרט של החלק שנקבע על ידי היצרן.⁷⁹

⁷⁸ Press release: Commission adopts comprehensive reform of competition rules for sales and servicing, Brussels, 17 July 2002. זמין בכתובת: europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/02/1073&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en#file.tmp_Ref_2

⁷⁹ "Developments in car retailing and after-sales markets under Regulation", London Economics, P.187-193, June 2006.

3. השוק בארצות הברית**3.1. רקע**

לאורך שנים תעשיית הרכב בארה"ב נהנתה מעלייה קבועה ברווחיה עד למשבר העולמי האחרון בו ספגה התעשייה את אחת המכות החזקות ביותר שספג ענף כלשהו. הפסדי ענף הרכב בארה"ב הגיעו במהלך המשבר למיליארדי דולרים, חברות בענף נאלצו לפנות לממשל ולבקש את עזרתו ובתמורה הסכימו לפיקוח ולהתערבות הממשלה בתהליך שיקום הענף. באוגוסט 2009, כשנה לאחר פרוץ המשבר, בעקבות צעדים שנקט הממשל להצלת הענף, הצליח הענף לבלום את הנפילה. חברת פורד מכרה באותו חודש 181,826 כלי רכב, 11% יותר מהחודש שלפניו ו-17.2% יותר מהחודש המקביל בשנת 2008. חברת ג'נרל מוטורס מכרה 246,479 כלי רכב ומשאיות, 30% יותר מהחודש שלפניו אבל עדיין פחות מהחודש המקביל בשנת 2008.⁸⁰

3.2. עקרונות הרגולציה

מטרת חוקי התחרות הידועים כחוק ההגבלים העסקיים (Antitrust laws) הינה לשמר את השוק כשוק תחרותי על ידי רגולציה. הרגולציה מתמקדת בהגבלת חברות המנסות ליצור סחר לא הוגן על ידי יצירת קשרים עסקיים, שותפויות וכל פעילות אחרת. הרגולציה בארה"ב היא ברמת המדינות (states) ולא ברמה הפדרלית הכללית. תלויות הצרכנים לגבי רכב או לגבי חברת רכב מטופלות על ידי משרד התובע הכללי בכל מדינה. רישום בעלות ומס זיהוי לרכב הוא באחריות אגף הרכב הממונע בכל מדינה.

על פי החוק, אסורה מכירה של כלי רכב ישירות מהמפעלים המייצרים אותם, כלי רכב חדשים נמכרים רק על ידי סוכנויות למכירת רכב שקיבלו זיכיון מהיצרן, וסוכנויות הרכב ימכרו כלי רכב רק של מותג אחד. עלויות ההפצה של כלי רכב בארה"ב תופסות כ-30% ממחיר הרכב, עקב שיטת ההפצה דרך הסוכנים ולא ישירות מהיצרנים. סוכני כלי רכב (דילרים) מחויבים למסור לקונה את כל המידע אודות עבר הרכב החדש, במידה והוא הוחזר לפי "חוק הלימוון"⁸¹ או תוקן על ידי היצרן לאחר היצור בסכום שעולה על 500 דולר.

⁸⁰ Competition Law Review; "Recent Changes in Regulation of Motor Vehicle Distribution in Europe – Questioning the Logic of Sector-Specific Rules for the Car Industry"; Sandra Marco Colino; Volume 6, Issue 2, pp 203-224; July 2010; P.206.

⁸¹ חוקי הגנת הצרכן מפני תקלות חמורות בכלי רכב הקובעים כי אדם שרכש רכב חדש או משומש יוכל להחזירו במידה וישנה תקלה חוזרת ברכב ושיצרן הרכב או מוכר הרכב שנותנים אחריות לא הצליחו לתקנם לאחר כמה פעמים, יוכל קונה הרכב להחזיר את הרכב ולקבל את כל עלות כספו ואת כל העלויות הנלוות שהיו לו על הרכב, בתחילה החוק נחקק על הרכבים המשומשים ומכאן שמו. בכל מדינה בארה"ב חוק הלימוון שונה במקצת, בתקופת הזמן או במספר התיקונים החוזרים.

סוכנויות הרכב וחברות פרטיות הנותנות שירותי רכב מתחרות אחת בשנייה במכירת שירותי הרחבת אחריות לכלי הרכב, מעבר לאחריות היצרן או להארכת האחריות שניתנה על ידי היצרן. האחריות של סוכנויות הרכב הינה יציבה יותר ונוחה יותר ולעיתים מגובה על ידי היצרנים. ואילו האחריות שנמכרת באופן פרטי היא גמישה יותר באפשרויות המוסכים שלה⁸². שירותי האחריות מוצעים במגוון סוגים⁸³:

1. כיסוי לכל החלקים האוטומטיביים (מנוע, גיר וכ').
2. כיסוי שמכסה את כל מה שאחריות היצרן לא מכסה (נקראת מפגוש לפגוש).
3. אחריות מלאה ומקיפה על כל החלקים ברכב וכוללת רכב חלופי במקרה שהרכב במוסך.
4. אחריות על מצברים.
5. שירותי דרך.

הרגולציה בארה"ב, "המדינה של יצרני רכב", אוסרת על יצרנים למכור ישירות לצרכנים סופיים. הסוכנויות למכירת רכב קשורות אמנם עם יצרן אחד, אך התחרות ביניהן היא גם על שוק האחריות על הרכב, שהתברר כאמצעי יעיל להגברת התחרות לרווחת הצרכן הסופי. ההיקף הגדול של השוק האמריקאי מאפשר לסוכנויות המכירה להחזיק בבעלות על מוסכים ולהציע שירותים והטבות ללקוחותיהם.

3.3 מעמד סוחרי הרכב

במרבית המדינות בארה"ב הדילרים של כלי הרכב חדשים או משומשים נדרשים ללמוד ולעבור בחינות בכדי לקבל רישיון לסחור בכלי רכב, בנוסף עליהם להוכיח כי אין להם רישומים פליליים. הדילרים מורשים גם להציע שירותים נוספים:

1. מימון וליסינג.
2. הלוואות דרכם מול הבנקים או יצרני הרכב לרכישת רכב בריביות נמוכות ממה שהלקוח היה מקבל לבד.
3. משווקים שירותי ביטוח לרכב של חברות ביטוח.

הרשויות הפועלות בתחום זה הינם ועדת הסחר הפדרלית (Federal Trade Commission) וחטיבת ההגבלים העסקיים של משרד המשפטים האמריקאי (Antitrust Division of the U.S. Department of Justice).

⁸² Economic Effects of State Bans on Direct Manufacturer Sales to Car Buyers; Gerald R. Bodisch; EAG (Economic Analysis Group) 09-1 CA May 2009 זמין בכתובת: www.justice.gov/atr/public/eag/246374.htm#N_2_

⁸³ www.dmv.org/buy-sell/auto-warranty/extended-warranty.php

4. מדינות המזרח הרחוק^{85,84}

ענף הרכב בסין צומח במהירות מסחררת, הן בשוק כלי הרכב והן בתחום הרכיבים לרכב. שוק הרכב האסייתי מונע ברובו על ידי היפנים, בעוד שתאילנד הינה יצואנית כלי הרכב הגדולה באסיה. השוק ההודי מתחזק על ידי הגידול מהיר של ביקושים מקומיים וביקושים חיצוניים. שוק הרכב האינדונזי בעיקרו מייצר בשביל יצרניות כלי רכב היפניות אשר להן מפעלים שם, וגם הוא הגדיל את הייצוא שלו.

המדינות המתפתחות עושות מאמצים עצומים לפיתוח תעשיות הרכב במדינותיהן, בין אם על ידי הממשלה באמצעות חוקים ותקנות או בין עם על ידי המגזר העסקי. בסין ובהודו הממשלות פעלו רבות לחיזוק ענף הרכב המקומי והיצרנים המקומיים בעוד שבתאילנד פעלו בעיקר לחיזוק היצרנים הזרים, ברובם יפנים, בכדי להגדיל את היצור שמיועד לייצוא מהמדינה.

סוכני הרכב המקומיים בסין מספקים: כלי רכב, חלפים, שירות לרכב ובדיקת כלי רכב. מותגי רכב יכולים להירכש רק דרך סוכני הרכב. שוק ה"אפטר מרקט" בסין עבר בהיקפו את השוק המקביל בארה"ב כמה שנים מוקדם יותר מהתחזיות ועוד בטרם המשבר האחרון. בשנת 2009, בעקבות קיצוץ מס הקנייה על כלי רכב קטנים וכלי רכב יעילים בצריכת דלק, וצמיחה חסרת תקדים של המשק הסיני, קפצו מכירות כלי הרכב בסין בכ-90%.

הסינים למדו מניסיונה של דרום קוריאה אשר הטילה מגבלות רבות על ענף הרכב עד להפיכתו לחזק מספיק בכדי להתמודד בשוק העולמי. בתוך כך, פיתחו הסינים גולציה חזקה מאוד על ענף הרכב בסין, המחייבת משקיעים זרים הרוצים להיות פעילים בענף הרכב הסיני לעשות זאת בשותפות עם חברות סיניות. כתוצאה מכך גדלו מספר היצרנים הזרים שחתמו על הסכמי שיתוף פעולה עם חברות סיניות, שהרוויחו מהמהלך וגדלו בזכות צבירת הידע.

⁸⁴ "Changing Features of the Automobile Industry in Asia: Comparison of Production, Trade, and Market Structure in Selected Countries"; Biswajit Nag, Saikat Banerjee, Rittwik Chatterjee; July 2007; Asia Pacific Research and Training Network on Trade, Working Paper Series No. 37. www.unescap.org/tid/artnet/pub/wp3707.pdf זמין בכתובת:

⁸⁵ Motoring Ahead: More cars are now sold in China than in America; October 23, 2009; The Economist (online edition) www.economist.com/node/14732026?story_id=14732026&fsrc=nwl זמין בכתובת:

התחרותיות בענף



1. התערבות הרגולציה בשווקים**1.1. מעורבות ממשלתית**

הספרות המקצועית מתייחסת למעורבות ממשלה בשתי גישות שונות. הגישה הדוגלת בתפיסת "השוק החופשי ללא כל התערבות ממשלתית"⁸⁶ הרואה ברגולציה "רע הכרחי", שרק במקרים של אין ברירה יש לעשות בה שימוש. לעומת גישה זו, קיימת תפיסה שההתערבות הממשלתית הינה פעולה לגיטימית ומוצדקת כל אימת שמתגלים עיוותי שוק, ומן הראוי לתקנם באמצעות צעדים ואמצעים מנהליים⁸⁷.

מחלקת המחקר של ה-UK Financial Services Authority, קבעה כי מעורבות ממשלתית משפיעה על רווחת הצרכן באופן שונה בהתאם לנסיבות בשוק. כאשר חסמי הכניסה בענף מסוים הינם נמוכים, תתקשה המעורבות ממשלתית לשפר את רווחת הצרכן בטווח הארוך. במצב כזה, ההצטרפות הקלה של פירמות חדשות לענף, תשפר את רווחת הצרכן יותר מכל מעורבות רגולטורית כלשהי. מנגד, כאשר חסמי הכניסה לענף הם גבוהים, גורסת המחלקה כי להתערבות רגולטורית יתרון בשיפור רווחת הצרכן⁸⁸. בשווקים בהם קיימים כשלי שוק, על הרגולטור לפעול להסרתם באופן מיידי או הדרגתי ומתוך הכרה שמעורבות הרגולטור צריכה להסתיים עם הגעת השוק לדרגה סבירה של פעילות ללא עיוותים.

1.2. מדדי החלטה להפעלת רגולציה⁸⁹

בעת קבלת החלטה על מעורבות רגולטורית, חייב הרגולטור לבחון את ההצדקה הכלכלית להטלת רגולציה על הענף, לפי שלושה קריטריונים עיקריים:

1.2.1. תועלת מהפעלת הרגולציה

התועלת הישירה אמורה לשפר את יעילות ההקצאה ואת יעילות הייצור בענף. התועלת העקיפה מחדדת את "מאזן האימה" כנגד גורמי ההיצע הפועלים כנגד רווחת הצרכן. תועלת נוספת אמורה לבוא לידי ביטוי בהגברת הוודאות בענף, בהגנה על לקוחות חלשים ובשיפור הצדק החלוקתי.

1.2.2. עלויות הפעלת הרגולציה

הפעלת רגולציה חדשה כרוכה בעלויות עקיפות לא מבטולות. מעבר לעלויות הישירות, קיים הסיכון של כשל רגולטורי שהשפעתו תהיה שלילית וכך יכול הנזק שייגרם לגבור על התועלת הצפויה. כשל רגולטורי עלול לחזק את כשלי השוק שאותם הוא רצה להסיר וכך עלול להיווצר מצב שהטלת רגולציה דווקא פוגעת, באופן אבסורדי, ברווחת הצרכן ויוצרת נזק למשק.

⁸⁶ Smith, C. W., "Market Discipline and Corporate Control", University of Rochester working paper.

⁸⁷ Stiglitz, Joseph, 1989, Wither Socialism? Cambridge and London: MIT Press

⁸⁸ "The Costs and Benefits of Regulation in a Market with Consumer Confusion", UK Financial Services Authority, Richard Johnson, April 2009. זמין בכתובת: www.fsa.gov.uk/pubs/occpapers/op33.pdf

⁸⁹ נכתב בעזרת הנאמר ב-OXERA, Ministry of Economic Affairs, "Cost and Benefits of Market Regulators".

1.2.3. סיכון המצדיק רגולציה

קיימים סיכונים שוק שיש בהם בכדי להצדיק התערבות ממשלתית. סיכונים אלה עלולים ליצור כשל שוק עתידי ויש הצדקה לטפל מראש בכשלים אלה על ידי רגולציה אפקטיבית. כדי לשקול באופן מאוזן את "כדאיות הרגולציה", צריכה להתקיים תשתית סבירה של מידע נרחב ושקוף של הנעשה בענף ושל הצפוי בו, מתוך תפיסה שהתערבות הרגולטור הינה "רע הכרחי" שיש ליישמו רק במצב בו הענף איננו מצליח לטפל בעצמו בסיכוני השוק. סיכונים עלולים לפגוע בלקוחות או בספקים בעת קריסת אחד השחקנים. שיקולי הרגולטור במקרים אלה מושתתים על האיתנות הפיננסית של הצדדים ועל סיכויי ההיפגעות הסביבתית במקרה של קריסת גורם כלשהו בשוק.

1.3. כשלי שוק ופרקטיקות להגבלת שוק

כשל שוק הוא מצב בו הקצאת המשאבים או אספקת המוצרים והשירותים בשוק אינה יעילה. כשל שוק יכול לנבוע כאשר יש לשחקנים מסוימים כוח שוק עודף או מיתרון מידע שיש לפרטים מסוימים (למשל בעלי אמצעים) על פני פרטים אחרים. במקרים רבים כשל שוק מביא לשימושים בפרקטיקות מגבילות שוק (ראה להלן). שווקים מונופוליסטים, מונופסוניסטיים וקרטליסטיים הם כשלי השוק הנפוצים ביותר. שווקים אלו הם שווקים ריכוזיים (בין אם באופן טבעי או מלאכותי) וסביר שימצאו פרקטיקות להגבלת שוק הננקטות על ידי השחקנים בענף ואשר מביאות למחיר גבוה לצרכנים (במצב מונופוליסטי) או נמוך מדי לספקים (במצב מונופסוניסטי) ביחס למחיר השוק, שהיה צריך להיות, אם וכאשר היינו מנטרלים את הכשל והפרקטיקות המגבילות הנובעות ממנו.

חלק מכשלי השוק ניתנים לזיהוי מיידי על פי התנהלות הענף וחלקם ניתנים לאבחון על פי אינדיקטורים לרמת התחרות. להלן דוגמאות לפרקטיקות להגבלת שוק הנפוצות בשווקים בהם יש שוררת ריכוזיות גבוהה:

התניית מכירה של "מוצר" ב"מוצר" (Bundling) מתרחשת כאשר מכירת שני מוצרים יחדיו זולה יותר מסכום העלויות באם נרכש כל אחד מהמוצרים בנפרד. מכירה מסוג זה מצביעה על כך שלשחקנים בענף כוח רב המאפשר להם להפעיל פרקטיקה זו ולהעניק לעצמם יתרונות על פני לקוחות אחרים. עסקאות חבילה (למשל בענף התיירות, המזון או המחשבים) הן דוגמא טובה לכך.

קשירה בעת מכירה (Tie-in Sale) הינה מצב בו הלקוח נאלץ לרכוש מוצר או שירות מסוים בעת (או בעקבות) רכישת מוצר כלשהו. לפרקטיקה זו שני אופנים מקבילים. הראשון הוא התחייבות חוזית בה מחייב היצרן או הספק את הלקוח לרכוש מוצר נוסף (אחד או יותר) בעת רכישת המוצר העיקרי. פרקטיקה שכזו באה לידי ביטוי, למשל, כאשר לקוח מחויב בשימוש בחלפים מסוימים ו/או בטיפול במוסכים מסוימים כחלק מהסכם האחרייות על רכבו. החובה להשתמש בראשי דיו של יצרן המדפסת הספציפית של הלקוח כחלק מהסכם האחרייות היא דוגמא נוספת לשיטה זו. צורות נוספות של Tie-in-Sale באות לידי ביטוי כאשר המוצר (או השירות) הנוסף כבר מותקן, קיים במוצר העיקרי ויש קושי או לא ניתן להסירו. דוגמא לכך יכולה להיות מערכת סטריאו או תוספות נוספות שכבר מותקנות ברכב ולא ניתן להזדכות עליהן, או למשל, חיוב לקוח לרכישת שירות מסוים (כמו קייטרינג) בעת הזדמנות שירות אחר (אולם אירועים).

"נעילה" על ידי יצרן (Vendor Lock-In), היא למעשה האופן השני של "קשירה בעת מכירה". קשירה מסוג שכזה הינה טכנולוגית ומתרחשת במקרה של רכישת מוצר (או שירות) המאלץ את הצרכן להמשיך ולהשתמש במוצר (או שירות) מסוים. במקרה שכזה, הצרכן ממשיך לרכוש שירות או מוצרים מספק מסוים על אף שאינו מחויב לכך מבחינה חוזית, אלא מפני שאין לו אפשרות אחרת מבחינה טכנולוגית. דוגמא למצב שכזה היא שימוש בשירותי מחשוב או תוכנה של ספק מסוים שאינו מאפשר העברה של החומרים או המידע. "נעילת" טלפונים סלולריים לספק מסוים או מגבלות פיזית המאלצות את הלקוח לרכוש רק ראשי דיו מסוימים, הן דוגמאות נוספות לפרקטיקה זו. במצב שכזה נכבלות ידיו של הצרכן מרכישת מוצרים מתחרים בשוק המשני והוא מנוע מלעבור לשימוש במוצרים אחרים בשוק המשני. לעיתים ניתן להשתמש במוצר או שירות משלים אחר אך הדבר כרוך בעלויות החלפה או התאמה גבוהות.

תיאום⁹⁰ או התאמה (Tacit Collusion) בין שחקנים מהווה סימן לקיומו של כשל שוק. התיאום נעשה בדרך כלל על מנת לשמר את מבנה הכוח בין שחקנים מסוימים בענף. תיאום יכול למנוע כניסה של מתחרים חדשים, להביא להעלאת מחירים ולהקטנת התחרותיות. תיאום יכול להיעשות באמצעים גלויים (למשל הסכם), המהווה פעולה לא חוקית. אך ישנו גם תיאום בשתיקה (Tacit Collusion), היינו, השחקנים בשוק בוחנים את פעולות המתחרים ומגיבים בהתאם (נקרא גם התאמה). תיאום בין שחקנים נעשה בדרכים של הגבלת תפוקה, חלוקה גיאוגרפית וכפיית תנאים מסחריים שונים בעסקאות דומות. הן תיאום והן התאמה מהווים סימנים מעידים (אינדיקטורים) לכשל שוק.

במצב של כשל שוק, על פי חלק מהגישות וביחוד בכלכלה חופשית, תפקיד הממשלה לפתור את הכשל על ידי גולציה שתאפשר לשוק לעבור למצב יעיל. כלכלות שוק שאינן חופשיות הן כלכלות בהן הממשלה מקצה את המשאבים בעצמה למשל על ידי קביעת מכסות ייצור.

המדינה יכולה להתמודד עם כשלי השוק על ידי התערבות בהגבלים עסקיים ורגולציית מגן, כלומר ליצור מנגנונים שיפתחו את השוק בשאיפה לשוק חופשי (כמה שפחות כוחות שוק עודפים וריכוזיים). המדינה גם יכולה להתערב בכשלי שוק על ידי שינויים במדיניות הפיסקאלית, למשל על ידי שינוי המיסוי בענף ועל ידי המדיניות המוניטארית, למשל בביצוע פעולות אשר ישפיעו על שערי החליפין (היוצרות שינוי במאזן הייבוא והייצוא).

1.4. אינדיקטורים לרמת התחרותיות

1.4.1. מדדים כמותיים כלליים

מספר אינדיקטורים מעידים על רמת התחרותיות. המדדים הכמותיים הנפוצים מבטאים בעיקר את ריכוזיות השוק, את רמת התמיכה הציבורית למוצרים או לשחקנים השונים בענף וכן מידת קיומם של תמריצים בענף מסוים. כך למשל, ארה"ב, האיחוד האירופאי ואנגליה בחנו לפני הפעלת מדיניות מסוימת את ההתנהגות הצפויה של השוק אילו לא היה מתבצעת פעילות מסוימת בענף, למשל מיזוג בין חברות.

⁹⁰ על פי החוק להגבלים עסקיים, "התיאום" בין שחקנים הוא אסור בעוד ש"התאמה" מותרת ואינה נכנסת תחת כנפיו של המושג "הסדר".

את המדדים הכמותיים ניתן לחלק ל-8 קבוצות עיקריות:

לוח 14: אינדיקטורים כמותיים לרמת תחרותיות לפי חלוקה לקבוצות

רווחיות	ריכוזיות
תשואה לנכס	מספר הפירמות בענף
תשואה על השקעות	שיעור הריכוזיות של ארבעת הפירמות הגדולות
תשואה על ההון העצמי	מדד HHI - הרפינדל הירשמן
תשואה על הכנסות	שיעור היבוא
תשואה על הון תפעולי	
ניידות	חסמי כניסה
יציבות חלוקת השוק	שיעור הון- עלות
דרגת יציבות	שיעור פירסום
	שיעור גידול הענף
יעילות	מחיר
ממוצע התפוקה של סך גורמי היצור	שוויון כח קנייה - PPP (Purchasing Power Parity)
חדשנות	איכות התוצר
שיעור המוצרים החדשים	מספר המוצרים והשירותים

1.4.2. מדדי ריכוזיות

המדדים הכמותיים הנפוצים ביותר בקרב הרגולטורים העוסקים בהגברת תחרותיות הם מדדי הריכוזיות. מדדים אלו משקפים את העיקרון לפיו בענף מסוים, על מנת להגיע למחיר יעיל, צריך שיתקיים שוק המתחלק באופן אופטימאלי בין השחקנים השונים הפועלים בו. ריכוזיות גבוהה בענף עלולה לפגוע בתחרות ולגרום לצרכן לשלם מחיר גבוה מהמחיר היעיל. יחד עם זאת, שוק מפוזר מידי איננו בהכרח שוק יעיל. חסרונם של שחקנים בעלי גודל מינימאלי עלול לפגוע ביעילות הכלכלית של הפירמות, עקב אי ניצול של יתרונות לגודל ולמגוון, ולגרום למחיר המוצר להיות גם כן גבוה מדי. על כן יש להבחין בין ריכוזיות ענפית נמוכה לבין יעילות הפירמות.

נציג להלן שני מדדים מקובלים ונפוצים לבדיקת ריכוזיות בניתוח שווקים:

1. מדד ריכוזיות (Concentration Ratio)

מדד הריכוזיות מצביע על הכוח היחסי של הפירמות בתעשייה. דרך מקובלת היא לבחון את כוחם היחסי בשוק של ארבעת הפירמות הגדולות במדד ה- CR_4 ⁹¹. חישוב זה הינו פשוט יחסית והוא סוכם את נתח השוק של 4 החברות הגדולות. CR_4 גדול מ-40% מייצג, על פי המוסכמה, שוק ריכוזי. ברוב השווקים, כאשר 4 החברות הגדולות מחזיקות יחדיו 40% או יותר מהשוק ניתן לזהות התחלה או התנהגות אוליגופוליסטית למעשה⁹².

2. מדד הרפינדל-הירשמן⁹³ (Herfindahl-Hirschman Index) או HHI

מדד הרפינדל-הירשמן (Herfindahl-Hirschman Index) או HHI הינו מדד אשר בוחן את גודל הפירמות ביחס לענף בו הן פועלות, תוך מתן אינדיקציה לרמת התחרות בו. המדד נע בין 0 ל-1 וככל שתוצאת המדד גבוהה יותר, כך רמת התחרות בענף הנמדד נמוכה יותר וניתן לומר כי רמת

⁹¹ Concentration Ratio, i- מייצג את מספר הפירמות.

⁹² U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission

⁹³ .New Merger Guidelines and the Herfindahl-Hirschman Index, Stephen Calkins

הריכוזיות בו גבוהה יותר. מדד ה-HHI הינו מדד מקובל בעולם הכלכלי, ופעמים רבות נעשה בו שימוש בדיונים העוסקים בהגבלים עסקיים. המדד מחושב על ידי חיבור ריבוע של נתחי השוק של 50 השחקנים הגדולים בענף. עלייה בערך המדד (למשל בין שנה לשנה) מצביעה על עלייה בכוח השוק של השחקנים הגדולים בענף.

על פי הגדרות משרד המשפטים בארה"ב⁹⁴:

ערך מדד HHI של עד 0.1 (או $1,000^{95}$) מצביע על ענף בעל תחרותיות גבוהה.

ערך מדד HHI בין 0.1 ל-0.18 (או בין 1,000 ל-1,800) מצביע על ענף בעל ריכוזיות מתונה.

ערך מדד HHI הגבוה מ-0.18 (או 1,800) מצביע על ענף עם ריכוזיות גבוהה.

בעת שימוש במדד יש להגדיר היטב את השוק אותו מודדים תוך בדיקה שהחברות המתחרות אכן תחליפיות אחת לשנייה, הן ברמת המוצר והן ברמת הנגישות למוצר.

כפי שנראה בהמשך, בנוגע לשוק הישראלי ובכלל – גם במידה וה-HHI מצביע על כך שיש (כביכול) תחרותיות גבוהה בענף מסוים, אין זה אומר שהענף או השוק הנמדד אינם ריכוזיים וכי באמת מתקיימת בהם תחרות. טרם יצוינו הסיבות לכך, יש לזכור כי באופן עקרוני יש להשתמש, ככול הניתן, ביותר משיטת מדידה אחת על מנת לאמוד ולתקף את המסקנה נאמנה (בהשאלה, עקרון זה דומה לבדיקות רפואיות אשר אינן מסיקות דבר מה רק באמצעות מדד כזה או אחר). אם כך, יש לציין, כי ה-HHI מהווה בעיקר סמן לריכוזיות וזאת מכיוון שאינו נובע מתאוריה כלכלית או ראיות סטטיסטיות, ולעיתים הוא המדד הזמין היחיד שבו ניתן להשתמש.

1.4.3. ניתוח איכותני של רמת תחרותיות

ניתוח איכותני של רמת התחרותיות מתבצע בדרך כלל על חסמי הכניסה או לפי מידת האיום לכניסת מתחרים חדשים. כלל ידוע הוא שכניסת מתחרים חדשים מביאה לענף תפוקות נוספות, משאבים נוספים ואת הרצון לזכות בנתח שוק על חשבון האחר (תחרות). על פי רוב, ככל שהאיום של כניסת מתחרים גדול יותר, כך התחרותיות בענף תהיה גדולה יותר. אם בענף מסוים חסמי כניסה גבוהים ותגובת השחקנים הקיימים בענף תהיה חדה וקשה, ברור כי בענף לא יהיה איום רציני של כניסת מתחרים חדשים, ומכאן שלחסמי הכניסה הגבוהים יש השפעה שלילית על התחרותיות בענף.

ניתן לנתח באופן איכותני את רמת התחרותיות בענף מסוים גם על פי מתודולוגיה סדורה של ניתוח מבנה ענפי. אחת המתודולוגיות המפורסמות לבחינת מבנה ענפי ולרמת התחרותיות בו הינה "האסטרטגיה התחרותית" של פרופ' מייקל פורטר. מתודולוגיה זו מתארת חמישה כוחות הקבועים מהי רמת התחרותיות בכל ענף⁹⁶. חמשת הכוחות המשפיעים על התחרותיות על פי פורטר הם: (1) איום של כניסת מתחרים חדשים; (2) כוח מיקוח של ספקים; (3) כוח מיקוח של לקוחות; (4) איום של מוצרים תחליפיים; (5) יריבות בין מתחרים קיימים בענף.

⁹⁴ www.justice.gov/atr/public/testimony/hhi.htm

⁹⁵ מקורות מסוימים וכמו כן גם משרד המשפטים בארה"ב נוהגים לכפול את תוצאות המדד (הנעות בין 1-10,000) מטעמי נוחות.

⁹⁶ How competitive forces shape strategy, Michael E. Porter, Harvard Business Review, March-April 1979, p. 137

להלן הסבר תמציתי על כל אחד מהכוחות:

1. **חסמי תחרות:** מספר גורמים עיקריים מגבילים את כניסתם של מתחרים לענף ומהווים בכך חסמי תחרות: יתרון לגודל, דרישות הון גדולות, יתרון בעלויות ללא תלות בגודל, גישה לערוצי הפצה ומדיניות ממשלתית. בנוסף על אלה, קיימים חסמים אחרים המקשים על שחקן חדש מלהיכנס לשוק. לשחקנים הוותיקים יתרון צבור בעיקר בתחומים הבאים: צבר מזומנים גדול, יכולת גיוס הון ולקוחות, השפעה ומוניטין בקרב לקוחות, מפיצים וספקי משנה. כתוצאה מכך, הם יכולים לנקוט באסטרטגיה של הורדת מחירים על מנת לחסום מתחרים או לגונן על נתח שוק. מובן ששחקנים חדשים לא ייטו להיכנס לענף בעל קצב צמיחה איטי.
2. **כוח מיקוח של ספקים:** ספקים יכולים למצות את כוח המיקוח שלהם על ידי העלאת מחירים או על ידי הורדת איכות המוצרים או השירותים אותם הם מספקים. בין הגורמים אשר משפיעים על כוח המיקוח של ספק, ניתן למנות את נתח השוק שלו, את ייחודיות המוצרים שלו ואת יכולתו להתאים מוצרים למפרטים ספציפיים.
3. **כוח המיקוח של לקוחות:** לקוח חזק יכול לגרום להורדת מחירים, לדרוש איכות מוצר גבוהה יותר או לכפות רמת שירות גבוהה מהמקובל אם ברשותו יתרון מיקוח בהשוואה ללקוחות אחרים בענף. כמו כן, לקוחות נהנים מכוח מיקוח משמעותי כאשר יש מספר רב של שחקנים המהווים אלטרנטיבה בעבור הלקוחות. הגורמים המשפיעים על כוח המיקוח של הלקוחות הם בין היתר: מספר הלקוחות, היקפי הרכישות, ייחודיות המוצרים, הרווח של הלקוחות מהמוצר ורגישות הלקוח למחיר.
4. **מידת התחליפיות וקיומם של מוצרים תחליפיים:** קיומם של מוצרים תחליפיים מגביר את התחרות. ככל שרמת התחליפיות גבוהה ביחס ל"מוצר מכהן" (או "מותג מכהן"), כך גובר איומם של המוצרים התחליפיים וגדלה התועלת לצרכן. מאידך, שונות גבוהה בין המוצרים יכולה להוות חסם תחרות מהותי. שונות כזו יכולה לנבוע לא רק ממאפיינים פיזיים ואיכותיים של המוצרים, אלא גם מתפיסה סובייקטיבית שונה של הלקוחות את המוצר. שונות מוצרים מגבירה את תופעת ה"נאמנות לקוח" ויוצרת בכך חסמי מעבר, בדמות "עלויות מעבר" גבוהות, למוצרים מתחרים, ובכך נפגעת התחרותיות בענף.
5. **יריבות בין מתחרים:** יריבות בין מתחרים מתבטאת בטקטיקה של תחרות מחירים, חשיפת מוצרים חדשים ושימוש נרחב בפרסום. רמת היריבות והתחרותיות מושפעת, בין היתר מהגורמים הבאים: מספר המתחרים, כוחם וגודלם היחסי של המתחרים השונים, קצב הגידול בענף, שוני בין המוצרים, עלויות המעבר בין המוצרים, מבנה העלויות, עלויות יציאה וכניסה וכן אסטרטגיית התחרות של השחקנים האחרים בענף.



2. הריכוזיות בענף הרכב

2.1 כללי

מאז שנות ה-60 של המאה הקודמת אין בישראל ייצור תעשייתי של כלי רכב פרטים. גודלו הצנוע של השוק המקומי בישראל, ריחוקו הגיאוגרפי מהשווקים המרכזיים באירופה ובארה"ב ואי קיומה של תעשייה כבדה מקומית הם הגורמים המרכזיים לכך. היצע המכוניות בישראל מבוסס רובו ככולו על ייבוא מארה"ב, אירופה והמזרח הרחוק (לרבות יפן וקוריאה).

השפעת הריכוזיות על התחרות יכולה להשפיע על עודף היצרן ועל עודף הצרכן. **עודף היצרן** הינו הפער שבין הפדיון הכולל של היצרן ממכירת כמות נתונה ממוצר או משירות כלשהו, לבין הפדיון המזערי שהיה מבטיח את נכונותו לייצר אותה כמות. בעוד **שעודף הצרכן** נמדד כפער בין מחיר השווי הכלכלי עבור הצרכן והמחיר שנאלץ לשלם בתנאי השוק. במהלך הניתוח ננסה לדון בשני מרכיבים אלא ולבחון האם עודפי היצרן והצרכן בשוק משקפים את גודלם האופטימאלי או שיש כשל שוק אשר מגדיל עודף קבוצה אחת על חשבון השנייה.

אף על פי שקיימים אינדיקטורים המעידים על יכולתם של היבואנים למכור במחירים נמוכים יותר, **הצרכן הפרטי משלם את מחיר המחירון המלא אשר גבוה משמעותית מהמחירים שנהנים הממשלה, ציי רכב וחברות הליסינג**. לכן, עודף הצרכן נמוך בצורה משמעותית מהעודף שהיה נקבע בשוק תחרותי, כלומר בטווח המחירים של חברות הליסינג ושל ציי כלי רכב.

כך, נוצר "לחץ" מצד ציי הרכב וחברות הליסינג, לשמור על מחירי מחירון גבוהים במטרה להשפיע על ערכי הגרט של מלאי כלי הרכב עבורם. מנגד, בנוגע לרכב צמוד, היתה בעבר חשיבות להישאר בגבולות קבוצת המחיר הרלבנטית, מכיוון שהעלאת המחירון אפילו בשקל מעל גבול הקבוצה הייתה מביאה, בשיטת הקבוצות, לקפיצה גבוהה במיסוי הרכב בידי המשתמש.

2.2 שרשרת הערך האנכית בייבוא רכב

שרשרת הערך האנכית מונה את גורמים הבאים: היצרנים, היבואנים, סוכנים, סוכני משנה והצרכנים הסופים. כל גורם בשרשרת ערך זו נמדד על פי היכולת שלו לנוע על ציר שרשרת הערך האופקית ולמקסם בכך את הרווחה שלו. ליבואנים, יש עדיפות בתנועה על הציר האופקי על פני שאר הגורמים בזכות הסכמי הבלעדיות שלהם עם היצרנים. מחירי הרכב בישראל במונחי FOB⁹⁷ הם ככל הנראה מהנמוכים בעולם, בעוד שמחיריהם ברמת CIF⁹⁸, הם במקום השני בעולם. המעבר למחירי רכב סופיים גבוהים מעלה גם את הרווחיות של כלל הגורמים בשרשרת הערך האנכית של הענף.

יבואני הרכב בישראל עוסקים בייבוא, הפצה ומכירה של כלי רכב, חלקי חילוף ואביזרים נלווים, על פי הסכמי זיכיון בלעדיים. כמו כן, היבואנים מפעילים מוסכים מרכזיים לשם מתן שירותי אחזקה ותיקונים ללקוחותיהם, ובנוסף מעניקים גם שירותי תמיכה והדרכה לרשת הסוכנים העצמאיים והמוסכים המורשים של דגמיהם ברחבי הארץ.

⁹⁷ המחיר אותו משלם היבואן ליצרן הרכב בפועל על הסחורה וההובלה לספינת המשלוח בנמל המקור.
⁹⁸ Cost, Insurance and Freight – מחיר של סחורה שסופקה בגבול המדינה המייבאת, כולל דמי ביטוח והובלה שנדרשו עד לנקודה זו. ההבדל בין המחירים הוא עלויות ההובלה, הביטוח והפריקה.

היבואנים הישירים משווקים כיום ישירות באמצעות ערוצי הפצה עצמאיים בשלושה אפיקים: באמצעות אולמי תצוגה שבבעלות היבואן, אולמות תצוגה בבעלות סוכן או באמצעות מוסכים מורשים הנמצאים בהתקשרות בלעדית עם היבואן.

היבואנים מתקשרים עם מספר מסוים הנע, על פי הערכה, בין 6 ל-15 סוכנים עצמאיים המחזיקים ומפעילים אולמות תצוגה. על פי פרסומי החברות, ההסכמים כאמור לא מקנים לסוכנים בלעדיות כסוכנים מורשים של היבואנים, אלו רשאים להתקשר בהסכם דומה עם גורמים נוספים, ולהעניק להם זכויות דומות או רחבות יותר מאלו הניתנות לסוכן מסוים. עם זאת, עולה כי באזור שגבולותיו נקבעו לא מקיימים היבואנים סוכנויות נוספות, אך הסוכן רשאי לפעול בעצמו באזור זה. תוקף ההסכמים עם הסוכנים הינו לשנה מיום חתימתם והם מוארכים באופן אוטומטי בכל פעם לתקופה של שנה אחת נוספת. תשלומי היבואנים לסוכנים נעשים בדרך של עמלות, הנקבעות על ידי היבואן וזאת רק לאחר שקיבל את מלוא התשלום בעבור מכירת כלי הרכב. להערכתנו עמלה זו משקפת סכום של 1,000-1,500 שקלים לרכב, בהתאם למותג.

נדגיש כי מרבית הוצאות השיווק חלות על היבואנים, שכן הם משווקים את כלי הרכב בעזרת פרסומים ארציים. בנוסף, היבואנים יוזמים מבצעי קידום מכירות מיוחדים, הכוללים הנחות, תנאי אשראי מיוחדים, אבזור ותנאי אספקה נוחים.

מניתוח החברות המדווחות לבורסה עולה כי יחס ימי האשראי אל מול הספקים (שהם היצרנים) הינו כפול מיחס ימי האשראי אל מול הלקוחות. נתון זה יכול להצביע במידת מה על כוחם של היבואנים כמתווכים הפועלים בין היצרנים ללקוחות.

לוח 15: טבלת ימי אשראי יבואנים מדווחים

(באלפי שקלים וימים)

חברה	אשראי	2010		2009	
		היקף	ימים	היקף	ימים
דלק מוטורס	לקוחות	1,250,000	22.4	900,000	17.8
	ספקים	1,085,000	50.9	700,000	161.6
יפאנאוטו	לקוחות	41,652	22.4	33,914	17.8
	ספקים	48,140	50.9	127,434	161.6
קמור	לקוחות	120,256	92	112,026	74
	ספקים	111,016	110	77,111	100

את לקוחות היבואנים ניתן לחלק לשני סוגים: 1. הלקוחות המוסדיים. 2. לקוחות פרטיים. שני סוגי הלקוחות שונים זה מזה בגודלם, אינם שווים בתחכומם ובכוח המיקוח שלהם. בנוסף, צורת קבלת ההחלטות של שני סוגי הלקוחות כקולקטיב היא שונה במהות. לכן, הלקוח הפרטי הוא לא שחקן שווה מול

היבואן, שכן הוא רוכש בנפח לא מהותי ועלות ההחלפה הנובעת מטעמים של כל פרט הינה גבוהה מאוד. מנגד, כוח המיקוח של מקבל ההחלטות המוסדי אל מול יבואן הרכב הוא גדול.

סך מסירות כלי הרכב ללקוח המוסדי היוו כ-51% מסך כל המסירות בשנת 2010, זאת כאשר כ-34% נמסרו לחברות הליסינג וההשכרה וכ-17% נמסרו לחברות בעלות ציי כלי רכב. המשמעות העיקרית הינה שמקבל ההחלטות בציי הרכב ובחברות הליסינג, בניגוד לאדם הפרטי, הינו על תקן "עושה שוק". כלומר, להחלטות שלו יש השלכות משמעותיות על הביקושים לרכב חדש, המשפיעות על ההיצע בשוק הרכב המשומש ובכך הוא מהווה למעשה שחקן חשוב בקביעת המחיר בשני צדי השוק.

ממחקר על מצב ענף הרכב של גבי קרן הראל-הררי⁹⁹ ממכון ירושלים לחקר שווקים, עולה כי על כל רכב מסוג מאזדה 2 שהמדינה רוכשת היא זוכה להנחה של 9%, בעבור יונדאי i20 ניתנת למדינה הנחה של 20% ועל קיה זוכה המדינה להנחה של 31% ממחיר המחירון של היבואן. על פי החטיבה לתכנון וכלכלה של רשות המסים, ציי הרכב וחברות הליסינג רכשו במהלך שנת 2010 כלי רכב בהנחות גדולות של עד 30%¹⁰⁰. האפשרות של יבואני הרכב לתת הנחות אלה מוסברת, לפחות חלקית, בכך שהיבואנים יכולים להשיג מחירי FOB טובים כמוסבר מעלה. שני סוגי הצרכנים, המוסדיים והפרטיים, שונים זה מזה בגודלם ובכוח המיקוח שלהם. ללקוח הפרטי אין כוח מיקוח מול היבואן בעוד כוח המיקוח של הצרכן המוסדי מול היבואן הוא גדול ולעתים משמעותי ביותר.

לוח 16: רכישות רכב משפחתי על ידי חברות הליסינג¹⁰¹

2007	2008	2009	2010	1-6/2011	
124,981	124,442	125,164	125,257	67,525	רכישות רכב משפחתי
65,717	65,794	59,525	51,731	28,389	על ידי חברות הליסינג
52.6%	52.9%	47.6%	41.3%	42.0%	שיעור רכישה על ידי חברות הליסינג

נתונים נוספים אודות היבואנים וחברות הליסינג ידונו בפרק ניתוח הדו"חות הכספיים שלהם (סעיף 3 בפרק זה).

2.3. ייבוא חלפים לישראל ושיווקם

בשוק החלפים לרכב בישראל, יבואני הרכב הינם שחקן ראשי. היבואנים מייבאים ומשווקים חלפים לרכב למותגים שלהם וחלקם אף מייבאים ומשווקים למותגי רכב נוספים. שחקן נוסף, הן חברות הביטוח שהחלו בשנים האחרונות להיות גורם משמעותי בשוק החלפים בישראל. חברות הביטוח החלו לבצע במישרין או בעקיפין, רכישות של חלפים מיבואנים ומשווקים, וזאת במקום המוסכים שעשו זאת עד אז. השחקן

⁹⁹ ידיעות אחרונות, עציון, "נוהגים לשלם". הוזכר בעבודת מחקר "ענף הרכב והדלק" מאת קרן הראל-הררי, מכון ירושלים לחקר שווקים, אוגוסט 2011. jimsisrael.org/pdf/PPcars.pdf.

¹⁰⁰ רשות המסים בישראל, מיסוי ונתונים נבחרים שנת 2010.

¹⁰¹ איגוד יבואני הרכב, למ"ס, רשות המיסים ודוחות כספיים של חברות הליסינג ודו"ח שהוגש על ידן לוועדה (הוכן ע"י מ. פרלמן).

השלישי בענף זה הינם חברות הליסינג והשכרת הרכב שהפכו אף הן לגורם משמעותי בשוק וזאת בעקבות מגמת הגידול וההתחזקות שלהן. חברות אלה רוכשות את החלפים בעצמן או בעקיפין¹⁰².

2.3.1. יצרני חלפים בעולם

כאמור מרבית חלקי החילוף אינם מיוצרים בישראל. ניתן לזהות בשרשרת הערך את השפעותיהן של 3 קבוצות עיקריות.

הראשונה היא קבוצת **יצרני הרכב**, אשר מייצרים, בין היתר, חלפים. השנייה היא קבוצת **יצרני חלפים מקוריים ותחליפיים** המייצרים ישירות עבור חברות הרכב, וכן משווקים את החלפים באופן עצמאי ללא הלוגו של היצרן הרכב או יבואן הרכב. הקבוצה השלישית היא קבוצת **יצרני חלפים לא מקוריים** המייצרים העתקים של חלפים ברמות איכות שונות וללא תלות ביצרן הרכב. שלוש קבוצות היצרנים לעיל מוכרים את תוצרתם לסיטונאים מדרגה ראשונה.

2.3.2. סיטונאי חלפים

יצרני החלפים מוכרים לסיטונאים מדרגה ראשונה. בישראל אלו הם יבואני הרכב הבלעדיים. מיעוט יצרני החלפים המקומי, אשר אינם מייצרים חלפים מקוריים, מוכרים את תוצרתם הן ליבואנים והן ישירות לקמעונאים.

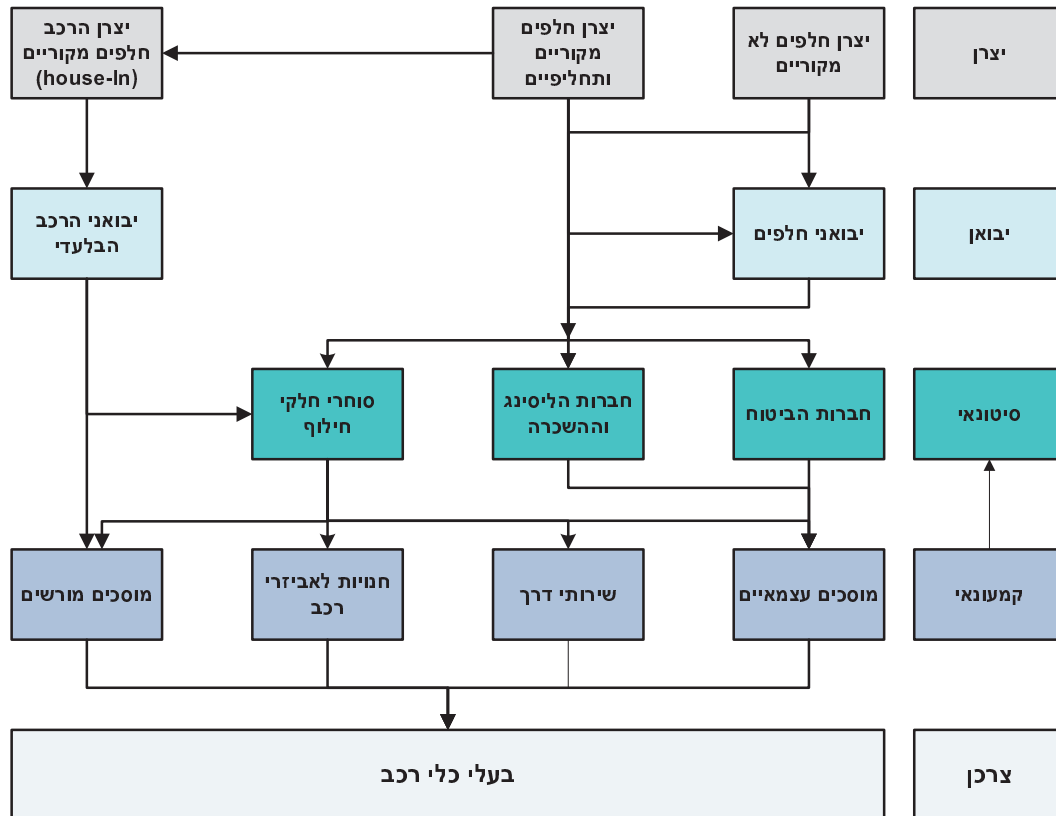
יבואני הרכב משווקים את החלפים המקוריים לסוחרי חלקי חילוף אזוריים ומוסכים מורשים שתחתם. יבואני/סיטונאי החלפים (התחליפיים והלא מקוריים) משווקים את החלפים לסוחרי חלקי החילוף האזוריים גם כן.

סוחרי חלקי החילוף האזוריים מפיצים את חלקי החילוף אל המוסכים, חנויות אביזרי רכב ולתחנות דלק ושירותי דרך. כל אלה, יחד עם המוסכים המורשים של היבואנים הבלעדיים, מפיצים את החלפים לחוליה האחרונה בשרשרת – בעלי כלי הרכב.

כיום, חברות הביטוח וההשכרה תופסות חלק פעיל בשוק החלפים שכן הן מחליטות בעצמן היכן לרכוש את החלפים (מקוריים או לא) או שהן מורות למוסכים היכן לרכוש את החלפים.

¹⁰² מתוך: "דו"חות כספיים לשנת 2010", פינרוס החזקות בע"מ.

תרשים 18: מבנה שוק החלפים בישראל



2.4. השפעות המס על מחיר הרכב

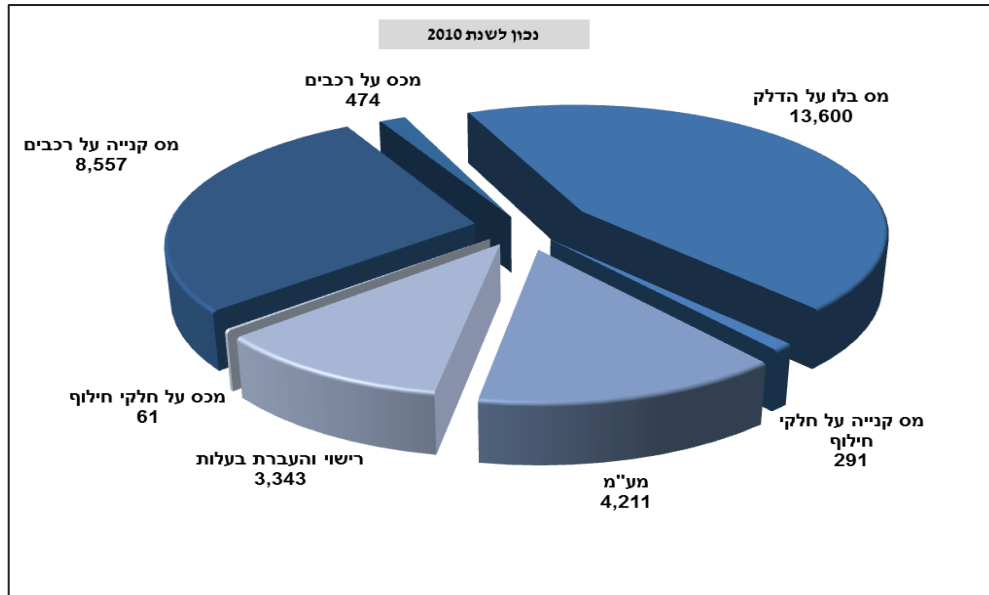
הכנסות המדינה ממיסוי עקיף על ענף הרכב (הכולל: מס קנייה, מכס, בלו דלק, אגרות רכב ונהיגה ומע"מ על מרכיב המס) הסתכמו בשנת 2010 בכ-30.5 מיליארדי שקלים¹⁰³ ובשנת 2009 בכ-27.9 מיליארדי שקלים. סכום זה היווה כ-3.6% מהתמ"ג בשנת 2009¹⁰⁴.

המיסים העיקריים בענף זה הינם מס קנייה ומכס על רכישת כלי רכב וחלקים; אגרות רכב; ובלו על דלק. מתוך מיסים אלו, מס קנייה ומכס על רכישת כלי רכב ואגרות רכב הינם מיסים המוטלים על עלויות קבועות, לעומת בלו על דלק ומס קנייה ומכס על חלקי חילוף המוטלים על עלויות משתנות. יש לציין כי העלויות הקבועות רגישות יותר לתנודות של מחזורי העסקים.

¹⁰³ רשות המסים.

¹⁰⁴ מינהל הכנסות המדינה, דו"ח שנתי ל-2009-2010, פרק י"ד. זמין בכתובת: ozar.mof.gov.il/hachnasot/doch09-10/doch09-10.htm.

תרשים 19: גביית מסים בענף הרכב (במיליוני שקלים)



מקור: רשות המיסים

נטל המיסוי העקיף בישראל ככלל גבוה בהשוואה למדינות ה-OECD וזאת משתי סיבות עיקריות: הראשונה היא כי שיעור המע"מ בישראל אחיד ובסיסו רחב ביותר. הסיבה השנייה היא כי בנוסף למע"מ מוטלים גם מיסי קנייה על מוצרים בני קיימא. לכן, ענף הרכב ממוסה במיסים עקיפים בשיעורים גבוהים במיוחד בהשוואה למרבית מדינות ה-OECD.

כיום, המס העיקרי המוטל על כלי רכב בישראל הנו הינו מס הקנייה, המוטל על רכב פרטי, רכב מסחרי, אופנועים וקטנועים. משאיות ואוטובוסים שמשקלם מעל 4.5 טון פטורים ממס זה. כמו כן, רכב המיובא מארצות שלמדינת ישראל אין הסכם סחר איתן חייב במס של 7%. המס על חלפים לכלי רכב בשנת 2009 עמד על 2% עד 12%. ההכנסות ממס קנייה על כלי רכב חדשים הסתכמו בשנת 2009 לכ-7.3 מיליארדי שקלים, ירידה ראלית של כ-8.1% לעומת 2008.

בשנים האחרונות היינו עדים לתופעה של "התכנסות" מחירי הרכב לגבול העליון של קבוצות המחיר. כך למשל, בשנת 2009 קרוב ל-40% מכלל כלי הרכב החדשים נמכרו במחיר מחירון הנושק לגבול העליון של קבוצה 2. 9% נוספים נמכרו "סמוך" לגבול העליון של קבוצה 4 (ראה הרחבה בדיון על ההתאמה האוליגופוליסטית).

כאמור, החל משנת המס 2010, ברכב צמוד שונתה שיטת חישוב שווי השימוש לשיטה הליניארית, כך שסכום הזקיפה מחושב כשיעור ממחיר המחירון של הרכב בהיותו חדש בנוגע לכלי רכב שנרשמו לראשונה מיום 1.1.2010 ואילך (שווי השימוש נגזר ממחיר הרכב החדש ולא משווי האמיתי).

המעבר לשיטה הליניארית גרם ל"שחרור" הלחץ להישאר בתוך גבולות הקבוצה, מחד, והכניס את מחיר המחירון של הרכב לצרכן אל תוך בסיס המס, מאידך. למעבר צפויות להיות כמה השפעות חיוביות על שוק הרכב: שחרור מהתערבות הרגולטור בתמחור של כלי הרכב באמצעות קביעת קבוצות המחיר – גם במחיר

של התייקרות מסוימת במחירי הדגמים שנמכרו "על גבול" הקבוצה. השווי הכלכלי של ההטבה נמדד על פי עלות אחזקת רכב הזהה לרכב הצמוד, בבעלות פרטית ובהתחשב בנסיעות הפרטיות בלבד. כמו כן, הממשלה מגדילה בכך את סך הכנסותיה ממיסוי וחברות הליסינג מגדילות את רווחיהן השנתיים. ניתן לראות כי יש אינטרס לשתיהן לשמור על מחיר מחירון גבוה. בנוסף, ההעלאה מלאכותית של מחירי הרכב גורמת לצרכן לשלם דמי ביטוח גבוהים הנגזרים ממחיר הרכב.

2.5. בעלויות צולבות בענף הרכב

המשק הישראלי קטן בגודלו ומכך קיים הפוטנציאל לקיומן של בעלויות צולבות ואלכסוניות גם בענף הרכב. חסמי כניסה לתחום ייבוא הרכב הינם בעיקר הסכמים עם היצרנים והצורך בהשקעות ראשוניות גבוהות. כמו כן, שוק הליסינג בישראל ממונף מאוד ויש לכך השלכות על יציבותו ועל איתנותם של המממנים אותו. גם הריכוזיות בענף האשראי הבנקאי והאחר בישראל משליכה על חסמי הכניסה לתחום ייבוא הרכב.

תרשים בעלויות צולבות מצביע כי השחקנים בענף הרכב פועלים במספר רב של שווקים במקביל. הדבר יוצר סבסוד צולב מחד, שכן קיומו של מגזר פעילות אחד, רווחי יותר ותחרותי פחות, מאפשר הורדת מחירים בשוק אחר על מנת לשמור על רמות תחרותיות. בהינתן הבעלויות הצולבות, יש לשקול ולבחון את אפשרות כי השוק לא נמצא בנקודת השינוי המשקל התחרותי.

שוק הליסינג ושוק מכירת כלי הרכב הינם שווקים תחליפיים. חברות הליסינג מציעות לצרכן אפשרויות מימון לרכישת רכב חדש במידה (ליסינג מימוני) או בספיגת העלויות הקבועות תוך קבלת פיצוי על העלויות המשתנות (ליסינג תפעולי).

העדפת הצרכן בין שני המוצרים התחליפיים תיעשה תמיד על פי התועלות האישיות שלו. במצב של תחרות, תועלות הצרכן מכל אפשרות תהינה שונה ועל כן יוכל לקבל החלטה מושכלת, בהתאם להעדפותיו האישיות. כאשר בפני הצרכן עומדות שתי אפשרויות – קניית רכב מיבואן או השכרה בשיטת הליסינג – יש באפשרות השחקנים בצד ההיצע להביא את הצרכן למצב של "אדישות" בין שתי החלופות על ידי התאמת מחיר, תנאים וכיו"ב. אדישות שכזו למעשה מבטלת את אלמנט התחרותיות בין שתי המוצרים התחליפיים.

בחברה עסקית גדולה, אשר פעילותה כוללת ליסינג תפעולי, השכרת כלי רכב וביטוח (לרבות ביטוח כלי רכב חובה וכלי רכב רכוש), קיימת סינרגיה חזקה בין תחומי פעילות אלו המעניקה לה יתרונות תחרותיים גדולים. יתרונות הסינרגיה באים לידי ביטוי בפגיעה בתחרות ובהעדפת צרכנים מסוימים על פני אחרים, ביצירת אפליית מחירים ובסבסוד צולב. קבוצה עסקית מסוג שכזה צוברת כוח קנייה גדול אל מול ספקיה השונים בכלל ובעיקר אל מול יבואני הרכב. כך היא זוכה למחירים ותנאי תשלום עדיפים. מאידך, בכוחה של חברה כזו להעניק הטבות ללקוחותיה השונים באופן מפלה ועל פי שיקולים היוצרים קשר בין הפעילויות השונות של הקבוצה.

לוח 17: בעלויות צולבות של יבואני הרכב

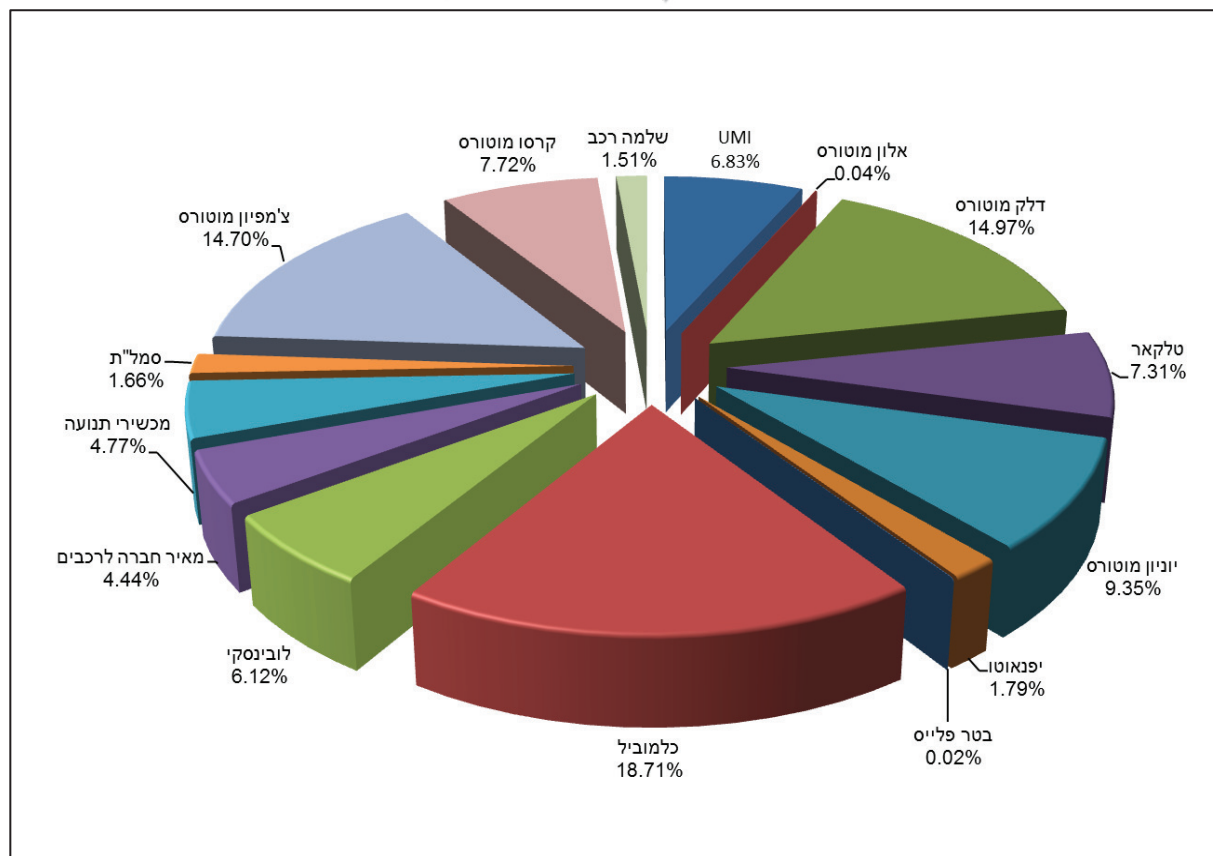
כלל מוטורס IDB	BETTER PLACE	ש.י.ר שלמה	קרוס מוטורס	קלמוביל	צ'מפיון מוטורס	סמל"ת	מכשיר תנועה	מאיר	יפנאוטו	יוניון מוטורס	יוניברסל	טלקאר	דלק מוטורס	דוד לובינסקי	קבוצת הרכב	
	רנו (חשמלי)	אופל	רנו, ניסן, אינפיניטי	מרצדס, מיצובישי, יונדאי	פולקסוואגן, אודי, סיאט, סקודה	פיאט, לנצ'יה, אלפא-רומיאו	קרייזלר, ג'יפ, דודג', פורשה	וולוו, הונדה, יגואר	סובארו	טויוטה, לקסוס	שבולט, קדילק, ביואיק, איסוזו, פרארי, מראטי	דייהטסו, קיה, סאנגיאנג	מאזדה, פורד, לינקולן, ב.מ.וו, מיני-קופר	פיג'ו, אצ'ט, פולאריס	חברת המזרח, AVIS	קבוצת בנות וקשרות
			מטרו (ימאהה), קוואסקי, סאן-יאנג			GAS-GAS							ב.מ.וו, הוסקווארטה		דו גלגלי/ טרקטורונים	
			ניסן	מרצדס	פולקסוואגן		דודג', AVIA	רנו, וולוו		הינו	איסוזו			פריים ליס	משאיות	
		SIXT	פאסיפיק				ח.י.ל	הרץ							ליסינג	
							ברייג'סטון	משליך					דנלופ		צמיגים	
BYD				Geely			Changan				גרייט-וול			SAIC-MG	תוצר סיני	
							תעשיות רכב ישראל	אוטובוסים								מוצרים משלימים
נחוי דנקנר	עידן עופר	שלמה שמלצר	משפחת קרוס	משפחת חרל"פ	חברת האחזקות אלייך	מיכאל לוי	צבינטע	שחר/קז	גד זאבי	גורג' חורש	משפחת עיני	רמי אונגר	גיל אגמון	משפחת מנור, קבוצת IDB	בעלי הון	



2.6. מדידת הריכוזיות בקרב יבואני הרכב

לצורך מדידת הריכוזיות בענף ניתחנו את הכנסות היבואנים ממכירת כלי רכב על פי מודל סימולציה בהתחשב מחירי הדגמים שנמכרו בשנת 2011. נתחי השוק של היבואנים השונים במודל חושבו גם על פי חברות הבת שלהם.

תרשים 20: נתחי שוק של יבואני הרכב על פי הכנסות



מקור נתונים: משרד התחבורה, נתוני מסירות רכב ב-2011 (נכון לנובמבר 2011), עיבוד על ידי הצלבת דגמים ומחירונים

מן התרשים דלעיל ניתן לראות שיש דמיון רב בין ההתפלגות הכמותית של מסירות הרכב (כמוצג בתרשים שבסעיף 1.5.1, פרק 2) לבין נתחי השוק במונחי המחזור (בהתחשב במרווח הסטייה של המודל התחשיבי הנערך לצורך הדו"ח). לפיכך, מדידת הריכוזיות על פי נתחי כמות המסירות, כפי שתעשה בהמשך בהתאם למדדים השונים, יכולה להסביר בקירוב את מידת הריכוזיות בשוק.

ארבע קבוצות הייבוא בעלות נתח השוק הגדול ביותר על פי הכנסות הן: כלמוביל, דלק מוטורס (כולל קמור), צ'מפיון מוטורס ויוניון מוטורס. סך נתח השוק המשותף לקבוצות אלו מסתכם ב-53.9% (CR₄), ערך הנמצא מעבר לרף ה-40%, מה שעשוי להעיד על רמת ריכוזיות גבוהה. המדד לא בהכרח ישקף את כלל הענף אך הרמה הגבוהה שלו מעידה על אופי אוליגופוליסטי בקרב ארבעת היבואנים המובילים.

מדידת הריכוזיות בתחום ייבוא רכב לישראל על ידי מדד ה-HHI מראה כי אינדיקטור הריכוזיות הזה עומד על ערך של 0.109 (או 1,090), מתוצאה זו ניתן ללמוד כי הענף כולו ריכוזי במידה נמוכה וכי יש תחרות מסוימת. עם זאת, רמה תחרותית זו אינה אופטימאלית וכפי שנראה היא תוכל להיות גבוהה יותר במידה ויוסרו חסמי תחרותיות ופרקטיקות שונות המגבילות אותה. יתר על כן, אין בכוחו של מדד ה-HHI לנבא אוליגופוליזם או בעיות שאוליגופוליזם יוצר (כמו התאמה). כך למשל, בשוק בו יש שני שחקנים המחזיקים 50% מהשוק (25% כל אחד) ועוד 10 שחקנים המחזיקים 5% כל אחד, תוצאת המדד תהיה 0.15 (או 1,500). תוצאה זו תעיד על ריכוזיות מסוימת אך נמוכה, שעה ששני השחקנים הגדולים מהווים, כל אחד, פי 5, מנתח השוק של כל שחקן אחר ואף יתכנו עדויות להתאמה ביניהם.

תרשים 21: חישוב מדדי ריכוזיות CR ו-HHI (בשנת 2011)

יבואן	סך כלי רכב (M1, M1)	נתח שוק	CR(i)
כלמוביל	41,050	18.2%	18.2%
דלק מוטורס	33,346	14.8%	32.9%
צ'מפיון מוטורס	27,164	12.0%	44.9%
יוניון מוטורס	20,150	8.9%	53.9%
קרסו מוטורס	19,117	8.5%	62.3%
טלקאר	18,309	8.1%	70.4%
יוניברסל מוטורס- UMI	16,888	7.5%	77.9%
דוד לובינסקי	15,996	7.1%	85.0%
מכשירי תנועה	13,313	5.9%	90.9%
מאיר	8,367	3.7%	96.3%
שאר היבואנים	12,249	5.4%	100.0%
סכום כולל	225,949	100%	0.109
HHI			

2.7. חסמי כניסה וניידות

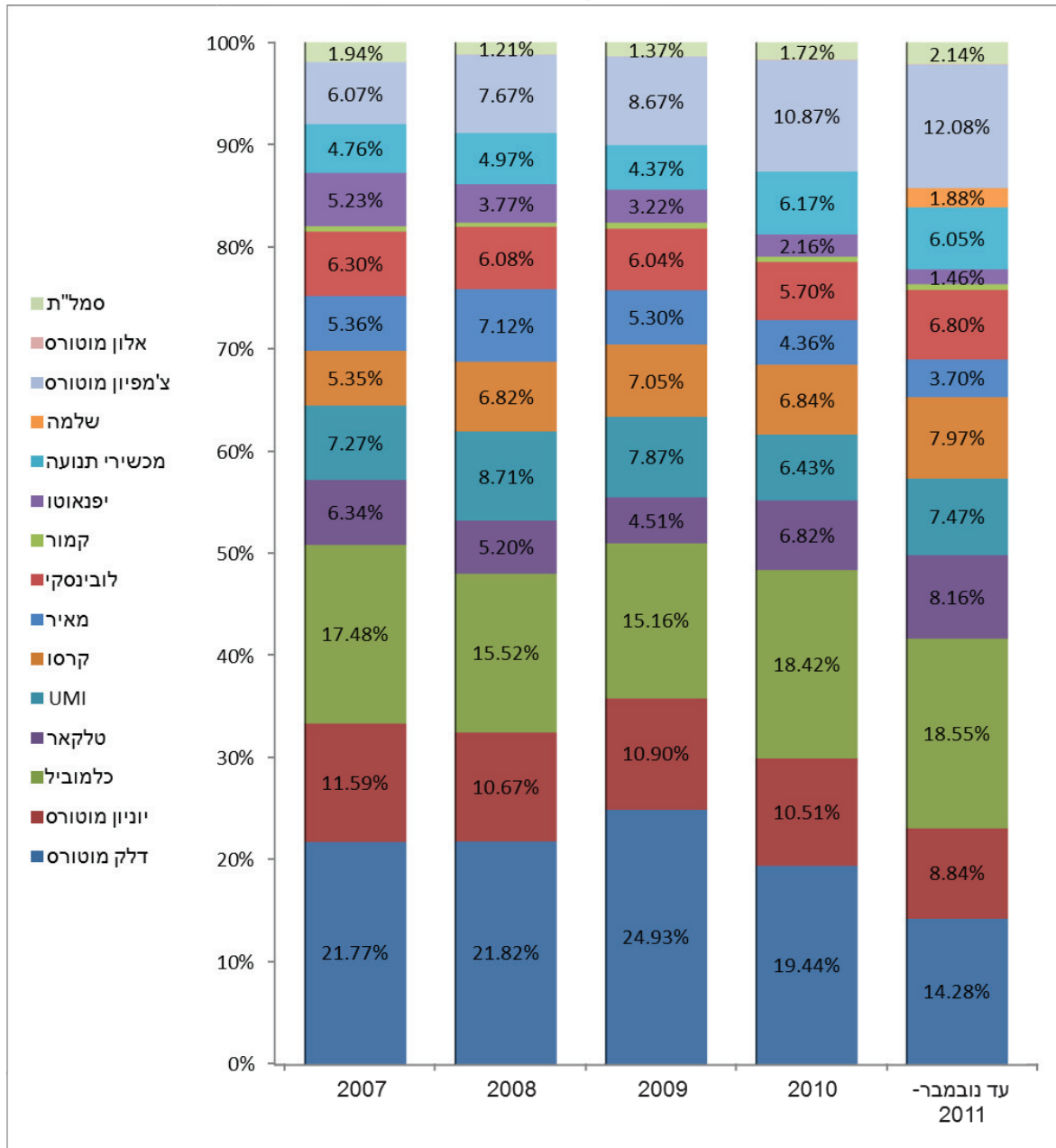
בענף ייבוא הרכב בישראל חסמי הכניסה הינם גבוהים. יבואן חדש הרוצה להיכנס לענף זה צריך להיות בעל איתנות כלכלית גבוהה יחסית, עם הון עצמי של 10 מיליוני שקלים ויכולת למתן ערבות של 8 מיליוני שקלים למשך 36 חודשים (ראה סעיף דרישות מיבואנים) בנוסף, על היבואן לבצע השקעות הון גדולות הכרוכות בייבוא הרכב.

נאמנות הלקוח תלויה בטעמיו והעדפותיו למוטג מסוים ואלו עשויים להשתנות על פני זמן. היבואנים נוקטים אסטרטגיות שונות לשימור בסיס לקוחותיהם, כגון שירות הטרייד-אין, שנועד לעודד מכירת רכב חדש ללקוחות קיימים ולשמור על ערך הרכב המשומש. חסם נוסף הינו עוצמת הקשר רב השנים בין היבואנים ליצרנים הנובע מיחסים בינאישיים אמיצים ומבלעדיות הקשר ביניהם. בסעיפים הדנים בהתאמה האוליגופוליסטית יורחב הדיון בנושא זה.

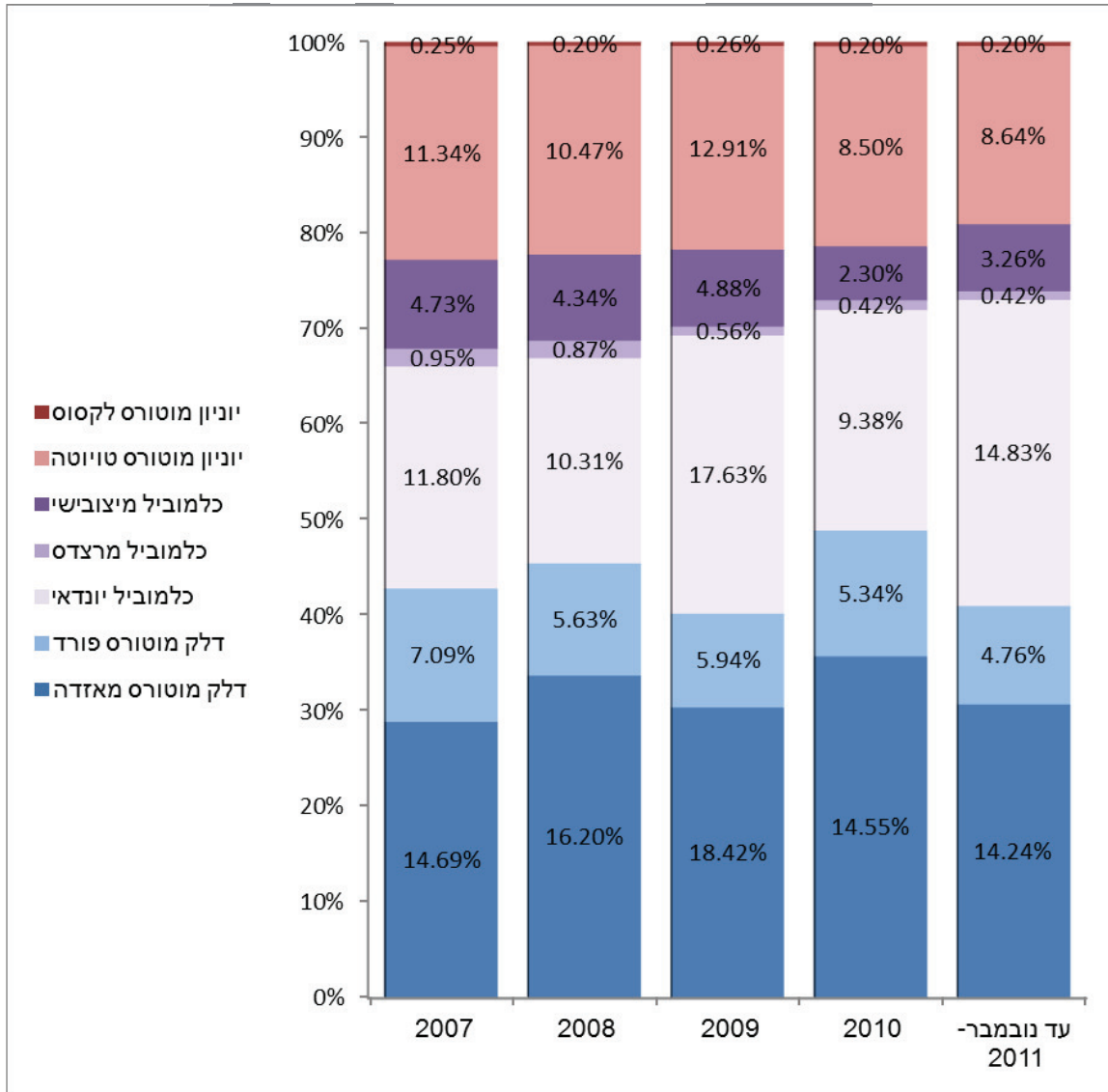
מבחינת מובילות השוק בשנים 2007 עד 2011 (ראה התרשימים הבאים) ניתן לראות כי יחסי הכוחות בין המותגים המובילים נשמרים. במהלך השנים שנסקרו, דגמי המאזדה הובילו את השוק תוך שמירה של יציבות יחסית של נתח השוק. במהלך שנת 2011 דגמי יונדאי הפכו לראשונה למובילי שוק. נציין כי קיימת

תנודיות גדולה בחלקה של יונדאי בנתח השוק בעוד שבשנת 2009 חלקה גדל ב-7%, בשנת 2010 חלקה ירד כמעט ב-8% ובמהלך שנת 2011 חלקה עלה בכ-0.5%.

תרשים 22: נתח שוק יבואני הרכב בשנים 2007-2011



תרשים 23: מותגי הרכב המובילים בשנים 2007-2011



3. רווחיות של גורמים בענף¹⁰⁵

3.1. ניתוח נתונים כספיים – חברות ייבוא הרכב (יבואנים)

3.1.1. סקירה כללית

ניתוח חברה על פי יחסים פיננסיים הוא כלי כלכלי נפוץ הנעשה על פי הדו"חות הכספיים של אותה חברה. הניתוח נועד לסייע בהבנת המגמות העיקריות בפעילות החברה, תוך דגש על נושאים כמו רווחיות, רמת הסיכון, מבנה ההון, יעילות התפעול, רמת נזילות וכדומה. מטרת ניתוח הדו"חות הכספיים של יבואנים הרכב נועדה על מנת להציג ולהבין את מאפייני שני מגזרי הפעילות העיקריים של החברות ועל מנת למצוא "נקודת איזון" במונחי כמות מסירת כלי רכב. הדו"חות הכספיים של חברות ייבוא הרכב בשנת 2011 ממשיכות להראות שיעורי רווחיות טובים בהמשך למגמה החיובית של שנת 2010. בטרם נעבור לניתוח הדו"חות, נציג להלן את שיעור הרווח הנקי ושיעור ההון העצמי של היבואנים המדווחים.

106 **לוח 18: שיעור הרווח הנקי ושיעור ההון העצמי 2008-2011**

הון עצמי למאזן				שיעור רווח נקי				חברה
2008	2009	2010	ספט-11	2008	2009	2010	ספט-11	
22%	27%	23%	29%	11%	9%	9%	3%	דלק
46%	44%	45%	46%	5%	4%	5%	5%	UMI
22%	19%	20%	16%	1%	הפסד	1%	הפסד	קמור
	29%	33%	34%		2%	4%	4%	קרוסו מוטורס
10%	4%	הפסד	0%	הפסד	הפסד	הפסד	הפסד	יפנאוטו

3.1.2. פעילות היבואנים

פעילות הליבה של יבואני הרכב נחלקת לשניים: ייבוא כלי רכב וייבוא חלקי חילוף ושירותים נלווים. כמו כן, החברות עוסקות גם בתחומים נוספים כגון נדל"ן, ליסינג, ביטוח וצמיגים.

106 **לוח 19: מכירות כלי רכב וחלפים ב-2010**

(באלפי שקלים ובאחוזים מסך מכירות)

יבואן	כלי רכב	חלפים ואחרים	אחרות	סך הכל
דלק	4,191,322	418,536		4,609,858
קרוסו	1,573,935	411,043	350,991	2,335,969
יפנאוטו	584,582	91,627	4,342	680,551
קמור	517,653	50,615	145,661	713,929
דלק	91%	9%	0%	100%
קרוסו	67%	18%	15%	100%
יפנאוטו	86%	13%	1%	100%
קמור	73%	7%	20%	100%

¹⁰⁵ מבוסס גם על עבודת יורם אברמזו ושות', רואי חשבון אשר הוזמנה על ידי משרד התחבורה.

¹⁰⁶ נתוני חברת UMI נלקחו מסקירה ענפית של פירמת BDO לרבעון שני של שנת 2011. הנחנו כי שיעורי הרווחיות ברבעון שני נשמרו גם ברבעון שלישי של שנת 2011.

בחברת קרסו ההכנסות ממכירת חלפים ואחרים כוללת גם מכירת כלי רכב מיד שנייה. בחברת יפנאוטו מכירות בעסקאות טרייד-אין כלולות במכירת כלי רכב.

3.1.3 פעילות מכירות כלי רכב

להלן שיעור הרווח הגולמי של החברות ממכירות כלי רכב ביחס לעלותם בשנים 2006-2010:

לוח 20: רווח גולמי ממכירות כלי רכב בלבד 2006-2010

(באלפי שקלים)

חברה	כמות	הכנסות	עלות	רווח גולמי	שיעור ר"ג
2010					
דלק	42,082	4,191,322	3,657,342	533,980	12.7%
קרסו	14,803	1,573,935	1,334,090	239,845	15.2%
יפנאוטו	4,681	584,582	550,484	34,098	5.8%
קמור	1,113	517,653	447,488	70,165	13.6%
2009					
דלק	43,053	4,360,592	3,934,734	425,858	9.8%
קרסו	12,183	1,034,653	957,790	76,863	7.4%
יפנאוטו	5,568	599,527	584,527	15,000	2.5%
קמור	988	475,508	425,059	50,449	10.6%
2008					
דלק	42,389	4,390,468	3,542,128	848,340	19.3%
קרסו	13,240	1,238,671	1,168,642	70,029	5.7%
יפנאוטו	7,327	784,177	676,191	107,986	13.8%
קמור	818	453,117	386,263	66,854	14.8%
2007					
דלק	42,536	4,278,139	3,625,127	653,012	15.3%
יפנאוטו	10,112	1,049,205	887,791	161,414	15.4%
קמור	1,016	532,472	457,515	74,957	14.1%
2006					
דלק	36,103	3,749,536	3,329,808	419,728	11.2%
יפנאוטו	7,467	773,077	687,161	85,916	11.1%
קמור	1,016	274,342	236,167	38,175	13.9%

בממוצע (רגיל), הרווח הגולמי, ממכירת כלי רכב בלבד (ללא פעילות החלפים), לכל היבואנים המדווחים עומד על 12% בין השנים 2006-2010. אם מוציאים את שנת 2009 (שנת מיתון), אזי ממוצע הרווח הגולמי עומד על 13%. ניתן לראות כי באופן כללי חלה עלייה בשיעור הרווח הגולמי בשנים 2007-2008, לאחר מכן נרשמה ירידה ב-2009 ועלייה מחדש בשנת 2010. ניתן לזהות קשר ברור בין כמות המכירות באותן השנים לשיעור הרווחיות, זאת אומרת, שהרווח השולי גדל עם כל מכירה, בדומה לפונקציית הרווח של סוחרים באשר הם, אשר אינם עוסקים בייצור.

נראה כי גם לשינויים בשער החליפין של מטבעות המדינות מהן מייבאות החברות את כלי הרכב יש השפעה על שיעור רווחיות היבואנים. סביר להניח כי חלק מהירידה ברווחיות של יפנאוטו נובעת מכך שכלל כלי הרכב אותם הוא מייבא הם מיפן, ועל כן העלייה בשער היפאני תרמה לירידה בשיעורי הרווחיות.

3.1.4. התפלגות מכירות כלי רכב

מגזר מכירות כלי רכב מחולק לשני תחומים: המוסדיים, שהם חברות הליסינג וההשכרה וחברות גדולות המנהלות את ציי הרכבים שלהן בעצמן, והלקוחות הפרטיים (בעצם כל שאר הציבור הצרכנים). היבואנים מדווחים כי הגופים המוסדיים מקבלים תנאי קנייה טובים יותר (מחיר ליחידה ותנאי אשראי), אולם לא מציינים את היקף ההנחה הנוספת. להלן שיעורי המכירות, מסך כל המכירות, ללקוחות פרטיים:

לוח 21: שיעור מכירות ללקוחות פרטיים 2007-2010

חברה	2010	2009	2008	2007
דלק	33%	36%	42%	40%
קרסו	36%	42%	31%	
יפנאוטו	78%	72%	64%	51%

מעניין לראות שהירידה החדה במכירות סובארו נובעת מנטישת הלקוחות המוסדיים את החברה: מכ-5,000 מכירות בשנת 2007 לכ-1,000 בשנת 2010, בעוד שהשינוי בלקוחות הפרטיים ירד מכ-5,000 מכירות בשנת 2007 ל-3,500 בשנת 2010, כך עלה שיעור הלקוחות הפרטיים מסך המכירות של יפנאוטו.

3.1.5. עלויות התפעול והמכירה

עלויות התפעול והמכירה הדרושות להפעלת מערך החברה כוללות עלויות שונות כגון: מכירה, הנהלה וכלליות, ניהול מרכז לוגיסטי, ניהול מרכזי מכירה, אחריות ופרסום. מבחינת המרכז הלוגיסטי, מנהלות החברות מלאי מכוניות למכירה האמור לכסות כ-3 חודשי מכירה. מכיוון שמלאי זה הינו פונקציה של היקף המכירות והוא דורש שטחי אחסון, החברות גמישות באופן חלקי בנוגע לגודל שטח האכסון. עלויות הלוגיסטיקה של דלק הן כ-50 מיליוני שקלים לעומת כ-25 מיליוני שקלים של יפנאוטו (יחס של פי 2), וזאת על אף שיחס היקפי המכירות של החברות הינו פי 8 לטובת דלק רכב (כ-40,000 מכירות לעומת כ-5,000).

לדלק וליפנאוטו יש מספר דומה של אולמות מכירה, 16 ו-18, בהתאמה. קרסו וקמור מחזיקות 32 ו-5 אולמות מכירה בהתאמה. עלות המכירה וההפצה עומדת על כ-40 מיליוני שקלים לקרסו, 22 מיליוני שקלים לדלק, 15 מיליוני שקלים ליפנאוטו וכ-11 מיליוני שקלים לקמור. סביר להניח כי הבדלי העלויות בין דלק מוטורס ליפנאוטו נובעים מעמלות מכירה הן לסוכנים והן לעובדים. היינו מצפים לראות יחס דומה בהפרש העלויות בין שתי החברות ליחס ההפרש במכירות שלהן. זאת מכיוון שטבעי הוא שעלויות המכירה של דלק רכב יהיו גבוהות בהרבה מאלו של יפנאוטו הודות לכמות מכירות הרבה יותר גדולה, אך, כאמור, זו אינה המציאות. עלויות הפרסום שלהן בשנת 2010 היו: כ-30 מיליוני שקלים לקרסו ולקמור, כל אחת, כ-20 מיליוני שקלים לדלק וכ-11 מיליוני שקלים ליפנאוטו.

לוח 22: הוצאות הנהלה וכלליות 2008-2010

(באלפי שקלים)

חברה	2010	2009	2008
דלק	29,711	27,781	31,319
קרסו	59,225	42,462	35,567
יפנאוטו	29,998	26,568	31,448
קמור	41,825	39,716	38,417

ניתן לראות כי הוצאות הנהלה וכלליות של דלק ויפנאוטו דומות. השוני לגבי קמור נובע מהוצאות השכר (ייתכן וניתן לראות בחלק מהוצאות שכר אלו כמשיכת רווחים). בקרסו יש לזכור כי החברה עוסקת גם בשירותי ליסינג, עניין אשר אולי מסביר את העלויות היותר הגבוהות יותר שלה. אם כי כלל עלויותיה של קרסו גבוהות מעט יותר מהחברות האחרות.

מהנתונים עולה כי להפעלת מערך המכירות נדרשות הוצאות לוגיסטיקה, מכירה, פרסום ושיווק בטווח של 85-160 מיליוני שקלים. טווח זה אינו גדול, בהתחשב שפער המכירות בין היבואנים מגיע לעד פי 7. המשמעות העיקרית שעולה מכך היא, שמדובר בעלויות שנתיות שהן בעיקרן קבועות ובשל כך הן מהוות מצד אחד חסם כניסה לשוק, ומצד שני, מרגע שנחצה רף ההוצאות הקבועות, התוספת לרווח לפני מימון בגין מכירה נוספת היא קרובה למדי לרווח הגולמי (10%-15%).

כמו כן, עולה כי הוצאות המכירה והפרסום משרתות בעיקר את תחום המכירה למגזר הפרטי. עניין זה מצדיק באופן מסוים מכירה לחברות ליסינג במחיר מופחת ביחס ללקוחות הפרטיים. גם עלויות הלוגיסטיקה הכרוכות בלקוחות מוסדיים נמוכות יותר הודות לוודאות היחסית בנוגע לאופי רכישת כלי רכב, וביכולתן של החברות להתכונן ובכך להימנע מאחזקת מלאים מיותרים.

3.1.6. הוצאות מימון

ככלל, התשתית הנדרשת לחברות הרכב היא בעיקרה מחסן לוגיסטי ו-30-20 מרכזי תצוגה ומכירה. ביחס לכלל פעילות החברה (מחזור המכירות), הנעה בין מאות רבות של מיליוני שקלים למיליארדי שקלים בודדים, לא מדובר בהיקף תשתיות משמעותי. על כן, נצפה להיקף מוגבל יחסית של הלוואות לטווח ארוך. מצד שני, בטווח הקצר יש ליבואנים צורך במימון על מנת לגשר בין מועדי התשלום לספקים (יצרני המכוניות) לבין קבלת תשלומים מלקוחותיהם.

האשראי המתקבל מספקים הוא של כ-50 ימים. מאידך, במכירה ללקוחות פרטיים החברות שומרות מלאי המשקף כ-3 חודשי מכירה ובנוסף קיים אשראי ללקוחות של כ-25 ימים. בסך הכל, עוברים במוצע כ-100 ימים (75 ימי מלאי ו-25 ימי אשראי לקוחות) ממועד רכישת כי הרכב ועד למכירתם. בערך 3 פעמים גלגול מלאי בשנה.

במכירה למוסדיים היחס הפוך, מלאי של כ-25 ימים ואילו אשראי לקוחות של כ-125 ימים. יש לציין כי עד שנת 2009 האשראי למוסדיים היה קצר יותר. לאור המשבר הגדילו היבואנים את האשראי לחברות הליסינג, ובחלק מהמקרים האשראי אף היה למעלה משנה, עם זאת הוא כלל גם ריבית. נניח כי ממוצע האשראי ללא ריבית הוא כ-75 ימים ועל כן גם במקרה זה האשראי ללקוחות המוסדיים, ללא ריבית, הוא כ-100 ימים (25 ימי מלאי ועוד 75 ימי אשראי לקוחות ללא ריבית).

בפועל, כפי שעולה מהנתונים, היבואן נדרש למימון חיצוני בין מועד התשלום למועד התקבול. המימון אמור להיות בדמות הלוואות לזמן קצר, בסכום שאמור לשקף יחס של כ-1/7 (שביעית) מהמחזור השנתי (50 ימים מתוך שנה). לפי שיעור ריבית של כ-3% שנתי, הרי שהוצאות המימון צריכות להיות כ-0.4% מכלל המחזור.

3.1.7 סיכום הרווח וההפסד של היבואנים (תחום כלי רכב)

להלן סיכום המבנה הסטנדרטי של הפעילות התוצאתית ממכירת כלי רכב של חברות יבוא הרכב. **ההכנסות** הן פונקציה של מספר כלי הרכב הנמכרים וסוגם. מחיר מכוניות "יוקרה" (ליבואן) יכול להגיע לכ-500 אלפי שקלים בממוצע (ב.מ.וו, מרצדס וכו'), בעוד שבעבור מכוניות משפחתיות וקטנות המחירים נעים סביב ה-100 אלפי שקלים, עם סטיות למעלה או למטה בהתחשב בתמהילי המכירות של היבואן הספציפי (משפחתיות, קטנות, מנהלים או רכב רב שימושי). בשנתיים האחרונות, **עלות** כלי הרכב ליבואן מהווה בשגרה כ-87% ממחיר המכירה (רווח גולמי של 13% מפעילות זו). סטיות (בעיקר כלפי מטה) יכולות להיות כתוצאה ממצוקה כללית בשוק או של היצרן כתוצאה ממיעוט מכירות או גידול בשערי החליפין הייחודיים לו. 1% נוסף הם לערך העלות בגין האחרייות.

עלויות לוגיסטיקה וניהול צי הרכב של החברה דורשים מקרקעין בכמות מספקת למלאי הקיים וכן צוות ניהול מלאי. חלק מהוצאות אלו קבוע באופן יחסי (הצוות הניהולי) וחלקו בעל יכולות התאמה איטיות בהתאם לקצב המכירות (התאמת המקרקעין הנדרשים לרמת המלאי), עובדה ההופכת גם עלויות אלו ל"חצי" קבועות.

הוצאות מכירה הן באופן יחסי קבועות ביחס לאופי המכוניות הנמכרות. מכירת מכוניות יוקרה דורשת פיזור נמוך יחסית מבחינה פיזית ובעיקר באזור מרכז המדינה. לחברה הממוצעת פיזור של כ-20 מוקדי מכירה. כאמור, ההוצאות הנדרשות הן בעיקר לטובת מכירה ללקוחות פרטיים. **הוצאות פרסום** נעות בין 10-30 מיליוני שקלים ונובעות כנראה משילוב של הרצונות והיכולות הכספיות של היבואנים. אין בהכרח התאמה לכמות הנמכרת (ראה הסבר על הצורך בפרסום בסעיף 4.4). **הוצאות הנהלה וכלליות** הן קבועות יחסית בסך של 25 מיליוני שקלים. **הוצאות המימון** נועדו, כאמור, לגשר על פער אשראי הספקים מול מלאי ולקוחות של כ-50 ימים ולפי ריבית של 3% מהווה כ-0.4% מהמחזור.

3.1.8. מציאת "נקודות איזון" ממכירות כלי רכב בלבד

על סמך הניתוח שערכנו, ובהתאם לנתונים הממוצעים כפי שהוסברו מעלה, נמצא כעת, בקירוב, את נקודת האיזון של יבואני הרכב. נקודות האיזון הינה הנקודה או המצב בו חברה (לצורך זה היבואנים) אינה מרוויחה ואינה מפסידה – במקרה זה (ובהתאם לדוגמא הסטנדרטית) נלקח הרווח לפני מס (אפשר גם לבדוק את הרווח התפעולי מבלי להתחשב בהוצאות המימון). המשמעות היא שבהינתן ושאר העלויות והנתונים נשארים קבועים, ירידה בכמות המכירות שבנקודת האיזון תגרור הפסד ואילו עלייה במכירות תוביל לרווח. ניתן לראות מהלוח שלהלן כי נקודת האיזון, בעבור יבואן רכב ממוצע, אשר רוב מכירותיו הן של מכוניות משפחתיות וקטנות, אשר עולות לו כ-100 אלפי שקלים לפני מע"מ, עומדת על כמות מכירות של כ-6,000 מכוניות.

לוח 23: דו"ח רווח והפסד סטנדרטי לחישוב "נקודת איזון"

(מחירים באלפי שקלים)

1%	אחריות	6,051	כמות כלי רכב נמכרת
	לוגיסטיקה	100	מחיר לרכב ממוצע (ללא מע"מ)
15,000	הוצאה קבועה		
2%	השתנות ביחס להיקף המכירות	13%	שיעור רווח גולמי על הגלם בלבד
	הוצאות מכירה	25,000	הוצאות הנהלה וכלליות
15,000	הוצאה קבועה		
0.5%	השתנות ביחס להיקף המכירות		הוצאות מימון
	שיעור המס	50 יום	פער ספקים לקוחות
25%		3%	ריבית על האשראי
		605,124	הכנסות
		526,458	עלות רכישת כלי רכב
		6,051	אחריות מוצר
		27,102	הוצאות לוגיסטיקה
		559,612	סה"כ עלות המכר
		45,512	רווח גולמי
		18,026	הוצאות מכירה
		25,000	הוצאות הנהלה וכלליות
		2,487	רווח תפעולי
		2,487	הוצאות מימון
		0	רווח לפני מס
		0	מס
		0	רווח נקי



ננתח את החברות המדווחות על פי דוגמא זו: יפנאוטו מוכרת את הכמות הנדרשת, אך שיעורי הרווחיות שלה נמוכים יותר ועל כן היא מפסידה בתחום מכירות כלי הרכב. קמור מוכרת כ-1,000 מכוניות בשנה אך המחיר ליחידה הוא כ-500 אלפי שקלים ועל כן היא נמצאת קצת מעל נקודת האיזון. קרסו שמוכרת כ-12,000 מכוניות ודלק שמוכרת כ-40,000 מכוניות מגיעות למעשה למצב שהמכירות העודפות מעניקות להן רווחיות שולית (לפני מס) של כ-10% לרכב. לקרסו נקודת האיזון מעט גבוהה יותר כיוון שעלויותיה הקבועות גבוהות יותר (יותר מרכזי מכירה, וכן הוצאות הנהלה וכלליות גבוהות יחסית).

3.1.9 פעילות ממכירות חלקי חילוף ושירותי מוסף

בעבור היבואנים, מכירת חלקי חילוף מהווה כ-10% מהיקף מכירות כלי הרכב, אך הרווח הגולמי מפעילות זו יכול להגיע כמעט ל-40%, על כן יש תרומה יחסית גבוהה של פעילות זו לרווח הנקי של היבואן. אפשר גם לומר, שעל פניו, המרווח הגולמי הגבוה מזמין תחרות נוספת. אולם, היקפי המכירות הדומים של חלקי החילוף, מכלל מכירות כלי הרכב, בכל החברות, מעידים ככל הנראה על נתח השוק הבלעדי בתחום המכוניות מהווה יכולת החדרה של החלפים עצמם באופן חוסם. כמו כן יש לזכור כי, לפחות לאורך תקופת האחריות, הלקוחות למעשה "שבויים" של היבואנים בכל הקשור לצריכת חלקי חילוף (לרבות מתכלים שאינם כלולים בכיסוי האחריות) וטיפול מוסף.

לוח 24: שיעור מכירות חלקי חילוף ומוסך ממכירות כלי רכב

(באלפי שקלים)

חברה	כלי רכב	מחלפים ושירותי מוסף	שיעור חלפים מכלי רכב
2010			
דלק	4,191,322	418,536	10%
יפנאוטו	584,582	91,627	16%
קמור	517,653	50,615	10%
2009			
דלק	4,360,592	383,036	9%
יפנאוטו	599,527	91,403	15%
קמור	475,508	55,407	12%
2008			
דלק	4,390,468	379,912	9%
יפנאוטו	784,177	95,605	12%
קמור	453,117	60,612	13%
2007			
דלק	4,278,139	351,648	8%
יפנאוטו	1,049,205	89,297	9%
קמור	532,472	61,359	12%
2006			
דלק	3,749,536	310,434	8%
יפנאוטו	773,077	72,615	9%
קמור	274,342	59,399	22%



באופן כללי, מכירת חלקי החילוף מהווה כ-10% מכלל מכירות היבואנים. עם זאת, היות ומכירת החלפים משקפת את היקף המכירות לאורך השנים, הרי שירידה בהיקף מכירת המכונות תגרור שינוי איטי יותר לאורך השנים במכירת החלפים (דוגמא בולטת היא יפנאוטו אשר בשנים האחרונות חלה אצלה ירידה במכירות כלי רכב). נציין כי חברת קרסו לא נלקחה כאן מכיוון שהנתונים לגבי מכירות החלפים שלה ממוזגים יחד עם נתוני מכירות הטרייד-אין שלה ועל כן לא ניתן להסיק לגביה בתחום זה.

לוח 25: רווח גולמי ממכירת חלקי חילוף ומוסך

(אלפי שקלים)

חברה	2010	2009	2008	2007	2006
הכנסות					
דלק	418,536	383,036	379,912	351,648	310,434
יפנאוטו	91,627	91,403	95,605	89,297	72,615
קמור	50,615	55,407	60,612	61,359	59,399
עלות החלפים					
דלק	278,588	236,167	238,441	207,686	191,358
יפנאוטו	54,272	50,776	58,081	53,885	42,983
קמור	36,181	36,181	40,640	44,112	36,670
רווח גולמי					
דלק	139,948	146,869	141,471	143,962	119,076
יפנאוטו	37,355	40,627	37,524	35,412	29,632
קמור	14,434	19,226	19,972	17,247	22,729
שיעור הרווח הגולמי					
דלק	33%	38%	37%	41%	38%
יפנאוטו	41%	44%	39%	40%	41%
קמור	29%	35%	33%	28%	38%

שיעור הרווח הגולמי בעבור היבואנים ממכירת חלקי חילוף ושירותי מוסך עומד על כ-40%-35%. כמו כן, אנו מסיקים מניתוח הדו"חות, כי עלויות ההפעלה והלוגיסטיקה הנוספות הנדרשות מהחברות לטובת מערך שירותי המוסך והחלפים הן מצומצמות ומסתכמות בכ-5%-3% מכלל מכירות החלפים ולמעשה "נבלעות" בפעילות הרכב. יש לציין כי פעילות זו מספקת רווחי לוואי לא מבוטלים לחברות יבוא הרכב.

נאחד את שתי הפעילויות העיקריות של יבואני הרכב – מכירת כלי רכב ועסקאות חלקי חילוף ושירותי מוסך, על מנת לקבל תמונה כוללת כיצד נראה דוח רווח והפסד (מתוקנן) של יבואן סטנדרטי, לצורך מציאת נקודת האיזון בכלל הפעילות.

3.1.10. מציאת "נקודות איזון" מפעילות כוללת (כלי רכב וחלפים)

כפי שמצאנו את נקודת האיזון בעבור פעילות מכירת כלי רכב בלבד (לוח 25) נציג כעת דו"ח רווח והפסד סטנדרטי בעבור יבואן רכב הכולל גם את פעילות הרכב וגם פעילות חלפים ומוסך, בהתאם לנתונים הממוצעים שהוצגו מעלה (לוח 28). כפי שניתן לראות, נקודת האיזון (המצב בו הרווח לפי מס שווה לאפס) נקבעה על כמות מכירות כלי רכב של כ-4,500 יחידות. אם כך, בהינתן פעילות

בתחום חלקי החילוף והמוסך, ניתן להגיע לנקודת איזון, מבחינת כמות מכירות כלי רכב, בכמות נמוכה יותר בכ-1,500 כלי רכב בעבור יבואן סטנדרטי, בהשוואה לפעילות הכלכלית הנובעת ממכירת כלי רכב בלבד.

לוח 26: דו"ח רווח והפסד כולל לחישוב "נקודת איזון"

(מחירים באלפי שקלים)

10%	שיעור חלפים ממכירות רכב	1%	אחריות	4,491	כמות כלי רכב נמכרת
37%	שיעור רווח גולמי על חלפים		לוגיסטיקה	100	מחיר לרכב ממוצע (ללא מע"מ)
		15,000	הוצאה קבועה		
5%	תוספת ללוגיסטיקה בגין חלפים	2%	השתנות ביחס להיקף המכירות	13%	שיעור רווח גולמי על הגלם בלבד
			הוצאות מכירה	25,000	הוצאות הנהלה וכלליות
		15,000	הוצאה קבועה		
		0.5%	השתנות ביחס להיקף המכירות		הוצאות מימון
			שיעור המס	50	פער ספקים לקוחות
		25%		3%	ריבית על האשראי
				449,055	הכנסות ממכירת רכבים
				44,905	הכנסות ממכירת חלפים
				493,960	סה"כ הכנסות
				390,678	עלות רכישת רכבים
				28,290	עלות רכישת חלפים
				4,491	אחריות מוצר
				26,226	הוצאות לוגיסטיקה
				449,685	סה"כ עלות המכר
				44,275	רווח גולמי
				17,245	הוצאות מכירה
				25,000	הוצאות הנהלה וכלליות
				2,030	רווח תפעולי
				2,030	הוצאות מימון
				0	רווח לפני מס
				0	מס
				0	רווח נקי



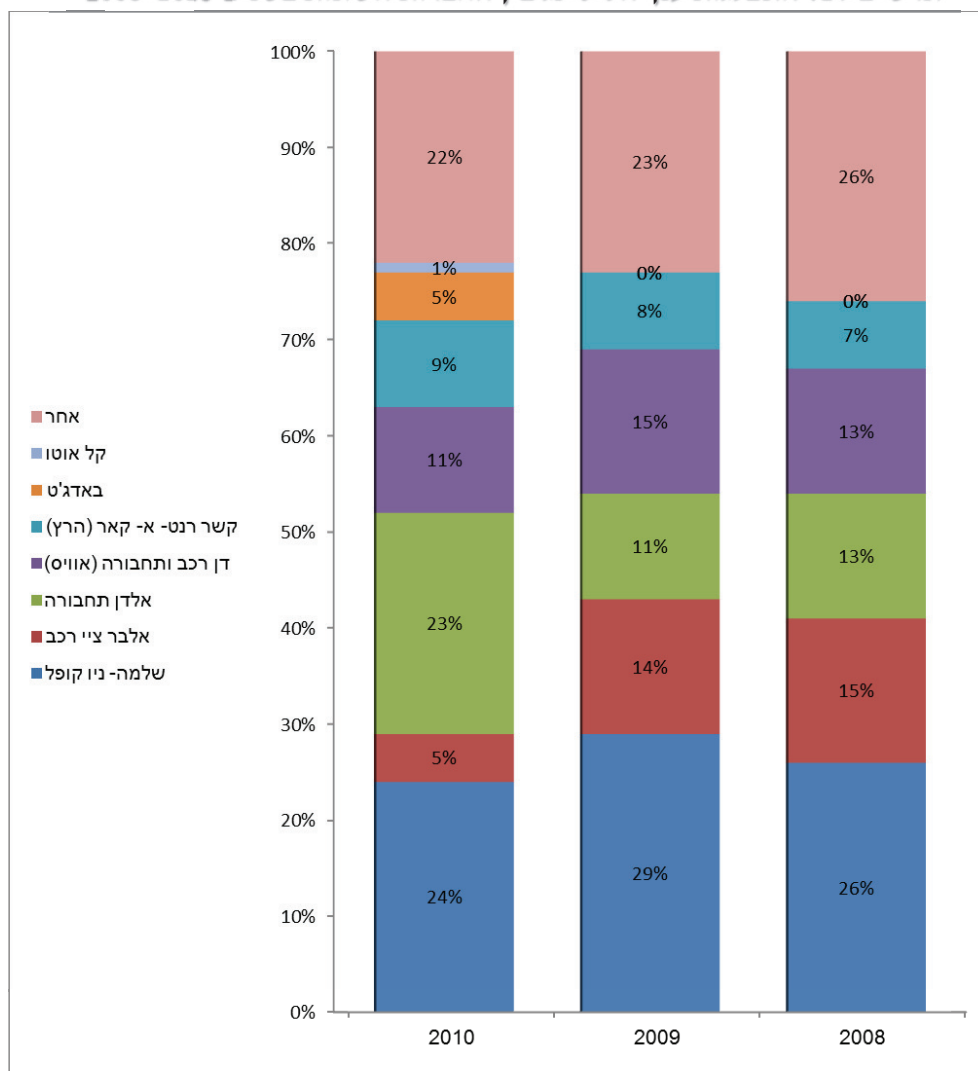
3.2. ניתוח נתונים כספיים – חברות הליסינג

3.2.1. סקירה כללית

ככלל, ענף הליסינג מאופיין בסיכון עסקי בינוני (על פי חברת הדירוג "מידרוג") היות והוא חשוף לרגולציה ותלוי ביכולת החברות לגייס חוב. פעילות הליסינג מאופיינת ברמת מינוף גבוהה ונשענת על יכולת גיוס חוב ונזילות גבוהה יחסית של נכסי הבסיס. מחנק האשראי, שפקד את השווקים החל מסוף שנת 2008, ושחיקת ערכי הגרט הובילו את מרבית החברות לנקוט באסטרטגיה של צמצום היקף ציי כלי הרכב, שיפור הנזילות והאיתנות הפיננסית, וזאת כחלק מדרישות הגורמים המממנים. על מנת להתמודד עם צמצום מקורות המימון הגדילו יבואני הרכב את האשראי לחברות הליסינג ושדרגו את תנאיו. בשנת 2010 התאפיינו פעילויות החברות בשמירה על היקף ציי כלי הרכב ובגיוס מימון, הן מהמערכת הבנקאית והן משוק החוב.

רכב ליסינג נחשב למוצר עתיר מס בעל רגישות גבוהה לשינויים במדיניות המיסוי. הרפורמה בשווי רכב שהחלה ב-2009 ונכנסה לתוקף באופן חלקי ב-2010 סייעה לחברות הליסינג להגדיל את נתח השוק שלהן בענף. מגמה זו נתמכה במדיניות התיגמול של עובדים בחברות ציבוריות ובחברות שגייסו כסף ממקורות אחרים, כדוגמת ההיי-טק. הענקת רכב ליסינג לעובדים היתה כדאית הן מבחינת העלות הישירה למעסיק ולעובד, והן בהיבט של יתרונות חיצוניים נוספים לשני הצדדים. עם השוואת מקדמי שווי הרכב בשנת 2011, פחתה הכדאיות של רכב צמוד בשיטת הליסינג, אולם חברות הליסינג כבר צברו השפעה ניכרת בענף הרכב.

תרשים 24: התפלגות ענף הליסינג בין החברות השונות בשנים 2008-2010



חברת שלמה-ניו קופל, הינה המובילה בשוק הליסינג מבחינת נתח שוק, גודל צי כלי הרכב (כ-51 אלפי כלי רכב) וסך מכירות. לחברה יש חוזי חכירה ארוכי טווח יחסית המתורגמים לרווחיות טובה ותזרימי מזומנים חזקים, בהשוואה יחסית לשוק. על אף החשיפה לערכי הגרט, חוזי החכירה של החברה מאופיינים במח"מ (משך חיים ממוצע) כמקובל בענף (עסקאות בטווח של עד שלוש שנים) ומאפשרים לחברה לשמר רמת הכנסות יציבה וצפויה בטווח הזמן הבינוני.

החברות בענף הליסינג הינן למעשה חברות פיננסית העוסקות והמרוויחות בעיקר מתיווך ומימון רכישת כלי רכב חדשים. בנוסף, החברות עוסקות גם במתן שירות לכלי הרכב כחלק מחוזה החכירה. החברות מקטינות את החשיפה לסיכוני אשראי על ידי השארת הבעלות על כלי הרכב במהלך ההתקשרות בידיהן, וקבלת המקדמות מלקוחות מהווה "כרית בטחון". הסיכונים העיקריים בפעילות החכירה וההשכרה הינם סיכוני הגרט והסיכון הטמון בשינויים רגולטוריים. לפיכך, החברות חשופות לירידת ערך מלאי כלי הרכב, מצב אשר יכול לנבוע ממספר גורמים, וביניהם, שינויים במיסוי, ירידה בהכנסה פנויה של הציבור, שינויים בטעמי הציבור ותנודות בשערי חליפין.

המבנה הסגור של שוק הרכב הישראלי, עלויות המס הגבוהות ויחסי התלות ההדדית בין יבואני הרכב לחברות הליסינג מקזזים את האיום של ירידה בלתי צפויה בשווי ציי הרכב של החברות.

מהדו"חות של חברות הליסינג החייבות בדיווח, עולה כי רמת המינוף בתחום גבוהה. ההון העצמי של החברות, מסך המאזן, עומד על כ-10%. שיעור הרווח התפעולי של חברות הליסינג שנבדקו דומה לאלה של יבואני הרכב. השינוי המשמעותי הוא בשיעור הרווח הנקי. **הרווח הנקי שלהן נמוך משיעורי הרווח הנקי של יבואני הרכב. סיבה אפשרית לכך היא מבנה המימון השונה בין סוגי החברות.**

3.2.2. מקורות המימון של חברות הליסינג

המימון לטווח ארוך בתחום הליסינג התפעולי מתבצע באמצעות חמישה מקורות עיקריים: המערכת הבנקאית, שוק ההון, יבואני הרכב, הון עצמי ותשלומי הלקוחות (כגון תשלומים מראש על חלק מדמי השימוש לכל תקופת החכירה התפעולית של כלי הרכב).

עסקת רכישת הרכב לתחום הפעילות, כשזו ממומנת על ידי **המערכת הבנקאית**, ממומנת באמצעות שתי הלוואות נפרדות אשר נעמדות בהקבלה לתזרים המזומנים שינבע מהחכרת הרכב. קרי, הלוואה אחת הנפרעת באופן שוטף במקביל לדמי השימוש השוטפים שיתקבלו מהלקוח, והלוואה שנייה הנפרעת לאחר תום תקופת החכירה במקביל לתזרים הצפוי לנבוע ממכירת הרכב ("הלוואת בלוו"). במרבית המקרים, בסיס ההצמדה של הלוואה נקבע אף הוא בהתאם לחוזה ההתקשרות מול הלקוח. **הלוואות לזמן ארוך** לתחום הפעילות נלקחות, על פי רוב, לתקופה המקבילה ליתרת תקופת העסקאות שבעבורה היא נלקחה.

המימון באמצעות **שוק ההון** נעשה בעיקר על ידי הנפקת איגרות חוב מסוגים שונים. החברות מתאימות את אשראי הלקוחות למקורות המימון השונים שלהן. ההתאמה זו הינה נגזרת של ביזור הסיכון על פי מספר אלמנטים שונים כגון: אופי הלקוחות (תחום עיסוק, גודל חברה וכיו"ב) גודל העיסקאות, משך תקופתן, רכיבי העסקה השונים (דגם, מותג, שנתון רכב וכיו"ב) וחוסן פיננסי של הלקוח. מבנה הלוואות משוק ההון (במסגרת הנפקת איגרות חוב לטובת לתחום הפעילות) כמו גם מיבואני הרכב, מקביל למועדי קבלת המזומנים הנובעים מחכירת הרכב ומהתמורה ממכירתו בסוף התקופה.

רכישת כלי הרכב **מהיבואן** נעשית, בדרך כלל, באמצעות העמדת אשראי ספקים על ידי היבואן. כאשר מימון הרכישה הוא על ידי המערכת הבנקאית, מעמיד הבנק לחברה הלוואת On-Call אשר משמשת לפירעון אשראי הספקים שניתן על-ידי היבואן, לתקופה שבין 7 ל-45 ימים. בשלב הבא, מומרות הלוואות לטווח הקצר בהלוואות לטווח ארוך.

לוח 27: שיעורי ההון העצמי של חברות הליסינג המדווחות

חברה	הון עצמי למאזן		
	2008	2009	2010
שלמה-ניו קופל	10%	11%	11%
דן-אויס	17%	20%	23%
אלבר	11%	15%	14%
ספט-11	11%	20%	13%

הלוח לעיל מראה כי רמת המינוף של חברת שלמה-ניו קופל הינה גבוהה יותר ממתחרותיה. לחברות הליסינג (המדווחות) יש הון חוזר שלילי הנובע מכך שהתחייבויותיהן נפרשות במאזן לחלויות שוטפות ולהתחייבויות לזמן ארוך. זאת, בעוד שנכסיהן העיקריים, כלי הרכב, מוצגים במאזן במסגרת הנכסים לזמן ארוך (למרות שחלקם עתיד להתממש במהלך השנה הקרובה). בנוסף, על פי כללי החשבונאות, ההכנסות העתידיות מהסכמי הליסינג התפעולי (התקשרויות חוץ מאזניות) לא נרשמות במסגרת הנכסים השוטפים בעוד שהן עומדות כנגד החזר ההתחייבות הצפוי בטווח הקצר (שוטף).

לוח 28: היחס השוטף של חברות הליסינג

חברה	ספט-11	2010	2009	2008
שלמה-ניו קופל	52%	46%	45%	40%
דן-אויס	55%	36%	36%	42%
אלבר	45%	41%	50%	31%

בעוד שיחס ההון העצמי למאזן יציב יחסית אצל החברות, היחס השוטף שלהן תנודתי. כך למשל, חברת שלמה-ניו-קופל שיפרה את היחס שבין ההון העצמי שלה למאזן בכ-1% בין 2008 עד ספטמבר 2011. לעומת זאת היא שיפרה את היחס השוטף שלה מ-40% ל-52%. הסבר אפשרי לכך הוא ביצוע הזחה ממקורות מימון בזמן הקצר למקורות המימון בזמן הארוך. במילים אחרות מעבר ממימון יבואנים למימון הבנקים והציבור.

לוח 29: מקורות המימון (אשראי) של חברות הליסינג

(במיליוני שקלים)¹⁰⁷

חברה	2010			2009			2008		
	בנקאי	חוץ בנקאי	יבואנים	בנקאי	חוץ בנקאי	יבואנים	בנקאי	חוץ בנקאי	יבואנים
דן-אויס	518	777	0	1,054	268	0	467	1,303	0
שלמה-ניו קופל	539,448	0	132,488	8,657	422,836	223,939	528,190	53,987	43,686
אלבר	432	1,399	4	1,585	539	5	1,110	1,019	0

מהלוח לעיל ניתן לראות כי בחברת שלמה-ניו-קופל, מרכיב מימון היבואנים מהווה מרכיב משמעותי במימון כלי הרכב של החברה. בשנת 2010 רכיב מימון זה ירד לעומת 2009. כאמור, בשנת 2008, לחברות הליסינג היה קושי בהשגת מימון עקב מחנק האשראי העולמי ולכן יבואני הרכב נחלצו לעזרתן.

¹⁰⁷ לא ניתן היה לבצע את ההפרדה של מימון היבואנים מדוחותיה של חברת דן-אויס.

לוח 30: דירוג החברות על פי חברת מידרוג

חברה	2010	2009	2008
דן-אויס	A2	A2	A1
שלמה-ניו קופל	A2	A2	A1
אלבר	A3/Negative	A3/Negative	A3/Negative

על פי חברות הדירוג, הענף סובל ממבנה מימוני בעייתי ושיעור החוב מההון גבוה מידי. מכיוון שהחברות הליסינג מהוות ציר מרכזי בענף הרכב, ההשלכות של אי עמידה בהתחייבויותיהן כלפי הלווים עלולה להביא לקריסת הענף כולו.

מימון עסקאות החברות נעשה לרוב על ידי גיוס חוב, כאשר מח"מ העסקאות תואם את מח"מ החוב, וקיים אף מרכיב בולט בסוף תקופת החכירה, שמסולק באמצעות מכירת הרכב. פעילות החברות מאופיינת ברמת מינוף גבוהה, כאשר היקף הצי משפיע על הצורך בגיוס חוב, וכפועל יוצא על רמת המינוף. שמירת היקף הצי הקיים בשנתיים האחרונות, תרמה לירידת החוב, בנוסף לשיפור ברווחיות, אשר תרם לירידת רמת המינוף בשנה וחצי האחרונות, כפי שמתבטא ביחס ההון העצמי למאזן. החברות צריכות לעמוד ביחס של הון למאזן הנע בטווח של 10% עד 15%, מעבר למגבלות אחרות.

3.2.3 רווחיות

תחום הליסינג התפעולי מאופיין במתחרים רבים. החברות הפועלות בענף נחלקות לחברות ליסינג תפעולי טהור ולחברות העוסקות הן בליסינג תפעולי והן בהשכרה לזמן קצר. עם זאת, השוק נשלט על ידי מספר מצומצם של חברות גדולות.

דמי השכירות אותם גובה החברה מלקוחותיה נגזרים ממספר פרמטרים: עלות רכישת הרכב והתוספות הנכללות בו, אורך תקופת השכירות, שיעור הריבית, ערך הפחת, סל השירותים הנלווים המוענקים ללקוח ומכסת הקילומטרים המוקצבת ללקוח. החברה דורשת בטחונות מרוב לקוחותיה, בהתאם למידת הסיכון הכרוכה בעסקה עימם. הביטחונות הניתנים הינם מקדמות או פיקדונות בגובה של מספר חודשי שכירות, שטרי חוב, וערבויות אישיות. החברות מאפשרות טרייד-אין בעבור כלי רכב משומשים, ובהתאם לדו"חות שנסקרו, היקף המכירות בשיטה זו עומד על כ-3.5% מסך מכירות הרכב.

לוח 31: שיעור הרווח התפעולי של חברות הרכב המדווחות בשנים 2008-2011

חברה	שיעור רווח תפעולי			שיעור רווח נקי		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
שלמה-ניו קופל	7%	6%	8%	0%	3%	1%
דן-אויס	8%	11%	11%	1%	4%	3%
אלבר	11%	11%	13%	2%	2%	1%



נבחן להלן את מרכיבי הרווחיות של החברות השונות (לחברת אלבר אין מגזרי פעילות):

לוח 32: רווחיות תפעולית לפי מגזרים בחברת דן-אוויס 2008-2011

(אלפי שקלים)

תחום	ספט-11	2010	2009	2008
השכרה לזמן קצר				
הכנסה	230,287	354,362	341,588	360,403
רווח	20,381	40,095	33,410	45,477
שיעור רווח תפעולי	9%	11%	10%	13%
ליסינג תפעולי				
הכנסה	873,524	1,261,850	1,288,195	1,261,131
רווח	94,235	180,334	178,193	170,472
שיעור רווח תפעולי	11%	14%	14%	14%
אחר				
הכנסה	26,531	21,874	21,343	21,355
רווח	3,930	1,534	2,781	4,026
שיעור רווח תפעולי	15%	7%	13%	19%

עיקר ההכנסות של חבר דן-אוויס הן ממגזר הליסינג התפעולי שלה. מגזר זה הינו בעל שיעור רווחיות גבוה יותר ממגזר ההשכרה לזמן קצר. עם זאת נראה כי יש חשיבות לסינרגיה שבין מגזר השכרת הרכב לזמן קצר ומגזר הליסינג התפעולי (תקף גם לשלמה-ניו קופל). שני מגזרי הפעילות – ההשכרה לזמן קצר והליסינג התפעולי – עושים שימוש מקביל במערכים משותפים רבים. **ניצול הסינרגיה ויתרון הגודל באים לידי ביטוי בשימוש במשאבים משותפים כגון: מערכי המכירות והשיווק, התפעול והשירות, התחזוקה והמימון.** בנוסף, החברה יכולה להנות מחוזק המותג שלה בשני המגזרים. מגזר "אחר" התייחס לפעילויות הכוללות מכירת שוברים להשכרת כלי רכב בחו"ל, סוכנות נסיעות, טרייד-אין לרכב משומש ופעילות ליסינג מימוני.

לוח 33: רווחיות גולמית לפי מגזרים בחברת דן-אוויס 2008-2010

(אלפי שקלים)

	2010	2009	2008
הכנסות מהשכרה לזמן קצר	354.4	341.6	360.4
אחוז מכלל ההכנסות	21.90%	21.10%	22.30%
רווח גולמי (מיליוני ש"ח)	60.7	50.9	67.7
שיעור הרווח הגולמי	17.10%	14.90%	18.8
הכנסות מליסינג תפעולי	1,261.90	1,288.20	1,261.10
אחוז מכלל ההכנסות	77.70%	79.40%	78.00%
רווח גולמי (מיליוני ש"ח)	208.5	204.6	198.3
שיעור הרווח הגולמי	16.50%	15.90%	15.70%

מעניין לראות כי למרות ששיעור הרווח הגולמי בין שני המגזרים דומה ועומד על הפרש של פחות מאחוז אחד, הפער ברווח התפעולי עומד על כ-4%.

לוח 34: רווחיות תפעולית לפי מגזרים בחברת שלמה-ניו קופל 2008-2011

(מיליוני שקלים)

תחום	ספט-11	2010	2009	2008
השכרה לזמן קצר				
הכנסה	550	726	674	631
רווח	42	70	60	66
שיעור רווח תפעולי	8%	10%	9%	10%
ליסינג תפעולי				
הכנסה	1,983	2,534	2,376	2,308
רווח	214	323	321	302
שיעור רווח תפעולי	11%	13%	14%	13%
ביטוח				
הכנסה	269	312	381	103
רווח	-46	-34	-30	-4

בעוד והסנרגיה בין מגזר השכרה לזמן קצר ומגזר הליסינג התפעולי תורמת לחברת שלמה-ניו קופל ומביאה אותה לרמות רווחיות תפעולית גבוהה, מגזר הביטוח דוחף את הרווח התפעולי הכולל של החברה כלפי מטה.

3.2.4 **השכרת רכב לזמן קצר**

החברות מעמידות לרשות לקוחותיהן בהשכרה קצרת מועד כלי רכב מסוגים שונים, לנהיגה עצמית לתקופות זמן משתנות, בין יום לשנה. צי כלי הרכב מורכב מכלי רכב פרטיים ומסחריים. לקוחות החברה מתפלגים ללקוחות פרטיים (ישראלים ותיירים) וללקוחות עסקיים. משך השימוש של לקוחות פרטיים נע בין יום לחודש, בעוד משך השימוש של הלקוחות העסקיים ארוך יותר ונע בדרך כלל בין שבוע לשנה. בעוד הלקוחות הפרטיים מרבים להשתמש בכלי רכב פרטיים, הלקוחות העסקיים משתמשים הן בכלי רכב פרטיים והן בכלי רכב מסחריים.

3.2.5 **שינויים בהיקף הפעילות בתחום וברווחיותו**

המבנה הפיננסי של החברות בענף מחייב אותן להיות קשובות ליחסים הפיננסיים שלהן, לרמת המינוף וביכולת החזרת החוב תקופות של האטה כלכלית במשק. בנוסף, עליהן להיות בעלות יכולת גיוס חוב מהבנקים ומשוק ההון גם בתקופות בהן יש האטה בשוק ההון.

יתרון לגודל, הינו גורם מפתח להצלחה בענף זה. הפעילות בענף זה כרוכה בעלויות קבועות ובמערך לוגיסטי נרחב ולכן קיים יתרון לחברות בעלות היקף פעילות גדול, כח קנייה גדול ופריסת סניפים נרחבת.

על פי דיווחי חברות הליסינג, למוניטין של חברת הליסינג וההשכרה יש משקל רב בעת קבלת ההחלטה של לקוח, הן בעת השכרת רכב והן בעת רכישת רכב חדש. על החברות להיות גמישות מבחינה פעולית ובעלות יכולת להתאים את היקף הפעילות שלהן למציאות משתנה, תוך ניצול יעיל של כלי הרכב בצי ההשכרה והליסינג.

3.2.6. חסמי הכניסה והיציאה העיקריים של תחום הפעילות

לתחום הליסינג חסמי כניסה גבוהים. הצורך ברכישת צי רכב חדש בהשקעות הוניות גבוהות, הקמת מערך שירות וסניפים בפריסה ארצית, הצורך בהשקעה במותג ובפרסום וכיו"ב. חסמי היציאה מתבטאים ביכולת למכור את צי כלי הרכב במחיר סביר.

תחליפים למוצרי תחום הפעילות ושינויים החלים בהם: פעילות ההשכרה ופעילות הליסינג הינן פעילויות תחליפיות בחלק מן התחומים. לקוח עסקי יכול לבחור בין השכרה לתקופה של 3 שנים (ליסינג תפעולי) בתעריפים מוזלים וכנגד התחייבות למשך תקופת ההתקשרות, לבין השכרה לתקופות קצרות יותר בתעריפים משתנים וגבוהים יותר, אך ללא התחייבות לתקופה ארוכה.

מבנה התחרות בתחום הפעילות ושינויים החלים בו: בתחום השכרת רכב לזמן קצר פועלים מתחרים רבים, חלקם חברות המפעילות מותג בינלאומי וחלקם חברות המפעילות מותג מקומי. התחרות מתמקדת בעיקר בתעריפים וברמות שירות. זאת מפני שהסיכון במודל העסקי שלהן הוא החשיפה לערכי הגרט, בשל חוסר הודאות לגבי מחירם העתידי של כלי הרכב. ערכי הגרט משפיעים על רווחי ההון בעת מכירת הרכב בתום תקופת החכירה ומשמשמים להחזר החוב של החברה. יש לציין כי בפועל כלי הרכב נמכרים בהפחתה מסוימת מהמחיר המפורסם במחירון לוי יצחק.

3.2.7. תיאור שירותי השכרת רכב לזמן קצר

תעריפי החברה מבוססים על סוג הרכב, גודלו ומשך ההשכרה. המחיר ללקוח מורכב ממחיר השכרה בסיסי שנקבע על פי קריטריונים של זמן וקילומטראז', דמי ביטול, השתתפות עצמית בגין תאונה ותשלומים אחרים בגין כיסוי נגד גניבת רכב ותאונות אישיות לנהג ולנוסע. התעריפים מושפעים בין היתר, מעונתיות, משיקולי תחרות ומעלויות החברה.

3.2.8. ליסינג תפעולי

מבנה תחום הפעילות והשינויים שחלים בו: בתחום פעילות זה, מעמידה החברה לרשות לקוחותיה בליסינג התפעולי כלי רכב מסוגים שונים, לפי בחירתם, לנהיגה עצמית, לתקופות זמן הנעות בין 12 ל-48 חודשים, ובדרך כלל לתקופה בת 36 חודשים. בשיטת הליסינג התפעולי מקבל הלקוח, תמורת תשלום חודשי קבוע, חבילת שירות הכוללת רכב, שירותי מוסך, רישוי, ביטוח חובה, כיסוי במקרה תאונה או גניבה, רכב חלופי, שירותי דרך ושירותי שינוע באמצעות מאגר נהגים. בתום תקופת השכירות מוחזר הרכב לחברה וזו מוכרת אותו.

בשנים האחרונות ניכרת מגמה של יצירת "קבוצות רכב", המשלבות פעילות של ייבוא כלי רכב, השכרה, ליסינג ומתן שירותים נלווים בקבוצה כגון תחזוקה וביטוח.

לאור היציבות הניכרת בגודל שוק הליסינג התפעולי וזמינות מקורות המימון, מתפתחים בשוק הליסינג מוצרים נוספים, כגון: מוצר הליסינג המימוני ללקוחות פרטיים, ליסינג לתקופות קצרות יותר וכדומה.

שינויים במערך הספקים לתחום הפעילות: כאמור לעיל, אחת המגמות הבולטות בשנים האחרונות הינה החיבור שנוצר בין חברות הליסינג וייבואני הרכב, המהווים את הספקים העיקריים של חברות הליסינג. מספר קבוצות בענף הרכב פועלות הן בתחום הייבוא והן בתחום השכרה והליסינג.

מוצר תחליפי נוסף לתחום הליסינג התפעולי הינו ניהול צי רכב עצמאי בבעלות ישירה של הלקוח.

מבנה התחרות בתחום הפעילות ושינויים החלים בו: בשלב מכירת הרכב מתחרות חברות הליסינג וההשכרה באנשים פרטיים המוכרים כלי רכב, סוחרי רכב וכן בחברות הליסינג וההשכרה האחרות.

אלבר מספר ספקים עיקריים: דלק מוטורס (ייבואני מאזדה ופורד), קבוצת כלמוביל-כלמוטור (ייבואני יונדאי ומיצובישי) ויוניברסל מוטורס UMI (ייבואני שברולט). מיבואנים אלו רכשה אלבר ב-2009 ו-2010 כ-85% וכ-75% מכלל כלי הרכב שרכשה באותה השנה בהתאמה. החברה טוענת בדו"חותיה כי אין לה תלות מהותית במי מספקיה וזאת בשל יכולתה, על פי הערכתה, לבצע רכש של כלי רכב חדשים מיבואני רכב חלופיים, ללא תוספת עלות מהותית. עם זאת, כפועל יוצא משיעור הרכישות של אלבר משלושת היבואנים כאמור, נראה כי יש לה תלות מסוימת בספקים אלו.

מדיניות החזקת מלאי כלי רכב: ככלל, אלבר רוכשת כלי רכב כנגד הזמנות חתומות של לקוחות ואינה מזמינה כלי רכב נוספים למלאי. עם זאת, לעיתים, ובעיקר לצורך נוחות תפעולית, נוהגת אלבר לרכוש כלי רכב בעלי ביקוש גבוה למלאי, בהיקפים לא מהותיים.

3.2.9 תנודות מחירים בשוק המכוניות המשומשות

הנכס העיקרי של חברות הליסינג הינו צי כלי הרכב שלה ועל כן, מחירי כלי הרכב המשומשים שברשותה משפיעים על שווי נכסי החברה. מחירי המשומשים מושפעים מגורמים שונים וביניהם:

א. האטה כלכלית: האטה כלכלית ומצוקת אשראי משפיעים הן על לקוחות פרטיים מבחינת יכולתם לרכוש רכב, הן על הלקוחות העסקיים מבחינת הביקוש לליסינג תפעולי, והן על חברות הליסינג מבחינת יכולות המימון והיכולת לממש (למכור) כלי רכב בתום תקופת השכירות.

ב. היצע: היצע גדול של מכוניות למכירה, הן מצד היבואנים והן מצד חברות הליסינג, עלול לשחוק את מחירי המכוניות המשומשות.

ג. **רגולציה:** השינוי בשיטת שווי השימוש ברכב צמוד לעובדים ויישום הרפורמות בשינוי מס הקנייה על כלי רכב חדשים משפיעים על מחיר כלי רכב חדשים וכנגזרת, גם על מחיר המכוניות המשומשות. כך, העלאת המחיר לצרכן של רכב חדש גוררת העלאה במחיר הרכב המשומש מאותו דגם ולהיפך.

ד. **שינויים בחוקי המס:** שינוי במערך המיסוי על רכב חדש, במיסוי על שווי השימוש של עובדים ברכב צמוד וכן שינוי בשיעורי מס חברות, עלולים להשפיע על פעילות החברה ועל שווי נכסיה. חלק מן העובדים נדרש לוותר על מרכיב חודשי קבוע הנגזר משכר הברוטו, תמורת קבלת ההטבה הגלומה ברכב צמוד. בגין אותו רכב, משלם העובד מס על פי שווי שנקבע על ידי רשות המיסים כהטבה (שווי שימוש).

ה. **שינויים רגולטורים:** דוגמת מתן היתר לייבוא מקביל של מותגי רכב לישראל, אשר מבטל (גם אם באופן חלקי) את הבלעדיות הקיימת ליבואני הרכב בישראל, עשויים לפתוח בפני חברות הליסינג את האפשרות לייבוא עצמי של כלי רכב וכן אפשרות להתפתח לכיוונים חדשים.

ו. **תנודות בשערי מטבע זר (ובעיקר הדולר, האירו והיין):** לשינויים אלו השפעות, אשר חלקן מנוגדות, על מצבה הכספי של החברה, בין אם באופן ישיר ובין אם בדרך של השפעת שערי החליפין על מחירי הרכב החדש ליבואנים.

ז. **תנודות בשיעורי הריבית והמדד:** היות וענף זה מורכב מחברות עתירות חוב, לשינויים בשיעורי הריבית יש השפעה משמעותית על עלות גיוס החוב לצורך מימון הפעילות. לשינוי בשיעור האינפלציה השפעה על הריבית הנקובה בהלוואות צמודות מדד.

ח. **תנודות במחירי הדלק:** שינוי במחירי הדלק יכול להשפיע על הביקוש לעסקאות ליסינג תפעולי ועל מחירי המכוניות. כך, מחירי דלק גבוהים עשויים להניע את לקוחות הליסינג להעדיף מכוניות חסכוניות בדלק, המצוידות במנועים קטנים או בהנעה היברידי, ולהקטין את הביקוש למכוניות בנזין בעלות מנועים בינוניים וגדולים. כמו כן, עלייה במחיר הדלק עשויה להוות גורם משפיע בשיקולי העובד בהעדפת עסקת ליסינג תפעולי, ומצד שני, ייתכן ומצב שכזה עשוי להיות שיקול כנגד עסקת ליסינג תפעולי מצד המעסיקים.

למוצר עתיר מס רגישות גבוהה לשינויים במדיניות המיסוי. הרפורמה בשווי רכב שהחלה ב-2009 ונכנסה לתוקף חלקי ב-2010 סייעה לחברות הליסינג להגדיל את נתח השוק שלהן בענף. מגמה זו נתמכה במדיניות תגמול העובדים בחברות ציבוריות ובחברות שגייסו כסף ממקורות אחרים כדוגמת ההיי-טק. העמדת רכב ליסינג לעובדים היתה כדאית הן מבחינת העלות הישירה למעסיק ולעובד והן בהיבט של יתרונות חישוביים נוספים לשני הצדדים. עם השוואת מקדמי שווי הרכב בשנת 2011, פחתה הכדאיות של העמדת רכב צמוד בשיטת הליסינג, אולם חברות הליסינג צברו בינתיים השפעה ניכרת בענף הרכב.

4. התאמת מחירים אוליגופוליסטית בענף הרכב

4.1. מהי התאמה אוליגופוליסטית

התאמה אוליגופוליסטית (Tacit Collusion) היא תחום "אפור" בכל הקשור להגבלים העסקיים. בהתאמה אוליגופוליסטית אין מדובר בתיאום אקטיבי של שחקנים, אלא בהתאמה העצמאית של כל אחד מהם. התאמה כאמור מתאפשרת בעיקר כאשר יש כשל שוק. בדומה לתיאום קרטליסטי או תמחיר מונופוליסטי – המחיר המוצע בשוק מותאם ולא נקבע על ידי כוחות שני צידי השוק ובעצם מהווה מחיר בלתי תחרותי. התאמה מתרחשת כאשר בשוק אוליגופוליסטי (נתח שוק גדול שבין מועטים) דואגים השחקנים ללמוד את תגובות מתחריהם במקום את תגובות הצרכנים, או לחילופין קיים גורם שלישי המייצר התאמה בדרך של סיגנלים חיצוניים (מעין עושה שוק). כל שחקן (מתחרה) מפעיל את עסקיו בהתאם לשאר השחקנים (המתחרים) שהרי לכולם אינטרס משותף הנשען על העלאת המחיר, הגדלת הרווחים ויצירת כוח שוק. זהו הבסיס שבהתאמה אוליגופוליסטית. אחת ההנחות הבסיסיות היא שהאינטראקציה בין השחקנים היא רב פעמית ("משחק החוזר על עצמו"). קיימים שלושה מודלים עיקריים המתארים התאמה אוליגופוליסטית – קורנו, ברטרנד וסטיגלר. סטיגלר (בשונה מקודמיו) מניח כי בשוק אוליגופוליסטי הגורם העיקרי שיקבע האם אכן תתקיים התאמה הינו עלות ההשגה או ההימצאות של מידע זמין לגבי מחירי המתחרה, וגמישות ההתאמה (באיזו קלות ניתן להתאים את המחיר).

4.2. תנאים להיווצרות שוק במבנה אוליגופוליסטי¹⁰⁸

שוק אוליגופוליסטי מצריך את קיומם של 4 תנאים הכרחיים:

- 1. מבנה השוק:** ככלל, התאמה מהסוג המדובר אפשרית בשוק בעל מספר מתחרים מועט יחסית (או מספר פירמות מובילות) ובוודאי שלא בשוק בו יש מתחרים רבים. מצב זה נמצא על הטווח שבין פירמה אחת שולטת (מונופול) לבין תחרות בין מספר רב של שחקנים. הסיבות לכך הן **חסמי כניסה גבוהים** לשוק זה – **חסמים רגולטוריים** (הגבלות רבות מכורח החוק או תקנות לגבי הפעלת מוסכים, דרישות להון עצמי גבוה ועוד); **חסמים טבעיים** (מספר מוגבל של יצרני רכב וכניסת יצרנים חדשים מוגבלת עקב העלויות האדירות); **חסמים מלאכותיים** (הסכמי בלעדיות ארוכי טווח בין היצרן ליבואן בגלל אופי המוצר והשירות המתאים שיש להבטיח לצרכן).
- 2. אופי הפירמות:** כאשר שחקן מסוים פועל בכמה שווקים במקביל (שוק המכוניות המשפחתיות ושוק המסחריות הקטנות, למשל) וגם מתחריו פועלים בצורה דומה, ניתן להעניש על פעולתו של שחקן מסוים בשוק נתון, בשוק המקביל.
- 3. אופי העסקאות:** שוק הרכב מאופיין במספר רב של עסקאות ללקוחות פרטיים ובביקוש יציב יחסית ולכן קל יותר להעניש שחקנים אחרים על ידי הורדה זמנית של המחיר, מבלי לפגוע משמעותית ברווחי החברה. כמו כן, השקיפות היחסית במחירי העסקאות עוזרת לזהות סטייה מההסכם.

¹⁰⁸ מבוסס על מאמרו של שניר יחיאל "התאמה אוליגופוליסטית בשוק הרכב הישראלי", 2011.

4. אישיות החברות: שוק הרכב מאופיין על פי רוב בשחקנים וותיקים אשר מסתכלים על הטווח הארוך ואין להם אינטרס לזעזע או לעורר את השוק אלא לשמור על רווחיהם לאורך זמן.

4.3 תנאים להיווצרות התאמה אוליגופליסטית

על פי סטיגלר שלושה תנאים מקיימים יחד התאמה אוליגופוליסטית:

1. הסכם לא מפורש (Tacit): בכדי שהתאמת המחירים לא תוגדר כהסדר אסור על פי חוק, על המתחרים להגיע ל"הסכם" לבדם, תוך כדי הסתמכות בשתיקה על תגובתו ופעולותיו של המתחרה.

2. יכולת הענשה: בכדי שלא יהיה כדאי לשחקן מסוים תמריץ לסטות מההסכם ההתאמה יש צורך במנגנון "ענישה" על ידי המתחרים כפי שיתואר בהמשך.

3. זיהוי סטייה מההסכם ההתאמה: על מנת שמנגנון שכזה יוכל לבוא לידי ביטוי יש צורך ביכולת לזהות סטייה שכזו על ידי השחקנים האחרים. ככול שיש יותר מידע בידי שחקן נתון על שאר השחקנים, כך יכולת זיהוי סטייה גובר והתמריץ לסטות פוחת.

4.4 אינדיקציות להתאמת מחירים בענף הרכב בישראל

מן הטבלה והתרשימים שלהלן ניתן לזהות כי מחירי כלי הרכב בסיווג מסחרי זהה דומים מאוד וכי ישנן קפיצות במחיר ואחידות מסוימת במחירים של מכוניות שונות כאשר עוברים מסיווג לסיווג. קשה לקבוע את עלות ייצור רכב מסוים עקב מכלול העלויות השונות הקשורות בכך ובשל פיתוחים שונים של יצרני רכב. כמו כן, ההתקשרות בין היצרן ליבואן המשווק הינה סודית, בלעדית, ולאורך זמן ולא ניתן לדעת באיזה מחיר נקנה הרכב על ידי הגורם שמשווק אותו. במילים אחרות, הנתונים לא מאפשרים לנו לתמחר כל רכב באופן אובייקטיבי ונפרד בהתאם לעלויות הכרוכות ביצורו באופן ישיר. על כן, כאשר לוקחים בחשבון את השוני הרב שבין היצרנים (הוזלת עלויות בדרכים שונות, פיתוחים בלעדיים, מדינות ייצור שונות ופערי מטבע וכיו"ב) ניתן להסיק כי המחירים הדומים שנקבעים בשוק הישראלי אינם נובעים מעלות הייצור, השינוע והמיסוי של כלי הרכב וכי קיים חשש כבד להתאמת מחירים.

התרשימים והלוח הבאים מציגים את מחיריהן של 52 מכוניות חדשות מ-9 יצרנים שונים, בנפחי מנוע של 1.0 ליטר ועד 2.0 ליטר (עם יוצא מן הכלל אחד – שברולט מאליו עם 2.4 ליטר), בטווח מחירים של 166-70 אלפי שקלים. כמו כן, מוצגים מחיריהם של 25 כלי רכב רב שימושיים ("גיפים") חדשים מ-7 יצרנים שונים, בנפחי מנוע של 2.0 ליטר ועד 2.5 ליטר, בטווח מחירים של 230-160 אלפי שקלים (לא קטגוריית רכבי היוקרה).

כפי שניתן לראות בגרפים, ישנן תתי קבוצות מחירים אשר סביבן מתקבצים מספר מכוניות וכלי רכב, כאשר המחירים בכל תת קבוצה שכזו נעים על פי רוב בטווח של כ-5,000 שקלים בין הרכב הזול לרכב היקר באותה תת קבוצה. לדוגמא: יש 7 מכוניות שונות, בנפח מנוע של 1.6 ליטר, מיצרנים שונים בטווח המחיר שבין 121,400 אלפי שקלים (קיה פורטה) לבין 124,000 שקלים (פורד פוקוס ספורט). בסיווג המיני, ההבדל

במחיר שתי המכוניות שנדגמו הוא 910 שקלים. מעניין לראות כי מחירי 3 מכוניות סקודה אוקטביה בנפחי מנוע 1.2, 1.4 ו-1.6 ליטר זהים (על פי נתוני אתר יד2-רכב חדש). קל לזהות "קבוצות" סביב רמות מחיר של: 105, 119-120, 126, 136 ו-158 אלפי שקלים. אבחנה זו נכונה גם בעבור כלי הרכב הרב שימושיים. לדוגמא: ברמת המחיר של 180-190 אלפי שקלים אנו מוצאים במדגם זה 7 כלי רכב, של 5 יצרנים שונים וברמת המחיר של 195-200 אלפי שקלים אנו מוצאים 8 כלי רכב מ-6 יצרנים שונים. יש לזכור כי גם אם יש שוני מסוים במחירים, הרי ברמות מחיר כאלו הוא אינו משמעותי. לסיכום, ניתן לומר כי הצרכן כמעט אדיש לגבי בחירת מותג ספציפי באותה רמת מחיר. כל שנותר לקונה הוא לבחור את רמת המחיר המתאימה לו.

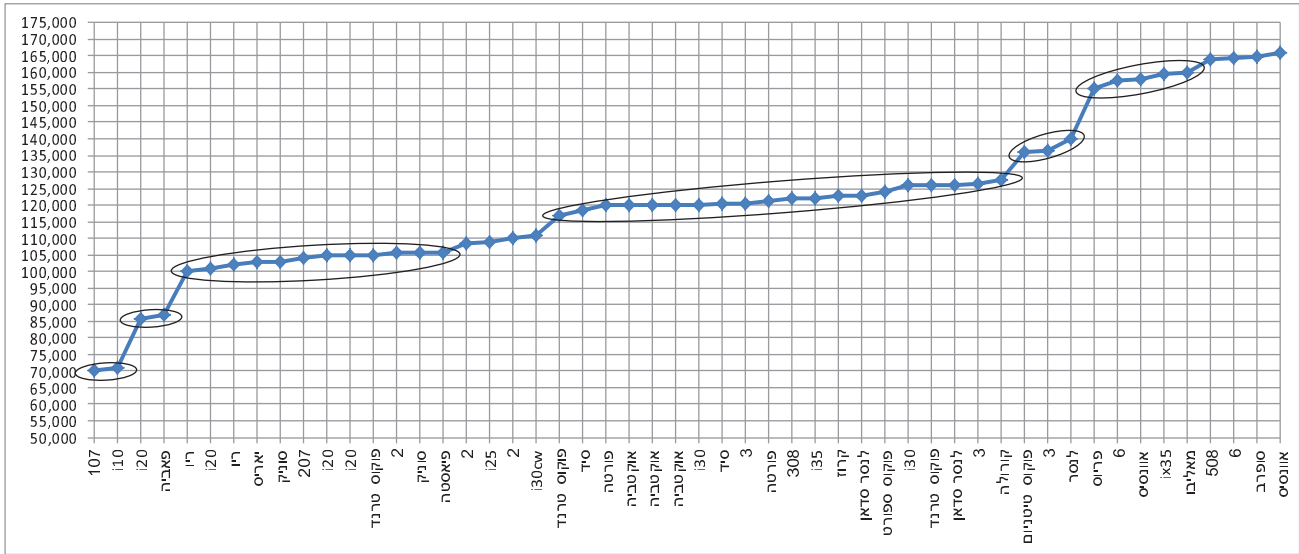
לוח 35: מדגם מחירי מכוניות לפי מחירון 2012

מותג	דגם	נפח מנוע	גיר	מחיר כולל מע"מ	הערות או גימור
פיג'ו	107	1.0	אוטומטי	69,990	
יונדאי	i10	1.1	אוטומטי	70,900	
יונדאי	i20	1.4	ידני	85,900	
סקודה	פאביה	1.4	ידני	86,900	
קיה	ריו	1.4	אוטומטי	99,900	LX
יונדאי	i20	1.4	אוטומטי	101,000	INSPIRE
קיה	ריו	1.4	אוטומטי	101,900	EX
טויוטה	יאריס	1.4	אוטומטי	102,900	
שברולט	סוניק	1.4	אוטומטי	103,000	
פיג'ו	207	1.6	אוטומטי	103,991	
יונדאי	i20	1.4	אוטומטי	104,900	PREMIUM
יונדאי	i20	1.6	אוטומטי	105,000	
פורד	פוקוס טרנד	1.6	ידני	105,000	
מאזדה	2	1.5	אוטומטי	105,500	Active
שברולט	סוניק	1.6	אוטומטי	105,500	
פורד	פיאסטה	1.4	אוטומטי	105,500	
מאזדה	2	1.5	אוטומטי	108,500	Dynamic
יונדאי	i25	1.6	אוטומטי	108,900	
מאזדה	2	1.5	אוטומטי	110,000	סדאן Dynamic
יונדאי	i30cw	1.6	ידני	110,900	
פורד	פוקוס טרנד	1.6	אוטומטי	117,000	
קיה	סיד	1.6	אוטומטי	118,500	LX
קיה	פורטה	1.6	אוטומטי	119,900	LX
סקודה	אוקטביה	1.2	אוטומטי	119,900	
סקודה	אוקטביה	1.4	אוטומטי	119,900	
סקודה	אוקטביה	1.6	אוטומטי	119,900	
יונדאי	i30	1.6	אוטומטי	120,000	INSPIRE
קיה	סיד	1.6	אוטומטי	120,500	EX
מאזדה	3	1.6	אוטומטי	120,500	Active
קיה	פורטה	1.6	אוטומטי	121,400	EX
פיג'ו	308	1.6	אוטומטי	121,990	
יונדאי	i35	1.6	אוטומטי	122,000	
שברולט	קרוז	1.6	אוטומטי	122,900	
מיצובישי	לנסר סדאן	1.6	אוטומטי	123,000	
פורד	פוקוס ספורט	1.6	אוטומטי	124,000	
יונדאי	i30	1.6	אוטומטי	126,000	SUPREME
פורד	פוקוס טרנד	2.0	אוטומטי	126,000	
מיצובישי	לנסר סדאן	1.6	אוטומטי	126,000	ספורט
מאזדה	3	1.6	אוטומטי	126,500	Comfort
טויוטה	קורולה	1.6	אוטומטי	127,500	
פורד	פוקוס טיטניום	2.0	אוטומטי	136,000	
מאזדה	3	2.0	אוטומטי	136,500	Spirit
מיצובישי	לנסר	1.8	אוטומטי	139,900	
טויוטה	פריוס	1.8	אוטומטי	155,000	היברידי
מאזדה	6	2.0	אוטומטי	157,500	Executive
טויוטה	אוונסיס	2.0	אוטומטי	158,000	סדאן
יונדאי	ix35	2.0	אוטומטי	159,500	נכנס גם תחת ג'יפים
שברולט	מאליבו	2.4	אוטומטי	159,900	
פיג'ו	508	1.6	אוטומטי	163,990	
מאזדה	6	2.0	אוטומטי	164,500	5 דלתות Luxury
סקודה	סופרב	1.8	אוטומטי	164,900	Ambition Tsi
טויוטה	אוונסיס	2.0	אוטומטי	166,000	סטיישן

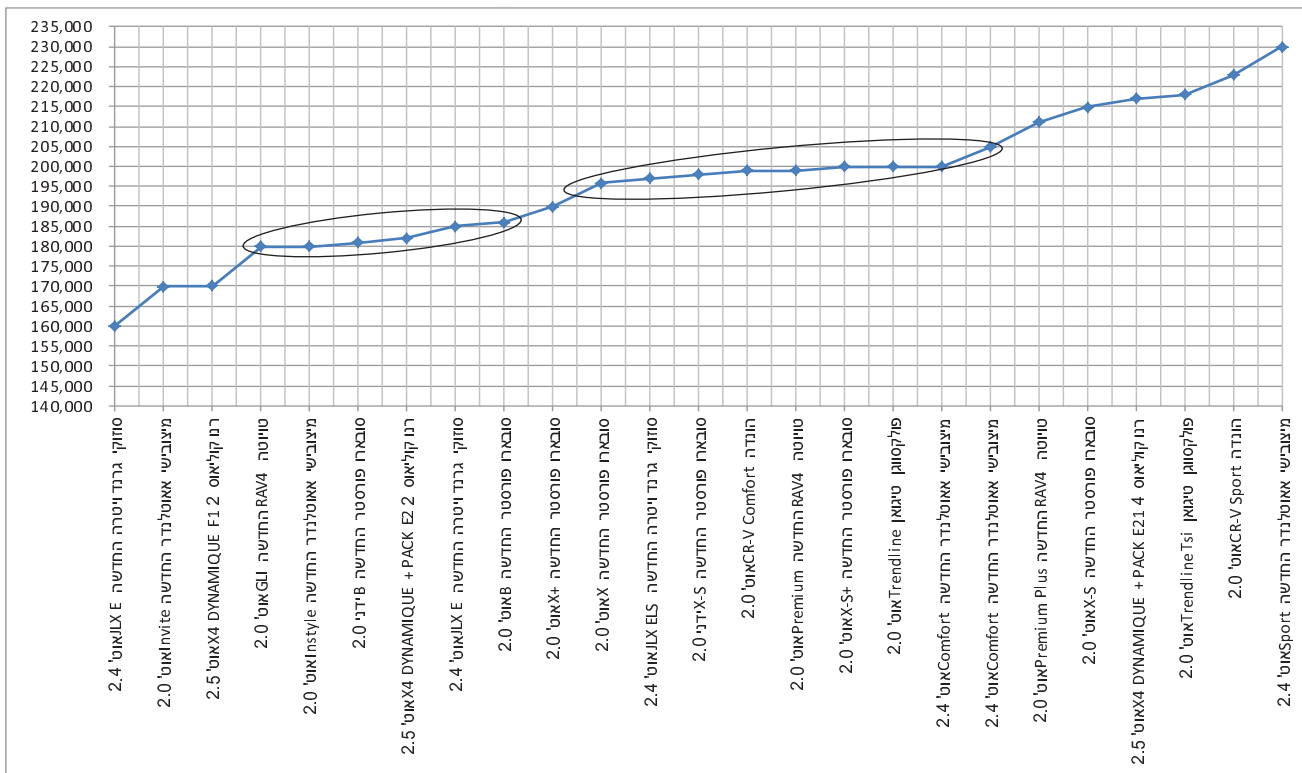
נתוני המחירים נלקחו מאתר יד2-רכב חדש



תרשים 25: מחירי מכוניות מסיווג מיני ועד משפחתי גדול/מנהלים (מחירון 2012)



תרשים 26: מחירי כלי רכב רב שימושיים (מחירון 2012)



התנאי לזיהוי הסטייה מההתאמה מתקיים בקלות בשוק המכוניות. השחקנים כולם יודעים על כמות כלי הרכב הנמכרת על ידי כל אחד מהם וכן יודעים בקלות את מחיר המחירון. כל יבואן יודע מה עושים מתחריו. פרסום המחירונים, ובראשם זה של לוי יצחק, מתבסס על מידע ישירות מהיבואן גם לגבי מחירי כלי רכב חדשים, והמידע אודות עסקאות ומסירות מפורסם באתר איגוד יבואני הרכב. בנוסף, הביקוש הקשיח למדי לכלי רכב ויציבותו לאורך זמן בשוק בישראל מאפשר לזהות סטייה מההתאמה וזאת כאשר נרשמת עלייה משמעותית במכירות על ידי יבואן מסוים.

השחקנים בישראל צופים ומכוונים את פעילותם לאורך זמן (ומנסים לשמור על רווחיות לאורך זמן ולא רק בטווח המיידי) בשל העלויות הכרוכות בייבוא והפצה. כמו כן, הם פועלים בשווקים מקבילים וניתן לזהות בישראל כי יבואנים שונים מחזיקים במותגים שונים לרמות מחיר שונות (למשל מרצדס ומיצובישי בקבוצת כלמוביל) ולפעמים אותו המותג מתחרה בשני שווקים (רמות מחיר) באותה העת (למשל פולקסווגן אצל קבוצת צ'מפיון).

ניתן לקבוע כי ההסכם הלא מפורש נוצר באמצעות פעולתן של חברות הליסינג. הללו מבססות את כל המודל העסקי שלהן על יכולתן לרכוש כלי רכב במחיר נמוך באופן משמעותי ממחירו לצרכן. ברם, משעה שרכשו את כלי הרכב הן מייצרות סינגל (איתות) ליבואנים לבל יפחיתו את מחירו לצרכן, שמא הרווח העתידי שלהן בעת מכירת הרכב ייפגע. מכאן נוצרת יכולת הענשה ברורה. יבואן שיפחית את מחיר הרכב לצרכן, לאחר שמכר אותו לחברת הליסינג, יישחק את מודל הרווח שלה ולכן יגרום לה לא לרכוש ממנו בעתיד. מאחר ולמעלה ממצחית ממכירות כלי הרכב הפרטיים בישראל נעשה לחברות ליסינג ולציי רכב אחרים אזי משמעות העונש ברורה.

יצוין בהקשר זה, כי אחת האינדיקציות לקיומה של התאמה אוליגופוליסטית ממין זה, הנובעת מענף הליסינג והצייס, היא סטיית התקן הנמוכה של מחירי כלי הרכב הנמכרים לליסינג, ביחס לסטיית התקן הגבוהה יותר הקיימת במחירי מכוניות שאינן נמכרות לחברות ליסינג ולצייס (לדוגמא, פלח מכוניות קטנות או פלח מכוניות יוקרה, בו יש תחרות מסוימת הודות לייבוא האישי).

קיימת סבירות גבוהה להתאמה אוליגופוליסטית בענף הרכב בישראל. נראה כי בשוק המכוניות יש תחרות מדומה לאור הפרסום העז וההתחרות על מיתוג, מוניטין ואיכות אך לדאבונו לא על המחיר. אוירת התחרות המדומה אכן יכולה להעביר צרכנים במידה מסוימת ממותג מסוים לאחר (לדוגמא יונדאי שתפסה בשנה האחרונה את המקום הראשון בקרב מכוניות משפחתיות אחרי שנים ששלטה מאזדה בשוק) וישנם שיקולים אחרים מלבד המחיר בעת קניית רכב המסיטים את הצרכן מהתמקדות במחיר (למשל: טעמים, מוניטין). אגב, יש לציין כי העלייה בשנים האחרונות בייבוא האישי, שאומנם עד כה לא באה לידי ביטוי בשוק המכוניות המשפחתיות (בגלל השפעות חיצוניות בעיקר), חושפת כי הטענה שהמחירים בישראל גבוהים רק בגלל המס, אינה נכונה. ולראייה הורדת מחירים בשוק מכוניות היוקרה בעקבות העלייה בייבוא האישי.

זאת ועוד, בשוק המכוניות בישראל פועלות 15 קבוצות יבוא אלא שמתוכן 4 קבוצות שולטות בכמעט 60% מהשוק לאורך שנים. מצב זה נוצר לאור חסמי הכניסה המונעים משחקנים נוספים להיכנס לתחום. החסמים הטבעיים קשים להסרה וזאת בשל אופי המוצר. החסמים הרגולטורים נובעים ממדיניות הממשלה והמחוקק וניתנים לבחינה ושינוי במידת הצורך כפי שעושה ועדה זו. אך החסם המהותי ביותר הוא הסכמי הבלעדיות של היבואנים. מדובר בחסם מלאכותי המגביל את השוק. לאור החסמים הללו נראה בסבירות גבוהה כי אילולא התערבות הממשלה להסרת החסמים, ההתאמה אוליגופוליסטית הפוגעת בצרכן תישאר לאורך זמן רב.



5. כשלים נוספים בענף הרכב

5.1. עיוותים שיוצר הקשר בין היבואן למוסד

במצב השוק היום, על מנת שמוסד יוכל לנהל מרכז שירות מוכר (מוסד רשמי שהוגדר כך על ידי היבואן) עליו להתקשר בהסכם עם היבואן. עבור מוסכים רבים עניין מרכז השירות מהווה מטה לחמם שאילולא זאת היו, ככל הנראה, חדלים להתקיים. לטענת חלק מן המוסכים המורשים (וגם באמצעות באי כוחם) מכריחים היבואנים, הלכה למעשה, את המוסכים שבמסגרת הסכם ההרשאה, לרכוש חלפים מקוריים מן היבואנים בלבד. כפייה זו מהווה הסדר כובל שפוגע במחיר שיכל הלקוח הסופי לקבל מן המוסד עבור החלף (או התיקון בכללו) בשל העדר אלטרנטיבה או תחרותיות.

במהלך שנת 2002 הוצא צו בהסכמה בין היבואנים לממונה על ההגבלים בקשר להתניות אותן יותר לכלול בהסכם היבואן מול המוסד (הסכם מרכז שירות). צו זה, שנכתבה בהתאם לסעיף 50ב' לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 נקבע למשך חמש שנים ואיננו תקף נכון להיום. לטענת חלק מהמוסכים הצו הופר גם כאשר היה בתוקף וגם היום. בידי הוועדה הובאו עדויות לפיהן היבואן עורך "ביקורות פתע" ואוסף נתונים שנועדו לאכוף התניות שאסורות על פי הצו האמור ואשר פוגעות בתחרותיות. הסדרים מסוימים אף מתירים ליבואן לקבל מהמוסד מידע גורף לגבי היקף הטיפול, מהותם, והחלפים שהותקנו עקב כל תיקון ותיקון. בפני הוועדה הובא הסכם כאמור ועולה כי תוכנו מאפשר ליבואנים להכריח את המוסד לכמות מלאי מסוימת, לתמרץ לפי יעדי שיווק של חלפים מקוריים ולהתממשק למחשבי המוסד ולמסד נתוני המלאי שלו. הגם שעל פניו נראה כי ההסכם האמור מנוסח, לכאורה, בהלימות לכתוב בצו, הוא נותן כוח עודף ליבואן על המוסד ומתוך כך כוח עודף בשיווק חלפים מקוריים של היבואן עצמו. נראה מדובר בעיוות השולל את זכות הבחירה של הלקוח הסופי (הצרכן המתקן את הרכב) ופוגע בתחרות בתחום החלפים.

5.2. עיוותים בתחום שיווק חלפים בישראל

כפי שנדון מעלה, מכירת חלקי חילוף מהווה מרכיב משמעותי ברווחי כל השחקנים בענף הרכב אשר מעורבים בשרשרת מהיצרן עד ללקוח, המרווח של השחקנים בענף החלפים הינו גבוה אף יותר מהמרווחים של יצרני הרכב על יצור הרכבים¹⁰⁹.

תחום החלפים לרכב מושפע מענף הרכב בכללותו ומאופיין בתחרות חזקה בעודף כושר ייצור (עודף היצע) ורגישות למחירים. יבואני החלפים רוכשים את המוצרים מוגמרים ולא כחומרי גלם. אולם, התייקרות חומרי הגלם של המוצרים (בעיקר מתכות ופלסטיק) גוררת עליות במחירי המוצרים עצמם ומשפיעה על המכירות, מאחר והשוק רגיש למחירים. שינויי שערי החליפין, בעיקר הדולר מול היורו, משפיעים על רווחיות היבואנים בצורה משמעותית ומשפיעים על בחירת מקורות היבוא.

מוסד הסדר, כאמור, הינו מוסד עמו מקיימת חברת הביטוח הסדר לתיקון רכבי המבוטחים בביטוח מקיף, לרוב בעלות זולה יותר, הן מבחינת היקף ההשתתפות העצמית הנדרשת מבעל הרכב והן מבחינת ההוצאות

¹⁰⁹ מתוך: "Performance in reserve", IBM Global Business Services, P.1, april 2008. וכן על פי ניתוח דו"חות כספיים של החברות הנסחרות.

בהן נושאת חברת הביטוח. משיתוף הפעולה עם חברות ביטוח רכב מבטיחים לעצמם מוסכי ההסדר זרם לקוחות קבוע ובתמורה הם גובים עבור תיקוני רכב עלות נמוכה יותר.

במקביל, חברת ביטוח, אשר מקבלת מחירים זולים יותר, חוסכת באופן זה סכומים נכבדים של כסף. על מנת לעודד מבטוחים לבצע את תיקון הרכב במוסכי ההסדר, מציעות חברות הביטוח, על פי רוב, דמי השתתפות נמוכים יותר, או הטבות שונות כמו רכב חלופי. למבוטח, באופן כללי, אין העדפה למוסך אחד על משנהו ולכן דמי השתתפות עצמית פחותים והטבות כמו רכב חלופי הינם אטרקטיביים עבורו.

אולם, מהסדר זה עולות מספר בעיות. תחילה, מכיוון שחברות הביטוח נושאות בעלות התיקונים ולעתים בעלות רכבים חלופיים הן מפעילות לחץ על המוסכים להוזלת העלויות וביצוע מהיר של עבודת התיקון. לחץ זה עלול להוביל לידי שימוש בחלקי חילוף זולים יותר, או מלאכת תיקון פחות יסודית. קיימים גם הסדרים שונים בין החברות המבטחות, לבין המוסכים בדבר חלקי חילוף שאינם במלאי.

בנוסף, בחלק מהמקרים אספקת חלק מסוים הנדרש לתיקון הרכב תהיה באחריות המוסך ובמקרים אחרים, באחריות חברת הביטוח. נושאים אלו יוצרים מחלוקות בין השניים, בעוד המבוטח נותר ללא רכב תקין, או מקבל לידיו רכב ללא חלקים מתאימים.

מקרה נוסף הוא כאשר נעשה שימוש בחלקי רכב משומשים, או לא מקוריים, מבלי ידיעתו של המבוטח. כך למעשה, המוסך חוסך בעלויות של חלקים מקוריים ומציע לחברת הביטוח עלויות תיקון מופחתות.

לו תוקן הרכב במוסך רגיל, הייתה השאלה פשוטה יותר וככל בעל מקצוע, גם בעל המוסך, אחראי לטיב עבודתו. במסגרת אחריות זו, חייב בעל המוסך, אם ביצע עבודה לקויה, לתקן את הליקויים מכיסו ואם תיקונם אינו אפשרי – לפצות את בעל הרכב. היחסים החוקיים והחוזיים בין בעל הרכב לבין המוסך פשוטים, חובת הלקוח לשלם עבור תיקון הרכב, חובת המוסך לתקנו בצורה הולמת. אולם, כאשר ליחסים אלו חוברת צלע שלישית, חברת הביטוח, הם הופכים מורכבים יותר, שכן לא ברור מי הוא הלקוח של המוסך, האם חברת הביטוח או בעל הרכב.

קיים ניגוד אינטרסים בין חברת הביטוח, לבין המבוטח, בעל הרכב שניזוק. במקרים של נזק ירצה המבוטח בתיקון הולם וראוי, בחלקי החילוף הטובים ביותר והעבודה המקצועית ביותר שניתן לצפות לה. חברת הביטוח לעומת זאת, תשאף להוזלת עלויות התיקון. מחד, המוסך מחויב, הן כלפי חברת הביטוח והן כלפי בעל הרכב. מול חברת הביטוח, יש למוסך חוזה בו הוא מחויב לעמוד, ואילו אל מול בעל הרכב, הוא מחויב מטבע הנחיות משרד התחבורה ואחריותו המקצועית. מאידך, למרות שהיו פסיקות שהטילו אחריות משותפת על חברת הביטוח והמוסך במקרים של תיקוני רכב לקויים, היו גם כאלו שהותירו את המוסך לבדו במערכה ופסקו כי אין אחראית חברת הביטוח לטיב התיקון במוסכי ההסדר, גם אם היא זו שמפעילה לחצים להוזלת העלויות. אולם, במקרים בהם מצהירה חברת הביטוח, בפני בעל הרכב שניזוק, כי היא אחראית לטיב התיקון במוסכי ההסדר, תישא חברת הביטוח באחריות.

ככלל, כל מבוטח שרכבו ניזוק זכאי לדרוש את השבת הרכב לקדמותו. כלומר, תיקונו תוך שימוש בחלקי חילוף מקוריים ולא אחרים שאיכותם ובטיחותם אינה ידועה. חברת הביטוח לא יכולה למנוע דרישה של בעל רכב לשימוש בחלקים מקוריים, היא יכולה רק לעודד אותו להסכים לחלקים זולים יותר, באמצעות הפחתת דמי ההשתתפות העצמית.

5.3. עיוותים שיוצר הייבוא האישי

בשנים האחרונות התפתחה תופעת הייבוא האישי בכיוונים המנוגדים לחלוטין לכוונת המחוקק והתופעה מתנהלת בערוצי מסחר הסותרים את רגולציית ייבוא רכב בישראל. למעשה הפך הייבוא האישי לייבוא מסחרי. ההשלכות תופעת הייבוא האישי בא לידי ביטוי ב-4 מישורים הקשורים זה לזה: המשק הלאומי, הכנסות המדינה, רווחת הצרכן ואיזון ברגולציה.

תופעת הייבוא האישי כפי שהיא קיימת כיום יוצרת מספר סיכונים כדלקמן:

בטיחות וסביבה – לאור מתווה הייבוא האישי והפיקוח עליו קיימת סכנה שיכנסו לארץ כלי רכב שאינם עומדים בתקני הבטיחות הנדרשים על פי החוק. קשה לאמוד את היקפו של נזק זה, אך ככל שתופעת הייבוא האישי תתרחב, כך גדל הנזק הפוטנציאלי לציבור. אי עמידת הרכב הנרכש בייבוא אישי בתקני איכות סביבה עשוי ליצור נזק סביבתי גם כן. בנוסף, היעדר מנגנון קריאה חוזרת לטיפול (Recall) מוסדר בנוגע לתקלות בייצור רכב אשר יובא באופן אישי מהווה סכנה בטיחותית חמורה (למשל תקלה במערכת הבלמים).

התחמקות ממס – קביעת ערך הרכב לצורכי מיסוי נעשה על פי חשבונית הקנייה. העובדה כי רכישת הרכב נעשית אל מול גורם בחו"ל אשר אינו מוכר לרשויות בישראל, הביאה בעבר להתאמה ופיצול חשבוניות על מנת להתחמק מתשלום מס מלא.

פגיעה ברווחת הצרכן – רווחת הצרכן עשויה להיפגע בשני מישורים:

- 1. אי ידיעת היסטוריית הרכב:** רכב המיובא באופן אישי נרשם כרכב "ייבוא אישי-משומש" אך מספר הבעלים הקודמים נרשם "0" בדומה לרכב מיד ראשונה הנרכש מהיבואן. מכאן, אין לדעת כמה בעלים קודמים היו לרכב או איזה סוג "ידיים" הוא עבר (השכרה/ליסינג/פרטי). מרבית כלי הרכב נקנים מהשוק האמריקאי. בשוק זה מחליפים כלי הרכב בעלויות בתדירות גבוהה יחסית, כך שסביר ובעלותם של כלי רכב רבים, בעיקר אלו בני שנה-שנתיים הוחלפה כבר מספר פעמים לא מבוטל. נתונים אלה מהווים פרמטר מהותי בקביעת ערכו האמיתי של הרכב ומכאן קיימת הטעיה של הצרכן העלול להאמין כי רישום הרכב מעיד על נתוני הנכונים ו/או לרכוש רכב במחיר הגבוה משוויו.
- 2. אחריות ואחזקה:** רכב חדש הנקנה מיבואן מורשה זכאי לאחריות של 2-3 שנים בשווי 15-30 אלפי שקלים. אולם, יצרני הרכב אינם מעניקים אחריות בינלאומית ועל כן צרכן הקונה מ"יועץ לייבוא אישי", גם אם ניתנו לו האישורים המתאימים, רוכש רכב ללא אחריות השווה אלפי שקלים. בהיעדר אחריות יישא הצרכן בעלויות התיקונים גם בעבור תקלות אשר אחריות הייתה תקפה לגביהם. בעבר היו מקרים בהם זויפו אישורים ממוסד שירות לתיקון רכב, עניין אשר עלול להוביל לכך שבכבישי ישראל נעים כלי רכב שאינם מתוחזקים על פי התקנות בנושא.



ממצאים והמלצות



1. ריכוז הממצאים העיקריים

בפרק זה מובאים עיקרי הממצאים של הדו"ח ומפורטות בו ההמלצות במלואן. הממצאים מצויים בדו"ח בפרקים הרלבנטיים וההמלצות מוצגות באופן ממוספר ועל פי הנושאים השונים שנדונו בוועדה.

א. מדינת ישראל מאופיינת בשיעורי מס גבוהים בעיקר במס קנייה על רכישת רכב חדש ובהיטל בלו על צריכת דלק. בעוד מחירי ה-FOB של היבואנים הישראליים הינם מהנמוכים בעולם בדגמים המתאימים, מחירי ה-CIF הינם מהגבוהים בעולם.

ב. רמת המינוע (הנמדדת במספר כלי רכב לאלף תושבים) גדלה מאד בישראל בשנים האחרונות, אך היא עדיין מפגרת מאד בהשוואה למדינות מערביות. בשנת 2010 עמדה רמת המינוע בישראל על 333 בעוד שרמת המינוע בגרמניה, צרפת ואוסטריה נעה בטווח של 605-686 ובארה"ב היא מגיעה ל-867 כלי רכב לאלף תושבים בממוצע.

ג. גיל הרכב בישראל נחשב לצעיר ביחס למדינות מערביות: הגיל הממוצע בישראל הוא 6.9 שנים בעוד שבארה"ב הוא מגיע ל-10 שנים בממוצע. לגיל הרכב השלכות בטיחותיות משמעותיות וכן משפיע הגיל הצעיר על צריכת דלק וחלפים.

ד. היקף ההוצאה החודשית הממוצעת על כלי רכב של משק בית ממוצע עמד בשנת 2009 על 11.2% מסל הוצאות המשפחה בממוצע, או 1,458 שקלים. העשירון הראשון מוציא כ-500 שקלים בחודש, העשירון השישי כ-1,450 שקלים והעשירון העליון כ-3,100 שקלים. יצוין כי נתונים אלה אינם מבטאים את השפעת הרפורמות במיסוי הירוק שנכנסה לתוקף בהדרגה החל מ-2009.

ה. ההיקף הכולל של הפעילות הכלכלית בענף הרכב על מקטעיו השונים נאמד בכ- 100 מיליארד שקלים בשנה. כ-55% משוק הרכב החדש מוחזק בידי ארבעה יבואנים (כ-63% משוק הרכב המשפחתי) מתוך סך של 17 יבואנים, כ-64% משוק הליסינג מוחזק בידי ארבע חברות, וכ-54% משוק ביטוח הרכב מוחזק בידי ארבע קבוצות.

ו. קיימת תחליפיות בין רכב פרטי לתחבורה ציבורית באופן משתנה על פני אזור, זמן, מאפיינים סוציו אקונומיים ובעיקר יעילותה של התחבורה הציבורית. רמת התחבורה הציבורית בישראל נמוכה בעיקר בגלל היעדר מערכות הסעת המונים במרכזי הערים וכך נוצר מעגל קסמים שלילי של ביקושים מוגברים לרכב פרטי שמכבידים על התחבורה הציבורית שיוצרים שוב ביקוש לרכב פרטי וחוזר חלילה.

ז. עקב ההתרחבות הגדולה של חברות הליסינג משנת 2009 ואילך, השתנתה מפת הרכב הפרטי בישראל. משקל הרכב שבבעלות בתי האב עמד ב-2010 על 49% לעומת קטגוריית הרכב המוסדי שמשקלה היחסי היה 51% (ליסינג 34%, השכרה וציי רכב 17%) על פי נתוני 2010.

- ח. בעוד המודל של הייבוא המקביל לא צלח, חרף הניסיונות לעודד סוג זה של ייבוא, הצליח הייבוא האישי בעיקר בשנים 2010 ו-2011 ל"היכנס לתמונה" של שוק הרכב בישראל, בעיקר ברכבי יוקרה. עסקאות הייבוא האישי מרחיבות את "מעגל ההזדמנויות" של ציבור מסוים, אך ענף זה איננו מוסדר דיו וכרוכים בו כיום סיכונים רבים.
- ט. בגלל אופיו של כלי הרכב כמוצר תמיכה ושירות, יש לשוק המוסכים תפקיד חשוב בניסיונות לשכלל את ענף הרכב. המציאות שבה פועלים כיום המוסכים פוגעת במקרים רבים ברווחת הצרכן, בכך שהמוסכים אינם מציעים את השירות והמחיר האופטימליים משיקולים חיצוניים, קיימת מעורבות יבואנים חזקה מדי בפעילות המוסכים וחלק ניכר מהמוסכים נמצא בשליטת יבואנים, חברות ליסינג והשכרה וגורמים אחרים מתחום הביטוח.
- י. חרף הניסיונות לשכלל את שוק מחירוני הרכב, הוא נותר כשוק מונופוליסטי בשליטת גורם אחד הקשור עם גורמים מרכזיים בענף. הדבר יוצר עיוותים בעיקר בשוק הרכב המשומש, בתחום הביטוח והשמאות וברמת הסחירות של כלי רכב מסוימים.
- יא. בתחום השמאות קיימים מספר עיוותים שהבולט שבהם הוא הקשר העסקי בין השמאי לחברות ביטוח, הפוגע לעתים מזומנות בטובת הצרכן. בתחום זה בולט היעדרם של מנגנונים אובייקטיביים כמקובל בענפים אחרים כמו "שמאי מכריע" בתחום הנדל"ן, או מנגנון של בחירה אקראית מתוך "פנקס שמאים" העומד לרשות הציבור.
- יב. בענף הביטוח יש אחזקות צולבות של בעלי עניין בענף הרכב כגון יבואנים, חברות ליסינג ועוד. בענף זה מצויים הסדרים מיוחדים עם קולקטיבים ועם גורמי ביקוש אחרים, מציאות היוצרת סבסוד צולב בין הצרכנים ואפליית מחיר ביניהם.
- יג. שש רפורמות הנהיגה ממשלת ישראל בענף הרכב משנת 2003, רובן חשובות ומועילות. ברם, עדיין נותרו כשלי שוק וחסמי תחרות בענף הרכב הנובעים מהיווצרות כוח שוק גדול בקרב גורמים שונים בענף. כוח שוק זה פוגע ברווחת הציבור בתחומי הפעילות השונים של ענף הרכב בישראל וחובה להמשיך ולקדם את המגמה החיובית של ביצוע רפורמות בכל התחומים שבהם קיימים עיוותי שוק.
- יד. בגלל מורכבות המוצרים והשירותים והשלכותיהם הרב תחומיים, קבע המחוקק סמכויות למספר רגולטורים בענף הרכב. כמו בענפי משק לא מעטים, ישנה בעיית תיאום בין הרגולטורים השונים – והדבר פוגע בציבור ובזכותו לקבל שירות יעיל ובזמן קצוב.
- טו. תקינה היא אחד מכלי הרגולציה החשובים בענף הרכב בעיקר בשל סיבות של בטיחות ואקולוגיה. אולם, שימוש לא נכון בכלי רגולטורי זה יכול לסכן את שכלול השוק ואת הרחבת ההזדמנויות העסקיות הן לגורמי היצע והן לגורמי ביקוש. מכאן שחשוב לבחון את התקינה גם בהיבט כלכלי של עידוד התחרות ושכלולה - ולא רק בהיבט של הגנה על הסיביבה והבטיחות.



טז. למוצר עתיר-מס רגישות גבוהה לשינויים במדיניות המיסוי. הרפורמה בשווי רכב שהחלה ב-2009 ונכנסה לתוקף חלקי ב-2010 סייעה לחברות הליסינג להגדיל את נתח השוק שלהן בענף. מגמה זו נתמכה במדיניות התגמול של עובדים בחברות ציבוריות ובחברות שגייסו כסף ממקורות אחרים כדוגמת ההיי-טק. העמדת רכב ליסינג לעובדים היתה כדאית הן מבחינת העלות הישירה למעסיק ולעובד והן בהיבט של יתרונות חיצוניים נוספים לשני הצדדים. **עם השוואת מקדמי שווי הרכב בשנת 2011, פחתה הכדאיות של העמדת רכב צמוד בשיטת הליסינג, אולם חברות הליסינג צברו כבר השפעה ניכרת בענף הרכב.**

יז. **לרפורמת המיסוי הירוק היתה השפעה גדולה על חלוקת ענף הרכב בישראל.** ההנחה המשמעותית במס קנייה שזכו לה כלי הרכב בדרגת זיהום נמוכה, עודדו בשנת 2011 ייבוא כלי רכב קטנים שאינם מזהמים בעלי מנועים קטנים, תיבות הילוכים ידניות ומערכי אביזרים פשוטים יחסית.

יח. **"שווי השימוש" התגלה כפרמטר בעל חשיבות קריטית בהתנהלות ענף הרכב בישראל.** הוא השפיע על היקף המכירות של היבואנים לסקטור העסקי, על התפלגות נתחי השוק של הקבוצות השונות, על התחזקות סקטור הליסינג וההשכרה ועל צריכת כלי הרכב בקרב בתי האב הרגילים.

יט. תהליך הגלובליזציה חל גם על יצרני הרכב בעולם, אם כי לא במידה שווה. יצרני הרכב מהווים אינדיקטור חשוב למצב כלכלי במדינות רבות והם עוברים הליכי מיזוגים ורכישות כמו גם תוכניות סיוע ממשלתיות נרחבות (בעיקר בארה"ב). לפי הערכות, **היקף המזוגים והרכישות בשנת 2009 הגיע לכ-29.4 מיליארד דולר**, והצפי הוא שבשנים הקרובות ההיקף עוד יגבר. ארבע היצרניות המובילות בעולם שייצרו בשנת 2010 40% מהייצור העולמי הינן: טויוטה, GM, פולקסווגן ויונדאי. שמונה היצרניות הבאות מייצרות כ-60% מתפוקת הרכב העולמית.

כ. **מגמת הביקוש לרכב בעולם איננה אחידה.** הסיכוי לגידול בביקוש לרכב במדינות מפותחות, נמוך יחסית. מנגד, נרשם גידול משמעותי בביקושים וכן בתפוקות במדינות המתפתחות. הביקושים מושפעים מהעלייה בהכנסה לנפש, בעוד העלייה בייצור הרכב המקומי במדינות אלו מושפעת בין השאר מכוח העבודה הזול.

כא. **הרפורמה ברגולציה האירופית ב-2002 עמדה בסימן הגדלת חופש הבחירה (Allowing freedom of choice)** בעיקר בצד הביקוש. אחת ההמלצות החשובות היתה הרחבת צוואר הבקבוק של המכירה באמצעות דילרים. עם יצירת המושג של **"דילר-רב-מותגי" (Multi-Brand-Dealer)** שופרו באופן משמעותי הזדמנויות הקנייה שעמדו בפני הצרכנים. **ניתוק הדילר מיצרן מסוים הבטיח לצרכנים שירות אמיתי ואובייקטיבי יותר של הדילרים ובכך הוגברה התחרות בענף באופן אפקטיבי.** עם זאת, הוועדה לא מצאה כי הוספת שכבה של דילרים במצבו הנוכחי של הענף תביא לשיפור המחיר לצרכן, למעט אפשרות לחברות הליסינג ולצייס הרוכשים כמויות גדולות של כלי רכב בהנחה לגלגל את ההנחה לציבור הרחב כדילר הלכה למעשה.

כב. **הרגולציה האירופית השכילה להבין כי ללא שכלול הפעילות של המוסכים והחלפים לא תוגבר התחרות בענף.** מתן האפשרות לצרכן לבחור את החלפים לתיקון ויצירת מעמד חזק של מוסכים מורשים

ועצמאיים במעורבות מינימאלית של היבואנים והיצרנים, התגלתה כמשרתת את התחרות לטובתם של הצרכנים.

כג. הרגולציה בארה"ב, מדינת יצרני רכב, אוסרת על יצרנים למכור ישירות לצרכנים סופיים. הסוכנויות למכירת רכב קשורות אמנם עם יצרן אחד, אך התחרות ביניהן היא גם על שוק האחריות על הרכב, שהתברר כאמצעי יעיל להגברת התחרות לרווחת הצרכן הסופי. ההיקף הגדול של השוק האמריקאי מאפשר לסוכנויות המכירה להחזיק בבעלות על מוסכים ולהציע שירותים והטבות ללקוחותיהם.

כד. בעת קבלת החלטה על כניסה למעורבות, חייב הרגולטור לבחון את ההצדקה הכלכלית להטלת רגולציה על הענף, לפי שלושה קריטריונים עיקריים:

1) התועלת הנובעת מהרגולציה. התועלת הישירה אמורה לשפר את יעילות ההקצאה ואת יעילות הייצור בענף. התועלת העקיפה מחדדת את "מאזן האימה" כנגד גורמי ההיצע הפועלים כנגד רווחת הצרכן. תועלת נוספת אמורה להתבטא בהגברת הוודאות בענף, בהגנה על לקוחות חלשים ובשיפור הצדק החלוקתי.

2) עלויות הפעלת הרגולציה. הפעלה של רגולציה חדשה כרוכה בעלויות עקיפות לא מבוטלות. מעבר לעלויות הישירות של הטלת רגולציה חדשה, קיים סיכון מכשל רגולטורי שהשפעתו תהיה שלילית וכך יכול הנזק שייגרם לגלוש מעבר לתועלת הנחזית. כשל רגולטורי עלול לחזק את כשלי השוק שאותם הוא רצה להסיר וכך עלול להיווצר מצב שהטלת רגולציה דווקא פוגעת, באופן אבסורדי, ברווחת הצרכן ויוצרת נזק למשק.

3) סיכון המצדיק רגולציה. קיימים סיכונים שיש בהם כדי להצדיק התערבות ממשלתית. סיכונים אלה עלולים ליצור כשל שוק עתידי ויש הצדקה לקדם מראש כשלים אלה ברגולציה אפקטיבית. כדי לשקול באופן מאוזן את "כדאיות הרגולציה", צריכה להתקיים תשתית סבירה של מידע נרחב ושקוף של הנעשה בענף ושל הצפוי בו מתוך תפיסה שהתערבות הרגולטור הינה "רע הכרחי" שיש ליישמו רק במצב בו הענף איננו מצליח לטפל בעצמו בסיכונים השוק. סיכונים עלולים לפגוע בלקוחות או בספקים בעת קריסת אחד השחקנים. שיקולי הרגולטור במקרים אלה מושתתים על האיתנות הפיננסית של הצדדים ועל סיכויי ההיפגעות הסביבתית במקרה של קריסת גורם כלשהו בשוק.

כה. כשלי שוק נפוצים בתעשיית הרכב. חלקם ניתן לזיהוי מיידי על פי התנהלות הענף. התניית מכירה של מוצר במוצר (Bundling) הינה כשל שוק ומצביעה על כך שלשחקנים בענף כוח רב המאפשר להם להפעיל פרקטיקה זו (טקטיקה המוכרת גם כעסקת חבילה). חיוב רכישת מוצר נוסף (Tie-in Sale) הינה מקרה פרטי של התניית רכישת "מוצר" ב"מוצר" אחר כדוגמת חוסר האפשרות לקבל זיכוי על מערכת סטריאו ברכב או נעילה על ידי יצרן (Vendor Lock-In) בה מחויב הלקוח במסגרת האחריות על הרכב לטיפול במוסכים מסוימים או בשימוש בחלפים מקוריים. תיאום בין שחקנים מהווה אף הוא כשל שוק שבו נמנעת כניסה של מתחרים חדשים, ונגרמת עליית מחירים. תיאום יכול להיעשות באמצעים גלויים (למשל הסכם), פעולה שאינה חוקית, או בשתיקה (Tacit Collusion או התאמה), היינו השחקנים בשוק בוחנים את פעולות המתחרים ומגיבים בהתאם. קביעת רמות מחיר (דרגות מחיר) לכלי רכב, במקום קשת

מחירים רציפה, היא דוגמה להתאמה בה לשחקנים לא כדאי או אין אינטרס לשנות מחיר (או כמות מוצעת).

כו. שבעה מדדים כמותיים מקובלים למדידת רמת תחרותיות: מדדי ריכוזיות, חסמי כניסה, נידות, חדשנות, תחרות מחירים, רווחיות ויעילות.

כז. מדד הריכוזיות מצביע על הכוח היחסי של הפירמות בתעשייה. דרך מקובלת היא לבחון את כוחם היחסי בשוק של ארבעת הפירמות הגדולות במדד ה- CR_4 . 110. CR_i הגדול מ-40% מייצג שוק ריכוזי. ברוב השווקים, כאשר המדד מצביע על 40% ניתן לזהות התנהגות או התחלת התנהגות אוליגופולית. מדד ריכוזיות של הרפינדל-הירשמן (Herfindahl-Hirschman Index) או HHI הינו מדד מקובל ונעשה בו שימוש נרחב בדיני ההגבלים העסקיים האמריקאים בנושאי מיזוגים ורכישות. **ברם, מדד זה אינו מתאים כלל אם קיימת התאמה אוליגופוליסטית.** מדד זה מודד את גודל הפירמות ביחס לענף בו הם פועלות תוך מתן אינדיקציה לרמת התחרות בו. המדד נע בין 0 ל-1 וככל שתוצאת המדד גבוהה יותר, רמת התחרות בענף הנמדד מועטה יותר ומנגד רמת הריכוזיות גבוהה יותר. מדד ה-HHI המדד מחושב על ידי חיבור ריבועי נתחי השוק של 50 השחקנים הגדולים בענף, וגידול בערכו של המדד המצביע על עלייה בכוח השוק של השחקנים הגדולים בענף. מדד הריכוזיות של ענף ייבוא הרכב בישראל מצביע על תחרותיות סבירה ברמה האופקית בין היבואנים. אולם, לאור קיומה של התאמה אוליגופוליסטית בענף, הפכה תוצאת המדד למסך עשן המסתיר את חוסר התחרותיות.

כח. אחת המתודולוגיות המפורסמות לבחינת מבנה ענפי ורמת התחרותיות הינה "האסטטרגיה התחרותית" של מייקל פורטר. מתודולוגיה זו מתארת חמישה כוחות החורצים את גורל התחרותיות בכל ענף. חמשת כוחות אלה הינם: (1) איום של כניסת מתחרים חדשים; (2) כוח מיקוח של ספקים; (3) כוח מיקוח של לקוחות; (4) איום של מוצרים תחליפיים; (5) יריבות בין מתחרים קיימים בענף.

כט. שישה גורמים עיקריים מגבילים את כניסתם של מתחרים לענף ומהווים בכך חסמי תחרות: הסכמי בלעדיות, יתרון לגודל, דרישות הון גדולות, יתרון בעלויות ללא תלות בגודל, גישה לערוצי הפצה ומדיניות ממשלתית שחסמה ערוצי ייבוא אלטרנטיביים. בה בעת, כוח המיקוח של הלקוחות הפרטיים חלש ביותר, מוצרים תחליפיים כמעט ואינם קיימים בישראל באופן מעשי עקב חולשתם של ערוצי התחבורה הציבורית ולבסוף קיומן של קבוצות ותיקות בענף, כמעט ללא תחלופה, מקטינה מאוד את היריבות ביניהן.

ל. מעבודת הוועדה עולה אפוא כי מתקיימת בענף הרכב בישראל ובפרט בשוק המכוניות והמסחריות בו התמקדה הסקירה התאמה אוליגופוליסטית ותחרותיות נמוכה. התאמה שכזו, המתבצעת על ידי היבואנים בשוק נעשית באופן עצמאי על ידי כל אחד מהיבואנים ובאופן לא פורמלי. התאמה זו, היא הגורם העיקרי למחירים הגבוהים בשוק ולאחידות מחירים ב"קבוצות מחיר". התחרות בין היבואנים היא על מיתוג ומוניטין ואינה על מחירים. כפי שהוסבר מעלה, בשוק הישראלי שוררים התנאים המבניים והרגולטורים המאפשרים התאמה שכזו.

¹¹⁰ Concentration Ratio, i - מייצג את מספר הפירמות.

2. המלצות הוועדה

נוכח העיוותים והכשלים בענף הרכב בישראל יש טעם בהתערבות רגולטורית שנועדה להגן על האינטרס הציבורי. ניתוח תחום ייבוא הרכב, המהווה את מוצר הליבה בענף, מראה כי ארבעת היבואנים הגדולים בענף מהווים כוח ריכוזי הנתון להתאמה אוליגופוליסטית. ההסכם של היבואנים עם היצרנים כמוהו כבלעדי אשר חוסם, הלכה למעשה, את האפשרות ליבוא מקביל במחיר תחרותי. הקשר בין היבואנים למוסכים המורשים על ידו יוצר, במקרים מסוימים, התערבות לרעת הצרכן בתחום החלפים, וכן לכשעצמו מהווה חסם כניסה עבור יבואנים חדשים בבואם למכור רכב המיוצר על ידי מתחרה. כל אלה מתחזקים כאשר שוק החלפים המקוריים (שהוא השוק שאחרי) נשלט אף הוא על ידי יבואני הרכב בהתאם לכוח השוק שלהם.

מנגד, חברות הליסינג מהוות ריכוז של כוח קנייה אל מול היבואנים, אלא שכוח זה בא לידי ביטוי רק אל מול יבואנים מסוימים, בדרך כלל, אלו השולטים בשוק. על כן, האיזון שאמורות חברות הליסינג ליצור בשוק לא בא לידי ביטוי באופן מלא. לאור ריכוז נתח שוק הליסינג בקרב ארבעת השחקנים הגדולים, יש חשש כי ההנחות המשמעותיות שמקבלים שחקנים אלו אינן זולגות לצרכן, אלא משריינות את המרווח של חברת הליסינג.

ענף הרכב מכיל כשלים נוספים, ביניהם, קיומו של מחירון רכב יחידני והעדר תחרות בתחום המחירונים, ההשפעה של תחום זה מתחזקת נוכח האימוץ של חברות הביטוח את המחירון האמור בהשבת נזקי תאונה ותיקוני רכב. על כל אלו מצטרפים עיוותים נוספים כגון העדר מגוון מוצרים בקטגוריות הרכב השונות אשר נובע, בין היתר מחסמי תקינה וכן פעילות יבוא שאינה מוסדרת דיה כך שתגן על הציבור (בעיקר הייבוא האישני). נוכח הכשלים והעיוותים הענף דורש התערבות משמעותית ויחד עם זאת חלק מההמלצות טעונות תקופת מעבר תוך כוונה תחילה שלא לרמוס את זכויות הקניין של שחקני השוק.

לאור האמור, הוועדה הרכיבה אוסף של המלצות המתמקדות בהסדרת השוק, בצמצום חסמי הכניסה הכרוכים ביבוא מותגים חדשים ותיקון כשלים ועיוותים שהענף נתון להם. בנוסף ממליצה הוועדה לקבוע כי על חלק מההמלצות יחולו עקרונות החוק הפלילי למניעת הפרתן – שעה שיישמו. להלן הפירוט של המלצות אלו.

2.1. המלצות בעניין רישוי יבוא רכב, יבוא מקביל ויבוא אישי

המלצה (1) לאסור על עיסוק בייבוא רכב לישראל בין אם כיבואן סדיר ובין אם כאדם המעניק ליווי לאדם אחר בייבוא אישי, ללא רישיון בתוקף אשר הונפק על ידי משרד התחבורה לאחר עמידה בתנאים ובדרישות החקיקה.

דברי הסבר

הוועדה רואה לנכון להסדיר את נושא ייבוא הרכב בכלל ובתוך כך להרחיב את אפשרויות העיסוק בתחום הייבוא האישי (יותר ארצות מקור, יותר דילרים, יותר כלי רכב ועוד). זאת, במטרה להגביר את אמון הציבור ביעילות השימוש בערוץ זה, פועל יוצא מאי הסימטריה באינפורמציה הקיימת בו, כמו גם לסייע בידי הרגולטור לפקח על זרם כלי הרכב שיווצר, הן בצד הבטיחותי והן בצד עבירות הקשורות בייבוא רכב (התחמקות ממס, רישום כוזב של יד וכיו"ב). לשון אחרת, אומנם, הצרכן חשוף יותר לסכנות הכרוכות בייבוא אישי, אך אין המשק הישראלי, במצב התחרות החסר, יכול להרשות לעצמו שלא לפתחו. משכך, הוועדה ממליצה על רישוי העיסוק בייבוא. הרציונל עולה גם בקנה אחד עם מגמת רישוי מקצועות במדינת ישראל (תיווך, השקעות, פנסיוני וכיו"ב). בה בעת, מרחיב את יכולתם של עסקים קטנים להתחרות בשוק הרכב המורכב כיום בעיקר משחקנים גדולים.

המלצה (2) לקבוע בחקיקה כי אדם העוסק בלייווי ייבוא אישי של רכב (כזה שמייבא רכב עבור אחר) יהיה חייב ברישיון משרד התחבורה לעשות כן ולהגדירו בחוק כיועץ ייבוא אישי. יועץ ייבוא אישי יהיה חייב להיות עוסק מורשה על פי הנחיות רשות המיסים ויהיה חייב באישור העדר רישום פלילי בתוקף אשר ניתן על ידי משטרת ישראל.

דברי הסבר

מקרים שונים שהוצגו ותוארו בפני הוועדה הצביעו על כל שבעל הרכב המיובא בערוץ האישי חשוף להונאה ולניצול לרעה של פער הידע הקיים בין המייעץ לבין בעל הרכב המיובא. בנוסף, הוועדה למדה גם על מסלולי התחמקות ממס ופיצול חשבוניות בעולם הייבוא האישי, כמו גם על דיווח כוזב של בעלות והעברת בעלות לצורך עקיפת התקנות הקיימות היום בנושא הייבוא האישי. לדעת הוועדה האישורים הנדרשים במסגרת ההמלצה הינם מידתיים ולא פוגעים בחופש העיסוק של גורמים לגיטימיים בתחום הייבוא האישי.



המלצה (3) להתיר ליועץ ייבוא אישי לייבא עד 20 מכוניות בשנה (בין אם משומשות עד 24 חודשים מיום ייצור הרכב או בין אם חדשות) כמלאי עסקי מבלי תוספת "יד" בישראל לאור מקטע ייבוא זה. כיום, "יד" נוספת נרשמת בעת העברת בעלות המתבצעת לאור מכירה ללקוח סופי ובכך מקשה על יבואנים זעירים להתחרות אל מול היבואנים הסדירים. בכל מקרה, לא תותר נסיעה במכוניות אלה כל עוד הן משמשות כמלאי עסקי של אותו יועץ ייבוא אישי. במקרה כאמור על יועץ היבוא האישי לשלם את מלוא המסים על כלי הרכב ולשחררו מפיקוח המכס או לחילופין להחזיק את כלי הרכב בשטח הבונדד. כמו כן, יועץ יכול לייעץ לאדם בייבוא רכב פרטי מבלי לייבא את הרכב על שמו (אלא סיוע בייבוא בלבד) במקרה זה לא תהיה הגבלה על כמות כלי הרכב להם ניתן הייעוץ.

דברי הסבר

כאמור, לצד העיוותים שיצר הייבוא האישי, רואה הוועדה בערוץ זה כאמצעי להגברת התחרותיות בשוק המכוניות, על אחת כמה וכמה בנוגע לשוק מכוניות היוקרה. זאת ועוד, ייתכן כי בעתיד תהיה כדאיות כלכלית לייבא בערוץ זה גם מכוניות משפחתיות ועממיות לצד מכוניות היוקרה המיובאות כיום. האפשרות לייבא עד 20 מכוניות נועדה לאפשר ליועץ הייבוא האישי להקים בעבורו אולם תצוגה, להגדיל את מגוון כלי הרכב לצרכן, לאפשר ללקוחותיו לבחור מתוך מבחר מכוניות אלו ולרבות יכולתם לבדוק את הרכב במוסך מסודר טרם הרכישה.

המלצה (4) להקל על דרישות משרד התחבורה להון עצמי וערבויות כתנאי לקבלת רישיון עיסוק בייבוא סדיר (ישיר או מקביל) או בייעוץ לייבוא אישי על פי הטבלה הבאה, וכן להורות למשרד התחבורה להתאים את תנאי החילוט לערבות ברוח המלצות הדו"ח. דרישות ההון העצמי הנדרש והערבויות שיחולו על יבואני אופנועים יעמדו על 40% מהסכומים הנקובים להלן.

סוג רישוי	מגבלה \ היתר	ערבות נדרשת	הון עצמי נדרש
יבואן "גדול" - בהיקף נרחב (ישיר או מקביל)	מעל 1,000 מכוניות בשנה	8 מיליוני שקלים	10 מיליוני שקלים
יבואן "בינוני" - בהיקף מוגבל (ישיר או מקביל)	בין 100 ל-1,000 מכוניות בשנה	4 מיליוני שקלים	6 מיליוני שקלים
יבואן "קטן" בהיקף קטן (ישיר או מקביל)	עד 100 מכוניות בשנה	2 מיליוני שקלים	1 מיליוני שקלים
יועץ ייבוא אישי	רשאי לייעץ ללא הגבלת מספר מכוניות.	400,000	אין



		ובנוסף, יכול לייבא עד 20 מכוניות על שמו (חדשות ומשומשות בשנה) ללא תוספת רישום יד בעת המכירה ללקוח הסופי.	
--	--	--	--

דברי הסבר

הוועדה רואה בדרישות הנ"ל להון עצמי וערבויות כורח מחייב לאור אופיו של המוצר. דרישות אלו משרתות היבטים שונים בנוגע לבטיחות והגנת הצרכן ויחד עם זאת, מהוות חסם כניסה לענף. לפיכך, הוועדה בחנה את דרישות ההון העצמי והערבויות הקיימות כיום לייבוא רכב בישראל והחליטה לשנותם באופן המתואר בלב ההמלצה כך שיקל על עסקים קטנים להשתלב בתחום. בטיחות הרכב המשוק על ידי היבואן כרוכה גם ביציבותו הפיננסית אשר נועדה להבטיח את מתן האחריות לכל התקופה שהוגדרה לצרכן בעת הרכישה. עיקר ההמלצה מושתת על יצירת דרגות הביניים, דרגות אלו מיועדות בעיקר ליבואנים בינוניים וליבואנים קטנים שירצו להיכנס לענף ולהתפתח בו, עניין שעשוי להגביר את התחרות ולקדם את האינטרס הציבורי בעניין זה.

יש לציין כי, נכון להיום, משרד התחבורה רשאי לחלט, על פי צו הפיקוח, את הערבות שהפקיד כל מי שהורשה על ידי המשרד לעסוק בייבוא. תנאי החילוט הם מופעלים, בין היתר, כאשר היבואן אינו מספק מוצרי תעבורה באופן שוטף ובכמות הנדרשת למתן שירותי תחזוקה לרכב המיובא על ידו, כאשר הוא אינו מטפל כראוי בתקלות סדרתיות (למשל: אי פרסום "ריקולי"), כאשר הוא אינו נותן שירותי תחזוקה לרכב המיובא על ידו באמצעות מוסך שירות מרכזי, אינו עומד בתנאי האחריות לרכב מיובא, יבא לארץ רכב שאינו עומד בדרישות החובה ושאינו מתאים לשימוש בתנאי הסביבה בארץ, יבא לארץ רכב שניזוק באופן שמנע את אפשרות רישומו במדינת חוץ, לא מסר הוראות שימוש בעברית, לרבות רשימת מוסכי שירות ומכר רכב שייבא ולא חתם עם הקונה על חוזה לרכישת רכב וכיו"ב.

המלצה (5) לאפשר ייבוא מקביל של רכב כ"רכב חדש" (יד 0) במידה והיה רשום על שם הדילר כרכב חדש במדינת המקור. התקופה בין רישום הרכב בחו"ל לבין תאריך שטר המטען לא תעלה על 30 ימים וזאת בכפוף לרישום הרכב עד 12 חודשים מיום ייצורו. במקרה של דגמי הרכב קיימים, האחריות, ריקול ואספקת חלקי חילוף יוטלו על היבואן הישיר. בדגמי רכב המיובאים ושלא קיימים בארץ, האחריות תוטל על

היבואן המקביל (למעט אם כלי הרכב מצוידים כבר בכתב אחריות יצרן ולגביו, ראה המלצה 18).

דברי הסבר

הוועדה בחנה את הרפורמה שנעשתה ב-2007 בתחום הייבוא המקביל, כאשר אף היא סבורה שמדובר בתחום בעל פוטנציאל להגברת התחרותיות בענף. אולם, חרף הרפורמה, תחום הייבוא המקביל לא התפתח בישראל ומעט מאד כלי רכב יובאו בערוץ זה. הוועדה שמעה מגורמים שונים את הסיבות לעניין זה, וביניהן נכללו גם סיבות כגון חוסר בהזדמנויות ייבוא במחיר תחרותי וכן בחובה הקיימת בתקנות דהיום המחייבות את היבואן המקביל לקיים קשר רציף עם היצרן. קשר זה, כפי שצוין בדו"ח הוועדה לעיל, הינו כמעט בלתי אפשרי, כל שכן הסכמי היבואנים הישירים אל מול היצרנים, המהווים 'מעין בלעדיות' (בעיקר לאור התנאים המסחריים העדיפים שמעניק להם היצרן).

לדברי יזמים בתחום הייבוא המקביל (המתעתדים לעסוק בתחום), קיימות הזדמנויות במחיר משתלם, מעת לעת, אצל דילרים בארצות שונות בעולם ולא אצל היצרנים. על מנת שיזמים בישראל יוכלו לממש הזדמנויות אלו, ההמלצה הנ"ל קובעת שלא לחייב קשר בין היצרן ליבואן, או כפי ניסוחה, לאפשר רכישה ישירה מדילרים בארצות ניכר. עם זאת, הוועדה מוצאת לנכון להעיר כי אין להשליך את יהבי הגברת התחרות על ערוץ הייבוא המקביל, שכן קיים ספק האם ייתכן רצף הזדמנויות משמעותי אשר יחזיק מעמד לאורך זמן בכמויות נכבדות, וכי יהיה אפשרי לאתר מכוניות חדשות במחיר תחרותי, בכל עת, ובאופן סדיר (בין אצל דילרים ובין אצל היצרנים).

המלצה (6) לאפשר לכל תושב ישראל לייבא באופן אישי עד שתי מכוניות בשנה ולבטל את איסור מכירת רכב, ולאפשר למכרו ללא הגבלת זמן וללא תנאים מיוחדים. במקרה זה אין צורך בערבות, אך הרכב יירשם על שם התושב המייבא. על התושב המייבא להציג חשבונית ואישור נוטריוני על מקוריות החשבונית וכן על אישור נוטריוני כי הרכב בחשבונית הוא הרכב שנרכש על ידי התושב המייבא. למען הסר ספק, תושב שמייבא רכב בעצמו, ללא הסתמכות על יבוא, אינו חייב בערבות הנדרשת מיועץ יבוא אישי.

דברי הסבר

כאמור בהמלצות הקודמות, רואה הוועדה רואה בייבוא האישי כאמצעי בעל פוטנציאל להגברת התחרותיות. משכך, מגבלת איסור המכירה של רכב שיובא לישראל בערוץ זה במהלך השנתיים הראשונות פוגעת בסחירות הרכב, פוגעת במחירו

בשוק ושוחקת למעשה את הכדאיות הכלכלית של הערוץ. מטרת ההמלצה היא לבטל כליל מחסום זה העומד בפני הצרכן הסופי.

המלצה (7)

תבוטל הדרישה לאישור מוסך מורשה אשר מציב משרד התחבורה לרכב המיובא ביבוא אישי. משרד התחבורה יביא לידיעת היבואנים האישיים כי עליהם לוודא קיום שירות בארץ לרכב המיובא על ידם. כמו כן, יש צורך בהצהרת התושב המייבא והיועץ ליבוא אישי (ככל שהאחרון מעורב בתהליך), במקרה של הצהרה כוזבת או התחמקות מהאמור תיתכן אחריות פלילית על התושב המייבא באופן אישי ו/או על היועץ, כמו כן יחולטו ערבויותיו שהופקדו במשרד התחבורה.

דברי הסבר

המלצה זו נועדה למנוע מצב בו דורשים היבואנים הישירים תמורה כספית או מסרבים להעניק אישור שכזה על מנת למנוע תחרות. כמו כן, על מנת לאפשר ליבואן אישי את האפשרות להבטיח ללקוחותיו כי שירות תיקונים לרכבם יהיה זמין כמו גם להבטיח כי יבדוק שאכן קיים שירות מתאים שכזה בישראל.

המלצה (8)

לאפשר ייבוא רכב מסחרי (□□) (לרבות מוניות) ואופנועים (L) בייבוא מקביל ובערוץ הייבוא אישי, וכן לאפשר גם לחברות (תאגידים) ו/או לעוסקים מורשים לייבא כלי רכב (מקטגוריה □ □ ו-□□) במסלול "ייבוא אישי" עבור שימוש עסקי.

דברי הסבר

כמוסבר בהמלצה הקודמת.

המלצה (9)

לחייב את חברות הליסינג ויבואני הרכב ה"גדולים" (המייבאים מעל 1,000 מכוניות בשנה), להעביר לממונה על המחירים במשרד התחבורה דו"חות כספיים ונתונים על פי דרישה הכוללים פירוט של היקף פעילותם לפי מגזרים (מכוניות, חלפים, כמויות, מחירים וכל נתון רלוונטי לבחינת התחרותיות בענף אשר ימצא הממונה לנכון). הדו"חות הכספיים יועברו לממונה עד, ולא יאוחר מיום ה-31.3 בכל שנה. הנתונים הנוספים יועברו לממונה בתוך 21 יום מדרישת הממונה. הממונה על המחירים במשרד התחבורה יפרסם לציבור עד ה-30.6 דו"ח על פעילות הענף, רמת התחרותיות בו, כשלים וחסמים וכן סקירה דומה לגבי שווקי המשנה והמקטעים שלהם (חלקי חילוף, ליסינג, השכרה, מוסכים, ספקי טעינת רכב חשמלי וכיו"ב). הדו"ח יערך ברמה ענפית ובאופן המגן ככל שניתן על הסודיות המסחרית של כל יבואן. למען הסר ספק, בסמכות הממונה לדרוש דו"חות כספיים, חלוקה למגזרים, נתוני מכירה, שיעורי הנחות וכל נתון נוסף שיש בו בכדי לנתח את רמת התחרותיות ושניתן בעזרתם לבנות בסיס מידע לטובת הציבור הרחב ולהגנת האינטרס הציבורי.



דברי הסבר

הוועדה רואה במידע אודות ענף הרכב בישראל, במידה שזה יעובד בצורה נכונה ואחראית, כמידע מסייע להסרת כשלים ועיוותי מחיר בשוק. כמו כן, מידע שכזה עשוי לסייע לרגולטור בלימוד מידת התחרות ומידת ההשפעה של ההמלצות על תחרותיות הענף. הוועדה בחנה את עניין "הסוד המסחרי" ומצאה כי למעשה ניתן ליצור דוחות המתפרסמים לציבור שאינם מפרים עיקרון זה. עם זאת, הוועדה ממליצה כי הממונה יעשה ככל יכולתו לשמור על סודיות וזאת על ידי ניתוחים ענפיים ורק במקרים חריגים לעשות שימוש ולפרסם נתונים פרטניים. יודגש כי מסד הנתונים והדו"חות הענפיים נועדו גם לטובת שכלול והגברת התחרות בשוקי המשנה כגון חלקי חילוף ומוסכים.

2.2. המלצות בעניין הגברת התחרותיות**2.2.1. הסרת חסמים והגבלת כוח שוק עודף הנובע מריכוזיות, בעלויות צולבות והגבלים עסקיים**

המלצה (10) יבואן רכב ישיר המחזיק מעל 8% מנתח השוק (כעולה מניתוח הממונה על המחירים כפי המלצה 9), ואשר מחזיק בנתח זה למשך שנתיים ברציפות או 2 שנים לא רצופות בתוך פרק זמן של 4 שנים, יוכל להחזיק בהסכם ייבוא רכב לישראל מול תאגיד יצרני אחד בלבד. יבואן המחזיק בנתח שוק הנע בין 4% ל-8% למשך שנתיים ברציפות או 2 שנים לא רצופות בתוך פרק זמן של 4 שנים, יוכל להחזיק בהסכמי ייבוא כאמור אל מול שלושה תאגידי יצרניים. תאגיד יצרני יוגדר כהתאגדות משפטית של יצרני רכב, המוחזקת בבעלות מלאה (100%) על ידי ישות משפטית אחת. למען הסר ספק, ככל שהתאגיד היצרני מייצר מספר מותגים, באמצעות חברות המוחזקות בבעלות מלאה של 100% כאמור בלבד, יוכל יבואן הרכב הישיר לייבא את כלל המותגים ללא כל הגבלה וללא קשר לנתח השוק המוחזק על ידו. ליישום המלצה זו תינתן תקופת מעבר של שנה אחת.

דברי הסבר

לאור הריכוזיות הקיימת בקרב השחקנים הגדולים בשוק, התאמת מחיר אוליגופוליסטית, תופעת "מותגים רדומים" (החזקת מותג והשקעה בשיווק ומכירתו באופן קטן יחסית – אם בכלל) וקיומם של הסכמים שהם בפועל בלעדיים אל מול היצרנים, מצאה הוועדה כי אין להתיר ליבואנים המחזיקים בנתח שוק משמעותי להגביל את התחרות בשוק בכך שיבצעו התאמת מחיר פנימית לגבי כל המותגים בחזקתם. הוועדה סבורה כי הצרכן הישראלי, כמו חברו האמריקאי או האירופאי, זכאי להנות מתחרות בין מותגים שונים ואין שום סיבה מדוע הרגולטור הישראלי יתיר ליבואן אחד משמעותי לקבל בלעדיות על יותר ממותג אחד כך שבפועל תחסם התחרות בין אותם שני המותגים, שימכרו בערוץ אחד בלבד לצרכן הישראלי. לא למותר לציין, כי יכולתם כיום של חלק מהיבואנים להגביל את השוק



והסכמי הבלעדיות עם מותג אחד פוגעים בתחרות בצורה קשה. אם נוסף לכך גם היתר ליבואנים משמעותיים להגביל את השוק פעם נוספת תהיה בכך פגיעה על פגיעה. כזו שאף מחריפה אם לוקחים בחשבון גם את השווקים הנלווים – חלפים ומוסכים. לפיכך, הוועדה ממליצה ליישם פרקטיקות של הגברת תחרותיות שכבר ננקטו על ידי הרגולציה בישראל (למשל: הפרדת קופות הגמל מהבנקים לאור ועדת בכר). הוועדה שקלה בכובד ראש פרקטיקות אחרות, לרבות דעת המיעוט המתוארת להלן, ומצאה אותן לא ישימות או ככאלה שיחטיאו את מטרת הוועדה. בתוך כך יש לציין כי הוועדה בחנה את עניין ההסכמים מול יצרני הרכב ומצאה שנכון יותר שלא להגביל אחזקות במספר מותגים אלא להגביל את התקשרות אל מול קונסורציום יצרני, בחזקת מתכונת מקלה.

הגבלת נתחי שוק בוצעה באופן הדרגתי ותחת הרציונל מיקרו-מיקרו כלכלי; ספי הפעלת ההמלצה וטווחיה התחשבו בראש ובראשונה בבחינת נקודת האיזון של יבואן ישיר אך גם מתוך ראיית השוק הנוכחי, על מנת לצמצם למינימום האפשרי את הפגיעה בשחקנים הקיימים. נקודת האיזון נבחנה מתוך הדו"חות הכספיים של יבואניות מדווחות, רמת רווח גולמי, הוצאות תפעוליות, הוצאות קבועות וכיו"ב. בחינת הוועדה הראתה שנקודת איזון (מפעילות כלי רכב בלבד ולהוציא חלפים) זו עומדת על כ-6,000 כלי רכב המהווים כ-3% משוק של כ-200 אלפי מכוניות (על בסיס גודל שוק המכוניות בשנתיים האחרונות, לפי מסירות, ובמעגל כלפי מטה). נציג איגוד היבואנים שהופיע בפני הוועדה אישר הערכה זו. העיגול מטה, בוצע כמקדם שמרנות אשר חברי הוועדה ביקשו להחיל על ההמלצה. יתר על כן, ונוכח משמעותה של המלצה זו, החילו חברי הוועדה מקדם ביטחון של אחוז אחד בנוסף על נקודת האיזון (4% ולא 3%). הקביעה לרף העליון של טווח הביניים (בין 4% ל-8%) התבססה על פעמיים נקודת איזון אשר כביכול נדרש להכפיל את ההוצאות הקבועות נוכח ההתקשרות אל מול קונסורציום יצרני נוסף. בחזקת שני יצרנים יוצרים כפל עלויות קבועות (קרי 6%), גם זו קביעה שמרנית למדי. כמו בקביעת הרף התחתון, כן קבעה הוועדה כמקדם שמרנות כפול בשיעור של שני אחוזים נוספים לרף העליון של טווח הביניים (8% ולא 6%).

עמדת המיעוט של חבר הוועדה, אבי דור (מנוסח על ידו):

"אין מקום להטיל על היבואנים את המגבלה של ייצוג יצרן אחד על מותגיו השונים. השפעתה של מגבלה כזו לא תהיה חיובית והיא לא תסייע בהגברת התחרותיות בענף הרכב. ענף הרכב מאופיין כיום בריבוי יבואנים והתחלופה בין היבואנים המובילים מתקיימת בתדירות סבירה. נתח השוק של יבואן רכב ישראלי מושפע רבות מגורמים חיצוניים שאינם בשליטתו, כגון שינויים בשער המטבע וכן עיצוב הרכב, תכונותיו ומידת התאמתו לטעם הצרכן הישראלי. אם תיושם ההמלצה להגביל יבואנים לייצוג יצרן אחד בלבד, עלולות להיות השפעות שליליות כגון צמצום מספר המותגים

המיובאים לישראל. אחזקת מותג לא מצליח, לאורך זמן, כרוכה בעלויות כבדות, שעלויות להביא להפסקת פעילות היבואן וייבוא המותג לארץ.

הבעיה האמתית שהוועדה צריכה היתה לתת דעתה עליה, הינה החשש מהשתלטותו של יבואן מצליח על נתח שוק גדול באופן משמעותי לאורך זמן, ולא החשש ממספר היצרנים המיוצגים על ידי היבואן. נתח שוק גדול מדי בידי יבואן בודד יכול לפגוע בתחרותיות בענף הרכב וברווחתו של הצרכן הסופי. אי לכך אני סבור כי ההמלצה הראויה הינה להגביל את נתח השוק של יבואן בודד ל-20% על פני שלוש שנים רצופות. יבואן שיחרוג משיעור זה של נתח שוק על פני תקופה זו, יחויב על פי חוק לנקוט בפעולות שיביאו להקטנת חלקו בשוק. אם פעולות אלה לא תהיינה אפקטיביות בפרק זמן שייקבע בתקנות – יוטלו עליו עיצומים כספיים אשר יביאו לקיזוז (מלא או חלקי) של הרווח העודף שהפיק היבואן כתוצאה מאחזקתו בנתח-שוק גדול מדי".

המלצה (11) לא יותר ליבואן רכב ישיר להחזיק במניות של חברת ליסינג ו/או השכרה וכן לא יותר ליבואן רכב ישיר להיות בעל החזקות (במישרין או בעקיפין) ביותר ממוסך אחד. מוסך זה ישמש כמרכז שירות והדרכה עבור כלי רכב המיובאים על ידו. במקרים חריגים שבהם יבואן המייצג מספר תאגידים יצרניים כהגדרתם בהמלצה 10, ירצה להחזיק במוסך נוסף, יהיה עליו להגיש בקשה מתאימה לידי מנהל אגף הרכב אשר ישקול הבקשה בהתאם לטובת הצרכן ועידוד התחרותיות בענף הרכב. החלטתו תהיה על דעת הממונה על המחירים לאחר שיבחנו השניים את השלכות על רמת התחרותיות בתחום החלפים והמוסכים. בכל מקרה יהווה המוסך הנוסף מרכז תיקונים נבדל לתאגיד יצרני המיוצג על ידי היבואן, כך שלא יינתן שירות לשני תאגידים יצרניים באותו המוסך. תקופת המעבר ליישום המלצה זו – 24 חודשים.

דברי הסבר

הבעלות הצולבת של יבואן במוסך יוצרת הסדרים כובלים מסוג Vendor Lock-In כדוגמת חיוב שימוש בחלפים מקוריים בתיקונים תקופתיים. בנוסף, הבעלות הצולבת בחברות הליסינג מונעת מהשוק לפתח כוח קנייה מאוזן אל מול כוחם העודף של היבואנים. הבעלות בחברת הליסינג מייצרת תחרות מסוימת, מוגבלת בכוחה, באופן הנשלט ומווסת על יד היבואן – בין אם במתכוון ובין אם שהנסיבות מצביעות על כך. יחד עם זאת, יישום המלצה זו עשוי לחזק את חברות הליסינג החזקות ולהחליש את החלשות, בשל כך הרכיבה הוועדה גם המלצות מאוזנות לגבי חברות הליסינג.

בעלות היבואנים במוסכים מוסיפה גם היא כוח שוק עודף בשוק החלפים המקוריים הנשלט על ידם. הבעלות על מוסך יוצרת הטייה ברורה: יבואן בעל מוסך יציע לציבור לקוחותיו רק חלפים מקוריים (Tie in Sell) שעה שמידע אודות חלקי חילוף חליפיים, זולים יותר, נעלם ממנו. קיומה של א-סימטריה בסיסית באינפורמציה בתחום הטיפול ברכב מחרף בעיה זו שבעתיים. יחד עם זאת, נציגי היבואנים השמיעו בפני הוועדה טענה לפיה המוסכים שלהם משמשים כמעין מרכז מידע והכשרה מקצועי לדגמים הנמכרים על ידם. הוועדה קיבלה טענה זו במידה מסוימת והחליטה להתיר את הבעלות על מוסך יחיד.

המלצה (12) לא תותר לחברות ליסינג גדולות, אשר נתח השוק שלהן בתחום הליסינג והשכרת הרכב (במצטבר, לרבות חברות קשורות, אחיות, בנות, חברות אם וכיו"ב) גדול מ-10%, הטבת המס הקבועה בסעיף 96 לפקודת מס הכנסה. לחברות ליסינג אלו, יותר השימוש בסעיף 96 לפקודה, לגבי רווח הון הנובע מכלי רכב שכמותם אינה עולה על 10% מנתח השוק. קביעת נתחי השוק תתבצע על ידי הממונה על המחירים בדו"ח השנתי שלו בנוגע למצב ענף הרכב בישראל (ראה המלצה 8). ליישום המלצה זו תינתן תקופת מעבר של 18 חודשים.

דברי הסבר

הרעיון המרכזי העומד מאחורי סעיף 96 לפקודת מס הכנסה הינו לעודד מפעלים ועסקים שונים להחליף ולשדרג את הציוד והנכסים שברשותם, מבלי לשלם מס על הרווח הראלי. עם זאת, המשמעות הכלכלית של סעיף זה היא מתן הלוואה ממס הכנסה לחברה אשר הולכת וגדלה ככל שהחברה גדלה. בכך, יש הטבה ברורה לעסקים גדולים על חשבון עסקים קטנים, הסותרת את מדיניות הממשלה וההיגיון הכלכלי לעודד פעילותם של עסקים קטנים בהיותם יצרני מקומות עבודה וצמיחה חיוניים לכלכלת המשק. זאת ועוד, חברות הליסינג הן למעשה חברות פיננסיות ולא יצרניות ומפאת השאיפה להגביר את התחרותיות בין החברות הגדולות לחברות קטנות, ממליצה הוועדה להגביל את ההטבה הגלומה בסעיף, בכך שהטבת המס האמורה תינתן לחברות ליסינג בעלות עד נתח שוק משמעותי של 10%, כדי לאפשר את צמיחתן, ומעבר לנתח זה - לא תותר ההטבה.

המלצה (13) יותר ייבוא רכב אשר יוצר על בסיס התקינה האמריקאית, בין אם רכב זה יוצר בארה"ב או במדינות אחרות, ובתנאי שדגם הרכב האמור משווק בארה"ב ומאושר על ידי מעבדה מוסמכת לתקינה אמריקאית על פי הוראות הדין האירופאי בעניין. זאת ועוד, שרי הממשלה לא יהיו מוסמכים להגביל את אפשרויות הייבוא העולות מהתקינה האירופאית והאמריקאית ולא יוכלו לאמץ תקנות ישראליות המגבילות או מוסיפות תנאים על האמור בתקינה האירופאית והאמריקאית ללא אישור מפורש של מליאת הממשלה. יתר על כן, משרדי הממשלה יהיו מחויבים לאמץ

פטורים (Exemption) מתקנות אירופאיות של המדינות: בריטניה, גרמניה, צרפת ואיטליה (מדינות אירופאיות עתירות היסטוריה של תעשיית רכב) ו/או אמריקאיות, אשר האיחוד האירופאי ו/או ארה"ב בהתאמה, החליטו לאמץ.

דברי הסבר

המלצה זו תרחיב את מגוון ארצות המקור לייבוא כלי רכב וזאת מבלי לסכן או לפגוע בתקני הבטיחות, כל שכן שמדינת ישראל כבר מתירה ייבוא של כלי רכב בתיקנה אמריקאית (כאלו שיוצרו במדינות NAFTA).

המלצה (14) לאסור על יבואן להחזיק בזיכיון ייבוא לרכב ממותג מסוים או יצרן מסוים ושלא לייבא רכב זה במשך תקופה של 12 חודשים (לא התבצעה פעולת יבוא מהותית ב-12 חודשים האחרונים), ובתנאי שלא קיימת מגבלת תקינה לייבוא ולשווק את הרכב בישראל. משרד התחבורה ייקבע מהי "פעולת יבוא מהותית" בהתאם לפלח השוק הרלבנטי.

דברי הסבר

המלצה זו נועדה על מנת למנוע מצב בו שחקנים חזקים בשוק מנצלים את כוחם ומונעים ייבוא כלי רכב על ידי שחקנים אחרים באמצעות רכישה או הסכמים עם יצרן כזה או אחר, מבלי לייבא את תוצריו לישראל.

2.2.2. שיווק כלי רכב, מכירה, וקשר עם היבואן

המלצה (15) יש להגביל את הפער הקיים שבין מחיר רכב חדש הנמכר על ידי היבואן בעסקה היקרה ביותר, למחירו בעסקה הזולה ביותר (ובעיקר בין המחיר לצרכן הפרטי לבין המחיר אותו משלמות חברות הליסינג וציי רכב). פער זה יהיה לכל היותר 5% ממחיר הרכב הזול יותר, כולל שווי כספי של הטבות שונות הניתנות ללקוח בעת העסקה או לאחריה. היבואן יצטרך לדווח על כל חבילת הטבות חדשה אשר ברצונו להציע ללקוחותיו, ומשרד התחבורה יפקח על חבילות הטבה אלו. משרד התחבורה יחייב את היבואנים לפרסם עד 7 ימים לפני תום כל חודש את מחיר המכירה הנמוך ביותר שניתן על פי דגמים. מחיר זה יהיה בתוקף למשך 60 הימים הבאים והציבור יוכל לרכוש דגמים אלו בתוספת של עד 5% לדגם האמור. למען הסר ספק, היבואנים יהיו חייבים להציע לציבור את הדגמים שנמכרו לחברות הליסינג ולציי הרכב ובכמות שלא תפחת מאותה כמות שנמכרה בהטבה לחברות הליסינג והצייים.

דברי הסבר

ישנן עדויות להתאמת מחירים אוליגופוליסטית בענף הרכב (ראה פרק רביעי). בנוסף, הפער שבין המחיר הניתן לצרכנים בעלי כוח צרכני מובהק (כגון חברות הליסינג) לבין המחיר אותו משלמים הצרכנים הפרטיים הבודדים, מצביע לדעת הוועדה על כשל,

העדר תחרות וניצול חולשתו של הצרכן הפרטי. ההמלצה מבקשת להעניק לציבור הצרכנים את האפשרות לרכוש כלי רכב במחיר דומה למחיר אותו מקבלים חברות הליסינג וציי הרכב. לשון אחר, לרתום את כוח המיקוח של ציי הרכב והליסינג לטובת הצרכן. הפער נקבע על בסיס הוצאות השיווק והמכירה של החברה המדווחות אשר מהווה כ-5% ממחזור המכירות של נקודת האיזון שהוסברה בהמלצה 10 לעיל ובפרק ניתוח דוחות כספיים.

המלצה (16) לבטל את ההוראה במכרזי רכש ציבורי לסוגיו לפיה על הסקטור הציבורי לרכוש כלי רכב אך ורק מיבואנים ישירים. הסקטור הציבורי הכפוף לחוק חובת המכרזים חויב להעניק הזדמנות שווה לכל היבואנים.

דברי הסבר

הסעיף האמור, ככל שקיים במכרזי המדינה, מהווה אפליה, לרבות תדמיתית, המעניקה עדיפות ליבואנים ישירים ומונע את כניסתם של יבואנים מקבילים לנישה זו. תיקון האפליה יגביר את התחרות ויוריד את המחירים אותם המדינה משלמת.

המלצה (17) להעביר את האחריות על הודעת "קריאה חוזרת" ("ריקולים") ברכב המיובא בייבוא אישי או מקביל – לידי היבואן הישיר. אחריות זו תהא בתוקף, ללא תשלום, לדגמים המיובאים על ידי היבואן הישיר כמו גם בדגמים שאינם מיובאים על ידם.

דברי הסבר

ההמלצה הזו מבקשת להסיר את אחד החסמים אשר מורידים מכדאיות הייבוא המקביל והופך אותו למוצר נחות יחסית.

המלצה (18) לחייב את היבואנים הישירים להעניק אחריות לרכב המיובא לישראל, גם אם הייבוא לא נעשה באמצעותם, ובתנאי שבמדינת המקור חלה על הרכב אחריות יצרן. אחריות זו תינתן בישראל בתקופה המקבילה והנותרת וכנגד הצגת כתב אחריות בתוקף. יבואנים יוכלו לערער בפני משרד התחבורה על החובה להעניק אחריות לדגמים שאינם מיובאים על ידם. יישום המלצה זו יהיה לפי התנאים הבאים:

א. היבואן המקביל יצטרך לדווח ליבואן הישיר, תוך 7 ימים מיום ייבוא הרכב, את מספר השלדה של הרכב, שם הרוכש ותקופת האחריות וזאת לצורך מתן שרותי אחריות וריקול.

ב. היבואן הישיר יהיה אחראי לכל כלי הרכב למעט דגמים אשר יפורטו על ידי משרד התחבורה, במקרה זה או שדגם הרכב לא יורשה לייבוא לישראל או שהיבואן המקביל יישא באחריות וריקול.

ג. לפני ייבוא דגם חדש לארץ, יפנה היבואן המקביל למשרד התחבורה וידווח איזה דגמים בכוונתו לייבא. משרד התחבורה יפנה ליבואן הסדיר ויבדוק האם קיימת בעיה באי עמידה בתנאי האחריות לדגמים אלו. היבואן הסדיר רשאי תוך 30 יום לענות לרשות כי קיימת בעיה ולבקש הסרת אחריות, במקרה זה האחריות תהיה על היבואן המקביל, אם לא פנה היבואן הסדיר לרשות, יישא באחריות וריקול של כלי הרכב שיובאו.

דברי הסבר

כמוסבר בהמלצה הקודמת.

המלצה (19) לבטל את אחריות היבואן הרשמי מעל האחריות הניתנת ע"י יצרן הרכב (אחריות מורחבת של היבואן עצמו ובלבד שהאחריות לא תפחת משנתיים), כולל בתחומי החלפים והמוסכים, על מנת למנוע הסדר כובל בענף וניצול כוחם המונופוליסטי של יבואנים בלעדיים רשמיים על חלפים. המלצה זו מתייחסת לכל היבואנים הישירים ומטרתה להגביר את יכולתו של הייבוא המקביל להתחרות, וכן לאפשר ייבוא מותגים חדשים.

דברי הסבר

כאמור, האחריות המורחבת כובלת את הצרכן ליבואן ובכך הופכת אותו ללקוח שבוי, ופרט בשוק החלפים. הוועדה מבקשת להתיר קשר זה ולאפשר לצרכן לבחור היכן לטפל ברכבו ובכך לעודד גם את התחרותיות בשוק המוסכים והחלפים.

המלצה (20) תבוטל החובה לתקן במוסך מורשה של היבואן כתנאי לקיום האחריות לרכב, ובלבד שהמוסך האחר עמד ברשימת התנאים של משרד התחבורה לביצוע תיקונים והספקת שירות במסגרת אחריות היצרן.

דברי הסבר

הוועדה בחנה את הקשר של היבואנים עם המוסכים ומצאה אותו כקשר פוטנציאלי מגביל שעשוי למנוע מהלקוח טיפולים זולים יותר במסגרת האחריות.

המלצה (21) יבוטל רישום "יד" אצל חברות ליסינג אשר מוכרות רכב חדש ובלבד שלא עברו 12 חודשים. על היבואן יאסר להתערב או לברר את השימוש שתעשה חברת הליסינג ברכב הנרכש על ידה. במסגרת המלצה זו, התערבות יבואן או הפעלת סנקציה כלשהי על חברת הליסינג, במסירה של רכב חדש, תוגדר כהגבל עסקי אסור. אחרי 12 חודשים תחויב חברת הליסינג לרשום את הרכב על שמה.

דברי הסבר

רכב שכזה, שהינו למעשה חדש, נחשב לרכב משומש בגלל החוק המחייב את חברת הליסינג לרשום את הרכב על שמה. המלצה זו תתקן את העיוות שנוצר עקב ההכרח "להעביר יד", וכך לא תפגע בצרכן כאשר זה יבקש למכור את רכבו. זאת ועוד, ההמלצה תאפשר לחברות הליסינג לגלגל לציבור את ההנחה של עד 5% שיקבלו מהיבואנים ובכך להתחרות כמעין דילרים ביבואנים.

2.2.3. הסדרה של שוק החלפים והתיקון במוסכים

המלצה (22) לאפשר לכלל המוסכים המורשים על ידי משרד התחבורה לטפל בכל כלי הרכב הנעים בישראל, על ידי חיוב יבואנים ישירים להעביר ספרות מקצועית ו/או הכשרה ו/או ציוד טכני ו/או הדרכה וכל כיו"ב, לכל מוסך שיחפוץ בכך והכל במחיר אחיד שיפוקח על ידי הממונה על המחירים במשרד התחבורה.

דברי הסבר

כאמור, מוסכים רשמיים מהווים חסם תחרותי, העברת הידע והציוד וכל הדרוש לטיפול ברכב לידי כל מוסך אחד, תגביר את התחרותיות בין המוסכים על ידי הענקת בחירה ללקוח לטפל ברכבו במוסך בו יבחר בבטחה.

המלצה (23) תבטל הדרישה לאישור ייבוא מיוחד של חלקי חילוף. דרישה זו תוחלף ב"רשימה שחורה" של חלפים אשר ייאסרו בייבוא, זולת אם יעמדו בתנאים מסוימים (בטיחותיים בלבד). הרשימה תתבסס על התקינה האירופית או האמריקאית בהתאמה לסוג הרכב. כל חלף שאינו מופיע ברשימה זו מותר לייבוא. הרשימה הראשונה תפורסם על ידי משרד התחבורה לא יאוחר מ-1.7.2012.

דברי הסבר

הורדת החסמים בשוק החלפים מחד גיסא, תוך שמירה על תקני בטיחות מחמירים מאידך גיסא, עשויים להגביר את התחרותיות והיצע החלפים בשוק משני זה. כמו כן, רשימת חלפים אסורים תסייע ותקל על ציבור הצרכנים לבדוק האם החלפים המוצעים לו בטוחים ומאושרים לשימוש.



המלצה (24) יבוטלו דרישות הסף למתן רישיון לייבוא חלפים שאינם קשורים לבטיחות הרכב. המפקח יסתפק בדרישות הבאות בלבד: שם חברה, בעלות, מספר מע"מ והתחייבויות לעמוד בתקנים הרלוונטיים למוצר. יבואן אשר יפר תקנות אלה יישלל רישיון היבוא שלו ויחולטו ערבויותיו.

דברי הסבר

הורדת חסמים בפני היבואנים בשוק החלפים וציוד נלווה לרכב תגדיל את התחרות בשוק החלפים ותסייע להורדת מחירים.

המלצה (25) יבוטל הנוהל הקיים של "חלקי מרכב" (במשרד התחבורה) אשר מהווה מגבלה של יבוא חלקי מעטפת הרכב.

דברי הסבר

כמוסבר בהמלצה הקודמת.

המלצה (26) ייאסר על יבואנים לפקח, לבקר ואף לקבל מידע על תיקונים ושירות של מוסכים ולהתערב בהם בכל צורה שהיא. יתר על כן, ייאסר על יבואני חלפים לפרסם מחיר מומלץ לצרכן למוסכים וכן למכור למוסכים את החלפים בקונסיגנציה ו/או בעסקה שבמסגרתה מקבל המוסך עמלת מכירה. משרד התחבורה ידאג לאכוף הוראה זו על ידי ביקורת מדגמית בתדירות ובאופן שייקבע לאור עבודת מטה העומדת להסתיים בימים אלו (עבודת "קבוצת פארטו" בנושא). ביישום המלצה זו לחוק, יש להתאים לרוח הדברים הכתובים בפרק ד' בצו המיועד לעניין (כותרתו: צו לפי סעיף 50ב' לחוק ההגבלים העסקיים) שהוסכם בשנת 2002 בין הממונה ליבואנים.

דברי הסבר

יש למנוע מיבואני הרכב להשפיע על המוסכים ותיקוני הרכב וזאת על מנת להגביל את ניצול כוחם המונופוליסטי בתחום החלפים ולאפשר למוסכים חופש פעולה ותחרות ביניהם.

המלצה (27) ניתן יהיה לרכוש חלפים גם ממוסכים שאינם בבעלות היבואנים או ממוסכים המצויים בהסכם "מורשה יבואן". בעל מוסך יחויב בתיקון רכב גם אם חלף הכרוך בתיקון נקנה ממקור אחר ובלבד שהחלף הינו חדש. הפרת הוראה זו תוגדר כעבירה פלילית.

דברי הסבר

המלצה זו מבקשת להגדיל את מגוון אפשרויות התיקון והמוסכים ולהרחיב את היצע החלפים העומדים לרשות הצרכן.

המלצה (28) כל יבואן יפרסם רשימת קריטריונים שוויונית ובלתי מפלה, שתאושר על ידי משרד התחבורה, של דרישת היבואנים ממוסכים מורשים על מנת לקבל הכרה כמוסך מורשה (מרכז שירות מורשה). כל מוסך שיעמוד בדרישות יקבל לאלתר מעמד של מרכז שירות מורשה של היבואן. ביטול ההכרה לא יעשה אלא באישור משרד תחבורה (ראה המלצה 30).

דברי הסבר

רשימה שכזו תגביר את התחרותיות בתחום המוסכים, ותקטין את יכולתם של היבואנים לנצל את כוחם המונופוליסטי בתחום החלפים.

המלצה (29) כל מוסך, לרבות מרכז שירות של היבואן, יהיה חייב להציע ללקוח חלק חליפי (מבלי שהחלטת הלקוח לבחור בחלק החליפי תפגע באחריות היצרן, ראה המלצה 29) ואם יכשל מלעשות זאת יוטל עליו קנס בהתאם להמלצה 34.

דברי הסבר

ההמלצה תביא להגברת התחרות בתחום החלפים והרחבת היצע אפשרויות הטיפול בכלי הרכב תוך מתן מענה לסוגיית אי הסימטריה במידע בין המוסך לבין הלקוח.

המלצה (30) אם קבע היבואן שחלף מסוים אינו באחריות, ולפיכך הוא אינו מממן את החלפתו, אזי יאסר עליו לבטל האחריות לרכב בגין החלפת אותו חלף מסוים, ובלבד שמותר לייבאו לישראל. שימוש בחלפים לא מקוריים או תיקון רכב שלא במוסך שבבעלות היבואן לא יפגעו באחריות היצרן.

דברי הסבר

כמוסבר בהמלצה הקודמת.

המלצה (31) שלילת מעמד מרכז שירות כ"מורשה" שעה שהוגדר על ידי היבואן בעבר, לא תהיה בסמכות היבואן, אלא בסמכות משרד התחבורה לאחר שהיבואן יגיש תלונה מנומקת כנגד המוסך המסוים.

דברי הסבר

צמצום כוחו של היבואן אל מול המוסך והקטנת הסיכוי כי היבואן יוכל לנצל את כוחו המונופוליסטי בתחום החלפים.

המלצה (32) משרד התחבורה יודיע לציבור, באתר האינטרנט שלו, את פרטיהם של כל בעלי הרישיון לייבוא חלפים, כדי שהצרכן יוכל לבדוק את זמינות החלפים.

דברי הסבר

הגברת התחרות בתחום החלפים על ידי מידע גלוי ושוויוני – בעל רכב יוכל לבדוק ולברר מיהם בעלי רישיון ייבוא החלפים כך שיוכל לפנות אליהם בעצמו לגבי מחיר וזמינות החלפים.

המלצה (33) ייאסר על כל סוגי היבואנים לסרב, באופן בלתי סביר, למכור לגורם כלשהו חלפים או להעביר מידע בדבר מחירים. המכירה תהיה במחיר אחיד, למעט הנחת כמות שתגיע לפער שבין המחיר היקר ביותר לזול ביותר, כך שהמחיר היקר לא יעלה על 5% מהמחיר הזול. יבואן חלפים לא יוכל למכור אלא בפער השורר בעת המכירה בין העסקה היקרה ביותר לבין זו הזולה ביותר עד כה, כאמור. משרד התחבורה יחייב את היבואנים (באשר הם) לפרסם עד 7 ימים לפני תום כל חודש את מחיר המכירה הנמוך ביותר שניתן על פי מק"ט של חלקי החילוף. מחיר זה יהיה בתוקף במשך 60 הימים הבאים עבור הציבור הרחב בתוספת של עד 5% לדגם האמור. למען הסר ספק, היבואנים יהיו חייבים להציע לציבור את החלפים שנמכרו לכל גורם שהוא, בכמות שלא תפחת מאותה כמות שנמכרה בהטבה לגורמים אחרים. בכל מקרה יאסר על היבואן להתערב במחיר שבו נמכר החלק במוסך.

דברי הסבר

כאמור, ישנן עדויות להתאמת מחירים אוליגופוליסטית בענף הרכב. בנוסף, הפער שבין המחיר הניתן לצרכנים בעלי כוח צרכני מובהק (כגון חברות הליסינג) לבין המחיר אותו משלמים הצרכנים הפרטיים הבודדים, מצביע לדעת הוועדה על כשל, העדר תחרות וניצול חולשתו של הצרכן הפרטי. ההמלצה מבקשת להעניק לציבור הצרכנים את האפשרות לרכוש חלפים במחיר אותו מקבלים חברות הליסינג וציי הליסינג. לשון אחרת, לרתום את כוח המיקוח של ציי הרכב והליסינג לטובת הצרכן.

המלצה (34) יוטל פיקוח של משרד התחבורה על פעילות מכירת חלפים ותיקונים בידי מוסכים, לרבות תיקוני אחריות, ויוטל קנס של פי 50 מעלות החלף במקרים שנמנע מלקוח שימוש בחלף זול יותר או במקרה של דרישת תשלום בגין החלפה של חלף הנמצא במסגרת האחריות. קנס מקביל של פי 50 יוטל במקרה שבו הונה מוסך לקוח, באם דיווח על טיפול שלא נעשה או נעשה בצורה שונה מהאמורה בדרישת התשלום שהוצע ללקוח. עשירית מקנסות אלו יפצו את הלקוח והיתר ישמשו את המדינה למימון פעילות הפיקוח הנדרשת בדו"ח זה. על משרד התחבורה לוודא כי מפקחים מטעמו יבדקו מדגמית מוסכים כך שההסתברות של מוסך, שיעבור על האמור לעיל, להיתפס תעלה על 2% בשנה.

דברי הסבר

המלצה זו תוביל להגברת כוחו של הצרכן אל מול המוסך המטפל, תטיב עמו בכך שיוכל לקבל, במידה ויבחר בכך, חלקי חילוף זולים יותר ותרתייע את בעלי המוסכים מפני הונאת הצרכן. גובה הקנס חושב בהתאם להסתברות המומלצת להיתפס שעל משרד התחבורה לאכוף.

המלצה (35) הגוף המפקח על עניין תקינת חלפים במשרד התחבורה יקבע עד ה-1.7.2012 את נחיצותם של תקנים ישראלים (לענייני בטיחות) מחייבים לחלפי רכב, תוך עריכת דו"ח ניתוח עלות משקית והשלכות על התחרותיות בענף הרכב של כל תקינה ישראלית שתיוותר על כנה. הדו"ח יוגש לאשור שר התחבורה ויפורסם לציבור. אכיפת כל התקנים הישראליים בנוגע לחלקי חילוף שאינם נוגעים לבטיחות תבוטל לאלתר.

דברי הסבר

יתכן והמשך השימוש בתקנים ישראלים לא רק שאינו נחוץ מבחינה בטיחותית מאחר ותקנים מחמירים נקבעו באירופה וארה"ב, אלא עשוי להיות לא יעיל מבחינה כלכלית ולהוות חסם כניסה לשוק החלפים.

2.2.4. המלצות לעניין מחירוני רכב

המלצה (36) לחייב כל מחירון רכב המפורסם בישראל להציג לציבור פעם בשנה את היסטוריית עדכון מחירי הרכב ב-5 השנים האחרונות. המחירון יציין גם את מחירו ההתחלתי ההיסטורי של הרכב (מחירון היבואן בשנת הייצור).

דברי הסבר

בפני הוועדה העידו גורמים שהצביעו על שינויים מהותיים במחירי כלי רכב (למשל ירידה מהותית) מבלי מתן גילוי נאות לשינוי המחיר ונסיבותיו. הוועדה סבורה שראוי שהציבור ידע כאשר מתרחשים שינויים מהותיים במחיר הרכב, יתפתח דיון מסחרי בעניין, וכן עשוי הדבר לסייע לפקח על התערבות של גורמים אינטרסנטיים במחירי המשומשות על דגמיהן, לרבות פתיחת פתח לתביעות ייצוגיות בתחום.

המלצה (37) משרד התחבורה יקים בסיוע אגף ממשל זמין בחשב הכללי מאגר מידע ציבורי של מחירי רכב (מחירון רכב). המאגר יוקם במיקור חוץ תחת חוק חובת המכרזים. מאגר זה יתבסס על הצהרה משותפת של הקונה והמוכר בכתב של נתוני עסקאות רכב משומש שידווחו במעמד העברת הבעלות בין המוכר לרוכש, על ידי מילוי הצהרת מחיר לעסקה וכן פרטים עקרוניים נוספים ובהם גיל הרכב, מספר קילומטרים, מספר ידיים וכיו"ב.

דברי הסבר

מחירון רכב פרטי באשר הוא פועל בשני צדדים (שוק דו צידי). מצד אחד הוא מציע לנמען (הלקוח המבקש לרכוש רכב) רשימה של מחירי הרכב שאמורה לשקף נאמנה ובאופן אובייקטיבי את מחירי הרכב ומצד שני הכנסותיו מתבססות על פרסום ושיווק באמצעות המחירון (מודפס או אינטרנטי), וככל שהצד הנמען גדול יותר כך גדלות ההכנסות מפרסום. המבנה העסקי כאמור יוצר ניגוד אינטרסים. המפרסמים המהותיים במחירון הם חברות קשורות בענף הרכב (חברות ביטוח, חברות ליסינג, סוחרי רכב וכיו"ב), ויש להם אינטרס להשפיע על מחירי המכוניות המשומשות, לפי שינויים בענף. מחירון הרכב הפרטי נתפס כמקור אמין ואובייקטיבי ועלול לנצל זאת כדי לקבוע קביעות לא אובייקטיביות כגון מחירים מוטים (תופעה שנקראת גם כ: Tacit Endorsement).

בעיה זו מתחזקת עוד יותר בהעדר תחרות בתחום המחירוני. יוצא אפוא שמשך שנים ארוכות, כשלה היוזמה הפרטית מלהקים מחירון מתחרה משמעותי דיו, על כן ראוי כי הממשלה תסייע להקים מאגר כאמור בהמלצה.

2.2.5. המלצות לעניין ביטוח ושמאות רכב

המלצה (38) לחייב את חברות הביטוח להודיע מראש, בעת הוצאת הפוליסה, על איזה מחירון יתבסס מחיר הרכב לצורך הביטוח ומה יהיה בסיס הפיצוי.

דברי הסבר

המלצה זו נועדה למנוע מצב בו בעל הרכב (הצרכן) אינו מעודכן או מיועד לגבי שיטת התמחור לצורך השבת נזקי רכב המבוטחים על ידו, ושחברת הביטוח תהיה מנועה מלהעדיף שיטת מחיר באופן רטרואקטיבי באופן הפוגע באינטרס המבוטח.

המלצה (39) לקבוע כי משרד התחבורה יהיה הסמכות בקביעת קוד דגם לרכב שיובא בייבוא אישי וכי אף גוף הפועל בתחום (יבואנים, מו"ל מחירון רכב, שמאים, חברות ביטוח וכיו"ב) לא יוכל לעשות שימוש בקוד דגם משל עצמו, אלא בזה שנקבע על ידי משרד התחבורה בלבד. שימוש בקודים קיימים ייאסר לאחר תקופת מעבר של 6 חודשים.

המלצה (40) לשנות את תקנה מס' 266 בתקנות התעבורה, הגדרת "שווי רכב" כך שרישום פוליסת ביטוח יעשה לפי קוד הדגם המופיע ברישיון הרכב. לחברות הביטוח תינתן תקופת מעבר ליישום של עד שלושה חודשים.

דברי הסבר (להמלצה 39 ו-40)

מסלול קבלת קוד דגם לרכב בייבוא אישי עובר כיום דרך חברות הביטוח או דרך שמאי הרכב והמוכתב על ידן). לוועדה הגיעו תלונות לפיהן הסכומים המשולמים בעבור בדיקה וקביעת קוד דגם (עבור רכב שאין לו קוד דגם בארץ) הינם גבוהים וללא כל הצדקה. בנוסף, קביעת קוד דגם יחיד על ידי משרד התחבורה תיצור אחידות מידע לציבור, דבר שיסייע להקים את מאגר מחירי הרכב הממשלתי ולהתמודד עם עיוותים פוטנציאליים בקביעת מחירי רכב על ידי מי מהגורמים העוסקים בנושא (לרבות חברות ביטוח, שמאים ומחירוניים).

המלצה (41) לבטל השימוש הבלעדי של חברות הביטוח ב"מוסכי הסדר". כמו כן, לאסור הפנייה של הלקוח למוסך הסדר (או מוסך כלשהו) בדרך של הטבות או כל דרך אחרת (כגון רכב חילופי וכיו"ב).

דברי הסבר

המלצה זו נועדה להגדיל את היצע המוסכים העומדים לרשות הצרכן ומניעת שיתוף פעולה בו מטיב המוסך עם החברה המבטחת. הוועדה מבקשת למנוע מצב של Vendor Lock-In (כפי שהוסבר מעלה) בו הלקוח מחויב להיצע מוסכים מוגבל.

המלצה (42) להקים מנגנון "שמאי אובייקטיבי" לענף הרכב (בדומה ל"שמאי מכריע" בתחום הנדל"ן). קביעת השמאי האובייקטיבי תהיה על סמך בחירה אקראית מתוך מאגר השמאים המורשים שתעשה על ידי המוסך בנוכחות הלקוח בעל הרכב. תיאסר מעורבות של חברות הביטוח בבחירת השמאי ובקביעת שכרו. שכר השמאי ייקבע על ידי משרד התחבורה. ללקוח תהיה הזכות לערער על חוות דעת השמאי. אם יבחר לערער יהיה הלקוח רשאי למנות שמאי נוסף, שייבחר שוב באופן אקראי, מתוך המאגר באותה המתכונת. עלות השמאי השני תוטל במלואה על הלקוח. השמאות השנייה תהיה בכל מקרה, הסופית. כמו כן, יוקם מאגר שמאים מורשים שיפוקח ויבוקר על ידי משרד התחבורה.

דברי הסבר

מניעת מצב בו פוסק השמאי לטובת חברת הביטוח בה הוא עובד או אותה הוא מייצג. מנגנון שכזה יגביר את עקרון המידע השווה והנגיש ויקטין את כשלי השוק הנובעים מאינפורמציה אסימטרית. כמו כן, פעילות השמאים נדרשת בפקוח על מנת להגביר את היעילות שבקביעת השמאות מתוך רצון להגן על הצרכן ולכוון לקביעה אובייקטיבית כמה שיותר וככל שניתן.



2.3. המלצות בעניין מיסוי רכב

המלצה (43) לזקוף את הטבת השווי לעובד המקבל רכב מהמעביד לפי האחוזים הקבועים היום בחוק, אלא שאחוזים אלו ייגזרו ממחיר רכישת הרכב בפועל, כשמדובר ברכב שאיננו חדש.

דברי הסבר

הוועדה סבורה כי ערך ההנאה המופק על ידי העובד מרכב הוא נגזרת של עלות הרכב ואינו קשור בהכרח לסוגיית גיל הרכב ועל כן, יש לעדכן את שווי ההטבה לפי מחיר הרכב בעת רכישתו בפועל ולא בחישוב תיאורטי של עלותו כאשר היה (בעבר) חדש. יתר על כן, קביעתו של מס הכנסה כיום המחייבת זקיפת שווי לפני מחיר רכב חדש, גם בשעה שבמקור נרכש רכב משומש, מגדילה הביקושים לכלי רכב חדשים (על חשבון הביקושים למשומשים) ולפיכך מגדילה את כוחם של יבואני הרכב בשוק שמלכתחילה אינו תחרותי. זו אפליה שאין לה הצדקה מבחינת מס או מבחינה כלכלית כלשהיא ולפיכך מומלץ לבטלה.

המלצה (44) לעדכן ההנחה על מס קנייה במסגרת מיסוי ירוק לרכב שהוא חשמלי נטען וכולל מנוע עזר ומוגדר כיום כרכב היברידי. גובה המס ייקבע בין הטווח של מיסוי רכב היברידי ורכב חשמלי לפי הנוסחה הבאה:

$$\square \square \square \square \text{Te} \square \square \square \square \text{Te T} \square \square \square \square \text{V} \square \square \square$$

כאשר:

□ – מחיר היבוא של הרכב הנתון למס

Te – שיעור המס החל על רכב חשמלי (כיום 0.1)

T□ – שיעור המס החל על רכב היברידי (כיום 0.3)

□ □ Te T □ □ – הפער בין המס על רכב היברידי למס על רכב חשמלי (כיום 0.2 שזה 0.3-0.1)

□ V □ – השיעור הממוצע של הנסיעה במנוע העזר (השריפה) ביחס לכלל הנסיעה, על פי קביעת מהנדס משרד התחבורה והממונה על המחירים במשרד התחבורה בדו"ח שיפורסם אחת לשנה.

דברי הסבר

בפני הוועדה הובאו דוגמאות לכלי רכב חשמליים נטענים אשר להם מנוע עזר הנמצא בשימוש ארעי לגיבוי אך הוגדרו ככלי רכב היברידיים לעניין המס הירוק. הן הרכב ההיברידי והרכב החשמלי עשויים לגוון את המוצרים בענף, לאפשר חיסכון בעלויות אנרגיה ובעיקר להגביר את התחרות בכך שייכנסו כמוצרים מתחרים נוספים. טבלת "המיסוי הירוק" הקיימת היום אינה מבחינה במגוון המכוניות החשמליות, אלא יוצרת מדרגות קיצוניות המשפיעות מהותית על מחיר הרכב ומעדיפה את אחת

השיטות המקובלות היום לרכב חשמלי נטען (ולאו דווקא מעדיפה את השיטה המקובלת בקרב רוב היצרנים). אי לכך ממליצה הוועדה על נוסחה שתיכנס בתוך ותאפשר ליבואני כלי רכב חשמליים נטענים עם מנוע עזר לגיבוי לשלם מס קנייה הוגן ושוויוני, באופן שיגביר את התחרות.

המלצה (45) לבטל את המכס לגבי יבוא רכב ממדינות שממילא הסיכוי לכרות עימן הסכם סחר חופשי אינו נצפה בטווח הנראה לעין.

דברי הסבר

הוועדה סבורה שאין להטיל מכס על יבוא רכב ממדינות אשר טרם נחתם הסכם הסחר החופשי איתן ואשר יבוא מיצרניות בקרבן עשוי ליצור מתחרים (יבואנים) חדשים וגיוון המותגים בישראל. מנגנון המכס הקיים, ממנו פטורות רוב היבואניות הנוכחיות הפועלות בשוק, מבטיח את יתרון האוליגופוליסטי על פני יצרניות רכב ממדינות בעלות פוטנציאל יצוא חדש לישראל של רכבים ובכלל זה הודו, סין ודרום קוריאה. גם שיקולי הכנסות המדינה ממסים אינן רלוונטיות לענייננו מאחר וממילא חסם המכס מונע יבוא משמעותי של רכבים ממדינות אלה ולכן הכנסות הממשלה ממכס מיבוא זה זניחות. לפיכך, אין מנוס מהמסקנה כי כל מטרתו של המכס במקרה זה הוא לייצר עדיפות בלתי שוויונית ליבואנים קיימים באופן החוסם את פוטנציאל הרחבת התחרותיות בעתיד.

2.4 המלצות בעניין רכב חשמלי ורכב חשמלי נטען עם מנוע עזר

המלצה (46) להטיל פיקוח על מחיר שירותי הטעינה (המחיר העודף על עלות החשמל המסופק לעמוד הטעינה) שיסופקו בעמדות הטעינה, על מנת שיהיה מבוסס על עלות (כולל החזר השקעה) ורווח סביר. מומלץ כי הגורם המפקח יהיה רשות החשמל.

דברי הסבר

למנוע יצירתו של אוליגופול דו-צדדי, בדומה למחירי הקישוריות בענף הסלולאר, שיביא לניצולם של בין בעלי מכוניות חשמליות ו/או ספקי חשמל ו/או יבואני כלי רכב חשמליים נטענים ולמנוע העדפה או אפליה של מותג או יצרן כזה או אחר.

המלצה (47) להחיל עקרון גישה חופשית (Open Access) לעמדות טעינת רכב חשמלי. מצד הרכב – עמדת טעינה באשר היא לא תוגבל, בין אם בדרך של תקינה ובין אם בכל דרך אחרת, מכל רכב חשמלי להיטען בה. מצד ספק החשמל בעמדת הטעינה – כל ספק חשמל (אלטרנטיבי לחברת חשמל) שיחפוץ יוכל להזרים חשמל בעמדת הטעינה ללא אפליית מחיר או אפליה אחרת.

דברי הסבר

הוועדה סבורה כי בטווח הקצר עד הבינוני הרכב החשמלי (בעיקר בשוק המכוניות ואם ייקלט נכון) יגביר את התחרות בענף הרכב (הגדלת היצע המוצרים התחליפיים). על מנת לעודד תחרות באופן הנחזה על ידי הוועדה נדרש שעמדות הטעינה תאפשרנה טעינה לכל כלי הרכב. אחרת, עמדות הטעינה שהופכות לשוק דו צידי עשויות ליצור עיוות בשוק המכוניות בכך שיחסמו טעינה של רכב מיצרן אחד ויאפשרו טעינה של יצרן אחר. נכון להשית עקרון זה גם על ספקי החשמל כך שתהיה תחרות על מחיר ההטענה באופן שיגן אל אינטרס בעל הרכב.

המלצה (48) לאמץ את התקינה האירופאית בתחום הרכב החשמלי. לא להוסיף עליה או לצמצם את מגוון האפשרויות המופיעות בה בכלל ובתחום הטעינה בפרט, ללא אישור מליאת הממשלה.

דברי הסבר

ליצור אחידות ולמנוע תקנים כפולים העלולים ליצור חסמים על ייבוא כלי רכב חשמליים לישראל ולהעדיף יצרן אחד ספציפי זה או אחר.

2.5. המלצות מנהליות ואחרות

המלצה (49) על מנת ליישם את ההמלצות הכוללות פיקוח ואכיפה, יצירת מידע לציבור, הקמת מאגרי מידע ועוד, יש להוסיף תקציב ייעודי למשרד התחבורה בסך של 8.3 מיליון שקלים בשנה ותוספת 12 תקני כוח אדם.

דברי הסבר

ההמלצות הכתובות בדו"ח דורשות הגברת הפיקוח. מדובר על פיקוח נוסף בתחום התקינה, הוצאות דוחות ענפיים סדירים מידי שנה על מצב הענף, קיום מאגר מידע למחירי רכב ופיקוח מוגבר על יבואנים ישירים ועל מוסכים וחלפים. הוועדה בחנה את המשימות המוטלות על משרד התחבורה נוכח המלצותיה ומצאה כי יש להוסיף לו תקני כוח אדם ותקציב, על מנת שיוכל למלא מטלות אלו כהלכה. התקציב הנוסף בטל בשישים נוכח התועלת העצומה שתנבע לשוק ולציבור מהגברת הפיקוח.

המלצה (50) לייסד, מתוקף סמכותו של שר התחבורה הנובעת מצו הפיקוח על מצרכים ושירותים (ייבוא רכב ומתן שירותים לרכב), מועצה שתפקידה יהיה לייעץ לאגף הרכב ושירותי תחזוקה במשרד התחבורה, כפי שזו מוגדרת בצו זה (סעיפים 9-6).



דברי הסבר

הוועדה סבורה כי מועצה שכזו, אשר בסמכות שר התחבורה למנות, ובה יהיו נציגים ממשרד התחבורה, ארגוני יבואנים והציבור, תסייע בגיבוש המלצות בנושאים הקשורים לכשלי שוק ועיוותי תחרות בענף כמו גם המלצות לגבי רישיונות ייבוא רכב והוראות שימוש לסוגי רכב ואחריות. כמו כן, תדון המועצה בתלוונות כלפי יבואן כלשהו.

המלצה (51) להקים צוות פנים משרדי של משרד התחבורה ליישום רוח ההמלצות גם בענף המשאיות והאופנועים אשר יגיש דו"ח לשר התחבורה עד ל-30.9.12.

דברי הסבר

הוועדה לא בחנה לעומק את שוק המשאיות ואת שוק האופנועים. יחד עם זאת, נראה כי פרקטיקות התאמה והגבלת השוק עשויות לחול גם בשווקים אלו, כל שכן ההסכמים של היבואנים מקרבם גם הם הסכמים כמו-בלעדיים. לאור כך, ראוי כי הנושא ייבחן ובאם ימצאו אינדיקציות דומות בשוק המכוניות לריכוזיות ולרמת תחרותיות לא גבוהה, תיושמנה המלצות ברוח דוח זה.

המלצה (52) לבטל את החיוב ברישיונות ייבוא רכב מהמזרח הרחוק (ובכלל) הקובע כי כלי רכב שיובאו מהמזרח הרחוק חייבים לפרוק בנמל אילת, בהלימות עם תכלית הרפורמה בנמלים (2005) ולמען הגברת התחרותיות הענף הרכב. המלצה זו תיושם עד 31.12.2013.

דברי הסבר

ייבוא כלי רכב פרטיים הוא עיקר פעילותו של נמל אילת ורוב פריקת המכוניות מתבצעת דרכו (120 אלפי מכוניות בשנה) מקרב מותגים המיוצרים במזרח הרחוק (מזדה, מיצובישי, טויוטה ועוד). על בסיס שיחות של הוועדה עם חלק מיבואני הרכב, החלופה ליבוא דרך תעלת סואץ ועד נמל אשדוד עשויה להוזיל את מחירי המכוניות לצרכן, בעיקר בשל הרפורמה הנמלים והתחרות בין נמל אילת לאשדוד (וגם חיפה). במסגרת זו, הוועדה מוצאת לנכון להתיר יבוא מכל נמלי ישראל באופן חופשי וללא מגבלות המגבילות את התחרות ומייקרות את מחיר הרכב.

המלצה (53) להקים במשרד התחבורה קרן סיוע לתביעות ייצוגיות בענף הרכב בדומה לקבוע בתקנות לחוק תובענות ייצוגיות.

דברי הסבר

ההמלצה נועדה לעודד את הצרכנים לעמוד על זכויותיהם וכן לבסס בשוק את כוחם של הצרכנים אל מל הענף הריכוזי וכשלי שוק המצויים בו.

***** סוף הדוח *****