

כוחו של ההמון בפלטפורמות הדיגיטליות של הכלכלה המשתפת

מיכל (שיצר) גל*

הכלכלה המשתפת היא אחת החידושים המסקרנים ביותר בכלכלה הדיגיטלית. היכולת המוגברת לבצע עסקאות באמצעות פלטפורמות שיתוף דיגיטליות יצרה סוג חדש של משאבים בעלי פוטנציאל של שבירת מבני שוק מסורתיים והגדלת ההיצע של מוצרים ושירותים חדשים. בה בעת, כלכלת השיתוף עשויה, במצבים מסוימים, גם לפגוע ברווחה החברתית. רבות נכתב על אודות היכולת של פלטפורמות שיתופיות להשפיע על תנאי השוק. מחקר זה מתמקד בשחקן אחר, אשר לעיתים קרובות אינו זוכה לתשומת לב, אך עשוי להיות לו תפקיד חשוב בעיצוב מבנה השוק והתנהגותו: קהל המשתמשים בפלטפורמה המציע שירותים או צורך אותם דרכה. מחקר זה מבקש לאתר את השפעותיו של קהל זה על התנהלות הכלכלה המשתפת ולזהות פתרונות מבוססי שוק או רגולטוריים להגדלת השפעותיו החיוביות על הרווחה החברתית, תוך צמצום השפעותיו השליליות.

המחקר מורכב משלושה חלקים: חלקו הראשון בוחן את המאפיינים הייחודיים של הכלכלה המשתפת, לרבות הטכנולוגיה ודפוסי הביקוש המאפשרים את קיומה, תוך התמקדות בהשפעות הפוטנציאליות של הכלכלה המשתפת על כלכלה קטנה דוגמת ישראל, שבה חסמי כניסה טבעיים גבוהים הובילו לרמת ריכוזיות גבוהה ברבים משווקיה. חלקו השני מתמקד בהשפעות קהל המשתמשים על הכלכלה המשתפת, לרבות השפעתו על גודלן של פלטפורמות שיתופיות, ויכולתו לשנות תנאי שוק חיצוניים כמו גם הסדרים פנימיים של פלטפורמת השיתוף. החלק השלישי בוחן אם יש הצדקות להתערבות רגולטורית בפעולותיו של קהל המשתמשים, ואם כן – כיצד. לשם כך מנתח המאמר את ההשפעה של התנהגות קהל המשתמשים בכל אחת מהדרכים שנסקרו לעיל על הרווחה החברתית. כפי שהמאמר מראה, קהל המשתמשים יכול להשפיע על הרווחה החברתית הן לחיוב והן לשלילה. המאמר מנתח את השימוש בכלים

* פרופסור למשפטים, אוניברסיטת חיפה; נשיאת האגודה הבינלאומית לחוקרים בתחום דיני התחרות. רב תודות על הערות מועילות לעידו באום, לאיריס סורוקר, לאורית פישמן-אפורי, לשלי קרייצר-לוי ולמשתתפי הכנס הבינלאומי על כלכלה משתפת ברמת גן וכן למשתתפי הכנס בנושא כלכלה משתפת שהתקיים במרס 2016 במכללה למינהל; לליאור פרנק, לתמר אינדיג, לחן קומיסר, לטליה גולדשטיין ולליאור שחר על עזרת מחקר; למרכז חת לחקר התחרות והרגולציה על מימון המחקר. לגרסה באנגלית של מאמר זה ראו Michal S. Gal, *The Power of the Crowd*, in *the Sharing Economy*, 13 LAW AND ETHICS OF HUMAN RIGHTS 29 (2019).

רגולטוריים – הן עקיפים והן ישירים – כדי להגדיל את ההשפעה החיובית של קהל המשתמשים על הרווחה החברתית. כך, למשל, נבחנת התייחסות החוק לאפשרות של שיתוף פעולה בין צרכנים תוך יצירת כוח קנייה, כדי להגביל את כוחו המונופוליסטי של בעל פלטפורמה, וכן לאפשרות של המשתתפים בפלטפורמה לפעול באופן משותף כדי למנוע החלה של כללים אשר צפויים לפגוע רבות ברווחתם.

הקדמה. חלק ראשון: השפעות הכלכלה המשתפת על רווחת ההמון.
 א. כלכלה משתפת: מאפיינים בסיסיים; ב. השפעות פלטפורמות השיתוף על ההמון: יתרונות; ג. השפעות פלטפורמות השיתוף על ההמון: חסרונות; ד. השפעות כלכלה קטנה על הרווחה החברתית. **חלק שני: כוחו של ההמון.** א. השפעת כוחו של ההמון על גודל הפלטפורמה; ב. כוחו של ההמון לשנות את תנאי השוק החיצוניים; ג. כוחו של ההמון להשפיע על התוכן והתנאים של הפלטפורמה. **חלק שלישי: אסדרת כוחו של ההמון.** א. כיצד משפיע כוח ההמון על הרווחה החברתית?; ב. אסדרת כוחו של ההמון הנובע משימוש בפלטפורמה על מנת למקסם את טובת הציבור; ג. אסדרת כוחו של ההמון לשינוי מכוון של תנאי השוק החיצוניים או הפנימיים. **סיכום.**

הקדמה

הכלכלה המשתפת היא אחד החידושים המסקרנים והשימושיים ביותר בכלכלה הדיגיטלית. היכולת המוגברת לתקשר ולבצע עסקאות באמצעות פלטפורמות דיגיטליות יצרה סוג חדש של משאבים בעלי פוטנציאל לשבור מבנים מסורתיים בשוק. הכלכלה המשתפת הגדילה את ההיצע בשווקים הקיימים ואף הכניסה לשוק מוצרים ושירותים חדשים. דוגמה ידועה אחת עניינה השכרת דירות פרטיות לטווח קצר, באמצעות חברות כמו AirBnB. חברות אלו מאתגרות את ההנחות שעליהן התבסס שוק הלינה לטווח קצר, וכתוצאה מכך עומדות כיום בפני מטיילים אפשרויות לינה רבות ומגוונות יותר. הכלכלה המשתפת יצרה שינוי דומה גם בשווקים רבים אחרים, שבהם צצו לחברות המסורתיות מתחרים המחדירים לשוק מוצרים המאופיינים בשיתוף במקום בעלות.¹ בשל יתרונותיהן, פלטפורמות השיתוף מהוות כבר עתה שחקניות מרכזיות בשווקים רבים.²

1 JOHN HAWKSWORTH & ROBERT VAUGHAN, THE SHARING ECONOMY – SIZING THE REVENUE OPPORTUNITY (2014) (“There are now 80 million people participating in the sharing economy in the US while there are 23 million in the UK, and these numbers are on the rise. Global revenues have been projected to reach £230bn by 2025”).

2 Julie Cohen, *Law for the Platform Economy*, 51 U.C. DAVIS L. REV. 133 (2017) (“The platform is not simply a new business model, a new social technology, or a new infrastructural formation (although it is also all of those things). Rather, it is the core organizational form of the emerging informational economy”).

עלייתה וצמיחתה של הכלכלה המשתפת הואצה והתאפשרה על ידי השפעה המשולבת של יכולות טכנולוגיות, יזמות וביקוש צרכני. ההתקדמות הטכנולוגית במדעי הנתונים והמידע וכן בכלי איסוף הנתונים הפכה את תהליך קבלת ההחלטות לנוח וליעיל מאי פעם; התפתחות התקשורת הדיגיטלית, ובמיוחד האינטרנט, מאפשרת לאנשים לתקשר בקלות רבה יותר ובעלות נמוכה; וכלים כגון Blockchain יוצרים פתרונות טכנולוגיים (חלקיים) לחלק מהמגבלות הקיימות בעסקאות דיגיטליות, כגון יצירת אמון בין הצדדים ושמירה אמינה של נתונים. הגידול בביקוש לפירות הכלכלה המשתפת נובע גם, לפחות בחלקו, מעליית עלויות המחיה, שהביאו לשינוי חברתי בתפיסות הנוגעות למושג ה"בעלות". טעמים לבר-כלכליים, כגון שימור סביבתי וקיימות, תרמו אף הם לעלייתה של הכלכלה המשתפת. נוסף לכך, עבור אנשים מסוימים, השיתוף עשוי ליצור תגובה רגשית חיובית כלפי סגנון חיים קהילתי יותר. בשל גורמים אלו, נראה שהכלכלה המשתפת תמשיך למלא תפקיד חשוב במחזורותינו.

רבות נכתב על אודות היכולת של פלטפורמות השיתוף להשפיע על תנאי השוק. במחקר זה אנו מתמקדים בחלק אחר של הפאזל, אשר לעיתים קרובות אינו זוכה לתשומת לב, אך יכול להיות לו תפקיד חשוב בעיצוב מבנה השוק והתנהגותו: ההמון אשר משתמש בפלטפורמה כדי להציע או לצרוך שירותים או נכסים. כפי שנראה, השפעתו של ההמון על הרווחה החברתית יכולה להיות חיובית או שלילית. בהתאם לכך, מחקר זה מבקש לאתר את השפעותיו של ההמון ולזהות הן פתרונות מבוססי-שוק והן פתרונות רגולטוריים להגדלת השפעותיו החיוביות, תוך צמצום השפעותיו השליליות. בפרט, המחקר יתמקד ביכולות, כמו גם במגבלות, של המערכת הרגולטורית להתמודד עם פעולותיו של ההמון שנועדו להתגונן בפני כוח שוק משמעותי של פלטפורמות השיתוף.

המחקר מחולק לשלושה חלקים: הראשון בוחן את המאפיינים הייחודיים של פלטפורמות השיתוף ואת השפעותיהן על ההמון. החלק השני מתמקד בהשפעותיו של ההמון על הפלטפורמות האמורות. החלק השלישי בוחן את תפקיד האסדרה הממשלתית בהעצמה או בהגבלה של כוחו של ההמון בפלטפורמות השיתוף.

חלק ראשון: השפעות הכלכלה המשתפת על רווחת ההמון

א. כלכלה משתפת: מאפיינים בסיסיים

לכלכלה המשתפת הגדרות רבות.³ כך, למשל, יש המתמקדים בדפוסי צריכה אלטרנטיביים המבוססים על שיתוף ביצירה או בשימוש של טובין ושירותים,⁴ יש המתמקדים באופן שבו

FEDERAL TRADE COMMISSION, THE SHARING ECONOMY – ISSUES FACING PLATFORMS, PARTICIPANTS AND REGULATORS (2016) (להלן: FTC REPORT). שלי קרייצר-לוי היבטים מוסדיים בכלכלה השיתופית: מיפוי התופעה וקווים מנחים לרגולציה (2018). 3

RACHEL BOTSMAN & ROO ROGERS, WHAT'S MINE IS YOURS: THE RISE OF COLLABORATIVE CONSUMPTION 97–98 (2010). 4

היא מאפשרת הפקת רווח מנכסים שלא מנוצלים באופן המיטבי,⁵ ויש המתמקדים בירידה דרסטית בעלויות עסקה בעקבות התפתחויות טכנולוגיות המובילה לדפוסי צריכה מבוזרים.⁶ עם זאת, מרבית ההגדרות חולקות כמה מאפיינים משותפים. המאפיין המרכזי של רבות מההגדרות של הכלכלה המשתפת הוא קיומה של פלטפורמה המאפשרת למספר גדול של ספקים וצרכנים לתקשר ביניהם ולבצע עסקאות באופן נוח, זול ויעיל.⁷ מאמר זה מתרכז בדפוס הכלכלה המשתפת המאופיין בפלטפורמות דיגיטליות (להלן: "פלטפורמות השיתוף" או "פלטפורמות").

כמו בשווקים מסורתיים רבים, בכלכלה המשתפת יש שלושה שחקנים מרכזיים: ספקים, צרכנים (שייקראו יחד "משתמשים") ומתווכים – תפקיד שאותו ממלאות פלטפורמות השיתוף. כמובן, תיווך בין ספקים ומשתמשים אינו חדש. זוהי אחת המשימות העיקריות של שווקים מסורתיים רבים. כך, למשל, חנות שמציעה למכירה מותגים רבים של נעליים, מאפשרת לצרכנים לחפש נעליים המתאימות להם מבין היצע נעליים של יצרניות רבות. גם רעיון השיתוף במשאבים אינו חדש. נסיעות משותפות (Carpooling), למשל, מתרחשות כבר זמן רב. יתר על כן, רעיון הפרדה הפוטנציאלית של השימוש מהבעלות אינו חדש אף הוא. הפרדה זו מובילה לכך שהפלטפורמה אינה נדרשת להיות הבעלים של הנכסים שאותם היא מציעה או להעסיק את נותני השירות. הסכמי מכר מותנה שימשו חברות גם לפני עלייתה של הכלכלה המשתפת. עם זאת, שילובם של גורמים אלה עם העובדה שהתיווך כיום יעיל מאי פעם ועלויות העסקה נמוכות הופך את תופעת הכלכלה המשתפת לייחודית.

מהם הגורמים שהביאו להתחזקות הצורך בפלטפורמות בכלכלה המשתפת? ראשית, טכנולוגיות מקשרות כגון אינטרנט במהירות גבוהה, מערכת מיקום גלובלית (GPS), והעלות הנמוכה של טלפונים ניידים, מקילים על התקשרות זולה ומהירה יותר דרך האינטרנט בין ספקים לצרכנים.⁸ שנית, איסוף קל יותר ויקר פחות של נתונים על העדפות הצרכנים ועל הצעות מקוונות מחזק את היכולת להתאים בין הצעות הספקים להעדפותיהם של הצרכנים. לדוגמה, פלטפורמת השיתוף DogVacay מאפשרת למוליכי הכלבים לבצע עסקאות בקלות רבה יותר עם בעלי הכלבים באזורם הגיאוגרפי. שלישי, האופי הדיגיטלי של ההצעות מאפשר לספק מידע זול וזמין עליהן. זאת, למשל, על ידי הצגת "מידע מרובד", שבהתאם לו כל צרכן קובע את רמת עומק המידע הדרוש לו כדי לקבל את החלטתו (לדוגמה, AirBnB מאפשרת לצרכן לראות בקלות את כל הנכסים באזור החיפוש ואת מחיריהם וכן לגשת למידע נוסף על כל הצעה, כולל תמונות וביקורות). רביעית, הקלות של שיתוף מידע פוטנציאלי בקרב צרכנים

Chris J. Martin, *The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or a Nightmarish form of Neoliberal Capitalism?*, 121 *ECOLOGICAL ECONOMICS* 149 (2016) 5

Daniel E. Rauch & David Schleicher, *Like Uber but for Local Government Policy the Future of Local Regulation of the "Sharing Economy"* (Geo. Mason L. & Econ. Research Paper 15-01, 2015) 6

Guy Laugher & Sammy Kalmanowicz, *EU Competition Law in the Sharing Economy*, 7 *J. OF EUROPEAN COMPETITION LAW & PRACTICE* 87, 88 (2016) 7

Abbey Stemler, *Betwixt and between: Regulating the Shared Economy*, 43 *FORDHAM URB. L.J.* 31, 37 (2016) 8

(למשל, באמצעות דירוגים וביקורות על המוצר) מגבירה את יכולתם של הצרכנים ללמוד על מאפייני המוצרים המוצעים. חמישית, ניתוח מהיר ואוטומטי של נתונים הקשורים לעסקאות מקוונות הנעשות בפלטפורמה או בחלקים אחרים של האינטרנט מאפשר לפלטפורמות להגיב במהירות וביעילות לשינויים בתנאי השוק. אם, למשל, הביקוש גדול מההיצע, הפלטפורמה יכולה לעודד יותר ספקים להשתמש בה ולהיכנס לשוק. שילובם של גורמים אלה מאפשר תיווך טוב יותר דרך הפלטפורמה, תוך מילוי העדפותיהם של מספר רב יותר של צרכנים.⁹

פלטפורמות השיתוף מייצלות לא רק את ההתאמה להעדפות הצרכנים, אלא גם לרוב מורידות את עלויות העסקה. עלויות החיפוש ירדו הודות לחיפוש יעיל, זול וחסכוני בזמן. עלויות ביצוע העסקאות הופחתו גם הן, בין היתר, בשל מערכות ממוחשבות המאפשרות עיבוד תשלומים מידי ואמין. עלויות העסקה העקיפות הופחתו אף הן, בעזרת כלים היוצרים אמון בין זרים גמורים המתעתדים לבצע עסקאות ושומרים נתונים באופן אמין, דוגמת blockchain,¹⁰ דירוגים דו-צדדיים הממלאים על ידי משתמשים וספקים זה על זה, העובדה שעסקאות דיגיטליות בדרך כלל משאירות "שביל דיגיטלי" המאפשר מעקב אחריהן, וכן האפשרות להשתמש בטכנולוגיות מאובטחות.

יכולות מוגברות אלו הובילו להגדלת מספר המשתמשים בשני צידי השוק.¹¹ מצד הביקוש – צמצום עלויות החיפוש והעסקה מאפשר למשתמשים פוטנציאליים "קטנים" רבים יותר להצטרף לפלטפורמה. מצד ההיצע, הפחתת עלויות הכניסה מתמרצת ספקים נוספים להצטרף לפלטפורמה. האינטראקציה בין ההיצע לביקוש המוגברים יוצרת מעגל המזין את עצמו.

שחקנים מסורתיים עשויים עדיין ליהנות מיתרונות יחסית לפלטפורמות השיתוף. לדוגמה, חנויות שאינן דיגיטליות מאפשרות לסחורה להיות מוצגת באופן פיזי, הקונה יכול להתחיל ליהנות מהטובין מיד לאחר ביצוע העסקה, והן מציעות חוויית קנייה אשר חלק מהאנשים עשויים ליהנות ממנה. עם זאת, פלטפורמות השיתוף מנסות להתגבר על יתרונות אלה. למשל, הן מפתחות כלים חזותיים ומילוליים כדי לאפשר לקונים להעריך טוב יותר את איכות המוצרים, הן פועלות לקיצור זמני המשלוח, והן יוצרות חוויית קנייה דיגיטלית, בין היתר, על ידי יצירת "באזז" סביב אירועי קניות דוגמת ה"סייבר מנדיי" (יום מיוחד, לקראת חג המולד, שבו הרכישות באתרים רבים ברשת מוזלות באופן משמעותי).

להלן נבחן את יתרונותיהן וחסרונותיהן של פלטפורמות השיתוף עבור ההמון. בחינה זו היא הבסיס להבנת המוטיבציה של ההמון לנקוט בפעולות המשפיעות על היכולת של הפלטפורמות לפעול בשווקים העסקיים. רבים מהיתרונות והחסרונות המפורטים להלן אינם ייחודיים דווקא לפלטפורמות דיגיטליות של הכלכלה המשתפת, אלא אופייניים גם לפלטפורמות אחרות. עם זאת, תכונותיהן של פלטפורמות השיתוף, ובעיקר הגברת יכולת ההתאמה בין ביקוש להיצע בשוק והורדת מחירי החיפוש וההתקשרות, מעצימות רבות מההשפעות על ההמון המפורטות להלן.

9 Laughler & Kalmanowicz, לעיל ה"ש 7.

10 Stemler, לעיל ה"ש 8, בעמ' 37.

11 Inara Scott & Elizabeth Brown, *Redefining and Regulating the New Sharing Economy*, 19

U. PA. J. BUS. L. 553, 560 (2017).

ב. השפעות פלטפורמות השיתוף על ההמון: יתרונות¹²

ההשפעות הכלכליות החיוביות של פלטפורמות השיתוף על ההמון נוגעות למחיר, למגוון ולאיכות. כאמור, פלטפורמות אלו מגדילות את ההיקף של שלושה גורמים: המוצרים והשירותים המוצעים; אלו המציעים אותם; ואלו המבקשים לרוכשם. עלייה זו משפיעה רבות על התחרות בין ספקים ועשויה להוביל לירידת מחירים.¹³ המחירים עשויים לרדת גם בשל עלויות עסקה נמוכות מבעבר.

פלטפורמות השיתוף משפיעות לא רק על מספר ההצעות, אלא גם על טיבן, על ידי החדרת מוצרים או שירותים חדשים לשוק והגדלת הסיכוי לכך שההצעות חדשות יתאימו בצורה טובה יותר להעדפות הצרכנים.¹⁴ המגוון גדל כתוצאה מהתוספות מוצרים או שירותים חדשים עקב הורדת עלויות הכניסה והיציאה מהשוק, כמו גם עלויות החיפוש וההתקשרות. כך, למשל, מאפשרת הפלטפורמה הדיגיטלית UPWORK לספקים קטנים להציע לבצע עבודות קטנות המאופיינות בביקוש נישתי. לדוגמה, פרופסור בישראל יכול להתקשר בקלות עם סטודנט בארצות הברית המתמחה בסידור הערות שוליים ומעוניין לעבוד מספר שעות מהבית. בהיעדר הפלטפורמה, סביר להניח שעלויות החיפוש ההדדי היו מונעות התקשרות כאמור.

נוסף לכך, השינוי במגוון המוצרים והשירותים נובע מהעובדה שבתיאור של הפלטפורמה, השימוש בנכס מחולק לשימושים נפרדים של משתתפים רבים.¹⁵ בעוד שהשכרה תמיד היוותה אופציה בחלק מהשווקים (למשל, מכונות כבדות), כיום היא אפשרית עבור מגוון רחב יותר של מוצרים ושירותים (כולל השכרת זמן פנוי או מומחיות), ומתפרסת על פני טווח רחב יותר של בעלי נכסים – כולל אלו שעיסוקם העיקרי אינו הענקת שירותים מסוג זה. לדוגמה, ניתן להשכיר מקומות חניה פרטיים, לאלו המחפשים חניה; דירות פרטיות יכולות להיות מושכרות למספר ימים, לאלו המעוניינים באפשרות זו; בגדים רשמיים או מכשירים חשמל קטנים, הנמצאים בבעלות אנשים אשר הצורך שלהם בנכסים אלו מוגבל, ניתנים להשכרה לתקופה קצרה לאלו המעדיפים אפשרות זו על פני קנייה של הנכס.¹⁶ שינוי זה אינו מעשי בלבד אלא גם חברתי. שיתוף אינו נחשב עוד לאפשרות נחותה לבעלות מבחינה כלכלית, אקולוגית, חברתית (פוגשים אנשים חדשים) ואפילו פסיכולוגית (סיוע לאחרים ולסביבה, בעלות אינה נדבך מרכזי בזהות האדם).¹⁷ לבסוף, הפלטפורמה יכולה לתרום לעלייה באיכות המוצרים גם בדרך של מתן אינדיקציה טובה יותר לטיב המוצר או השירות (למשל, באמצעות מערכות דירוג היוצרות

ALEX STEPHANY, THE BUSINESS OF SHARING (2015) (“The value of taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to a reduced need for ownership if these assets”) 12

Laugher & Kalmanowicz, לעיל ה"ש 7. 13

Benjamin G. Edelman & Damien Geradin, *Efficiencies and Regulatory Shortcuts: ראו למשל: How Should We Regulate Companies Like Airbnb and Uber*, 19 STAN. TECH. L. REV. 293 (2016). 14

.Shelly Kreiczer-Levy, *Share, Own, Access*, 36 YALE LAW AND POLICY REV. 157 (2017) 15

Michael A. Cusumano, *How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy*, 58 COMMUNICATIONS OF THE ACM. 32, 32 (2015) 16

.Kreiczer-Levy, לעיל ה"ש 15. 17

לחץ תחרותי על ספקים בעלי ביצועים נמוכים), על ידי דרישה מהספקים לעמוד בסטנדרטים מינימליים ועל ידי מתן ערבויות לטיב השירות (למשל, עזרה באיתור מוצר או שירות חלופי אם העסקה הראשונית נכשלה).

מעניין לציין שהכלכלה המשתפת מוסיפה טוויסט נוסף לדינמיקה של השוק, אשר כותבים אחרים התעלמו ממנה עד כה: היכולת לחלוק את הנכסים עם אחרים עשויה לשנות את החלטות הבעלות הראשוניות טרם ביצוע עסקת הרכישה: לא רק ההחלטה אם לרכוש מוצר, אלא גם כמה להשקיע באיכותו. לדוגמה, ניתן לחפש בית קטן יותר, אם אין צורך להחזיק בו מכשירים רבים, וכדאי לחפש מוצר עמיד יותר, אם הוא נועד להיות בשימושם של אנשים רבים. שיקולים אלה משפיעים לא רק על ההיצע אלא גם על דפוסי הביקוש בשוק. היכולת לשתף נכס עשויה לשנות גם את ההיבט הטמפורלי של החזר עלויות ההשקעה בנכס, ולהשפיע גם על דפוסי ההלוואות הניתנות והנלקחות בשווקים.

הכלכלה המשתפת מאפשרת גם פיזור של עושר, הן מבחינה גיאוגרפית והן מבחינה דמוגרפית: אנשים רבים יותר שבבעלותם משאבים שאנשים אחרים יכולים להשתמש בהם יכולים להיכנס ולפעול כספקים בשוק. הכלכלה המשתפת יוצרת גם השפעות אקולוגיות משמעותיות: אם פחות צרכנים משקיעים ברכישת מוצרים, אזי פחות מוצרים ייוצרו, עובדה שעשויה להוביל לחיסכון פוטנציאלי במשאבים. נוסף לכך, כפי שצינו החוקרים בוטסמן ורוג'רס, "מערכות (שיתופיות) מספקות יתרונות סביבתיים משמעותיים על-ידי הגברת היעילות בשימוש, הפחתת הפסולת, עידוד פיתוח מוצרים טובים יותר ומיצוי העודף שנוצר על ידי ייצור וצריכת יתר".¹⁸ בה בעת, במקרים מסוימים הורדת עלויות החיפוש והשימוש, כמו גם הגדלת המגוון והאיכות, עלולה להוביל דווקא לשימוש מוגבר במשאבים המוצעים דרך הפלטפורמה הדיגיטלית או במשאבים נלווים (דוגמת טיסה כדי להגיע לדירת נופש זולה וזמינה יותר) ודווקא להגדיל את הפגיעה האקולוגית. התוצאה תלויה, בין היתר, בתחליפות הביקוש של הצרכן: מה היו העדפותיו לו הכלכלה המשתפת לא הייתה מאפשרת לו גישה למשאבים הזמינים דרכה.

לבסוף, פלטפורמות השיתוף יוצרות יתרונות חברתיים ופסיכולוגיים. כפי שטוענת החוקרת שלי קרייצר-לוי: "גישה ושיתוף תורמים להגשמת החירות, האישיות והאינדיבידואליות ... שהוצעו באופן מסורתי כהצדקות למוסד של רכוש פרטי, עם טוויסט חשוב ... גישה למוצרים מאפשרת גמישות וחופש מכבילה למרחב מסוים ... גישה למוצר מספקת את היכולת להתנסות במוצרים על פי העדפותיו ואישיותו של המשתמש. בנוסף, נכסים פיזיים עשויים לקשור אנשים לקהילה מסוימת, אשר לרוב תהיה הומוגנית. אפשרות הגישה למוצר מקדמת סוג אחר של קהילה. זוהי פלטפורמה של אינטראקציות וקשרים מרובים, לא רק עם בני משפחה, חברים ושכנים, אלא גם עם זרים. שינוי זה מעודד אינטראקציה עם אחרים השונים מאיתנו, ותומך בקהילה גמישה ופתוחה יותר".¹⁹

RACHEL BOTSMAN & ROO ROGERS, WHAT'S MINE IS YOURS: THE RISE OF COLLABORATIVE CONSUMPTION (2010) (תרגום חופשי לאנגלית).

19 Kreiczer-Levy, לעיל ה"ש 15.

ג. השפעות פלטפורמות השיתוף על ההמון: חסרונות

פלטפורמות השיתוף יוצרות גם עלויות. ננתח תחילה את העלויות הנובעות מהגברת התחרות בשוק עקב הצטרפותם של ספקים ושירותים חדשים לשוק, ולאחר מכן ננתח את העלויות הנובעות מהגבלת התחרות בשוק.

עלויות הנובעות מהגברת התחרות

מספר חוקרים עמדו על עלויות הנובעות מכניסתן של פלטפורמות השיתוף לשוק, תוך הגדלת מספר הספקים הפועלים בו. יש המצביעים על הסיכון הכרוך בהורדת סטנדרטים שנועדו להבטיח שהצרכנים לא יסבלו מהשפעות שליליות.²⁰ לדוגמה, בתי מלון כפופים לתקנות המבטיחות כי הם עומדים בתנאים סניטריים בסיסיים. הרבה יותר קשה להבטיח עמידה בסטנדרטים זהים בשוק המורכב מספקים קטנים רבים המציעים חדרים פרטיים. אי-עמידה בסטנדרטים אלה עלולה להשפיע על חוויותיהם של המשתמשים, תוך יצירת החצנות שליליות על ספקים אחרים באותה סביבה. עם זאת, סיכונים אלה אינם חלק בלתי-נפרד מהכלכלה המשתפת, וניתן להפחיתם. שיטה אחת, שאומצה על ידי פלטפורמות כגון Uber ו-AirBnB, כוללת מערכת דירוג המבוססת על משובים שאותם מספקים הצרכנים בנוגע לעסקה שאותה ערכו, אשר משתמשים פוטנציאליים אחרים יכולים להסתמך עליה.²¹ יתר על כן, ניתן ליצור תמריצים לעמידה בסטנדרטים שנקבעו על ידי הפלטפורמה או הוכתבו על ידי רגולטור חיצוני על ידי הטלת סנקציות כבדות על אלה שיפרו אותם. לבסוף, חשוב לזכור שהעובדה שהסטנדרטים אולי נמוכים יותר אינה מובילה בהכרח למסקנה שהרווחה הכוללת – או אפילו רווחת הצרכנים – לא גדלה.

עלות נוספת עניינה מיטוטם או החלשתם של מבני שוק קיימים ושל השקנים שפעלו בהם. זאת בשל שינוי התנאים בשוק, אשר על בסיסם נעשו החלטות השקעה בעבר. בעלי בתי מלון, למשל, ביססו את החלטותיהם היכן וכמה חדרים להוסיף לפי ההנחה שהם יתחרו בעיקר עם בעלי בתי מלון אחרים באזור;²² בעלי מוניות קנו רישיונות להפעלת מוניות בסכומים גבוהים אשר שיקפו את ההנחה שכניסה לשוק תמשיך להיות מוגבלת על ידי הממשלה, כך שיתאפשר להם להחזיר את השקעתם. עם זאת, גם כלכלת השוק אינה מספקת ערבויות לכך שתנאי השוק לא ישתנו. ההפך הוא הנכון: חדשנות משבשת (disruptive innovation) היא אחת הסיבות

Sofia Ranchordas, *Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy*, 16 MINN. J. L. SCI. & TECH 421 (2015) 20

FTC REPORT, לעיל ה"ש 3. כמובן, שלמערכת דירוג כאמור יש גם חסרונות. כך, למשל, עלול דירוג של צרכנים על ידי ספקים לגרום לאפליה של צרכנים שמסיבות רפואיות הם נדרשים ליותר עזרה והשקעה מצד הספקים. ראו דיון סביב הערת שוליים 33 להלן; ספקים עלולים להשפיע על הדירוג שלהם בדרכים שצרכנים לא מודעים להן (למשל לשלם לכותבי דעה) או אף בדרכים לא כשרות (למשל על ידי שימוש בבוטים מלאכותיים שידרגו את הצעותיהם בחיוב). 21

Georgios Zervas, Davide Proserpio & John W. Byers, *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*, 54 JOURNAL OF MARKETING RESEARCH 19 (2017) 22

העיקריות לכך שאנו מסתמכים על תחרות ככלי אסדרה מרכזי בכלכלת שוק. במובן זה, כניסתה של הכלכלה המשתפת אינה שונה מהותית מכניסתם של מוצרים חדשים שהפכו תעשיות מבוססות על ראשן (למשל כניסת הטלפונים הסלולריים לשוק הטלפונים המסורתיים).²³ גם אם נניח שחלק מן ההשקעות של החברות המסורתיות התקבלו על בסיס פעולות הממשלה והמצגים שהציגה, וכי עליה לקבל אחריות למצגים אלו, אין בכך כדי להוביל למסקנה שתנאי השוק הקיימים צריכים להיות מוגנים לנצח.

טענה נוספת שנשמעת היא שקלות הכניסה והיציאה מהשוק, המתאפשרים בשל חסמי כניסה ויציאה נמוכים, עלולה לסכן את יציבות השוק. טענה זו מודגמת על ידי שירות המוניות בדבלין. מורים איריים רבים בחרו להשלים הכנסה במהלך חודשי הקיץ על ידי מתן שירותי הסעה באמצעות פלטפורמות שיתוף. כתוצאה מכך קטנו בהרבה ההכנסות של נהגי המוניות המסורתיות, המציעים את שירותיהם במשך כל השנה. בעקבות זאת התעורר החשש שלנהגי המוניות המסורתיות לא ישתלם להציע את שירותיהם, והן יצאו מהשוק. עם זאת, ייתכן שיש דרכים אחרות עדיפות על פני הגבלת פלטפורמות השיתוף כדי להבטיח שמירה על רמה אופטימלית של יציבות.

עלות נוספת מתייחסת לפלח מסוים של צרכנים אשר נהנים מהאינטראקציה עם חברות מסורתיות ומתקשים לנצל את יתרונותיהן של פלטפורמות השיתוף. קבוצה זו כוללת, למשל, צרכנים מבוגרים המתקשים להשתמש בטכנולוגיות החדשות עליהן הכלכלה המשתפת מבוססת או צרכנים שאינם סומכים על מנגנוני האמון החדשים שכלכלה זו מציעה. לאנשים אלו הזמינות הפוחתת של שירותים מסורתיים מובילה לעלות גבוהה. פתרון (חלקי) כולל חינוך וסיוע טכנולוגי לצרכנים אלה.

עלויות הנובעות מתחרות מוגבלת

עד כה התייחסנו לעלויות הנובעות מתחרות מוגברת. עלויות נוספות נובעות מכוח שוק משמעותי של בעל הפלטפורמה, שמקורו בחסמי כניסה טבעיים או מלאכותיים, היוצרים תחרות מוגבלת עמו.²⁴ חסמי כניסה טבעיים עשויים להיות מבוססים על יתרונות של פלטפורמה מסוימת יחסית למתחריה, דוגמת ממשק משתמש טוב יותר או מוניטין. פלטפורמות גדולות יכולות גם ליהנות מיתרונות לגודל ולמגוון, וכן מאפקט רשת, שנוצר כאשר הערך עבור כל משתמש עולה במקביל למספר המשתמשים האחרים במערכת.²⁵ אפקט הרשת הוא גם דו-צדדי: ככל שיותר ספקים משתמשים בפלטפורמה, כך עולה ערך השימוש בפלטפורמה עבור הצרכנים, ולהפך.²⁶ הסיבה לכך היא שככל שיש יותר ספקים, כך הצרכנים

23 Jeremy K. West, *Disruptive Innovation* (2015), <https://ssrn.com/abstract=2625531>

24 Lina M. Khan, *Amazon's Antitrust Paradox*, 129 YALE L.J. 710 (2016) (discussing Amazon).

25 ש.ס.

26 David Evans & Richard Schmalensee, *The Industrial Organization of Markets with Two-sided Platforms*, 3 COMPETITION POLICY INTERNATIONAL 151 (2007); David Evans & Richard Schmalensee, *Markets with Two-Sided Platforms*, in ISSUES IN COMPETITION LAW

נהנים ממבחר גדול יותר, ולכן התחרות בין הספקים תגבר. כמו כן, פוטנציאל המכירה של הספק גדל ככל שמספר הצרכנים המשתמשים בפלטפורמה עולה. כתוצאה מכך, פלטפורמה שבנתה את שני צדדי השוק שלה עשויה ליהנות מיתרון גדול בהשוואה למתחרה חדש. בהתאם לכך, כפי שציין קינג, כוח השוק ודומיננטיות עשויים לאפיין פלטפורמות גדולות ומבוססות.²⁷ יתרונותיה היחסיים של פלטפורמה עשויים לנבוע גם מגישה לכמויות גדולות של מידע.²⁸ גישה לנתונים עשירים, עדכניים, מגוונים ומקיפים על כל צרכן, כמו גם נתונים על צרכנים אחרים, עשויה להיות חיונית להצלחתה של פלטפורמה כגורם מתווך.²⁹ ככל שהנתונים על העדפותיהם של המשתמשים בפלטפורמה ייחודיים יותר, וככל שהם חיוניים יותר להתאמה אופטימלית בין ספקים לצרכנים, כך מתחזק כוח השוק של הפלטפורמה אשר לה יש גישה לנתונים אלו. ודוק: גם אם כל המשתמשים יחליטו לעבור בר-זמנית לפלטפורמה אחרת, עלויות המעבר עלולות להיות גבוהות בשל היתרונות הטמונים בנתונים הרבים שהפלטפורמה הקיימת כבר אספה על כל משתמש, אם נתונים אלו לא ניתנים לשכפול בקלות. עם זאת, חשוב לציין שלא כל פלטפורמות השיתוף נדרשות לנתונים רבים. פלטפורמות המציעות שירותי תחבורה למשל, עשויות להיות מאופיינות בעלויות מעבר נמוכות, משום שאין להן צורך במידע רב על המשתמשים שלהן כדי לספק את שירותיהן. היכולת של הצרכן להשוות בין האיכות היחסית של פלטפורמות מתחרות, כמו גם ברירת המחדל שלו לפלטפורמה שבה ישתמש, משפיעים גם הם על כוח השוק של הפלטפורמה.³⁰

ניתן לחלק את העלויות הנובעות מכוח שוק מוגבר של הפלטפורמה לאלו הנובעות מהתנהגות נצלנית ואלה הנובעות מהתנהגות מדירה. לפני שנתעמק בפרטים, חשוב לציין שמרבית החששות התחרותיים אינם שונים מאלו המתעוררים בכל שוק דו-צדדי, ולכן ניתן להקיש מהבנתנו את התנהגות השחקנים בשווקים אלו, ואין צורך להמציא תיאוריות חדשות של נזק.

התנהגות נצלנית: בעל הפלטפורמה – בתנאי שהוא בעל כוח שוק – עלול לנצל את כוח השוק שלו על ידי הרעת תנאי השימוש לספקים, לצרכנים או לשניהם גם יחד. שינוי זה, בתורו, מקטין את יכולת ההמון ליהנות מהיתרונות שיש לכלכלה המשתפת להציע. ודוק: ניצול כוח השוק לא חייב להתבטא במחירים גבוהים. הוא יכול להתייחס לכל תנאי בעסקה, כולל שיטות

AND POLICY 667 (2008); DAVID S. EVANS & RICHARD SCHMALENSEE, MATCHMAKERS – THE NEW ECONOMICS OF MULTISIDED PLATFORMS (2016); OECD, MULTI-SIDED MARKETS: RETHINKING THE USE OF TRADITIONAL ANTITRUST ENFORCEMENT TOOLS (2017)
 Stephen P. King, *Sharing Economy: What Challenges for Competition Law?*, 6 JOURNAL OF EUROPEAN COMPETITION LAW & PRACTICE 731 (2015); Brhmi Balam, *Fair Share: Reclaiming Power in the Sharing Economy*, RSA ACTION AND RESEARCH CENTRE (2016)
 .MAURICE STUCKE & ALAN P. GRUNES, BIG DATA AND COMPETITION POLICY (2016) 28
 Daniel L. Rubinfeld & Michal S. Gal, *Access Barriers to Big Data*, 59 ARIZ. L. REV. 342 (2017) 29
 (חסמי כניסה לשווקי מידע).
 Michal S. Gal & Niiva Elkin-Koren, *Algorithmic Consumers*, 30 HARV. J. L. & TECH 328 (2017). 30

התשלום, התנאים שבהם הפלטפורמה יכולה לאסוף נתונים על המשתמש, מה היא מורשית לעשות עם נתונים אלו, וכדומה.

התנהגות מדירה: החשש מהתנהגות מדירה מתמקד בהתנהגות של פלטפורמות השיתוף שעניינה יצירה או חיזוק של חסמי כניסה מלאכותיים לשוק, כדי להגביל את התחרות בשוק.³¹ חסמים מלאכותיים עשויים לכלול, בין היתר, דרישת בלעדיות, התניית שירותים זה בזה וכן הגבלות על העברת נתונים על משתמשים לפלטפורמה אחרת. אם הפלטפורמה פועלת גם כספק, בנסיבות מסוימות היא עשויה להעניק לעצמה יתרון על פני ספקים אחרים הפועלים דרכה. עם זאת, תמריץ זה עשוי להתנגש עם אינטרסים אחרים של הפלטפורמה. זאת כיוון שהפחתה של כמות הספקים החיצוניים שעשויים לפעול דרכה עלולה לפגוע בעוצמת אפקט הרשת והיתרונות לגודל שמהם היא נהנית.

פלטפורמות השיתוף עלולות ליצור גם חששות הנוגעים לאפליה.³² כך, לדוגמה, נמצא שנהגי Uber מדרגים אנשים בעלי מוגבלות נמוך יותר מאשר נוסעים אחרים, בשל העובדה שלוקח להם זמן רב יותר להגיע ולצאת מן המכונית. עובדה זו הובילה להפחתת רמת השירות הזמין לנוסעים אלה. בעיה זו יכולה להיפתר חלקית על ידי הטלת חובות אי-הפליה על חברות הכלכלה המשתפת והפועלים דרכן, כמו אלה המוטלות על נהגי המוניות המסורתיות. חשש נוסף נוגע לתנאי העסקה. העברת עובדים לכלכלה המשתפת, תחת מודל של "קבלנים פרטיים", עלולה לפגוע בתנאי העסקתם, אם הפלטפורמה אינה מחויבת לספק הטבות סוציאליות ואם היא יכולה לשנות את תנאי העסקה המוצעים על ידה בכל עת.³³ הטיעון הנגדי קורא תיגר על אמת המידה שאליה יש להשוות את שוק העבודה: הכלכלה המשתפת יצרה הזדמנויות תעסוקה שלא היו קיימות קודם לכן, ומאפשרת לאנשים מסוימים להמשיך ולפעול כשחקנים יצרניים בשוק, וכך להפחית את הנטל על השירותים החברתיים. כדי להגיע לנקודת שיווי משקל שבה הרווחה היא מרבית, יש לאזן בין הנרטיבים המתחרים הללו. לסיכום, פלטפורמות השיתוף עשויות להשפיע רבות על רווחת ההמון, על ידי שינוי תנאי הביקוש וההיצע. פלטפורמות אלו עשויות להגדיל את הרווחה החברתית על ידי הגברת התחרות בין הספקים, הורדת עלויות העסקה והגדלת יעילותה. שינויים אלו בתורם יכולים להוביל למחירים נמוכים, למגוון הצעות גדול יותר ולמוצרים ושירותים איכותיים יותר. עם זאת, השאלה אם ההטבות הללו יתממשו תלויה, בין היתר, בגובה חסמי הכניסה לשווקים שבהן פועלות פלטפורמות השיתוף, אשר בתורם משפיעים על עוצמת התחרות בין הפלטפורמות, ובין לבין השחקנים המסורתיים בשוק.

31 ראו למשל מיכל גל והילה נבו "השפעת תורת ההחלטות על עיצוב כללים משפטיים: ניצול לרעה של כוח מונופוליסטי" משפטים מה 277 (2015).

32 Erez Aloni, *Pluralizing the Sharing Economy*, 91 WASH. L. REV. 1417 (2016)

33 ראו למשל Orly Lobel, *The Big Economy and the Future of Employment and Labor Law*, 51

U.S.F.L. REV. 15 (2017); Veena Dubal, *Wage Slave or Entrepreneur?: Contesting the*

Dualism of Legal Worker Identities, 105 CAL. L. REV. (2017)

"עלייתה והתפתחותה של כלכלת השיתוף, הכיצד משפיעה על העובד" (2017),

<https://ssrn.com/abstract=3129308>

ד. השפעות כלכלה קטנה על הרווחה החברתית

האם יתרונות וחסרונות אלו של הכלכלה המשתפת מושפעים מהתכונות הייחודיות של כלכלה קטנה, דוגמת ישראל? תחילה, נגדיר בקצרה מהי כלכלה קטנה. כלכלה קטנה מוגדת ככלכלה אשר מרבית שווקיה יכולים לתמוך רק במספר קטן של שחקנים, המספקים את הביקוש המקומי.³⁴ גודלה של כלכלה מושפע משלושה גורמים: גודל האוכלוסייה, פיזור גיאוגרפי של האוכלוסייה ורמת הסחר שלה עם מדינות אחרות. ישראל היא כלכלה קטנה: יש בה אוכלוסייה קטנה יחסית; אוכלוסייתה מרוכזת על פני שטח גיאוגרפי קטן; וסחר החוץ בה אנלוגי לזה של כלכלת אי, בהתחשב בכך שרוב הסחר שלה הוא עם מדינות שאינן קרובות אליה ואינן מחוברות אליה יבשתית, עובדה שמגדילה בהרבה את עלויות ההובלה. שילובם של גורמים אלו יוצר חסמי כניסה גבוהים בשווקים רבים בישראל, דבר הגורם באופן טבעי למבנים ריכוזיים בשווקים רבים,³⁵ כמו גם לריכוזיות בבעלות של תעשיות מרכזיות.³⁶

בהינתן מאפיינים אלה, לכלכלה המשתפת עשוי להיות תפקיד חשוב במיוחד בדינמיקה התחרותית של כלכלות קטנות, משום שהיא עשויה לסייע לספקים קטנים להתגבר לפחות על חלק מחסמי הכניסה הטבעיים של השוק, וליצור בכלכלה הקטנה תחרות רבה יותר. זאת כיוון שפלטפורמות השיתוף מאפשרות ליותר ספקים קטנים להיכנס לשוק, וכן הן עשויות להקל על יבוא אישי, לפחות לגבי מוצרים מסוימים. תחרות מוגברת זו עשויה להגביר את הלחצים על ספקים מקומיים להוריד את המחירים. כך לדוגמה, יבוא פרטי של מוצרים אלקטרוניים קטנים ובגדים באמצעות אתרים בינלאומיים הוביל ללחץ תחרותי על המוכרים המקומיים. עובדה זו עשויה להיות חשובה במיוחד עבור ישראל, שבה שוק היבוא של סחורות רבות הוא לעיתים קרובות ריכוזי מאוד. ריכוזיות זו ביבוא גורמת לכך שהלחץ התחרותי בשוק נחלש, מכיוון שיבואנים אלה יכולים ליהנות מחלק גדול מהפרש המחירים ביחס לייצור המקומי.

בה בעת, המאפיינים של כלכלה קטנה עשויים גם להגדיל חלק מהסיכונים שנוצרים על ידי פלטפורמות השיתוף. כך, למשל, בשל גודלה הקטן של האוכלוסייה, ייתכן שיש בכלכלה קטנה פחות מקום לפלטפורמות רבות בגודל יעיל. יתר על כן, בכלכלה קטנה ההשפעות של פלטפורמות השיתוף על יציבות השוק עשויה להיות משמעותית יותר: כניסתם של ספקים רבים קטנים בעלי היצע משתנה לשוק עלולה למנוע מהחברות המסורתיות לכסות את עלויותיהן, אם הן נדרשות למספר רב של עסקאות כדי להיות רווחיות. דינמיקה זו עלולה שלא לשרת את הרווחה החברתית בטווח הארוך, אם מבנה השוק הנוצר אינו בר קיימא לאורך זמן. לא למותר להדגיש: אין באמור כדי להוביל למסקנה שיש בהכרח להגן על מבני השוק הקיימים, אולם עובדה זו מצביעה על כך שכניסה זמנית או כניסה אך ורק לחלקים הרווחיים של השוק (cream skimming) עשויה ליצור כשל שוק שיש להכיר בו. לכן, האיזון בין שיקולים שונים, הנדרש

34 .MICHAL S. GAL, COMPETITION POLICY FOR SMALL MARKET ECONOMIES (2003)

שם 35

36 Michal S. Gal & Thomas Cheng, *Aggregate Concentration Concerns: Competition Law*

Solutions?, 4 JOURNAL OF ANTITRUST ENFORCEMENT 5 (2016)

לקבלת החלטות רגולטוריות הנוגעות לפלטפורמות השיתוף, הופך להיות מורכב יותר וחשוב יותר בכלכלה קטנה.

חלק שני: כוחו של ההמון

מחקרים רבים מנתחים את השפעותיה של הכלכלה המשתפת על הרווחה החברתית ואת הכלים הרגולטוריים שמטרתם להבטיח שאכן הרווחה החברתית גדלה. מרבית הכתיבה מתמקדת ביצירה, בשימוש ובהשפעות בעלי הפלטפורמה על כוח השוק.³⁷ מאמר זה מתמקד בשחקן אחר, המהווה חלק חשוב במפת התמריצים והאינטרסים המעצבים את השוק ואת השחקנים שלו, אך לרוב אינו נמצא באור הזרקורים: "המון" הצרכנים והספקים – הקיימים והפוטנציאליים – של הפלטפורמה. הניתוח מתמקד בשלושה היבטים של כוח ההמון: השפעתו על היתרונות היחסיים של הפלטפורמה, הנובעים ישירות מבחירתו להשתמש בפלטפורמה; יכולתו לעצב את תנאי השוק החיצוניים שבהם פועלת הפלטפורמה; ויכולתו להשפיע על התנהגותו של בעל הפלטפורמה. בעוד שבכל שלושת המקרים ההמון נוקט בפעולה אקטיבית, הכוונה להשפיע על תנאי השוק לרוב חלשה יותר במקרה הראשון מאשר בשני האחרונים, בהתחשב בכך שהם דורשים מעורבות פעילה שמטרתה לשנות את תנאי השוק. כפי שאראה, ההמון יכול להשפיע רבות על הדינמיקה בשוקי פלטפורמות השיתוף, בין במישרין ובין בעקיפין, באופן מכוון או עקיף. על כן הגיעה העת לחקור את השפעותיו. הניתוח בחלק זה מהווה בסיס לחלקו השלישי של המאמר, הבוחן אם יש צורך באסדרה ביחס לתפקידים שההמון משחק בעיצוב הדינמיקה בשוקי הכלכלה המשתפת.

בכל שלושת המקרים הנבחנו, הכמות הגדולה של המשתמשים הפוטנציאליים בפלטפורמת השיתוף משפיעה רבות על הדינמיקה הנבחנת, ומכאן המונח "המון". מונח זה נבחר גם כדי להצביע על גמישות ההצטרפות לפעולה המקבילה היוצרת את כוחם של המשתמשים להשפיע על תנאי השוק: לרוב ניתן להצטרף וכן לעזוב את ההמון בקלות רבה.³⁸ יתרה מכך: להמון עשוי להיות כיוון משותף, המונע על ידי גורם חיצוני או פנימי. עם זאת יחידיו עשויים להיות מונעים בכיוון זהה על ידי מטרות שונות.³⁹

יודגש שמאמר זה מתייחס לכוחו של ההמון ולא לחוכמתו.⁴⁰ הסיבה לכך היא שכפי שמפורט להלן, פעולות ההמון לא בהכרח מקדמות את רווחתו, ולכן חלק מן הפעולות שבהן הוא נוקט אינן "חכמות" מנקודת מבטו. לבסוף יודגש שהמאמר מתייחס לכוח ההמון בצורה ניטרלית: הוא אינו מוצג בהכרח כבעל השפעות חיוביות (כמו ב-crowdsourcing) או כבעל השפעות שליליות (כמו ב-Elias Canetti's Crowd and Power).⁴¹

37 ראו למשל מאמרים המצוטטים לעיל העוסקים בכלכלה המשתפת.
 38 ELIAS CANETTI, CROWDS AND POWER (1960); ZEYNEP TUFEKCI, TWITTER AND TEAR GAS: THE POWER AND FRAGILITY OF NETWORKS (2017).
 39 CANETTI, לעיל ה"ש 38.
 40 JAMES SUROWIECKI, THE WISDOM OF CROWDS (2004).
 41 CANETTI, לעיל ה"ש 38.

בעוד כוחו של ההמון המשתמש בפלטפורמות השיתוף לרוב אינו שונה מזה של כל קבוצה גדולה של קונים או מוכרים, התנאים של הכלכלה המשתפת עשויים לעצב את השפעותיו על הדינמיקה בשוק. כדי להמחיש, כפי שמפורט להלן, העובדה שהפלטפורמה היא דיגיטלית מגבירה את יכולתו של ההמון להשפיע עליה באמצעים דיגיטליים, ובכך עשויה לצמצם את בעיית הפעולה המשותפת (collective action problem) ואת בעיות האדישות הרציונליות (rational apathy problem). העובדה שהספקים (לרוב) אינם מועסקים אלא פועלים כספקי שירותים עצמאיים, מעצבת את האינטראקציה עם בעל הפלטפורמה. נוסף לכך, העובדה שהפלטפורמה עשויה לאפשר למשתמשים רבים לקיים אינטראקציה באמצעותה משפיעה על כוחו המצטבר של ההמון.

א. השפעת כוחו של ההמון על גודל הפלטפורמה

ההשפעה הישירה ביותר של המון המשתמשים של הפלטפורמה על תנאי השוק היא ביצירה ובחזיון (או, לעיתים, בהחלשת) היתרונות היחסיים של הפלטפורמה הנובעים מגודלה. מספר המשתמשים בפלטפורמה – משני צידי השוק – משפיע על הגודל וההיקף של היתרונות לגודל ולמגוון וכן על השפעות הרשת שהפלטפורמה נהנית מהם.

לפיכך, תצורה זו של כוחו של ההמון מושפעת ישירות ממספר המשתמשים שבוחרים לבצע עסקאות באמצעות הפלטפורמה. היכולת של ההמון ליצור יתרונות השוואתיים לפלטפורמה תלויה במאפייני השוק הספציפי שבו היא פועלת. כדי להמחיש את הדברים נאמר כי כאשר עלויות המעבר בין פלטפורמה אחת לאחרת הן גבוהות והשוק מאופיין ביתרונות רבים לגודל או למגוון, בחירתם של משתמשים רבים להתחיל להשתמש בפלטפורמה אחת ולא באחרת עשויה להשפיע על הדינמיקה בשוק לאורך זמן.

פלטפורמות התחבורה המשתפת UBER ו-LYFT מדגימות זאת היטב. שתיהן פועלות בין היתר בניו-יורק, על בסיס אפליקציות דומות המאפשרות לצרכן להזמין דרך אפליקציה מונית למיקומו. LYFT זולה בהרבה. עם זאת, כיוון שכניסתה לשוק הייתה מאוחרת, צרכנים רבים התרגלו להשתמש ב-UBER. עובדה זו מקשה עד מאד על LYFT לצמוח. הביקוש הפחות גם גורם לכך שמספר נהגיה קטן יותר, עובדה המקרינה גם על איכות השירות שלה, תוך יצירת ספירלה שלילית שמקורה בבחירה הצרכנית בפלטפורמה. לעומת זאת, UBER נהנית מיתרונות לגודל הנובעים מהביקוש הצרכני, המאפשר לה להפעיל יותר מוניות ולהגיב מהר יותר לבקשות למוניות.

לעיתים קרובות כוחו זה של ההמון נוצר ללא כוונה תחילה וללא תיאום: כל משתמש בוחר את הפלטפורמה המתאימה ביותר לצרכיו ברגע נתון. עם זאת, התמריצים להשתמש בפלטפורמה זו או אחרת עשויים להשתנות עם הזמן, בשל ההחצנות שנוצרות מבחירה של משתמשים בעבר: המשתמשים הראשונים זקוקים לתמריצים חזקים יותר לבחור לפעול דרך פלטפורמה מסוימת, כיוון שהיא עוד לא נהנית מיתרונות יחסיים. עם זאת, ככל שמספר המשתמשים האחרים גדל, כך גם השפעות הרשת שהפלטפורמה מציעה למתחריה גדלות, והיא יכולה ליהנות מיתרונות לגודל ולמגוון המורידות את עלויותיה יחסית למתחרותיה. לאחר שפלטפורמה אחת גדלה יחסית לאחרות, למשתמשים פוטנציאליים יש תמריצים חלשים בהרבה לבחור בפלטפורמה אחרת. כמובן, שבחלק מהשווקים המשתמשים יכולים להשתמש

במספר פלטפורמות מתחרות או במתחרים מסורתיים במקביל (למשל, להציע את מוצריהם בכמה אתרים או לקנות בחנות פיזית). עם זאת, במרבית השווקים בחירת הפלטפורמה הראשונית של המשתמשים (בעיקר הצרכנים) עשויה להשפיע על הבחירה העתידית שלהם, כמו גם של צרכנים עתידיים. ראוי לציין שגם עוזרים דיגיטליים (Digital Butlers), אשר באופן אוטומטי בודקים את האפשרויות הזמינות ומקבלים את ההחלטה עבור הצרכן על בסיס העדפותיו – אינם יכולים להתגבר על חסם המעבר הנובע מיתרונות לגודל, למגוון או לאפקט הרשת.⁴²

בהתאם לכך, יכולתו של המון להשפיע בדרך זו על הפלטפורמה הדיגיטלית של הכלכלה השיתופית מושפעת, בין היתר, מתנאי השוק (לרבות עלויות מעבר, יתרונות לגודל והשפעות רשת), מיתרונותיה של הפלטפורמה יחסית למתחריה (לרבות גודלה היחסי של הפלטפורמה בעת שהמשתמש שוקל להצטרף אליה ויתרונותיה יחסית לספקים מסורתיים) ומיכולת וממוטיבציית המשתמש להשתמש בו-זמנית במספר פלטפורמות.

במקרים מסוימים בעל הפלטפורמה עשוי לרתום תצורה זו של כוחו זה של ההמון כדי להגדיל את יתרונותיה היחסיים של הפלטפורמה. ניתן להדגים זאת על ידי המקרה הישראלי של "אגורה".⁴³ אגורה היא פלטפורמה דיגיטלית ללא מטרות רווח, המאפשרת לאנשים למסור נכסים בחינם. השימוש בפלטפורמה גם הוא נעשה ללא תשלום, ועלויות התפעול של הפלטפורמה מכוסות על ידי מכירת שטחי פרסום.⁴⁴ מטרותיה של אגורה הן חברתיות: לסייע לבעלי בעיות כלכליות; להפחית את כמויות האשפה ואת בזבוז המשאבים על ידי מציאת שימוש הולם יותר עבור נכסים שלא נדרשים על ידי המציעים; להגביל את הייצור המזיק; ולקדם את הרצון הטוב בחברה על ידי דוגמה אישית של אלה המעניקים את חפציהם לזרים ללא תמורה.⁴⁵ כדי לקדם את סדר היום החברתי שלה, אגורה ביקשה ממשתמשיה לשווק את האתר באינטרנט ואף לתלות באופן פיזי מודעות המפרסמות את האתר. משתמשיה התבקשו לעזור גם בקידום המשנה החברתית של האתר, התומכת בתרומה לקהילה, ולעזור לפתח את אתר האינטרנט שלה.⁴⁶ דוגמה זו ממחישה את כוחו של ההמון להגדיל את מספר המשתמשים בפלטפורמה על ידי רתימת היכולות והרצון הטוב של ההמון לטובתה.⁴⁷

ב. כוחו של ההמון לשנות את תנאי השוק החיצוניים

דרך נוספת שבה יכול ההמון להשפיע על שוקי כלכלה משתפת היא על ידי שינוי התנאים בשוק שבו פועלת פלטפורמת השיתוף, בין במישרין ובין בעקיפין, בכוונה או בטעות, באופן ספונטני או מתוכנן, באופן חיצוני או על ידי הנעה פנימית. כוח זה יכול לבוא לידי ביטוי, בין היתר, בשינוי התפיסות הרווחות בציבור כלפי השימוש בפלטפורמת השיתוף או ביצירת לחץ פוליטי

Gal & Elkin-Koren, לעיל ה"ש 30. 42

.www.agora.co.il 43

ש.ם. 44

ש.ם. 45

ש.ם. 46

DAREN C. BRABHAM, CROWDSOURCING (2013) 47

לשינוי רגולטורי. כוח זה יכול לסייע לפלטפורמות השיתוף להיכנס לשוק או להרחיב את פעילותן בשוק מסוים. לחלופין, כוח ההמון יכול להוביל להטלת מגבלות על פעולותיה של הפלטפורמה (למשל, שינוי החוק כך שפלטפורמה העוסקת בפתרונות תחבורה משתפים תידרש לחייב את ספקיה לעמוד בדרישות בטיחות מסוימות).

מספר המשתמשים הנוקטים בפעולה שנועדה לשנות את תנאי השוק בדרכים המפורטות לעיל, כמו גם מעמד החברתי וכוחם הפוליטי – הן ישירות כמצביעים והן בעקיפין על ידי יכולתם להשפיע על תפיסות הציבור ועל תמריצי הרגולטורים/או המחוקקים – משפיעים על כוחו של ההמון לשנות את תנאי השוק. בהתאם לכך, לעיתים פעולה של חלק קטן אך קולני של ההמון עשויה להוביל לשינוי. מעניין לציין שאחת התובנות הבסיסיות מתחום הבחירה הציבורית (public choice) רלוונטית גם כאן: כוחו של ההמון להשפיע על קובעי המדיניות יכול להיות רב הרבה יותר מחלקו כצרכנים או כספקים בשווקים הרלוונטיים.⁴⁸ זאת כיוון שכוח זה עשוי לנבוע, בין היתר, מהתגבשות ההמון סביב מטרה משותפת, אשר יוצרת קבוצת אינטרסים שלהם כיוון מוגדר. קבוצת אינטרסים זו עשויה, בשל לכידותה, להשפיע על קבלת החלטות מעבר לכוחה היחסי.

פעולותיו של ההמון עשויות לנבוע מתמריצים פנימיים בלבד. כך, למשל, ייתכן שמשתמשים רבים יחליטו באופן פרטני לפעול באופן מסוים כדי לשנות את תנאי השוק הקיימים (למשל, על ידי כתיבת מכתב למחוקק או הצבעה בדרך מסוימת המשקפת את תפיסתם בסוגיה מסוימת הקשורה לפלטפורמה). לעיתים קרובות יותר, פעולת ההמון מונעת על ידי משתמש בודד או משתמשים ספורים, כאשר משתמשים אלה יוצרים מוטיבציה לאחרים לנהוג כמותם (למשל, כתיבת פוסט שהופך לויראלי או יצירת מחאה מקוונת שקל להצטרף אליה). אכן, כפי שטופקי (Tufekci) טוענת, בקהילת משתמשים גדולה, ניידת והטרונגנית יש לעיתים צורך בהכוונה בשאלה אילו פעולות עשויות להגדיל את רווחתם של המשתמשים ובאיזה כיוון כדאי להם להשקיע את האנרגיות שלהם.⁴⁹

לעיתים הפלטפורמות עצמן מנסות להפוך את המון המשתמשים לכוח פוליטי או חברתי כדי להיאבק נגד מדיניות שאינה רצויה להן. הדוגמה הידועה ביותר קשורה ליוזמת חקיקה בסן פרנסיסקו שנועדה להגביל השכרת דירות לטווח קצר. הניסיון נכשל לאחר קמפיין אגרסיבי שיזמה AirBnB, אשר עשתה שימוש בכוח המשותף של משמשיה הפוטנציאליים. כפי שטען ראש מחלקת המדיניות הציבורית העולמית של החברה, "החברה הבינה שהיא יכולה לארגן ולגייס בסיס עצום של משתמשי Airbnb, הן המארחים והן האורחים".⁵⁰ מאז, AirBnB גייסה משתמשים במקומות נוספים בעולם כדי להשפיע על החלטות רגולטוריות הנוגעות

48 לספרות על public choice ראו למשל GORDON TULLOCK, "PUBLIC CHOICE" THE NEW PALGRAVE DICTIONARY OF ECONOMICS (1987); KENNETH J. ARROW, SOCIAL CHOICE AND INDIVIDUAL VALUES (2nd ed. 1963); JAMES M. BUCHANAN AND GORDON TULLOCK, THE CALCULUS OF CONSENT (1962).

49 ראו למשל TUFEKCI, לעיל ה"ש 38.

50 Davey Alba, *After Victory, Airbnb Compares its Influence to the NRA's*, WIRED (November 4, 2015) www.wired.com/2015/11/after-victory-airbnb-compares-its-influence-to-the-nras/

לפעילותה.⁵¹ החברה ארגנה קבוצות הצבעה בערים אחרות שבהן היא פועלת ויצרה "מועדונים" המורכבים מהמשתמשים בפלטפורמה שמטרתם לוודא שלא מתקבלות החלטות רגולטוריות העלולות לפגוע בפעילותה.⁵² Uber ניסתה לפעול בדרך דומה במקומות שבהם הפלטפורמה נתקלה בהתנגדותם של רגולטורים. לדוגמה, כאשר ראש העיר ניו-יורק, Bill de Blasio, תמך בהצעה להגביל את מספר נהגי Uber על כבישי מנהטן, Uber נלחמה בחזרה על ידי הוספת אפשרות מיוחדת באפליקציה שלה הנקראת "The Blasio" שנועדה להראות לצרכנים כמה קשה יהיה למצוא נסיעה ב-Uber תחת הגבלות אלו. הלחץ הציבורי של ההמון שנוצר כתוצאה מכך, הוביל לביטול ההחלטה. ודוק: הצלחה בגיוס משתמשים לטובת הפלטפורמה במקום אחד יכולה ליצור חשש של הרגולטור מפני פעולה דומה במקומות אחרים, אשר, בתורו, יוביל לשינוי החלטות רגולטוריות גם ללא גיוס כוחו של ההמון במקומות אלו הלכה למעשה.

מה מניע את ההמון לנקוט בפעולות אקטיביות במקרים מעין אלה? כמובן, המוטיבציה העיקרית היא סיוע עצמי, כאשר הפעולה נתפסת על ידי המשתמשים כמקדמת את המטרות האישיות שלהם, מבחינה כלכלית או מבחינה חברתית. בהקשר זה מעניין לציין שהן Airbnb והן Uber ניסו ליצור תדמית שלפיה הפלטפורמות שלהן מושיעות את מעמד הביניים בתקופה של חרדה כלכלית ופערי הכנסות. ככל שההמון רואה עצמו כבעל עניין (stakeholder) בשוק שבו פועלת הפלטפורמה, כך גדלה המוטיבציה שלו לפעול. ההכרה בהשפעות הרשת שנוצרו על ידיו או בעובדה שכוחה של הפלטפורמה ומעמדה בשוק נוצר משילוב של הרבה משתמשים קטנים אשר לעיתים קרובות מעניקים לפלטפורמת השיתוף את כוחה יותר מאשר החידושים של הפלטפורמה או המוצרים שלה עשויה לחזק תמריצים אלו.

המוטיבציה לפעולה של ההמון עשויה להתחזק גם כתוצאה מהיכולת להתגבר – או להגביל – את בעיית האדישות הרציונלית בעזרת שימוש באמצעים דיגיטליים. אדישות רציונלית (rational apathy) נובעת מהחלטה רציונלית של משתמש שלא לנקוט כל פעולה לשינוי התנהגות המשפיעה עליו לרעה, כאשר סביר להניח שלפעולתו ממילא לא תהיה שום השפעה על התנהגות זו. העולם הדיגיטלי עשוי לעיתים להפחית את האדישות הרציונלית, בין היתר בשל הקלות היחסית בהפצת מידע רלוונטי לאלו המושפעים מן ההתנהגות והקלות היחסית של פעולה (למשל, לחיצה על כפתור כדי להצטרף למחאה או כדי לאותת שהמשתמש "אוהב" פוסט הנוגע לטענה מסוימת). יתר על כן, הספירה הדיגיטלית יוצרת מערכת חדשה של תגמולים וסנקציות אישיות אשר עשויה להיות נחוצה כדי לתמרץ פעולה אישית.⁵³ כך, למשל, המשתמש עשוי לקבל "קרדיט חברתי" כאשר הוא נוקט בפעולה התואמת את עמדת חבריו (או

Henry Goldman, *Airbnb Mobilizes Users to Help Fight its Battles in New York*, 51 BLOOMBERG (September 22, 2016) www.bloomberg.com/news/articles/2016-09-22/airbnb-mobilizes-users-to-help-fight-its-battles-in-new-york

Conor Dougherty & Mike Isaacov, *Airbnb and Uber Mobilize Vast User Base to Sway Policy*, NEW YORK TIMES (November 4, 2015) www.nytimes.com/2015/11/05/technology/airbnb-and-uber-mobilize-vast-user-base-to-sway-policy.html

MANCUR JR. OLSON, *THE LOGIC OF COLLECTIVE ACTION: PUBLIC GOODS AND THE THEORY OF GROUPS* (1965) 53

נזיפה חברתית על כך שלא הצטרף לפעולה), עקב התפשטות המידע על פעולות של המשתמשים באמצעות רשתות חברתיות.

יתר על כן, כפי שטוען חתן פרס נובל אליאס קאנטי, ההצטרפות להמון עשויה לטשטש את ההבדלים בין היחידים שממנו הוא מורכב ולאפשר ליחידיו להרגיש שווים וחופשיים מהיררכיות (למשל, ה"לייק" שלי שווה ל"לייק" שלך) ואף לאפשר להם להרגיש חלק ממהו גדול מהם.⁵⁴ אכן, הטכנולוגיה המודרנית מאפשרת למשתמשים ליהנות מתחושה זו מבלי לקום מן הכיסא, ובכך להפוך להמון וירטואלי. עם זאת, מחקרים על התנהגות ההמון מוכיחים שברבות מפלטפורמות השיתוף משתמשים אינם מפתחים תחושה חזקה של קהילה, אשר הייתה יכולה לסייע להם לעבוד בשיתוף פעולה צמוד יותר.⁵⁵ כמובן שפיתוח תחושה כאמור תלוי בסוג הפלטפורמה ובתנאיה.⁵⁶

לסיכום, בעוד לא ניתן לקבוע קטגורית מתי יונע ההמון לפעולה, מספר תנאים עשויים ליצור מוטיבציה לפעולה כאמור, לרבות ההשפעה הפוטנציאלית של הפלטפורמה הדיגיטלית על ההמון, יצירתה של קבוצת אינטרסים, ההכרה של ההמון ביכולת השפעתו על תנאי השוק, ולבסוף, קלות נקיטת הפעולה כמו גם התגמול הפסיכולוגי, הכלכלי והחברתי שבצידה.

ג. כוחו של ההמון להשפיע על התוכן והתנאים של הפלטפורמה

בחלק זה נתייחס לפעולות של ההמון שמטרתן להשפיע על התוכן ועל תנאי השימוש בפלטפורמה. חלק מתצורה זו של כוחו של ההמון נובעת, כמובן, מגמישות הביקוש לשירותי הפלטפורמה. כאשר קיימות בפני המון המשתמשים אפשרויות אחרות (שוות יחסית או טובות יותר), ותכניה או תנאיה של הפלטפורמה אינם משרתים את העדפותיהם של המשתמשים, פתוחה בפניהם הדרך לעזוב את הפלטפורמה או לא להשתמש בה מלכתחילה. לדוגמה, כאשר פייסבוק ערכה ניסוי העוסק בהשפעת הרגשות על אופן התגובה של המשתמשים, חלק מהמשתמשים הפסיקו להשתמש בה; ולאחרונה דווח שבעקבות פרשת קיימברידג' אנליטיקה, חלק ממשתמשיה של פייסבוק עזבו אותה.⁵⁷ עוצמתו של כוח זה מושפעת מגובה עלויות אי-השימוש בפלטפורמה הספציפית יחסית לתועלת מהשימוש בה. איזון זה עשוי להשתנות ממשמש אחד למשנהו. כדי להשפיע על ההתנהגות של הפלטפורמה, מספר גדול דיו של משתמשים נדרש להיות בעל תמריצים ויכולת לממש את איום אי השימוש בפלטפורמה. תצורה זו של כוחו של ההמון אינה שונה מהותית מזו המאפיינת כל שוק אחר. ההבדל העיקרי

54 CANETTI, לעיל ה"ש 38, בעמ' 18, 21.

55 Bardhi Fleura & Giana M. Eckhardt, *Access Based Consumption: The Case of Car Sharing*, 39 J. OF CONSUMER RESEARCH 821 (2012).

56 Daine Scaraboto, *Selling, Sharing and Everything in-between: The Hybrid Economics of Collaborative Networks*, 42 J. OF CONSUMER RESEARCH 152, 171–173 (2015).

57 ראו למשל <https://www.campaignlive.co.uk/article/one-20-brits-delete-facebook-accounts-cambridge-analytica-scandal/1460836> ("A survey has found that while 93% of Brits were aware of the Cambridge Analytica scandal, 5% have left Facebook and 6% say they intend to").

הוא שעלויות המעבר הישירות והמידיות לפלטפורמה אחרת עשויות להיות נמוכות יותר מאשר בשווקים המסורתיים, בעוד שהעלויות העקיפות עשויות להיות גבוהות יותר (למשל, אובדן השפעות הרשת).

כוחו של ההמון נובע לא רק מהאיום לעזוב את הפלטפורמה אלא גם מן התפיסות שהוא עשוי ליצור בדעת הקהל ביחס לפלטפורמה, אשר ישפיעו על נכונותם של אחרים להצטרף אליה או להשתמש בה באופן תדיר. האתר AirBnBhell משמש דוגמה מעניינת: עסקינותן באתר המוקדש לסיפורי זוועה של מארחי Airbnb, אשר בתייהם נהרסו או ניזוקו קשות על ידי המתארחים בהם. דוגמה נוספת עוסקת בתגובה הוויראלית לשימוש של Uber במודל תמחור הקובע את המחיר לכל נסיעה לפי תנאי הביקוש וההיצע באותו רגע, אשר הובילה למחירים גבוהים מאוד בזמנים של משבר אמיתי בשוק.⁵⁸ מופע זה של כוח ההמון יכול ליצור לחצים חיצוניים על הפלטפורמה לשנות את תנאי השימוש שלה, למשל לפצות ספקים שנפגעו מהשימוש בפלטפורמה, לסלק ממנה משתמשים שהתנהגו בצורה פסולה או לשנות את מודל התמחור שלה.

מופע נוסף של כוח ההמון עניינו באיום של משתמשים שלא לעמוד בתנאי הסחר שקבעה פלטפורמת השיתוף. המקרה הישראלי של Gett מהווה דוגמה מעניינת. במשך שנים הייתה חברת מוניות אחת אחראית על כל שירותי המוניות מנמל התעופה בן-גוריון. רשות שדות התעופה ביקשה להוזיל את מחיר המוניות משדה התעופה, אשר השפיע, בין היתר, על התיירות הנכנסת. לשם כך היא הזמינה חברות להציע הצעות לאספקת שירותים אלה. ההצעה הנמוכה ביותר – שכללה הוזלה של כ-30% מהתעריפים הקיימים – הגישה Gett, פלטפורמת שיתוף מוניות דיגיטלית. אגודת נהגי המוניות הדריכה את חבריה, הפועלים באמצעות Gett, שלא להסכים לפעול במחירים הנמוכים שהוצעו. מאחר של-Gett לא היו נהגים משלה, היא לא יכולה להורות לנהגי המוניות להשתמש בפלטפורמה שלה כדי לעמוד במחירים שקבעה. יתר על כן, חברתם יחד של נהגי Gett אפשרה להם ליצור כוח של ספקים כלפי הפלטפורמה. בעקבות הלחץ, נסוגה Gett מהצעתה במכרז. ראוי לציין שגם כאן תכונות הכלכלה הדיגיטלית – אשר אפשרו קישוריות מהירה וקלה בין נהגי המוניות – סייעו בהגדלת כוחו של ההמון. כפי שיפורט להלן, רשות התחרות הגישה כתב אישום נגד איגוד נהגי המוניות בגין התנהגותם זו.⁵⁹ האפשרות האחרונה מתמקדת במקרים שבהם ההמון מנצל את תנאי הפלטפורמה לטובתו באופן שמתנגש עם האינטרסים של הפלטפורמה עצמה. Uber מספקת מקרה מעניין: יש הטוענים שנהגי Uber מתמרנים את המחיר המוצע לנוסעים על ידי התנתקות מתזמרת מהאפליקציה, כדי לצמצם באופן מלאכותי את היצע הנהגים, וכך להעלות את המחיר

CANADIAN GOVERNMENT, BACK TO THE FUTURE: A REPORT FOR DEPUTY MINISTERS' 58
COMMITTEE ON POLICY INNOVATION (2015), case studies, www.canada.ca/en/innovation-hub/services/reports-resources/report-sharing-economy.html

רשות התחרות, הודעה לעיתונות "רשות ההגבלים העסקיים הגישה היום, 7.2.17 כתב אישום כנגד איגוד נהגי המוניות הארצי ויושב ראשו בגין המלצה על קו פעולה על ידי איגוד עסקי" (פרסום מס' 501342, 7.2.2017), www.antitrust.gov.il/subject/228/item/34897.aspx

שהאלגוריתם מחשב עבור נסיעות באותה עת, תוך פגיעה בצרכנים וייתכן אף באינטרסים של Uber עצמה.⁶⁰

כמובן שההמון אינו מצליח תמיד להשפיע על תנאי הפלטפורמה. לדוגמה, Couchsurfing היא פלטפורמת שיתוף המציעה אירוח בבתים פרטיים. היא הוקמה כארגון ללא כוונת רווח, אשר הציע אירוח ללא תמורה. בשנת 2011, כאשר הפלטפורמה הייתה גדולה ומוכרת, החליטו בעליה שהיא תהפוך לעסק רווחי, אשר מציע שירותי פרמיום בתשלום. המשתמשים מחו, אולם לא הצליחו לשנות את ההחלטה.⁶¹

מעניינת עוד יותר האפשרות שהתנהגות ההמון תוביל לתוצאות הפוכות מאלו שאליהן התכוון. ניתן להדגים זאת על ידי המקרה הבא.⁶² באוגוסט 2016 התקיימה עצרת הימין הקיצוני בשארלוטסוויל, וירג'יניה. Airbnb מנעה את האפשרות של משתמשים שהיא סברה שמטרתם להשתתף בעצרת להזמין דרכה לינות בשארלוטסוויל. היא טענה שהמשתמשים הפרו את תנאי השימוש בפלטפורמה, המבוססים על אי-אפליה. אלה שנפגעו מכך מחו, אולם ניתן לטעון שמחאתם דווקא חיזקה את התדמית החיובית של AirBnB בעיני רוב משתמשיה. התנאים שנמנו בחלק הקודם, העשויים להניע את ההמון לפעולה, רלוונטיים גם כאן.

חלק שלישי: אסדרת כוחו של ההמון

לאחר שזיהינו שלוש תצורות של השפעת ההמון על פלטפורמות השיתוף, עולה השאלה האם ובאילו תנאים כוחו של ההמון צריך להיות מוסדר על ידי המדינה, אם בכלל, ואם כן – באילו אמצעים. שאלה מרכזית המשפיעה על ההצדקות לאסדרה הפוטנציאלית בכל שלושת התצורות שנותחו לעיל היא מהי השפעת כוחו של ההמון על הרווחה החברתית. הניתוח להלן נוגע תחילה בשאלה זו ומוכיח שההשפעות האמורות אינן בהכרח חיוביות. לאור מסקנתנו זו, המשך הפרק מתמקד בכלי האסדרה האפשריים להתמודדות עם כל אחת משלושת התצורות של כוחו של ההמון. במקרים שבהם כוח כזה פוגע ברווחה חברתית, ייתכן שתידרש אסדרה שמטרתה להגביל את כוחו של ההמון. אך גם אם כוח זה מקדם את הרווחה החברתית, יש לבחון אם יש צורך להתערב בשוק על מנת להעצים את השפעותיו החיוביות. לדיני התחרות תפקיד חשוב באסדרה כאמור, שכן מטרתם העיקרית היא להבטיח שהשווקים יקדמו את הרווחה החברתית, על ידי מניעת או הגבלת הקמתם של מחסומים מלאכותיים לתחרות על ידי חברות פרטיות. הם מבוססים על ההנחה שתחרות חופשית תגדיל את הרווחה החברתית בטווח הארוך.⁶³ עם זאת, כפי שמפורט להלן, כאשר השוק מאופיין

60 שיחות של המחברת עם נהגי אובר ברחבי העולם. למיטב ידיעתי, טענה זו מעולם לא הוכחה.

61 www.sfgate.com/business/article/A-rough-ride-to-profit-for-CouchSurfing-5920089.php

62 Bryan Menegus & Tom McKay, *AirBnB Won't Put a Roof over the Heads of Nazis*, GIZMODO (7 August, 2017), gizmodo.com/airbnb-won-t-put-a-roof-over-the-heads-of-nazis-1797585928.

63 ראו למשל ברק אורבך "מטרות דיני ההגבלים העסקיים" ניתוח משפטי וכלכלי של דיני ההגבלים העסקיים 63 (מיכל שיצר גל ומנחם פרלמן עורכים, 2009).

בחסמי כניסה טבעיים גבוהים, חוקי התחרות מוגבלים מאוד בכלי האכיפה שבארגז הכלים שלהם ועולה הצורך לשקול להשתמש בכלים רגולטוריים מתאימים יותר.

א. כיצד משפיע כוח ההמון על הרווחה החברתית?

פעולות ההמון מהוות סוג של "אסדרה פרטית" (market ordering), כלומר אסדרה באמצעות כוחות השוק, להבדיל מהתערבות ממשלתית חיצונית בשוק. ככזו, יש לה כמה יתרונות מובנים. אסדרה פרטית יכולה להיות יעילה יותר מאסדרה ממשלתית כיוון שאינה מחויבת להתחשב בשיקולים דוגמת לגיטימיות ההתערבות של המדינה או באינטרסים של פוליטיקאים, מחוקקים וקבוצות אינטרסים.⁶⁴ נוסף לכך, כוח ההמון יכול ליצור כוח נגד לכוח כלכלי או פוליטי של שחקנים אחרים בשוק, לרבות כוחם של בעלי פלטפורמה דומיננטית או של צדדים שלישיים. עם זאת, כוחו של ההמון לא מגדיל בהכרח את הרווחה החברתית. נדון תחילה בתצורה הראשונה של כוח ההמון, שבה ההמון משפיע על מבנה השוק באמצעות השימוש בפלטפורמה. האם החלטתם של יחידים ההמון להעדיף פלטפורמה אחת על פני האחרת, ובכך להגדיל את היתרונות היחסיים שלה בשל יתרונות לגודל ולמגוון או בשל השפעות רשת, תגדיל בהכרח את הרווחה החברתית? התשובה היא לא. בעוד הרווחה של המשתמשים יכולה לגדול אם הם נהנים מהשפעות הרשת או מהיתרונות לגודל ולמגוון, הפגיעה בתחרות עלולה לגבור על היתרונות עבורם. זה המצב, למשל, כאשר היתרונות לגודל ולמגוון או אפקט הרשת יוצרים כוח שוק רב לפלטפורמה, והיא מנצלת כוח זה כדי להקטין את ההטבות למשתמשיה בהשוואה למצב שבו הייתה פועלת בשוק יותר מפלטפורמה אחת. הפגיעה ברווחת ההמון יכולה לבוא לידי ביטוי במחיר, במגוון או בחדשנות. יתר על כן, העובדה שהמון המשתמשים לא מייצג בהכרח את כל גוני החברה (במובן society), עלולה להוביל למצב שבו החלטות ההמון אינן נותנות ביטוי לכל מגוון האינטרסים הרלוונטיים לרווחה החברתית. תוצאה זו יכולה לנבוע ממגבלות מידע, מאדישות רציונלית או מהעובדה שמי שבוחר להשתמש בפלטפורמה אינו משקף בהכרח את ערכי החברה כולה, כגון זכויות עובדים ושיקולים סביבתיים. לכן, החלטותיו של ההמון להשתמש בפלטפורמה מסוימת לא יובילו בהכרח לשיפור הרווחה – עבור ההמון, כמו גם עבור החברה כולה.

הדואליות הפוטנציאלית של תוצאות פעולת ההמון רלוונטית גם לשתי התצורות הבאות של כוחו. אם כוח ההמון מסייע, למשל, לשבור חסמי כניסה מסורתיים או להגביל את השפעותיהן של קבוצות אינטרסים מסורתיות על הרגולטורים ועל המחוקקים, סביר להניח שהרווחה החברתית תושפע מכך באופן חיובי. כך, למשל, יש הטוענים שתעשיית המלונאות או חברות המוניות המסורתיות מהוות קבוצות לחץ המנצלות את כוחן הקיים כדי להשפיע על מקבלי החלטות לשמר את תנאי השוק הקיימים כדי שלא לפגוע בכוחן. ההמון יכול לשנות את התמריצים של פוליטיקאים או של רגולטורים להיכנע לקבוצות לחץ פוליטיות אלו. אם,

64 ראו, על דרך האנלוגיה, Steven L. Schwarcz, *Private Ordering of Public Markets: The Rating Agency Paradox*, 2002 U. ILL. L. REV. 1 (2002).

לעומת זאת, כוחו של ההמון משמש כדי להקים מחסומים מלאכותיים אחרים, הרווחה החברתית עשויה להיות מושפעת לרעה.

הניתוח לעיל מעלה את השאלה הבאה: מדוע שההמון יסכים להשתתף בפעולות שאינן מגדילות את רווחתו? מתי ההמון הופך להמון וירטואלי, במובן השלילי ("אספסוף")? ההסבר העיקרי מבוסס על מידע לא מושלם שמוביל למודעות מוגבלת: ייתכן שההמון אינו מודע להשפעות השליליות האפשריות של פעולתו, ופשוט "נסחף עם הזרם" בהתנהגותו. לדוגמה, התנהגותם של פרטים המהווים חלק מההמון עשויה להיות מושפעת ממסע פרסום שעורכת הפלטפורמה, אשר עשוי להדגיש פן אחד בלבד של ההשלכות הנובעות מפעילותה, המבוסס על עובדות המשרתות את האינטרסים שלה. לחלופין, ייתכן שיחידה ההמון אינם יודעים כיצד לאזן בין השפעות לטווח ארוך להשפעות לטווח הקצר. כך, למשל, שוכרי דירות לטווח ארוך עשויים להיאבק על זכותם להשכיר את דירותיהם בשכירות משנה לתקופות קצרות כדי להשתמש בכספים אלה כדי לשלם את שכר הדירה הגבוה, מבלי להבין ששכר הדירה יכול היה להיות נמוך אלמלא הכניסה של חברות דוגמת AirBnB לשוק.

יתר על כן, כמו במקרה הראשון, ההמון לא מייצג בהכרח את כל אלה שנפגעים או מרוויחים מתנאי שוק מסוימים.⁶⁵ ההמון עשוי לקדם את האינטרסים של קבוצה מסוימת בחברה, תוך יצירת השפעות שליליות על אחרים. נניח, למען הדוגמה, שאין אינטרס חברתי שחלק גדול מן הדירות להשכרה בעיר מסוימת יהיו זמינות להשכרה לטווח קצר באמצעות אתרי שיתוף, משום שהשכרה כאמור מובילה לעליית מחירי השכירות לטווח ארוך, לשינויים דמוגרפיים ולשינויים באינטראקציות החברתיות בעיר. בה בעת, לבעלי הדירות יש אינטרס לאפשר השכרת דירות לטווח קצר, שכן רווחיהם יגדלו מהשכרת הדירות, הן לטווח קצר והן לטווח ארוך, בשל הקטנת ההיצע לטווח הארוך. אם כוחה הכלכלי-פוליטי של קבוצה זו חזק דיו, היא עשויה להשפיע על המדיניות באופן שלא ישרת בהכרח את הרווחה החברתית הכוללת. דוגמה נוספת עניינה השפעות אפשריות של חלק מהמשתמשים על המסלולים המוצעים על ידי Waze – אפליקציית ניווט חברתית. התנגדות גדולה למעבר תנועה בשכונות מסוימות יכולה להשפיע על דפוסי התנועה, גם אם התוצאה אינה אופטימלית מבחינת הרווחה החברתית הכוללת. יתרה מכך: ייתכן שהמשתמש השולי אך הקולני ביותר הוא זה שיקבע את התוצאה.

מגבלות אלה חושפות את חולשות ההסתמכות על אסדרת השוק באמצעות כוחו של ההמון ומעלות את הצורך לבחון התערבות חיצונית בשוק. כעולה מהניתוח לעיל, צורך זה מתגבר כאשר להמון אין מספיק מידע או שפעולתו יוצרת חצנות שליליות משמעותיות על קבוצות אחרות. לאור מסקנתנו זאת, נפנה כעת לשאלה אם וכיצד יש להסדיר את התנהלותו של המון בכל אחד משלושת התצורות שזוהו לעיל.

Niva Elkin-Koren, *What Contracts Can't Do: The Limits of Private Ordering in Facilitating a Creative Commons*, 74 *FORDHAM L. REV.* 2 (2005) 65

ב. אסדרת כוחו של ההמון הנובע משימושו בפלטפורמה כדי למקסם את טובת הציבור

התצורה הראשונה של כוחו של ההמון, הנובעת מבחירתו להשתמש בפלטפורמה, נתפסת בדרך כלל כחלק אינטגרלי וטבעי מהדינמיקה של כלכלת השוק, גם אם שימוש זה אינו מוביל בהכרח לתוצאות אופטימליות מבחינה חברתית ואף אם אינו מגדיל את רווחתם של המשתמשים. משתמשים חופשיים לקבל את החלטותיהם על בסיס ההבנה שלהם את היתרונות היחסיים שהאפשרויות הזמינות בשוק יוצרות עבורם; והפלטפורמות חופשיות ליהנות מהשפעות הרשת ומהיתרונות לגודל ולמגוון הנובעות מבחירות אלו, המעניקים להן יתרונות השוואתיים רבים. בהתאם לכך, הבחירה החופשית של המשתמשים אם להשתמש בפלטפורמה מסוימת לרוב אינה מוגבלת על ידי אסדרה ממשלתית.

במקום שבו לא ניתן להניח בחירה חופשית ומיודעת מצד המשתמשים חלים כמה חריגים. למשל, כאשר בחירת משתמשים מבוססת על מידע מטעה מטעם הפלטפורמה, התנהגות זו מטופלת על ידי חוקי הגנת הצרכן או חוק החוזים. נוסף לכך, דיני התחרות עשויים לחול במקום שבו הפלטפורמה מקימה מחסומים מלאכותיים לתחרות, בין ישירים (למשל, הגבלת יכולתם של מתחרים קטנים להיכנס לשוק על ידי דרישת בלעדיות ממשתמשי האתר) ובין עקיפים.⁶⁶ דרישת בלעדיות מספקים והגבלת יכולתו של ספק להציע את שירותיו באמצעות מספר פלטפורמות מובאות פעמים רבות כדוגמאות להתנהגות היוצרת חסמי כניסה מלאכותיים, כיוון שהיא מונעת מספקים לעבור או לפעול גם בפלטפורמה מתחרה, ובכך עלולה להגביל את צמיחתה.⁶⁷ גם דרישות של פלטפורמות שיתוף לכך שספק יעניק להן את התנאים הטובים ביותר – תנאים הידועים בעגה המקצועית כתניית הלקוח המועדף – עלולות לעלות כדי עבירה על דיני התחרות. באנלוגיה לכך, בשנת 2017 השית בית משפט צרפתי על חברת EXPEDIA – פלטפורמה דיגיטלית (לא שיתופית) להזמנת חדרי מלון – קנס של מיליון יורו על כך שכללה בחלק מחוזה דרישות מבתי המלון, שאת חדריהם היא מפרסמת, שלא יעניקו תנאים טובים יותר לשהייה במלונותיהם לשום אתר אחר.⁶⁸

מעניין לציין שחלק מהמידע המניע את שוקי פלטפורמות השיתוף, ומקל את הבחירות הצרכניות, מגיע מהפלטפורמות עצמן. פעמים רבות הפלטפורמה הדיגיטלית כוללת מנגנון של משו, המאפשר להמון לשפר את איכות ההצעות בפלטפורמה. עם זאת, חשוב להדגיש שלרוב

A. Diker Vanberg, *From Archie to Google – Search Engine Providers and Emergent Challenges in Relation to EU Competition Law*, 3 EUR. J. FOR LAW AND TECHNOLOGY 9 (2012).

Kenneth A. Bamberger & Orly Lobel, *Platform Market Power*, 32 BERKELEY TECH. L.J. 1067 (2017); Niamh Dunne, *Competition Law (and its Limits) in the Sharing Economy*, in CAMBRIDGE HANDBOOK ON LAW AND REGULATION OF THE SHARING ECONOMY (Nestor Davidson, Michèle Finck & John Infranca eds., 2018); Pinar Akman, *A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured-Customer Clauses*, 12 J. COMPETITION L. & ECON. 781 (2016).

<https://en.kromannreumert.com/News/2017/06/Expedia-fined-EUR-1-million-for-using-MFN-clauses>

מנגנון משוב זה מופנה כלפי הספקים הפועלים דרך הפלטפורמה – ולעיתים גם כלפי הצרכנים שפועלים דרכו – ולא כלפי הפלטפורמה עצמה. כלי זה מאפשר לפלטפורמה לשפר את הצעותיה על ידי סילוק ספקים שאינם עומדים בתנאים מינימליים של שירות וליצור לעצמה תדמית של גורם חיצוני ניטרלי שטובת הצרכן בראש מעייניו ושאינו מקדם בהכרח כל ספק, אף אם זה בחר לעבוד דרכו. כך, שבעוד שבאופן עקיף מנגנון זה יוצר תמריצים גם לפלטפורמה לשפר את העסקאות הנעשות דרכה, מנגנון זה אינו יוצר – באופן ישיר – השוואה לפלטפורמות אחרות, אשר הייו עוזרות לצרכן בבחירותיו. כמובן, שמנגנוני השוואה כאלו קיימים לעיתים ברשת, דרך בלוגים, רשתות חברתיות או אתרים המתמחים בהשוואות של הצעות שונות. יעילותם בהעברת המסר לצרכנים הפוטנציאליים – כמו גם בלחץ שהם יוצרים על פלטפורמות השיתוף לשפר את הצעותיהן – היא תלויה-עובדות ומשתנה ממקרה למקרה, בין היתר לאור גמישות ההיצע והביקוש.

נוסף לכך, לעיתים מטרתה של האסדרה הממשלתית היא להגביר את התחרות בשוק באופן עקיף, על ידי אספקת מידע על אפשרויות מתחרות או על ידי הגדלת הגישה של מתחרים לאותם משאבים שמחסורם עלול לפגוע בתחרות. בהקשר של פלטפורמות עולה הדוגמה הבאה: אסדרה רגולטורית עשויה להעניק למתחרים חדשים או חלשים גישה לנתונים שעשויים להיות נחוצים כדי ליצור יכולות התאמה טובות יותר בין ספקים לצרכנים. זאת, כיוון שגישה בלעדית לנתונים אלו עשויה ליצור, לתחזק או לחזק את היתרון היחסי של פלטפורמה קיימת וליצור חסמי כניסה טבעיים גבוהים למתחרים פוטנציאליים.⁶⁹ אכן, הגברת התחרות מהווה חלק מהרציונל העומד ביסודם של חוקים המסדירים ניידות של נתונים על משתמשים מפלטפורמה אחת לאחרת. באיחוד האירופי, למשל, תקנות ה-GDPR מחייבות חברות להעביר את הנתונים הפרטיים שהן אספו על משתמש לשחקנים אחרים בשוק, על פי בקשת המשתמש.⁷⁰ כמובן, אסדרה כזו אינה חפה מבעיות. זאת כיוון שאסדרה מעין זו עלולה להגביל את התמריצים של הפלטפורמות הקיימות לאסוף נתונים מלכתחילה, נתונים המאפשרים להן לייעל את שירותיהן. אסדרה זו גם עלולה להפחית את התמריצים של חברות אחרות להשקיע ביצירת דרכים חדשות וחדשניות לאיסוף נתונים, או להתגבר על היתרון היחסי של בעל הנתונים באמצעים אחרים (למשל, יצירת יתרון יחסי שאינו מבוסס נתונים).⁷¹ עם זאת, כאשר חסמי הכניסה מבוססי-הנתונים הם גבוהים, והחשש לכוח שוק בעל כוח רב ומתמשך הוא גדול, אסדרה שמקילה את העברת המידע⁷² ובמקרים מסוימים אף מחייבת אותו – עשויה להוות כלי חשוב כדי להתגבר על בעיות מבניות בשוק.

כלי אסדרתי נוסף, אשר עשוי להיות רלוונטי לסוגיית העברת נתונים למתחרים כדי שיוכלו להתחרות ביעילות בשוק, הוא דוקטרינת המשאב החיוני. בהתאם לדוקטרינה זו, המהווה חלק

69 Stucke & Grunes, לעיל ה"ש 28.

70 European Union, Regulation (EU) 2016/67, General Data Protection Regulation (2016)

71 ראו בהקשר זה Niva Elkin-Koren & Michal Gal, *The Chilling Effect of Governance-by-Data on Innovation*, 86 U. CHI. L. REV. 1 (2018)

72 למשל דרך סטנדרטיזציה של המידע בדרך המקלה על שימוש חוזר בו. בהקשר זה ראו למשל Michal S. Gal & Daniel L. Rubinfeld, *Data Standardization*, 94 N.Y.U. L. REV. (2019)

מדיני התחרות, בעל מונופולין נדרש להעניק גישה בתנאים הוגנים ולא מפלים למשאב שבו הוא שולט, כל עוד מתקיימים שני תנאים: (א) הגישה למשאב זה חיונית לחברות אחרות, יעילות באופן דומה, כדי להתחרות בשוק; (ב) הענקת הגישה אפשרית מבחינה מעשית ואינה בלתי-סבירה באופן אובייקטיבי.⁷³ אומנם התעוררה מחלוקת לגבי היקפה של דוקטרינה זו, אך היא עדיין רלוונטית במקרים מסוימים.⁷⁴ עם זאת, חוקי התחרות הם כלי מוגבל מאוד להבטחת גישה לנתונים, משתי סיבות עיקריות: ראשית, פעמים רבות קשה להוכיח את קיומה של עמדה מונופוליסטית בנוגע לנתונים מסוימים, בייחוד בשווקים דינמיים. שנית, דיני התחרות אינם מתמודדים בצורה יעילה עם מצבים שבהם מקורו של כוח השוק הוא התאמה אוליגופוליסטית – כלומר, התנהגות מקבילה של מספר מתחרים גדולים שאינה מבוססת על הסכם ביניהם.⁷⁵ לדוגמה, נניח ש-Google ו-Apple מגבילות את הגישה לנתונים המקוונים שלהן בלא תיאום ביניהן. אם אף אחת מהן אינה נהנית מעמדה מונופוליסטית בנוגע לנתונים שהיא אוספת, לא ניתן יהיה להשתמש בחוק התחרות למתן גישה לנתוניהן.⁷⁶

בהתחשב בכך שהתערבות ישירה ועקיפה בבחירתם של הצרכנים אם להשתמש בפלטפורמה היא מוגבלת, מספר מדינות החלו להתמקד באסדרה של התנאים שבהם מתנה בעל הפלטפורמה את השימוש בפלטפורמה ואת הרכישות שנעשו דרכה, תוך התמקדות בשימוש בלתי-הוגן של כוח השוק של הפלטפורמה. מעניין לציין שהיקף ההתנהגות שבו מתמקדת האסדרה כיום רחב מבעבר. באופן מסורתי, התמקדה האכיפה בהתנהלות מדירה של חברות דומיננטיות, כלומר התנהגות שמקימה חסמי כניסה מלאכותיים לתחרות, דוגמת הסדרי בלעדיות וקשירת מוצרים.⁷⁷ עם זאת, אסדרה זו אינה עוסקת בניצול גרידא של כוח השוק שנוצר או משתמר על ידי נסיבות טבעיות, כולל יתרונות לגודל, למגוון ולהשפעות רשת. בהתאם לכך, חלק מהמדינות החלו להתמקד בהתנהגות נצלנית – דהיינו, התנהגות המנצלת את כוח השוק של החברה הדומיננטית על ידי הגבלת ההטבות הצומחות מן העסקה למשתמשים.⁷⁸ חוקי התחרות של מדינות רבות מאפשרים אסדרה של מחירים גבוהים. עם זאת, אסדרה של מחיר היא כלי מאוד קשה ליישום.⁷⁹ כתוצאה מכך, מרבית רשויות התחרות מגבילות את השימוש בכלי זה. על כן, כמה מרשויות התחרות בוחנות דרכים להתמקד בתנאי סחר בלתי-הוגנים אחרים. אף שהחקירות המתנהלות עתה אינן מתמקדות בפלטפורמות השיתוף, הן יכולות להיות רלוונטיות גם להן. בהקשר זה ראוי לציין את החקירה שנפתחה

73 ראו למשל OECD, ESSENTIAL FACILITIES CONCEPT (1996); Spencer Weber Waller & Brett Frischmann, *Revitalizing Essential Facilities*, 74 ANTITRUST L.J. 1 (2008).

74 ש.ם.

75 Scott C. Hemphill & Tim Wu, *Parallel Exclusion*, 122 YALE L. REV. 1104 (2013).

76 ש.ם.

77 HANDBOOK ON EUROPEAN COMPETITION LAW (Ioannis Lianos & Damian Geradin eds., 2013).

78 ראו למשל גל ונבו, לעיל ה"ש 31.

79 ש.ם.

לאחרונה על ידי רשות התחרות הגרמנית נגד פייסבוק, שבה נבדק אם פייסבוק כפתה על משתמשיה תנאים לא הוגנים באשר לשימוש בנתונים שהיא אוספת עליהם.⁸⁰ נוסף לכך, תחומים משפטיים אחרים עשויים להשפיע על תנאי הסחר של פלטפורמת השיתוף. כדי להמחיש, לאחרונה בית המשפט האירופי לצדק הכיר ב־Uber כספק שירותי תחבורה, ולא רק כספקית שירותי מידע.⁸¹ משמעות הדבר היא ש־Uber תידרש לעמוד בכל התקנות החלות על ספקים של שירותי תחבורה, לרבות חוקי העבודה הרלוונטיים. לבסוף, ראוי לציין שכמה ממשלות ועיריות ברחבי העולם מקדמות את השימוש בחינוך כדי להגביר את ההשפעות החיוביות הנובעות מכוחו של ההמון, לטובת אזרחיהן.⁸²

ג. אסדרת כוחו של ההמון לשינוי מכוון של תנאי השוק החיצוניים או הפנימיים

כפי שמפורט לעיל, ההמון יכול לעיתים להשתמש בכוחו כדי לשנות את תנאי השוק החיצוניים לפלטפורמה (דוגמת אסדרה או דעת קהל) או הפנימיים לה (התנאים שמתנה בעל הפלטפורמה לעסקה שמתווכת דרכו). תצורות אלו של כוחו של ההמון חולקות מאפיינים משותפים מהותיים. לפיכך, הן תנותחנה יחד, תוך שימת דגש על ההבדלים הרלוונטיים, בעת הצורך. בשני המקרים ההמון פועל במתכוון – בין באופן שנועד להשפיע על התנאים החיצוניים של השוק שבו פועלת פלטפורמת השיתוף (במקרה השני) ובין באופן שנועד להשפיע על התנאים הפנימיים של פלטפורמת השיתוף עצמה (במקרה השלישי). התנהגות מקבילה של ההמון עשויה להיות מכוונת ומתואמת או תוצאה של החלטות חד־צדדיות רבות מקבילות. האסדרה של התנהגות זו תלויה בתוצאה, כמו גם באמצעים שבעזרתם נוצרת ההתנהגות המקבילה. נתמקד תחילה בתוצאה. תנאי שבלעדיו אין מקום להתערבות רגולטורית הוא הגדלת הרווחה החברתית, בין בדרך של מניעת פעולה של ההמון הפוגעת ברווחה החברתית באופן משמעותי ובין בדרך של קידום או מתן אפשרות לפעולה המקדמת את הרווחה כאמור. כדי להדגים זאת נניח שספקים מתחרים חוברים יחדיו כדי למנוע מהשחקן המסורתי בשוק ליצור חסמי כניסה מלאכותיים להתרחבות פלטפורמת השיתוף. נניח, למשל, שהשחקן המסורתי ינסה להשפיע על הרגולטור כך שהוא יתקין תקנות אשר יקשו מאוד על פעולתה של פלטפורמת השיתוף. אם לשחקן המסורתי יש כוח כלכלי שיכול להיתרגם לכוח פוליטי, לרגולטור עשוי להיות אינטרס אישי בהתקנת תקנות כאמור, גם אם תקנות אלו אינן משרתות את טובת הציבור ומטרתן להקשות על כניסה של הפלטפורמה. ספקי הפלטפורמה או צרכניה עשויים לבקש לפעול יחד כדי ליצור כוח־נגד, אשר ישנה את תמריציו של הרגולטור להתקין את התקנות. הם יכולים לעשות זאת בדרכים שונות, לרבות פנייה משותפת לרגולטור אשר תיצור קבוצת

.Bundeskartellamt, Background Information on the Facebook Proceeding (Dec. 19, 2017) 80

Case C-434/15 Asociación Profesional Élite Taxi v. Uber Systems Spain SL (European 81
Court of Justice, 20 Dec. 2017)

<http://english.sharehub.kr/>; Debbie Wosskow, *Unlocking the Sharing Economy: An* 82
Independent Review (2014) [collaborativeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/04/
Wosskow-D.2014.Unlocking-the-UK-Sharing-Economy.pdf](http://collaborativeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/04/Wosskow-D.2014.Unlocking-the-UK-Sharing-Economy.pdf)

אינטרסים נגדית או על ידי יצירת מודעות ציבורית ולחץ ציבורי על הרגולטור שלא לנקוט בפעולה שפוגעת בטובת הציבור. צמצום חסמי הכניסה לרוב יגביר את הרווחה החברתית. גם אם פעולת ההמון מגדילה את הרווחה החברתית, עדיין נשאלת השאלה: האם כל פעולה של ההמון, שיש לה השפעה חיובית כאמור, תיחשב בהכרח כחוקית? התשובה היא לא. דפוסים מסוימים של התנהגות הם אסורים, ללא תלות בתוצאותיהם.

כדי להראות זאת נבחין בין מספר מקרים שבהם נוצר כוחו של ההמון. ראשית נבחן מקרה שבו מדובר בהחלטה לפעולה חד-צדדית. התנהגות זו יכולה להיות בלתי-חוקית רק במקרים מצומצמים ביותר. כך, למשל, בהתאם לדיני התחרות, פעולה זו תיאסר אם עסקינן במשתמש מונופוליסטי המנצל לרעה את כוחו. האיסור על ניצול כוח מונופוליסטי נועד לחול על התנהגות חד-צדדית של שחקן בעל כוח שוק רב, המשתמש בכוח זה כדי ליצור חסמי כניסה מלאכותיים למתחריו.⁸³ כאשר מתקיימים תנאים אלה, ניתן לחייב את בעל המונופולין לחדול מהתנהגותו המדירה, גם אם מטרתה להביא להפסקת התנהגות המובילה להפחתת הרווחה החברתית. כך, למשל, לבעל מונופולין אסור לדרוש ממשווקיו שלא לשווק את מוצריו של שחקן מסורתי, גם אם דרישה זו נועדה לגרום לשחקן זה להפסיק לנקוט בפעולות היצורות חסמים לכניסה ולפעולה של פלטפורמות השיתוף בשוק שלו.⁸⁴ פעולה זו גם תיאסר, על כל משתמש בנפרד, אם היא מפרה את האיסורים החלים על פרסום מידע מטעה, אשר עשוי להתייחס למשל ליתרונות היחסיים של בעל הפלטפורמה או מתנגדיו. שאלה מעניינת העולה בהקשר זה, החורגת מגבולותיו של מאמר זה, היא האם ראוי שהמדינה היא זו שתיוומו או תקדם את החלת החוק במקרה המתאים גם כאשר מדובר בחוק אזרחי, או שמא די להסתמך על התמריצים של החברות הפועלות בשוק לתבוע על הפרות שנעשו כלפיהן. תשובתנו הראשונית היא שלאור הקשיים המעורבים בהגשת תביעה וניהולה, כמו גם חוסר הוודאות הכרוך בה ותגובת הציבור להגשתה, לא תמיד ניתן להסתמך על תמריצים פרטיים, ובמקרים שבהם החלת האיסור מקדמת רבות את הרווחה החברתית יש מקום לשקול נקיטת אמצעים נוספים לקידום החלת החוקים כאמור.

המקרה המעניין והרלוונטי יותר חל כאשר אין משתמש אחד בעל כוח שוק רב, אלא משתמשים רבים פועלים בצורה מקבילה באופן חד-צדדי, כך שהתנהגותם עלולה ליצור השפעות אנטי-תחרותיות. נניח שספקים רבים אינם מרוצים מהתנהגותו של השחקן המכהן, וכל אחד מחליט, על דעת עצמו, שלא להתקשר עמו עד שזה ישנה את דרכיו. כך, למשל, כמפורט לעיל, חלק ממשתמשיה של פייסבוק החליטו להתנתק ממנה לאור העובדות שנחשפו בפרשת קיימברידג' אנליטיקה.⁸⁵ בדרך דומה עשויים להגיב, למשל, המשתמשים של UBER אם יתברר שהיא מנצלת לרעה את נהגיה או מפלה באופן לא הוגן בין צרכניה. התנהגות זו אינה

83 ס' 29 לחוק התחרות הכלכלית, התשמ"ח-1988.

84 ראו ס' 29, 29א(ב)(4) לחוק התחרות הכלכלית. להדגמת האיסור על הסדרי בלעדיות ראו למשל ה"ע (מחוזי י-ם) 2/96 הממונה על ההגבלים העסקיים נ' ידיעות אחרונות בע"מ, פ"מ תשנ"ט(2) 529 (1999).

85 ראו לעיל ה"ש 57.

אסורה. כמפורט לעיל, גם אם התנהגות ההמון פוגעת ברווחה החברתית, טעות זו נתפסת בגדר חירותו לעשות את בחירותיו.

עתה נניח שההתנהגות המקבילה מקורה בהשפעה של חלק מהמשתמשים על משתמשים אחרים, שלא במסגרת הסכם ביניהם לפעול באופן מקביל. כך, למשל, נניח שמשתמש אחד אינו מרוצה מתוצאות העסקאות שהוא מבצע דרך הפלטפורמה. בעקבות כך הוא מביע את חששותיו. אמצעים דיגיטליים, דוגמת הפצה ויראלית ברשתות החברתיות, עשויים להעצים את ההשפעה של המשתמש הבודד. משתמשים אחרים עלולים להחליט, בעקבות כך, לעזוב את הפלטפורמה. התנהגות מקבילה כזו, שאינה נובעת מהסכם בין המשתמשים, אינה נתפסת תחת דיני התחרות, ללא תלות בהשפעתה על הרווחה החברתית. מסקנה זו מדגימה את מגבלות דיני התחרות באסדרת התנהגותו של ההמון, אשר עלולה להשפיע בעוצמה על מבנה השוק ועל התנהגותו באופן שלא בהכרח יגדיל את הרווחה החברתית (למשל, אם היא מובילה ליציאת פלטפורמה יעילה מהשוק בשל פוסט ויראלי המבוסס, שלא בכוונה תחילה, על מידע מוטעה או חלקי).⁸⁶ בה בעת, כמו במקרה הראשון, חוקים אחרים יכולים לסייע בהגבלת תוצאה זו בעקיפין, למשל, על ידי איסור על הפצה ביודעין של מידע מטעה (למשל על בסיס האיסור על הוצאת דיבה או על איסורים מתחום הגנת הצרכן) או על ידי דרישת שקיפות לגבי תמריציו של מי שמפרסם את המידע. אך אלו הן תרופות מוגבלות, במיוחד בהתחשב בשיקולי חופש הביטוי.

כעת נפנה למקרה שבו ההתנהגות המקבילה היא תוצאה של הסכם בין המשתמשים לנקוט בהתנהגות מקבילה. חוק התחרות הישראלי, בדומה לחוקי תחרות ברחבי העולם, מעניק משקל רב לשאלה אם מדובר בהסכם, בניגוד לפעולה חד-צדדית. האיסור על עריכת הסדר כובל חל רק במקרה שקיים הסכם או הסדר בין הצדדים לפעולה מקבילה.⁸⁷ הסכם בין ספקים או משתמשים עשוי להשפיע רבות על פעולה של הפלטפורמה הדיגיטלית. המקרה של Gett מדגים מצב זה: נהגי המוניות בארץ הפועלים דרך פלטפורמת השיתוף Gett הסכימו פה אחד, בסיוע ובהכוונת התאחדות נהגי המוניות, שלא לספק הסעות משדה התעופה בן-גוריון במחיר הנמוך שהציעה הפלטפורמה במכרו. רשות התחרות הישראלית בוחנת כעת את חוקיות ההתנהגות האמורה. על פי חוק התחרות הכלכלית, הסכם בין מתחרים הנוגע למחירים או לסוגי השירותים הניתנים אינו חוקי,⁸⁸ אלא אם הצדדים ביקשו וקיבלו מראש פטור מהממונה על התחרות, אשר יכול להינתן במקרים שבהם הוכח שההסכם משפיע על התחרות באופן לא משמעותי.⁸⁹ או אם קיבלו מראש את אישור בית הדין לתחרות לכך שהגבלת התחרות נדרשת כדי לקדם את טובת הציבור.⁹⁰ נוסף לכך, החוק קובע שקו פעולה שמציע איגוד לחבריו בנוגע להגבלת התחרות ייחשב כהסכם הכובל את התחרות.⁹¹ כיוון שפטור או אישור כאמור לא התבקשו ולא התקבלו, ההסכם בין הנהגים ופעולתו של האיגוד הם לכאורה בלתי-חוקיים. לא

86 Hemphill & Wu, לעיל ה"ש 75

87 ראו מיכל (שיצר) גל "מהו הסדר?" עיוני משפט כט 591 (2006).

88 ס' 2, 4 לחוק התחרות הכלכלית.

89 ס' 14, 15 לחוק התחרות הכלכלית.

90 ס' 9, 10 לחוק התחרות הכלכלית.

91 ס' 5 לחוק התחרות הכלכלית.

למותר לציין שתוצאה משפטית זו מאירה את מגבלותיו של ההסדר המשפטי הקיים: בשל אופיים של הליכים ביורוקרטים, לא ניתן בזמן קצר לקבל אישור לחוקיותו של הסדר בין מתחרים, אלא אם הסדר זה נופל באחד הפטורים המוגדרים בחוק או בתקנות. מצב דברים זה עלול להגביל את כוחו של ההמון להוות כוח-נגד לפעולה של הפלטפורמה גם במקרים שבהם פעולתה פוגעת ברווחה החברתית.

גם אם נשים בצד את הדרישה להרשאה מראש המנויה בדין הישראלי, מקרה זה מעלה שאלה מעניינת: האם הפעולה המשותפת של המון הנהגים משרתת את טובת הכלל, כך שאם בית הדין היה נדרש לבחון את השפעתו של ההסכם על הרווחה החברתית הוא היה מאשרו?⁹² מחד גיסא, ניתן לטעון שהמחיר שקבעה Gett לא הביא בחשבון את עלויות הפעלת תחנות מוניות. תחנות אלו, המנתבות את הנסיעות, מבטיחות שגם נסיעות פחות רווחיות יסופקו ומוודאות שהנהגים החברים בהן ימלאו אחר הוראות החוקים הרלוונטיים. Gett פטורה מלספק שירותים אלה, עובדה המאפשרת לה להציע מחירים נמוכים. יתרה מזאת, כיוון שחלק גדול מהספקים של Gett הם חברים בתחרות מוניות, Gett נהנית מההחצנות החיוביות של חברות המוניות בלי לשלם עליהן. מאידך גיסא, יש מקום לבחון אם המודל המסורתי של תחנות מוניות עדיין נחוץ. תקשורת מהירה וזולה ופלטפורמות המחברות בין משתמשים לספקים יוצרים הזדמנות להתאמה טובה יותר ויקרה פחות; הפחתת העלויות יכולה לגרום לכך שיסופקו גם נסיעות פחות רווחיות; ואת העמידה בדרישות החוק ניתן לאכוף באמצעים אחרים, דוגמת אכיפה ישירה מול הנהגים. ההשפעה על הרווחה החברתית תלויה גם בהשפעה המסתברת של כניסתה של Gett לשוק ההיסעים משדה התעופה על תנאי הנסיעה במוניות ברחבי הארץ. טובת הציבור תלויה גם במידת כוח השוק של בעל הפלטפורמה כלפי המשתמשים. איזון בין שיקולים אלה אינו משימה פשוטה.

נדון כעת במספר נושאים ייחודיים לכל אחד משני המקרים שנדונו עד כה במשותף. שימוש בכוחו של ההמון להשפעה על האסדרה הממשלתית מעלה סוגיה מעניינת: האם יש לטפל בפעולות משותפות שמטרתן להשפיע על החלטות אסדרתיות באופן שונה ממופעים אחרים של התנהגות משותפת? מדינות שונות נתנו תשובה שונה לשאלה זו. בארצות הברית, למשל, התנהגות כזו פטורה בדרך כלל מהגבלות חוקי התחרות, גם אם הצדדים להסכם הם מתחרים היכולים להשפיע באופן מהותי על התנאים התחרותיים בשוק. הרציונל העומד מאחורי חריג זה הוא שפעולה משותפת שמטרתה להשפיע על הממשלה, מהווה נדבך חשוב בהליך הדמוקרטי – היא מאפשרת לבעלי עניין קטנים להציג את עמדתם ולהשפיע על הגורם המסדיר. נוסף לכך, היא מאפשרת לממשלה ללמוד על השקפותיהם של בעלי העניין ואולי אף לנהל משא ומתן עם נציגי קבוצת האינטרסים ולא עם אנשים פרטיים רבים. בהתאם לכך, דוקטרינת Noerr-Pennington האמריקנית פוטרת פעולות משותפות שמטרתן להשפיע על החלטות הממשלה מתחולת דיני התחרות,⁹³ אלא אם הפעולה מהווה כיסוי לפעולה בלתי-חוקית⁹⁴ או

92 רשות התחרות "תחבורה משתפת – טיוטה להערות הציבור" (פרסום מס' 501341, 3.12.2017).

93 FTC Staff Report, *Enforcement Perspectives on the Noerr-Pennington Doctrine* (2006) <http://www.ftc.gov/opa/2006/11/noerr.htm>

94 *California Motor Transport Co. v. Trucking Unlimited*, 404 U.S. 508, 511 (1972).

אם הניסיון להשפיע על החלטות הממשלה, כשלעצמו, כרוך בהגבלת התחרות.⁹⁵ האיחוד האירופי אינו מחיל פטור דומה.⁹⁶ בישראל חל פטור מוגבל יותר.⁹⁷ שני גילויי דעת שפרסמה רשות התחרות מכירים ביתרונות פעולה משותפת מול רשויות השלטון – עצם הפנייה המשותפת אינה מהווה הפרת החוק, תוך הדגשת ההיבט הדמוקרטי שבפנייה לרשויות השלטון. בה בעת, גילויי הדעת מדגישים את התוצאות האנטי-תחרויות האפשריות של פעולה כאמור. בעוד ש"זכותו של אדם להביא את עניינו בפני רשויות השלטון היא אמנם מאבני היסוד של משטר דמוקרטי, אין הדבר מובן מאליו שאדם זכאי לממש זכותו זו במשותף עם מתחריו, מבלי לעבור תחילה דרך מסגרת הרישוי והפיקוח של מערך דיני התחרות. העיקרון החשוב של מניעת פגיעה בתחרות, המבוטא בחוק התחרות הכלכלית, מסיג מפניו לא פעם עקרונות יסוד אחרים; הוא גם מגביל את זכותם של פרטים לפנות במשותף לרשויות השלטון ללא קבלת אישור או פטור מראש, כאשר מימוש זכות זו מפחית או מקים חשש להפחתת התחרות בין הצדדים לבין עצמם או בין מי מהם לבין אדם שלישי".⁹⁸ הקרבה והעניין המשותפים צפויים להביא, במתכוון או שלא במתכוון, ליצירת זיקה ולחילופי מידע המעלים חשש לפגיעה בתחרות בין הצדדים המתחרים, ובין מי מהם לבין צדדים שלישיים.⁹⁹ בשל הפוטנציאל האנטי-תחרותי הגלום בפעולה מעין זו, דורשים גילויי הדעת קיומם של תנאים מסוימים כדי שהפעולה תוכל ליהנות מפטור. בין היתר, הצדדים אינם רשאים להחליף ביניהם מידע העשוי לפגוע בתחרות ואסור להם להסכים על הצעדים שיש לנקוט ברגע שהממשלה תקבל את החלטתה.¹⁰⁰ מעניין לציין שבשנת 2015 פרסמה הרשות טיוטת גילוי דעת המצמצם רבות את תחולת גילויי הדעת הקודמים.¹⁰¹ במסגרת שינוי המדיניות שהרשות שקלה לעשות, "כל פעולה שפוגעת בתחרות שבה יינקטו המתחרים אגב הניסיון לפעול מול השלטון לא תהיה מוגנת מטיפול רגיל במסגרת חוק ההגבלים [היום, חוק התחרות הכלכלית]".¹⁰² טיוטה זו מעולם לא התגבשה לכדי גילוי דעת.

התצורה השלישית של כוחו של ההמון מעלה שאלות הנוגעות להגדלת כוחם של המשתמשים נגד פלטפורמות השיתוף. כך, למשל, יש מקום לבחון כיצד הגברת כוח המיקוח של ההמון משפיע על הרווחה החברתית ואם יש לטפל בכוח זה באופן שונה מהאופן שבו מטופל כוחה של הפלטפורמה.¹⁰³ שאלות אלו אינן חדשות. הן התעוררו, בין היתר, במסגרת

Federal Trade Commission v. Superior Court Trial Lawyers Association, 493 US 411 (1990).	95
OECD, POLICY ROUNDTABLES TRADE ASSOCIATIONS: POTENTIAL PRO-COMPETITIVE AND ANTI-COMPETITIVE ASPECTS OF TRADE, BUSINESS ASSOCIATIONS 27 (2007).	96
רשות התחרות "גילוי דעת 1/00: שיתופי פעולה בין מתחרים בפעולה מול רשויות שלטון" (פרסום מס' 3007119, 6.2.2000); רשות התחרות "גילוי דעת 3/14: איגודים עסקיים ופעילותם" (פרסום מס' 500682, 4.9.2014).	97
גילוי דעת 1/00, לעיל ה"ש 97.	98
ש.ם.	99
ש.ם.	100
רשות התחרות "עיון מחדש בגילוי דעת 1/00 – שיתופי פעולה בין מתחרים בפעולה מול רשויות השלטון" (פרסום מס' 500748, 25.1.2015).	101
ש.ם.	102
Gal & Elkin-Koren, לעיל ה"ש 30.	103

קבוצות רכישה.¹⁰⁴ בארצות הברית נקבע שקבוצות רכישה לא תהיינה פטורות אוטומטית מתחולת החוק. בעוד שיש להניח שקבוצות רכישה קטנות (הרוכשות עד 35% מכלל הרכישות של המוצר הרלוונטי בשוק) אינן פוגעות ברווחה החברתית, כאשר מדובר בקבוצות רכישה חזקות בודקים בתי המשפט האמריקניים את עוצמת כוחם ואם השימוש שהם עושים בו אכן מקדם את הרווחה.¹⁰⁵ לטעמנו, אין סיבה לפטור את המון המשתמשים בפלטפורמות השיתוף מבדיקה של השפעת כוחם המוגבר על הרווחה החברתית. בהקשר זה יש לבחון כיצד כוח הקנייה המוגבר של קבוצת הצרכנים משפיע על רווחת הפלטפורמה של הכלכלה המשתפת, כמו גם על הרווחה של הצרכנים עצמם. על הניתוח להתמקד הן בטווח הקצר והן בטווח הארוך. בטווח הקצר אין רבותא שרווחת הצרכן של אלו שנהנים מכוח הקנייה המוגבר גדלה. זאת כיוון שכוח הצרכנים מהווה גורם מרסן של כוחה הנגדי של הפלטפורמה. כאן המקום לציין שמקסום רווחת הצרכן מהווה במדינות רבות מטרה מוצהרת של דיני התחרות.¹⁰⁶ בה בעת, ההשפעות על רווחת הצרכן בטווח הארוך מורכבות יותר. כפי שטענו גל ואלקין-קורן,¹⁰⁷ קיים שוני מהותי אחד לפחות בין מצב שבו העודף מהעסקה נותר בידי הצרכן לבין מצב שבו העודף נותר בידי היצרן. במקרה השני יש אפשרות שהיצרן ישתמש לפחות בחלק מרווחיו כדי להשקיע בשיפור עתידי של מוצריו או הליכי הייצור שלו, עובדה העשויה להגדיל בטווח הארוך גם את רווחת הצרכן. לעומת זאת, עודף הצרכן כמעט תמיד אינו משמש למטרות אלו. עם זאת, חשוב להדגיש שאף שיקול זה אינו מוביל לתוצאה דיכוטומית: כלל ראוי יאזן בין מתן כוח לצרכנים להוות משקל-נגד מרסן לפלטפורמות חזקות המנצלות את כוחן לבין שיקולים של רווחת הצרכנים והציבור בכללותו בטווח הארוך. כמו כן ראוי להביא בחשבון במסגרת הניתוח האמור לא רק את ההשפעות על הצרכנים הנהנים מכוח הקנייה המוגבר, אלא גם אלו שלא נהנים ממנו, אם קיימת הבחנה כאמור.

סיכום

פלטפורמות השיתוף מהוות חלק בלתי-נפרד מהשווקים הדיגיטליים שלנו. השפעתן על התחרות, על מבנה השוק ועל הרווחה החברתית יכולה להיות רבה.¹⁰⁸ לכן חשוב להבטיח שציבור המשתמשים ייהנה מיתרונותיהן, תוך הגבלת הנזק העלול להיגרם מחלק מפעולותיהן לרווחה החברתית.

- OECD, DAF/COMP/WD (2008)79, ROUNDTABLE ON MONOPSONY AND BUYER POWER: 104
NOTE BY THE UNITED STATES 5 (Oct. 13, 2008).
- Peter C. Carstensen, *Buyer Cartels versus Buying Groups: Legal Distinctions*, 105
Competitive Realities, and Antitrust Policy, 1 WM. & MARY BUS. L. REV. 1 (2010)
- בהקשר הישראלי ראו למשל אורבך, לעיל ה"ש 63. 106
- Gal & Elkin-Koren, לעיל ה"ש 30. 107
- Sofia Ranchordas, *On Sharing and Quasi-Sharing: The Tension between Sharing-Economy* 108
Practices, Public Policy and Regulation, in THE SHARING ECONOMY: EXPLORING THE
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF COLLABORATIVE CONSUMPTION 263 (Pia A. Albinsson
& B. Yasanthi Perera eds., 2018)

מרבית המחקרים העוסקים בכלכלה המשתפת התמקדו בהתנהגותן של פלטפורמות השיתוף, ובמידה פחותה בשחקנים המסורתיים בשוק, והשפעותיהם על הרווחה החברתית. מחקר זה בוחן את נושא הרווחה החברתית מזווית אחרת, תוך התמקדות בכוחו של המון המשתמשים בפלטפורמה להשפיע על תנאי השוק שבהם הפלטפורמה פועלת, כמו גם על יתרונותיה היחסיים של הפלטפורמה ובתנאי השימוש בה. כפי שמחקר זה מראה, להמון יש תפקיד חשוב בדינמיקה המעצבת את השוק שבו פועלות פלטפורמות השיתוף. במסגרת מחקר זה הוכרו ונותחו באופן שיטתי ההשפעות של התנהגות ההמון, במופעיו השונים, על תנאי השוק, לרבות היתרונות כמו גם המגבלות של המון הפועל בעולם דיגיטלי. כן נותחה האסדרה הקיימת של התנהגות ההמון. המחקר הדגיש את מגבלותיה של האסדרה הנוכחית, מגבלות העשויות לדרוש חשיבה מחודשת בנוגע לארגז הכלים האסדרתי הקיים.