

כוחו של ההמון בכלכלה המשתפת

מיכל (שיצר) גל*

תקציר

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 עליהן 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, בהם צצו לחברות המסורתיות מתחרים המחזירים לשוק מוצרים המאופיינים בשיתוף במקום בעלות.¹ בשל יתרונותיהן, פלטפורמות הכלכלה המשתפת מהוות כבר עתה שחקניות מרכזיות בשווקים רבים.²

עלייתה וצמיחתה של הכלכלה המשתפת הואצה והתאפשרה על ידי ההשפעה 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 יותר; ומכשירים פיננסיים כגון Blockchain יוצרים פתרונות טכנולוגיים (חלקיים) לחלק מהמגבלות הקיימות בעסקאות דיגיטליות, כגון יצירת אמון בין הצדדים. 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. בנוסף, 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 אודות היכולת של פלטפורמות הכלכלה המשתפת להשפיע על תנאי השוק. במחקר זה אנו מתמקדים בחלק אחר של הפאזל, אשר לעיתים קרובות אינו זוכה לתשומת לב, אך יכול לשחק תפקיד משמעותי 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

¹ פרופסור למשפטים, אוניברסיטת חיפה; נשיאת האגודה הבינלאומית לחוקרים בתחום דיני התחרות. רב תודות על הערות מועילות לליאור פרנק, לתמר אינדיג, לחן קומיסר, לטליה גולדשטיין וליאור שחר על עזרת מחקר, 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. רב תודות למרכז חת לחקר התחרות והרגולציה על מימון המחקר.

התמונה נלקחה מהאתר: <https://trainingmag.com/trgmag-article/leveraging-crowd-power>

גרסה של מאמר זה צפויה להתפרסם באנגלית: Michal S. Gal, *The Power of the Crowd in the Sharing Economy*, LAW AND ETHICS OF HUMAN RIGHTS (2018).

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").

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").

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

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 פלטפורמת הכלכלה המשתפת.

המחקר מחולק לשלושה חלקים. הראשון בוחן את המאפיינים הייחודיים של פלטפורמות הכלכלה המשתפת ואת השפעותיהן על ההמון. החלק השני מתמקד בהשפעותיו של ההמון על שוקי הכלכלה המשתפת. החלק השלישי בוחן את תפקיד ההסדרה הממשלתית בהעצמה או בהגבלה של כוחו של ההמון בשוקי הכלכלה המשתפת.

חלק ראשון: השפעות הכלכלה המשתפת על רווחת ההמון

א. כלכלה משתפת: מאפיינים בסיסיים

לכלכלה המשתפת הגדרות רבות.³ עם זאת, רובן חולקות כמה מאפיינים משותפים. המאפיין המרכזי של הכלכלה המשתפת הוא קיומה של פלטפורמה דיגיטלית המאפשרת למספר גדול של ספקים וצרכנים לתקשר ביניהם ולבצע עסקאות באופן נוח, זול ויעיל.⁴

כמו בשווקים מסורתיים רבים, בכלכלה המשתפת שלושה שחקנים מרכזיים: ספקים, צרכנים (שייקראו יחד "משתמשים"), ומתווכים – תפקיד אותו ממלאות הפלטפורמות המשתפות. 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 הפלטפורמה מהבעלות, אינו חדש אף הוא. הפרדה זו מובילה לכך שהפלטפורמה לא נדרשת להיות הבעלים של הנכסים אותם היא מציעה, או להעסיק את נותני השירות. הסכמי מכר מותנה שימשו חברות גם לפני עלייתה של הכלכלה המשתפת. עם זאת, שילובם של גורמים אלה, יחד עם העובדה שהתיווך כיום יעיל מאי פעם ועלויות העסקה נמוכות, הופך את תופעת הכלכלה המשתפת ליחודית.

מהם הגורמים שהביאו להתחזקות התיווך בכלכלה המשתפת? ראשית, טכנולוגיות מקשרות כגון אינטרנט במהירות גבוהה, מערכת מיקום גלובלית (GPS), והעלות הנמוכה של טלפונים ניידים, מקלים על התקשרות זולה ומהירה יותר דרך האינטרנט בין ספקים לצרכנים.⁵ 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 הכלכלה המשתפת DogVacay מאפשרת למוליכי הכלבים לבצע עסקאות בקלות רבה יותר עם בעלי הכלבים באזורם הגיאוגרפי. שלישית, האופי הדיגיטלי של ההצעות מאפשר לספק מידע זול וזמין עליהן. זאת, למשל, על ידי הצגת "מידע מרובד", בהתאם 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 (למשל, באמצעות דירוגים וביקורות על המוצר) מגבירה את יכולתם

³ FEDERAL TRADE COMMISSION, THE SHARING ECONOMY – ISSUES FACING PLATFORMS, PARTICIPANTS AND REGULATORS (2016).

⁴ Guy Langer & Sammy Kalmanowicz, *EU Competition Law in the Sharing Economy*, 7 J. OF EUROPEAN COMPETITION LAW & PRACTICE 87, 88 (2016).

⁵ Abbey Stemler, *Betwixt And Between: Regulating The Shared Economy*, 43 FORDHAM URB. L.J. 31, 37 (2016).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

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, תוך מילוי העדפותיהם של מספר רב יותר של צרכנים.⁶

פלטפורמות הכלכלה המשתפת מייעלות 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 מנגנונים דיגיטליים היוצרים אמון בין זרים גמורים המתעתדים לבצע עסקאות, דוגמת blockchain,⁷ דירוגים דו-צדדיים הממולאים 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 צדי השוק.⁸ 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.

פלטפורמות הכלכלה המשתפת משפיעות לא רק על מספר ההצעות, אלא גם על טיבן, על ידי החדרת מוצרים או שירותים חדשים לשוק.⁹ השינוי המשמעותי ביותר נובע מהעובדה שבתיווכה של הפלטפורמה, השימוש בנכס מחולק לשימושים נפרדים של משתתפים רבים.¹⁰ בעוד שהשכרה תמיד היוותה אופציה בחלק מהשוקים (למשל, מכונות כבדות), כיום היא אפשרית עבור מגוון רחב יותר של מוצרים ושירותים (כולל השכרת זמן פנוי או מומחיות), ומתפרשת 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, עבור אלו המעדיפים אפשרות זו על פני קנייה של הנכס.¹¹ 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).¹²

שחקנים מסורתיים עשויים עדיין ליהנות מיתרונות יחסית לפלטפורמות הכלכלה המשתפת. לדוגמה, חנויות שאינן דיגיטליות מאפשרות לסחורה להיות מוצגת באופן פיזי, הקונה יכול להתחיל ליהנות מהטובין מיד לאחר ביצוע העסקה, והן מציעות חווית קניה אשר חלק מהאנשים עשויים ליהנות ממנה. עם זאת, פלטפורמות הכלכלה המשתפת 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 קניה דיגיטלית, בין היתר, על ידי יצירת "באזז"

⁶ Lauger and Kalmanowicz, לעיל ה"ש 4.

⁷ Stemler, לעיל ה"ש 5, בעמ' 37.

⁸ Inara Scott & Elizabeth Brown, *Redefining and Regulating the New Sharing Economy*, 19 U. PA. J. BUS. L. 553, 560 (2017).

⁹ ראו למשל Benjamin G. Edelman and Damien Geradin, *Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies Like Airbnb and Uber*, 19 STAN. TECH. L. REV. 293 (2016).

¹⁰ Shelly Kreitzer-Levy, *Share, Own, Access*, YALE LAW AND POLICY REV. (forthcoming, 2017).

¹¹ Michael A. Cusumano, *How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy*, 58(1) COMMUNICATIONS OF THE ACM. 32, 32 (2015).

¹² Kreitzer-Levy, לעיל ה"ש 10.

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

סביב אירועי קניות דוגמת ה"סייבר מנדיי" (יום מיוחד, לקראת חג המולד, בו הרכישות באתרים רבים ברשת מוזלות באופן משמעותי).

ב. השפעות הכלכלה המשתפת על ההמון: יתרונות¹³

ההשפעות הכלכליות החיוביות של הכלכלה המשתפת על ההמון נוגעות למחיר, למגוון, ולאיכות. כאמור, פלטפורמות הכלכלה המשתפת מגדילות את ההיקף של שלושה גורמים: המוצרים והשירותים המוצעים; אלו המציעים אותם; ואלו המבקשים לרכושם. עלייה זו משפיעה באופן משמעותי על התחרות בין ספקים, ועשויה להוביל לירידת מחירים.¹⁴ המחירים עשויים לרדת גם בשל עלויות עסקה נמוכות מבעבר. המגוון גדל כתוצאה מהתווספות מוצרים או שירותים חדשים עקב הורדת עלויות הכניסה והיציאה מהשוק.

פלטפורמות כלכלה משתפת יכולות לשפר גם את איכות השירותים או המוצרים המסופקים, תוך הגדלת הסיכוי לכך שההצעות חדשות יתאימו בצורה טובה יותר לצרכים ולהעדפות של הצרכנים (למשל, לינה ברומא במיקום ממנו ניתן לראות את הקולוסיאום). הפלטפורמה יכולה לתרום להתאמה כאמור גם בדרך של מתן אינדיקציה טובה יותר לטיב השירות (למשל, באמצעות מערכות דירוג היוצרות 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 בשוקים.

הכלכלה המשתפת מאפשרת גם פיזור של עושר, הן מבחינה גיאוגרפית והן מבחינה דמוגרפית: אנשים רבים יותר שבעלותם 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. בנוסף, 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".¹⁵

לבסוף, פלטפורמות הכלכלה המשתפת יוצרות יתרונות חברתיים ופסיכולוגיים. כפי שטוענת החוקרת שלי קרייצר-לוי, "גישה ושיתוף תורמים להגשמת החירות, האישיות והאינדבידואליות ... 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

¹³ 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.")

¹⁴ Laughter & Kalmanowicz, לעיל ה"ש 4.

¹⁵ RACHEL BOTSMAN AND ROO ROGERS, WHAT'S MINE IS YOURS: THE RISE OF COLLABORATIVE CONSUMPTION (2010) (תרגום חופשי לאנגלית).

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.¹⁶

ג. השפעות הכלכלה המשתפת על ההמון: חסרונות

הכלכלה המשתפת יוצרת 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.

עלות הנובעות מהגברת התחרות

מספר חוקרים עמדו על עלויות הנובעות מכניסתן של פלטפורמות הכלכלה המשתפת לשוק, תוך הגדלת מספר הספקים הפועלים בו. יש המצביעים על הסיכון הכרוך בהורדת סטנדרטים שנועדו להבטיח שהצרכנים לא יסבלו מהשפעות שליליות.¹⁷ 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 חווייתיהם 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 AirBnB ו-Uber, כוללת מערכת דירוג המבוססת על משובים אותם מספקים הצרכנים בנוגע לעסקה אותה ערכו, אשר משתמשים פוטנציאליים אחרים יכולים להסתמך עליה.¹⁸ יתר על כן, ניתן ליצור תמריצים לעמידה בסטנדרטים שנקבעו על ידי הפלטפורמה או הוכתבו על ידי רגולטור חיצוני על ידי הטלת סנקציות משמעותיות 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 השחקנים 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, על ההנחה שהם יתחרו בעיקר עם בעלי בתי מלון אחרים באזור;¹⁹ 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 העיקריות לכך שאנו מסתמכים על תחרות ככלי רגולציה 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).²⁰ גם אם נניח שחלק מן ההשקעות של החברות המסורתיות התקבלו על בסיס פעולות הממשלה והמצגים שהציגה, וכי עליה ליטול אחריות למצגים אלו, אין בכך כדי להוביל למסקנה שתנאי השוק הקיימים צריכים להיות מוגנים לנצח.

¹⁶ Kreitzer-Levy, לעיל ה"ש 10.

¹⁷ Sofia Ranchordas, *Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy*, 16(1) MINN. J.L. SCI. & TECH 421 (2015).

¹⁸ FTC REPORT, לעיל ה"ש 3.

¹⁹ 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).

²⁰ Jeremy K. West, *Disruptive Innovation* (2015) Available at: <https://ssrn.com/abstract=2625531>

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

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 כלכלה משתפת. כתוצאה מכך קטנו באופן משמעותי ההכנסות של נהגי המוניות המסורתיות, המציעים את שירותיהם במשך כל השנה. בעקבות זאת התעורר החשש שלנהגי המוניות המסורתיות לא ישתלם להציע את שירותיהם, והן ייצאו מהשוק. עם זאת, ייתכן שיש דרכים אחרות עדיפות על פני הגבלת פלטפורמות הכלכלה המשתפת על מנת 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 הכלכלה המשתפת. 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. עבורם הזמינות הפוחתת של שירותים מסורתיים מובילה לעלות גבוהה. פתרון (חלקי) כולל חינוך וסיוע טכנולוגי לצרכנים אלה.

ד. עלות הנובעת 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.²¹ חסמי כניסה טבעיים עשויים להיות מבוססים על יתרונות של פלטפורמה מסוימת יחסית למתחריה, דוגמת משק 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.²² אפקט הרשת הוא גם דו צדי: ככל שיותר ספקים משתמשים בפלטפורמה, כך עולה ערך השימוש בפלטפורמה עבור הצרכנים, ולהיפך.²³ הסיבה לכך היא שככל שיש יותר ספקים, כך הצרכנים 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 צדי השוק שלה, עשויה ליהנות מיתרון משמעותי בהשוואה למתחרה חדש. בהתאם לכך, כפי שציין קינג, כוח השוק ודומיננטיות עשויים לאפיין פלטפורמות גדולות ומבוססות.²⁴

יתרונותיה היחסיים של פלטפורמה עשויים לנבוע גם מגישה לכמויות גדולות של מידע.²⁵ גישה לנתונים עשירים, עדכניים, מגוונים ומקיפים על כל צרכן, כמו גם נתונים על צרכנים אחרים, עשויה להיות חיונית להצלחתה של פלטפורמה כגורם מתווך.²⁶ ככל שהנתונים על העדפותיהם של המשתמשים בפלטפורמה ייחודיים יותר, וככל שהם חיוניים יותר להתאמה אופטימלית בין ספקים

²¹ Lina M. Khan, *Amazon's Antitrust Paradox*, 129 YALE L. J. 710 (2016) (discussing Amazon) שם.²²

²³ Evans, David & 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 AND POLICY 667 (2008); DAVID S. EVANS & RICHARD SCHMALENSSEE, MATCHMAKERS – THE NEW ECONOMICS OF MULTISIDED PLATFORMS (2016); OECD, MULTI-SIDED MARKETS: RETHINKING THE USE OF TRADITIONAL ANTITRUST ENFORCEMENT TOOLS (2017).

²⁴ Stephen P. King, *Sharing Economy: What Challenges for Competition Law?*, 6 JOURNAL OF EUROPEAN COMPETITION LAW & PRACTICE 731 (2015); Brhmi Balaram, *Fair Share: Reclaiming power in the sharing economy*, RSA ACTION AND RESEARCH CENTRE (2016).

²⁵ MAURICE STUCKE & ALAN P. GRUNES, BIG DATA AND COMPETITION POLICY (2016)

²⁶ Daniel L. Rubinfeld & Michal S. Gal, *Access Barriers to Big Data*, 59 ARIZ. L. REV. 342 (2017) (חסמי כניסה לשוקי מידע).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

לצרכנים, כך מתחזק כוח השוק של הפלטפורמה אשר לה יש גישה לנתונים אלו. ודוק: גם אם כל המשתמשים יחליטו לעבור בו 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 הכלכלה המשתפת 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 בה ישתמש, משפיעים גם הם על כוח השוק של הפלטפורמה.²⁷

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

התנהגות מדירה: החשש מהתנהגות מדירה מתמקד בהתנהגות של פלטפורמת הכלכלה המשתפת שעניינה יצירה או חיזוק של חסמי כניסה מלאכותיים לשוק, על מנת להגביל את התחרות בשוק.²⁸ 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 כיון שהפחתה של כמות הספקים החיצוניים שעשויים לפעול דרכה, עלולה לפגוע בעוצמת אפקט הרשת והיתרונות לגודל מהם היא נהנית.

פלטפורמות הכלכלה המשתפת עלולות ליצור גם חששות הנוגעים לאפליה.²⁹ כך, לדוגמה, נמצא שנהגי Uber מדרגים אנשים עם 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 המסורתיים.

חשש נוסף נוגע לתנאי ההעסקה. 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 ההעסקה המוצעים על ידה בכל עת. הטיעון הנגדי קורא תיגר על אמת המידה אליה 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 בה הרווחה היא מרבית, יש לאזן בין הנרטיבים המתחרים הללו.

²⁷ Michal S. Gal and Niiva Elkin-Koren, *Algorithmic Consumers*, vol. 30 HARVARD J. OF L. AND TECH (2017) 328.

²⁸ ראו, למשל, מיכל גל והילה נבו "השפעת תורת ההחלטות על עיצוב כללים משפטיים: ניצול לרעה של כוח מונופוליסטי" **משפטים** מה(2) (תשע"ה).

²⁹ Erez Aloni, *Pluralizing the Sharing Economy*, 91 WASH. L. REV. 1417 (2016)

לסיכום, פלטפורמות הכלכלה המשתפת עשויות להשפיע באופן משמעותי 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 יותר, למגוון הצעות גדול יותר, ולמוצרים ושירותים איכותיים יותר. עם זאת, השאלה האם ההטבות הללו יתממשו תלויה, בין היתר, בגובה חסמי הכניסה לשווקים בהן פועלות פלטפורמות הכלכלה המשתפת, אשר בתורם משפיעים על עוצמת התחרות בין הפלטפורמות, ובין לבין השחקנים המסורתיים בשוק.

ה. 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.³⁰ גודלה של כלכלה מושפע משלושה גורמים: גודל האוכלוסייה, פיזור גיאוגרפי של האוכלוסייה, ורמת הסחר שלה עם מדינת 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 באופן משמעותי את עלויות ההובלה. שילובם של גורמים אלו יוצר חסמי כניסה גבוהים בשווקים רבים בישראל, דבר הגורם באופן טבעי למבנים ריכוזיים בשווקים רבים,³¹ כמו גם לריכוזיות בבעלות של תעשיות מרכזיות.³²

בהינתן מאפיינים אלה, הכלכלה המשתפת עשויה לשחק 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 כיון שפלטפורמות הכלכלה המשתפת 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, בה 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 הכלכלה המשתפת. 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 הכלכלה המשתפת 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 על מנת להיות רווחיות. דינמיקה זו עלולה לא 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 לקבלת

³⁰ MICHAL S. GAL, COMPETITION POLICY FOR SMALL MARKET ECONOMIES (2003) שם.

³¹ שם.

³² Michal S. Gal and Thomas Cheng, *Aggregate Concentration Concerns: Competition Law Solutions?*, 4 JOURNAL OF ANTITRUST ENFORCEMENT 5 (2016).

החלטות רגולטוריות הנוגעות לפלטפורמות הכלכלה המשתפת, הופך להיות מורכב יותר ו חשוב 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.³³ 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 המון: השפעתו על היתרונות היחסיים של הפלטפורמה, הנובעים ישירות מבחירתו להשתמש בפלטפורמה; יכולתו לעצב את תנאי השוק החיצוניים בהם 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 באופן משמעותי על הדינמיקה בשוקי פלטפורמות הכלכלה המשתפת, בין במישורין ובין בעקיפין, באופן מכוון או עקיף. על כן הגיעה העת לחקור את השפעותיו. הניתוח בחלק זה מהווה בסיס לחלקו השלישי של המאמר, הבוחן האם יש צורך ברגולציה ביחס לתפקידים שההמון משחק בעיצוב הדינמיקה בשוקי הכלכלה המשתפת.

בכל שלושת המקרים הנבחרים, הכמות הגדולה של המשתמשים הפוטנציאליים בפלטפורמת הכלכלה המשתפת משפיעה באופן משמעותי 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.³⁴ 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.³⁵

יודגש שמאמר זה מתייחס לכוחו של ההמון, ולא לחוכמתו.³⁶ הסיבה לכך היא, שכפי שמפורט להלן, פעולות ההמון לא בהכרח מקדמות את רווחתו, ולכן חלק מן הפעולות בהן 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).³⁷

בעוד כוחו של ההמון המשתמש בפלטפורמות הכלכלה המשתפת 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) לא מועסקים אלא פועלים כספקי שירותים עצמאיים, מעצבת את האינטראקציה עם בעל הפלטפורמה. בנוסף, העובדה שהפלטפורמה עשויה לאפשר למשתמשים רבים לקיים אינטראקציה באמצעותה, משפיעה על כוחו המצטבר של ההמון.

³³ ראו, למשל, מאמרים המצוטטים לעיל העוסקים בכלכלה המשתפת.
³⁴ ELIAS CANETTI, CROWDS AND POWER (1960); ZEYNEP TUFEKCI, TWITTER AND TEAR GAS: THE POWER AND FRAGILITY OF NETWORKS (2017).
³⁵ CANETTI, שם.
³⁶ JAMES SUROWIECKI, THE WISDOM OF CROWDS (2004).
³⁷ CANETTI, לעיל ה"ש 34.

א. השפעת כוחו של ההמון על גודל הפלטפורמה

ההשפעה הישירה ביותר של המון המשתמשים של הפלטפורמה על תנאי השוק היא ביצירה ובחזוק (או, לעיתים, בהחלשת) היתרונות היחסיים של הפלטפורמה הנובעים מגודלה. מספר המשתמשים בפלטפורמה – משני צדי 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 בו היא פועלת. כדי להמחיש, כאשר עלויות המעבר בין פלטפורמה אחת לאחרת הן גבוהות והשוק מאופיין ביתרונות משמעותיים 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 משמעותית. עם זאת, כיון 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, כיון שהיא עוד לא נהנית מיתרונות יחסיים. עם זאת, ככל שמספר המשתמשים האחרים גדל, כך גם השפעות הרשת שהפלטפורמה מציעה למתחריה גדלות, וכן היא 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 – לא יכולים להתגבר על חסם המעבר הנובע מיתרונות לגודל, למגוון, או לאפקט הרשת.³⁸

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".³⁹ 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.⁴⁰ מטרותיה של אגורה הן חברתיות: לסייע לבעלי בעיות כלכליות; להפחית את כמויות האשפה ואת בזבז 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

³⁸ Michal S. Gal and Niva Elkin-Koren, לעיל ה"ש 27.

³⁹ www.agora.co.il

⁴⁰ שם.

אישית של אלה המעניקים את חפציהם לזרים ללא תמורה.⁴¹ 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 המישה החברתית של האתר, התומכת בתרומה לקהילה, ולעזור לפתח אתר האינטרנט שלה.⁴² דוגמה זו ממחישה את כוחו של ההמון להגדיל את מספר המשתמשים בפלטפורמה, על ידי רתימת היכולות והרצון הטוב של ההמון לטובתה.⁴³

ב. כוחו של ההמון לשנות את תנאי השוק החיצוניים

דרך נוספת בה יכול ההמון להשפיע על שווקי כלכלה משתפת היא על ידי שינוי התנאים בשוק בו פועלת פלטפורמת הכלכלה המשתפת, 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 הכלכלה המשתפת, או ביצירת לחץ פוליטי לשינוי רגולטורי. כוח זה יכול לסייע לפלטפורמות הכלכלה המשתפת 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 תיזדרש לחייב את ספקיה לעמוד בדרישות בטיחות מסוימות).

מספר המשתמשים הנוקטים בפעולה שנועדה לשנות את תנאי השוק בדרכים המפורטות לעיל, כמו גם מעמדם 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 משמעותי הרבה יותר מחלקו כצרכנים או כספקים בשווקים הרלוונטיים.⁴⁴ זאת כיון שכוח זה עשוי לנבוע, בין היתר, מהתגבשות ההמון סביב מטרה משותפת, אשר יוצרת קבוצת אינטרסים עם כיוון מוגדר. קבוצת אינטרסים זו עשויה, בשל לכידותה, להשפיע על קבלת ההחלטות מעבר לכוחה היחסי.

פעולותיו של ההמון עשויות לנבוע מתמריצים פנימיים בלבד. כך, למשל, ייתכן שמשתמשים רבים יחליטו באופן פרטני לפעול באופן מסוים על מנת 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 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.⁴⁵

לעתים 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,

⁴¹ שם.

⁴² שם.

⁴³ DAREN C. BRABHAM, CROWDSOURCING (2013).

⁴⁴ 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 (1951, 2nd ed., 1963); JAMES M. BUCHANAN AND GORDON TULLOCK, THE CALCULUS OF CONSENT (1962).

⁴⁵ ראו, למשל TUFEKCI, לעיל ה"ש 34.

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".⁴⁶ מאז, Airbnb גייסה משתמשים במקומות נוספים בעולם כדי להשפיע על החלטות רגולטוריות הנוגעות לפעילותה.⁴⁷ החברה ארגנה קבוצות הצבעה בערים אחרות בהן היא פועלת, ויצרה "מועדונים" המורכבים מהמשתמשים בפלטפורמה, שמטרתם לוודא שלא מתקבלות החלטות רגולטוריות שעלולות לפגוע בפעילותה.⁴⁸ Uber ניסתה לפעול בדרך דומה במקומות בהם 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 ו/או מבחינה חברתית. בהקשר זה מעניין לציין שהן AirBnB והן Uber ניסו ליצור תדמית לפיה הפלטפורמות שלהן מושיעות את מעמד הביניים בתקופה של חרדה כלכלית ופערי הכנסות. ככל שההמון רואה עצמו כבעל עניין (stakeholder) בשוק בו 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 הכלכלה המשתפת 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.⁴⁹ כך, למשל, המשתמש עשוי לקבל "קרדיט חברתי" כאשר הוא נוקט

Davey Alba, *After Victory, Airbnb Compares Its Influence to the NRA's*, WIRED, November 4, 2015, ⁴⁶ www.wired.com/2015/11/after-victory-airbnb-compares-its-influence-to-the-nras/

Henry Goldman, *Airbnb Mobilizes Users to Help Fight Its Battles in New York*, BLOOMBERG, ⁴⁷ 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 Isaacnov, *Airbnb and Uber Mobilize Vast User Base to Sway Policy*, NEW ⁴⁸ YORK TIMES, Nov. 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* ⁴⁹ GROUPS (1965).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: [/https://www.facebook.com/hethcenter](https://www.facebook.com/hethcenter)

בפעולה התואמת את עמדת חבריו (או 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 ממנו הוא מורכב, ולאפשר ליחידיו להרגיש שווים וחופשיים מהיררכיות (למשל, ה"לייק" שלי שווה ל"לייק" שלך) ואף לאפשר להם להרגיש חלק ממשוה גדול מהם.⁵⁰ 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 הכלכלה המשתפת משתמשים אינם מפתחים תחושה חזקה של קהילה, אשר הייתה יכולה לסייע להם לעבוד בשיתוף פעולה צמוד יותר.⁵¹ כמובן שפיתוח תחושה כאמור תלוי בסוג הפלטפורמה ובתנאיה.⁵²

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.⁵³ עוצמתו של כוח זה מושפעת מגובה עלויות אי השימוש בפלטפורמה הספציפית, יחסית לתועלת מהשימוש בה. איזון זה עשוי להשתנות ממשתמש 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 הוא שעלויות המעבר הישירות והמיידיות לפלטפורמה אחרת עשויות להיות נמוכות יותר מאשר בשווקים המסורתיים, בעוד שהעלויות העקיפות עשויות להיות גבוהות יותר (למשל, אבדן 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: עסקינן באתר המוקדש לסיפורי זוועה של מארחי Airbnb, אשר בתיהם 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.⁵⁴ מופע זה של כוח ההמון יכול ליצור לחצים חיצוניים על הפלטפורמה לשנות את תנאי השימוש שלה,

⁵⁰ CANETTI, לעיל ה"ש 34, בעמ' 18, 21.

⁵¹ Bardhi Fleura & Giana M. Eckhardt, *Access Based Consumption: The Case of Car Sharing*, 39 J. OF CONSUMER RESEARCH 821(2012).

⁵² Daine Scaraboto, *Selling, Sharing and Everything in-between: The Hybrid Economics of Collaborative Networks*, 42(1) J. OF CONSUMER RESEARCH 152, 171–173 (2015).

⁵³ 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.")

⁵⁴ CANADIAN GOVERNMENT, BACK TO THE FUTURE: A REPORT FOR DEPUTY MINISTERS' COMMITTEE ON POLICY INNOVATION (2015), case studies www.canada.ca/en/innovation-hub/services/reports-resources/report-sharing-economy.html

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter/>

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 שנקבעו על ידי פלטפורמת הכלכלה המשתפת. 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 הפחתה של כ-30% מהתעריפים הקיימים – הוגשה על ידי Gett, פלטפורמת שיתוף מוניות דיגיטלית. אגודת נהגי המוניות הדריכה את חבריה, הפועלים באמצעות Gett, לא להסכים לפעול במחירים הנמוכים שהוצעו. מאחר של-Gett לא היו נהגים משלה, היא לא יכזה 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 ההגבלים העסקיים פתחה בחקירה אם פעולה זו של נהגי המוניות ואגודתם היא חוקית.⁵⁵

האפשרות האחרונה מתמקדת במקרים בהם 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 מתוזמרת מהאפליקציה, על מנת לצמצם באופן מלאכותי את היצע הנהגים, וכך להעלות את המחיר שהאלגוריתם מחשב עבור נסיעות באותה עת, תוך פגיעה בצרכנים וייתכן אף באינטרסים של Uber עצמה.⁵⁶

כמובן שההמון לא תמיד מצליח להשפיע על תנאי הפלטפורמה. לדוגמה, Couchsurfing היא פלטפורמת כלכלה משתפת 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 ריווחי, אשר מציע שירותי פרמיום בתשלום. המשתמשים מחו, אולם לא הצליחו לשנות את ההחלטה.⁵⁷

מעניינת עוד יותר האפשרות שהתנהגות ההמון תוביל לתוצאות הפוכות מאלו אליהן התכוון. ניתן להדגים זאת על ידי המקרה הבא.⁵⁸ 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.

חלק שלישי: הסדרת כוחו של ההמון

לאחר שזיהינו שלוש תצורות של השפעת ההמון על הכלכלה המשתפת, עולה השאלה האם ובאילו תנאים כוחו של ההמון צריך להיות מוסדר על ידי המדינה, אם בכלל, ואם כן – באילו אמצעים.

⁵⁵ 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" (7.2.2017), <http://www.antitrust.gov.il/subject/228/item/34897.aspx>.

⁵⁶ שיהות של המחברת עם נהגי אובר ברחבי העולם. למיטב ידיעתי, טענה זו מעולם לא הוכחה.

⁵⁷ www.sfgate.com/business/article/A-rough-ride-to-profit-for-CouchSurfing-5920089.php

⁵⁸ 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.

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

שאלה מרכזית המשפיעה על ההצדקות להסדרה 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 בכלים הרגולטוריים האפשריים להתמודדות עם כל אחת משלושת התצורות של כוחו של ההמון. במקרים בהם כוח כזה פוגע ברווחה חברתית, ייתכן שתידרש הרגולציה 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 בהסדרה כאמור, שכן מטרתם העיקרית היא להבטיח שהשוקים 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.⁵⁹ עם זאת, כפי שמפורט להלן, כאשר השוק מאופיין בחסמי כניסה טבעיים גבוהים, חוקי התחרות מוגבלים מאוד בכלי האכיפה שבארגז הכלים שלהם.

א. כיצד משפיע כוח ההמון על הרווחה החברתית?

פעולות ההמון מהוות סוג של "הסדרה פרטית" (market ordering), כלומר הסדרה באמצעות כוחות השוק, להבדיל מהתערבות ממשלתית חיזונית בשוק. ככזו, יש לה כמה יתרונות מובנים. הסדרה פרטית יכולה להיות יעילה יותר מהסדרה ממשלתית כיון שאינה מחויבת להתחשב בשיקולים דוגמת לגיטימיות ההתערבות של המדינה או באינטרסים של פוליטיקאים, מחוקקים וקבוצות אינטרסים.⁶⁰ בנוסף, 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 בהכרח מגדיל את הרווחה החברתית. נדון תחילה בתצורה הראשונה של כוח ההמון, בה 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, בהכרח תגדיל את הרווחה החברתית? התשובה היא בשלילה. 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 משמעותי לפלטפורמה, והיא מנצלת כוח זה על מנת להקטין את ההטבות למשתמשיה בהשוואה למצב בו הייתה פועלת בשוק יותר מפלטפורמה אחת. הפגיעה ברווחת ההמון יכולה לבוא לידי ביטוי במחיר, במגוון או בחדשנות. יתר על כן, העובדה שהמון המשתמשים לא בהכרח מייצג את כל גוויי החברה (במובן society), עלולה להוביל למצב שבו החלטות ההמון לא נותנות ביטוי לכל מגוון האינטרסים הרלוונטיים לרווחה החברתית. תוצאה זו יכולה לנבוע ממגבלות מידע, מאדישות רציונלית, או מהעובדה שמי שבוחר להשתמש בפלטפורמה לא משקף בהכרח את ערכי החברה כולה, כגון זכויות עובדים ושיקולים סביבתיים. לכן, החלטותיו של ההמון להשתמש בפלטפורמה מסוימת לא בהכרח יובילו 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, אזי סביר להניח שהרווחה החברתית תושפע מכך באופן חיובי. כך, למשל, יש הטוענים שתעשיית המלונאות, או חברות

⁵⁹ ראו, למשל, ברק אורבך "מטרות דיני ההגבלים העסקיים" ניתוח משפטי וכלכלי של דיני ההגבלים העסקיים (מיכל שיצר גל ומנחם פרלמן עורכים, נבו, 2009).

⁶⁰ ראו, על דרך האנלוגיה, Steven L. Schwarcz, *Private Ordering of Public Markets: The Rating Agency Paradox*, 2002 U. ILL. L. REV. 1 (2002).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

המוניות המסורתיות, מהוות קבוצות לחץ המנצלות את כוחן הקיים על מנת להשפיע על מקבלי ההחלטות 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, לעומת זאת, כוחו של ההמון משמש כדי להקים מחסומים מלאכותיים אחרים, אזי הרווחה החברתית עשויה להיות מושפעת לרעה.

הניתוח לעיל מעלה את השאלה הבאה: מדוע שההמון יסכים לקחת חלק בפעולות שאינן מגדילות את רווחתו? מתי ההמון הופך להמון וירטואלי, במונח השלילי (mob)? 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. לחילופין, ייתכן שיחידה ההמון לא יודעים כיצד לאזן בין השפעות לטווח ארוך והשפעות לטווח הקצר. כך, למשל, שוכרים 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 בהכרח מייצג את כל אלה שנפגעים או מרוויחים מתנאי שוק מסוימים.⁶¹ 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 יעלו 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 חברתי. התנגדות חזקה למעבר תנועה בשכונות מסוימות יכולה להשפיע על דפוסי התנועה, גם אם התוצאה אינה אופטימלית מבחינת הרווחה החברתית הכוללת. יתירה מכך: ייתכן שהמשתמש השולי אך הקולני ביותר הוא זה שיקבע את התוצאה.

מגבלות אלה חושפות את חולשות ההסתמכות על הסדרת השוק באמצעות כוחו של ההמון ומעלות את הצורך לבחון התערבות חיצונית בשוק. לאור מסקנתנו זאת, נפנה כעת לשאלה האם וכיצד יש להסדיר את התנהלותו של המון בכל אחד משלושת התצורות שזוהו לעיל.

ב. הסדרת כוחו של ההמון הנובע משימוש בפלטפורמה על מנת 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

⁶¹ Niva Elkin-Koren, *What Contracts Can't Do: The Limits of Private Ordering in Facilitating a Creative Commons*, 74 *FORDHAM L. REV.* 2 (2005).

משמעותיים. בהתאם לכך, הבחירה החופשית של המשתמשים אם להשתמש בפלטפורמה מסוימת לרוב אינה מוגבלת על ידי הסדרה ממשלתית.

מקום בו 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. בנוסף, דיני התחרות (הידועים גם בשם דיני ההגבלים העסקיים) עשויים לחול מקום בו הפלטפורמה מקימה מחסומים מלאכותיים לתחרות, בין ישירים (למשל, הגבלת יכולתם של מתחרים קטנים להיכנס לשוק על ידי דרישת בלעדיות ממשמשי האתר) ובין עקיפים.⁶² דרישת בלעדיות מספקים והגבלת יכולתו של ספק להציע את שירותיו באמצעות מספר פלטפורמות מובאות פעמים רבות כדוגמאות להתנהגות היוצרת חסמי כניסה מלאכותיים, כיון שהיא מונעת מספקים לעבור או לפעול גם בפלטפורמה מתחרה, ובכך עלולה להגביל את צמיחתה.⁶³ גם דרישות של פלטפורמות כלכלה שיתופית לכך שספק יעניק להן את התנאים הטובים ביותר (תנאים הידועים בעגה המקצועית כ-MFN CLAUSES) עלולות לעלות כדי עבירה הגבלית. באנגלוגיה, בשנת 2017 השית בית משפט צרפתי על חברת EXPEDIA – פלטפורמה דיגיטלית (לא שיתופית) להזמנת חדרי מלון – קנס של מיליון יורו על כך שכללה בחלק מחוזיה דרישות מבתי המלון, שאת חדריהם היא מפרסמת, שלא יעניקו תנאים טובים יותר לשהיה במלונותיהם לשום אתר אחר.⁶⁴

מעניין לציין, שחלק מהמידע המניע את שווקי הפלטפורמות השיתופיות, ומקל על 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 מנגנון משו 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 הייתה עוזרת לצרכן בבחירותיו. כמובן, שמנגנוני השוואה כאלו קיימים לעתים ברשת, דרך בלוגים, רשתות חברתיות, או אתרים המתמחים בהשוואות של הצעות שונות. יעילותם בהעברת המסר לצרכנים הפוטנציאליים – כמו גם בלחץ שהם יוצרים על פלטפורמות הכלכלה השיתופית לשפר את הצעותיהן – היא תלויה-עובדות ומשתנה ממקרה למקרה.

בנוסף, לעיתים מטרתה של ההסדרה הממשלתית היא להגביר את התחרות בשוק באופן עקיף, על ידי אספקת מידע על אופציות מתחרות או על ידי הגדלת הגישה של מתחרים לאותם משאבים שמחסורם עלול לפגוע בתחרות. בהקשר של פלטפורמות, עולה הדוגמה הבאה: הסדרה רגולטורית עשויה להעניק למתחרים חדשים או חלשים גישה לנתונים שעשויים להיות נחוצים כדי ליצור יכולות התאמה טובות יותר בין ספקים לצרכנים. זאת, כיון שגישה בלעדית לנתונים אלו עשויה ליצור, לתחזק או לחזק את היתרון היחסי של פלטפורמה קיימת וליצור חסמי כניסה טבעיים

A. Diker Vanberg, *From Archie to Google – Search Engine Providers and Emergent Challenges in Relation to EU Competition Law*, 3(1) EUR. J. FOR LAW AND TECHNOLOGY 9 (2012)

⁶³ ראו, למשל Kenneth A. Bamberger and Orly Lobel, *Platform Market Power*, 32(3) 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 and John Infranca eds. 2018); Pinar Akman, *A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured-Customer Clauses*, 12 J. OF COMPETITION LAW & ECONOMICS 781 (2016)

⁶⁴ <https://en.kromannreumert.com/News/2017/06/Expedia-fined-EUR-1-million-for-using-MFN-clauses>

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה לחינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

גבוהים למתחרים פוטנציאליים.⁶⁵ 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.⁶⁶ כמובן, רגולציה כזו אינה חפה מבעיות. זאת כיון שהסדרה מעין זו עלולה להגביל את התמריצים של הפלטפורמות הקיימות לאסוף נתונים מלכתחילה, נתונים המאפשרים להן לייעל את שירותיהן. הסדרה 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).

כלי הסדרתי נוסף, אשר עשוי להיות רלוונטי לסוגיית העברת נתונים למתחרים על מנת שיוכלו להתחרות ביעילות בשוק, הוא דוקטרינת המשאב החיוני. בהתאם לדוקטרינה זו, המהווה חלק מדיני התחרות, בעל מונופולין נדרש להעניק גישה בתנאים הוגנים ולא מפלים למשאב בו הוא שולט, כל עוד (א) הגישה למשאב זה חיונית לחברות אחרות, יעילות באופן דומה, על מנת להתחרות בשוק; (ב) הענקת הגישה אפשרית מבחינה מעשית ואינה בלתי סבירה באופן אובייקטיבי.⁶⁷ אמנם התעוררה מחלוקת ביחס להיקפה של דוקטרינה זו, אך היא עדיין רלוונטית במקרים מסוימים.⁶⁸ 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 לא מתמודדים בצורה יעילה עם מצבים בהם מקורו של כוח השוק הוא התאמה אוליגופוליסטית – כלומר, התנהגות מקבילה של מספר מתחרים גדולים שאינה מבוססת על הסכם ביניהם.⁶⁹ 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.⁷⁰

בהתחשב בכך שהתערבות ישירה ועקיפה בבחירתם של הצרכנים אם להשתמש בפלטפורמה היא מוגבלת, מספר מדינות החלו להתמקד בהסדרה של התנאים בהם מתנה בעל הפלטפורמה את השימוש בפלטפורמה ואת הרכישות שנעשו דרכה, תוך התמקדות בשימוש בלתי הוגן של כוח השוק של הפלטפורמה. מעניין לציין, שהיקף ההתנהגות בו מתמקדת ההסדרה כיום רחב מבעבר. באופן מסורתי, התמקדה האכיפה בהתנהלות מדירה של חברות דומיננטיות, כלומר התנהגות שמקימה חסמי כניסה מלאכותיים לתחרות, דוגמת הסדרי בלעדיות וקשירת מוצרים.⁷¹ עם זאת, הסדרה זו לא עוסקת בניצול גרידא של כוח השוק שנוצר או משתמר על ידי נסיבות טבעיות, כולל יתרונות לגודל ולמגוון והשפעות 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.⁷² חוקי התחרות של מדינות רבות מאפשרים הסדרה של מחירים גבוהים. עם זאת, הסדרה של מחיר היא כלי מאוד קשה ליישום.⁷³ כתוצאה מכך, מרבית רשויות התחרות מגבילות את השימוש בכלי זה. על כן, כמה מרשויות התחרות בוחנות דרכים להתמקד בתנאי סחר בלתי הוגנים אחרים. למרות שהחקירות המתנהלות עתה אלו אינן מתמקדות בפלטפורמות הכלכלה המשתפת, הן יכולות להיות רלוונטיות גם להן. בהקשר זה ראוי לציין את החקירה

⁶⁵ STUCKE AND GRUNES, לעיל ה"ש 25.

⁶⁶ European Union, Regulation (EU) 2016/67, General Data Protection Regulation (2016)

⁶⁷ ראו, למשל, OECD, ESSENTIAL FACILITIES CONCEPT (1996); Spencer Weber Waller & Brett

⁶⁸ Frischmann, *Revitalizing Essential Facilities*, 74 ANTITRUST L.J. 1 (2008)

שם.

⁶⁹ Scott C. Hemphill and Tim Wu, *Parallel Exclusion*, 122(5) YALE L. REV. 1104 (2013)

שם.

⁷¹ HANDBOOK ON EUROPEAN COMPETITION LAW (Ioannis Lianos & Damian Geradin eds., 2013)

⁷² ראו למשל, גל ונבו, לעיל ה"ש 28.

שם.

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

שנפתחה לאחרונה על ידי רשות התחרות הגרמנית נגד פייסבוק, שם נבדק האם פייסבוק כפתה על משתמשיה תנאים לא הוגנים באשר לשימוש בנתונים שהיא אוספת עליהם.⁷⁴

בנוסף, תחומים משפטיים אחרים עשויים להשפיע על תנאי הסחר של פלטפורמת הכלכלה המשתפת. כדי להמחיש, Uber הוכרה לאחרונה על ידי בית המשפט האירופי לצדק כספק שירותי תחבורה, ולא רק כספקית שירותי מידע.⁷⁵ 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 אזרחיהם.⁷⁶

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

כפי שמפורט לעיל, ההמון יכול לעיתים להשתמש בכוחו על מנת לשנות את תנאי השוק החיצוניים לפלטפורמה (דוגמת רגולציה 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 בו פועלת פלטפורמת הכלכלה המשתפת (במקרה השני), ובין באופן שנועד להשפיע על התנאים הפנימיים של פלטפורמת הכלכלה המשתפת עצמה (במקרה השלישי). התנהגות מקבילה של ההמון עשויה להיות מכוונת ומתואמת, או תוצאה של החלטות חד צדדיות רבות, מקבילות.

ההסדרה של התנהגות זו תלויה בתוצאה, כמו גם באמצעים בעזרתם נוצרת ההתנהגות המקבילה. כדי להדגים זאת, נניח שספקים מתחרים חוברים יחדיו כדי למנוע מהשחקן המסורתי בשוק ליצור חסמי כניסה מלאכותיים להתרחבות פלטפורמת הכלכלה המשתפת. נניח, למשל, שהשחקן המסורתי ינסה להשפיע על הרגולטור כך שהוא יתקין תקנות אשר יקשו מאד על פעולתה של פלטפורמת הכלכלה המשתפת. אם לשחקן המסורתי כוח כלכלי שיכול להתרגם לכוח פוליטי, לרגולטור עשי להיות אינטרס אישי בהתקנת תקנות כאמור, גם אם תקנות אלו אינן משרתות את טובת הציבור ומטרותן היא להקשות על כניסה של הפלטפורמה. ספקי הפלטפורמה או צרכניה עשויים לבקש לפעול יחד על מנת ליצור כוח-נגד, אשר ישנה את תמריציו של הרגולטור להתקין את התקנות. הם יכולים לעשות זאת בדרכים שונות, לרבות פניה משותפת לרגולטור אשר תיצור קבוצת-אינטרסים נגדית, או על ידי יצירת מודעות ציבורית ולחץ ציבורי על הרגולטור שלא לנקוט בפעולה שפוגעת בטובת הציבור. נתייחס ראשית לתוצאה. צמצום חסמי הכניסה לרוב יגביר את הרווחה החברתית. גם אם כך הוא הדבר, עדיין נשאלת השאלה: האם כל פעולה של ההמון, שיש לה השפעה חיובית על הרווחה החברתית, תיחשב בהכרח כחוקית? התשובה היא בשלילה. דפוסים מסוימים של התנהגות הם אסורים, ללא תלות בתוצאותיהם.

כדי להראות זאת, נבחין בין מספר מקרים בהם נוצר כוחו של ההמון. ראשית נבחן מקרה בו מדובר בהחלטה לפעולה חד צדדית. התנהגות זו יכולה להיתפס על ידי דיני התחרות רק אם עסקינן במשתמש מונופוליסטי המנצל לרעה את כוחו. האיסור על ניצול כוח מונופוליסטי נועד לחול על התנהגות חד צדדית של שחקן בעל כוח שוק משמעותי, המשתמש בכוח זה כדי ליצור חסמי כניסה

⁷⁴ Bundeskartellamt, Background Information on the Facebook Proceeding (Dec. 19, 2017).
⁷⁵ Case C-434/15 Asociación Profesional Élite Taxi v Uber Systems Spain SL (European Court of Justice, 20 Dec. 2017).

⁷⁶ <http://english.sharehub.kr/>; Debbie Wosskow, *Unlocking the Sharing economy: An Independent Review* (2014).

collaborativeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/04/Wosskow-D.2014.Unlocking-the-UK-Sharing-Economy.pdf

מלאכותיים למתחריו.⁷⁷ 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 היוצרות חסמים לכניסה ולפעולה של פלטפורמות כלכלה משתפת בשוק שלו.⁷⁸

המקרה המעניין והרלוונטי יותר חל כאשר אין משתמש אחד בעל כוח שוק משמעותי, 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, לא להתקשר עמו עד שזה ישנה את דרכיו. כך, למשל, כמפורט לעיל, חלק ממשתמשיה של פייסבוק החליטו להתנתק ממנה לאור העובדות שנחשפו בפרשת קיימברידג' אנליטיקה.⁷⁹ 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 נתפסת תחת דיני התחרות.

ענה 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, לא נתפסת תחת דיני התחרות, ללא תלות בהשפעתה על הרווחה החברתית. מסקנה זו מדגימה את מגבלות דיני התחרות בהסדרת התנהגותו של ההמון, אשר עלולה להשפיע באופן משמעותי 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).⁸⁰ כמו במקרה הראשון, החוק יכול לסייע בהגבלת תוצאה זו בעקיפין, למשל, על ידי איסור על הפצה ביודעין של מידע מטעה 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. המקרה של Gett מדגים מצב זה: כל נהגי המוניות בארץ, הפועלים דרך פלטפורמת הכלכלה המשתפת Gett, הסכימו פה אחד, בסיוע ובהכוונת התאחדות נהגי המוניות, שלא לספק הסעות משדה התעופה בן-גוריון במחיר הנמוך שהוצע על ידי הפלטפורמה במרכז. רשות ההגבלים העסקיים הישראלית בוחנת כעת את חוקיות ההתנהגות האמורה. על פי חוק התחרות, הסכם בין מתחרים הנוגע למחירים או לסוגי השירותים הניתנים, אינו חוקי,⁸¹ אלא אם הצדדים ביקשו וקיבלו מראש פטור מהממונה על ההגבלים העסקיים, אשר יכול להינתן במקרים בהם הוכח שההסכם משפיע על התחרות באופן לא משמעותי,⁸² או אם קיבלו מראש את אישור בית הדין להגבלים עסקיים לכך שהגבלת התחרות נדרשת על מנת לקדם את טובת הציבור.⁸³ בנוסף, קובע החוק שקו פעולה המוצע על ידי איגוד לחבריו בנוגע להגבלת התחרות ייחשב כהסכם הכובל את

⁷⁷ ס' 29א לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988.

⁷⁸ ראו ס' 29 ו-29א(ב)(4) לחוק ההגבלים העסקיים. להדגמת האיסור על הסדרי בלעדיות ראו, למשל, ה"ע 2/96 הממונה על ההגבלים העסקיים נ' ידיעות אחרונות (1999, לא פורסם).

⁷⁹ ראו לעיל ה"ש 53.

⁸⁰ Hemphill and Wu, לעיל ה"ש 69.

⁸¹ ס' 2 ו-4 לחוק ההגבלים העסקיים.

⁸² ס' 14 ו-15 לחוק ההגבלים העסקיים.

⁸³ ס' 9 ו-10 לחוק ההגבלים העסקיים.

התחרות.⁸⁴ כיון שפטור או אישור כאמור לא התבקשו ולא התקבלו, ההסכם בין הנהגים ופעולתו של האיגוד הם לכאורה בלתי חוקיים. לא למותר לציין שתוצאה משפטית זו מאירה את מגבלותיו של ההסדר המשפטי הקיים: בשל אופיים של הליכים בירוקרטיים, 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 בהם פעולתה פוגעת ברווחה חברתית.

גם אם נשים בצד את הדרישה להרשאה מראש, 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?⁸⁵ מחד גיסא, ניתן לטעון שהמחיר שנקבע על ידי Gett לא לקח בחשבון את עלויות הפעלת תחנות מוניות. תחנות אלו, המנתבות את הנסיעות, מבטיחות שגם נסיעות פחות רווחית יסופקו, ומוודאות שהנהגים החברים בהן ימלאו אחר הוראות החוקים הרלוונטיים. Gett פטורה מלספק שירותים אלה, עובדה המאפשרת לה להציע מחירים נמוכים יותר. יתרה מזאת, כיון שחלק גדול מהספקים של Gett הם חברים בתחרות מונית, Gett נהנית מההחצנות החיוביות של חברות המונית, בלי לשלם עליהם. מאידך גיסא, יש מקום לבחון אם המודל המסורתי של תחנות מונית עדיין נחוץ. תקשורת מהירה וזולה ופלטפורמות המחברות בין משתמשים לספקים יוצרים הזדמנות להתאמה טובה יותר ויקרה פחות; הורדת 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 ההסדרה הממשלתית מעלה סוגיה מעניינת: האם יש לטפל בפעולות משותפות שמטרתן להשפיע על החלטות הסדרתיות 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. בנוסף, 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,⁸⁶ אלא אם הפעולה מהווה כיסוי לפעולה בלתי חוקית,⁸⁷ או אם הניסיון להשפיע על החלטות הממשלה, כשלעצמו, כרוך בהגבלת התחרות.⁸⁸ האיחוד האירופי אינו מחיל פטור דומה.⁸⁹

⁸⁴ ס' 5 לחוק ההגבלים העסקיים.

⁸⁵ רשות ההגבלים העסקיים, תחבורה משתפת (דצמבר 2017).

⁸⁶ FTC Staff Report, *Enforcement Perspectives on the Noerr-Pennington Doctrine* (2006) <http://www.ftc.gov/opa/2006/11/noerr.htm>

⁸⁷ *California Motor Transport Co. v. Trucking Unlimited* 404 U.S. 508, 511 (1972)

⁸⁸ *Federal Trade Commission V. Superior Court Trial Lawyers Association*, 493 US 411 (1990)

⁸⁹ OECD, POLICY ROUNDTABLES TRADE ASSOCIATIONS: POTENTIAL PRO-COMPETITIVE AND ANTI-COMPETITIVE ASPECTS OF TRADE, BUSINESS ASSOCIATIONS 27 (2007)

בישראל חל פטור מוגבל יותר.⁹⁰ שני גילויי דעת שפרסמה הרשות להגבלים עסקיים מכירים ביתרונות פעולה משותפת מול רשויות השלטון – עצם הפניה המשותפת אינה מהווה הפרת החוק, תוך הדגשת ההיבט הדמוקרטי שבפניה לרשויות השלטון. בה בעת, גילויי הדעת מדגישים את התוצאות האנטי-תחרויות האפשריות של פעולה כאמור. בעוד "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 ההגבלים העסקיים. העיקרון החשוב של מניעת פגיעה בתחרות, המבוטא בחוק ההגבלים העסקיים, 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".⁹¹ הקרבה והעניין המשותפים צפויים להביא, במתכוון או שלא במתכוון, ליצירת זיקה ולחילופי מידע המקימים חשש לפגיעה בתחרות בין הצדדים המתחרים, ובין מי מהם לבין צדדים שלישיים.⁹² בשל הפוטנציאל האנטי-תחרוטי הגלום בפעולה מעין זו, דורשים גילויי הדעת קיומם של תנאים מסוימים על מנת 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.⁹³ מעניין לציין שבשנת 2015 פרסמה הרשות טיוטת גילוי דעת המצמצם משמעותית את תחולת גילויי הדעת הקודמים.⁹⁴ 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".⁹⁵ טיוטה זו מעולם לא התגבשה לכדי גילוי דעת.

התצורה השלישית של כוחו של ההמון מעלה שאלות הנוגעות להגדלת כוחם של המשתמשים אל מול פלטפורמת הכלכלה המשתפת. כך, למשל, יש מקום לבחון כיצד הגברת כוח המיקוח של ההמון משפיע על הרווחה החברתית, ואם יש לטפל בכוח זה באופן שונה מהאופן בו מטופל כוחה של הפלטפורמה.⁹⁶ שאלות אלו אינן חדשות. הן התעוררו, בין היתר, במסגרת קבוצות רכישה.⁹⁷ בארצות הברית נקבע שקבוצות רכישה לא תהינה פטורות אוטומטית מתחולת החוק. בעוד שיש להניח שקבוצות רכישה קטנות (הרוכשות עד 35% מכלל הרכישות של המוצר הרלוונטי בשוק) לא פוגעות ברווחה החברתית, כאשר מדובר בקבוצות רכישה חזקות בודקים בתי המשפט האמריקניים את עוצמת כוחם ואם השימוש שהם עושים בו אכן מקדם את הרווחה.⁹⁸ לטעמנו, אין סיבה לפטור את ההמון המשתמשים בפלטפורמות הכלכלה השיתופית מבדיקה של השפעת כוחם המוגבר על הרווחה החברתית. בהקשר זה יש לבחון כיצד כוח הקניה 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 הקניה 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

⁹⁰ רשות ההגבלים העסקיים, גילוי דעת 1/00 שיתופי פעולה בין מתחרים בפעולה מול רשויות שלטון (2000); גילוי דעת איגודים עסקיים (2014).

⁹¹ גילוי דעת רשויות השלטון, שם.

⁹² שם.

⁹³ שם.

⁹⁴ עיון מחדש בגילוי דעת 1/00 שיתופי פעולה בין מתחרים בפעולה מול רשויות השלטון (2015).

⁹⁵ שם.

⁹⁶ Gal and Elkin-Koren, לעיל ה"ש 27.

⁹⁷ OECD, DAF/COMP/WD(2008)79, ROUNDTABLE ON MONOPSONY AND BUYER POWER: NOTE BY THE UNITED STATES 5 (Oct. 13, 2008).

⁹⁸ ראו, למשל, Peter C. Carstensen, *Buyer Cartels versus Buying Groups: Legal Distinctions, Competitive Realities, and Antitrust Policy*, 1 WM. & MARY BUS. L. REV. 1 (2010).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>

של דיני התחרות.⁹⁹ בה בעת, ההשפעות על רווחת הצרכן בטווח הארוך מורכבות יותר. כפי שטענו גל ואלקין-קורן,¹⁰⁰ קיים לפחות שוני מהותי אחד בין מצב בו העודף מהעסקה נותר בידי הצרכן לבין מצב בו העודף נותר בידי היצרן. במקרה השני יש אפשרות שהיצרן ישתמש לפחות בחלק מרווחיו על מנת להשקיע בשיפור עתידי של מוצריו או הליכי הייצור שלו, עובדה שעשויה להגדיל בטווח הארוך גם את רווחת הצרכן. לעומת זאת, עודף הצרכן כמעט תמיד לא משמש למטרות אלו. עם זאת, חשוב להדגיש שאף שיקול זה לא 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. כן ראוי לקחת בחשבון במסגרת הניתוח האמור לא רק את ההשפעות על הצרכנים הנהנים מכוח הקניה המוגבר, אלא גם אלו שלא נהנים ממנו, אם קיימת הבחנה כאמור.

סיכום

פלטפורמות הכלכלה המשתפת מהוות חלק בלתי נפרד מהשווקים הדיגיטליים שלנו. השפעתן על התחרות, מבנה השוק, והרווחה החברתית יכולה להיות משמעותית.¹⁰¹ לכן חשוב להבטיח שציבור המשתמשים ייהנה מיתרונותיהן, תוך הגבלת הנזק העלול להיגרם מחלק מפעולותיהן לרווחה החברתית.

מרבית המחקרים העוסקים בכלכלה המשתפת התמקדו בהתנהגותם של פלטפורמות הכלכלה המשתפת, 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 בהם הפלטפורמה פועלת, כמו גם על יתרונותיה היחסיים של הפלטפורמה ובתנאי השימוש בה. כפי שמחקר זה מראה, ההמון משחק תפקיד חשוב בדינמיקה המעצבת את השוק בו פועלות פלטפורמות הכלכלה המשתפת. במסגרת מחקר זה הוכרו ונותחו באופן שיטתי ההשפעות של התנהגות ההמון, כמו גם ההסדרה הקיימת של התנהגות זו. המחקר הדגיש את מגבלותיה של ההסדרה הנוכחית, מגבלות שעשויות לדרוש חשיבה מחודשת בנוגע לארגון הכלים ההסדרתיים הקיימים.

⁹⁹ בהקשר הישראלי ראו למשל, ברק אורבך מטרות דיני ההגבלים העסקיים, בניתוח משפטי וכלכלי של דיני ההגבלים העסקיים כרך א (מיכל גל ומנחם פרלמן עורכים, 2008).

¹⁰⁰ Gal and Elkin-Koren, לעיל ה"ש 27.

¹⁰¹ Sofia Ranchordas, *On Sharing and Quasi-Sharing: The Tension between Sharing-Economy Practices, Public Policy and Regulation*, in THE SHARING ECONOMY: POSSIBILITIES, CHALLENGES, AND THE WAY FORWARD (2017).

מרכז רנה ומאיר חת לחקר התחרות והרגולציה, המסלול האקדמי – המכללה למינהל

טלפון: 03-9634104 | דוא"ל המרכז: hethcenter@colman.ac.il

רח' אלי ויזל 2, ראשון לציון | בקרו אותנו באתר: www.colman.ac.il/heth_center

עמוד הפייסבוק: <https://www.facebook.com/hethcenter>