

# תיאור וניתוח רמת התחרותיות בשוק המזון ומוצרי צריכה מהירה - מעודכן

כתיבה: בת חן רוטנברג, כלכלנית | אישור: עמי צדיק, מנהל המחלקה לפיקוח תקציבי  
תאריך: י"א בכסלו תשפ"ב, 16 בנובמבר 2021

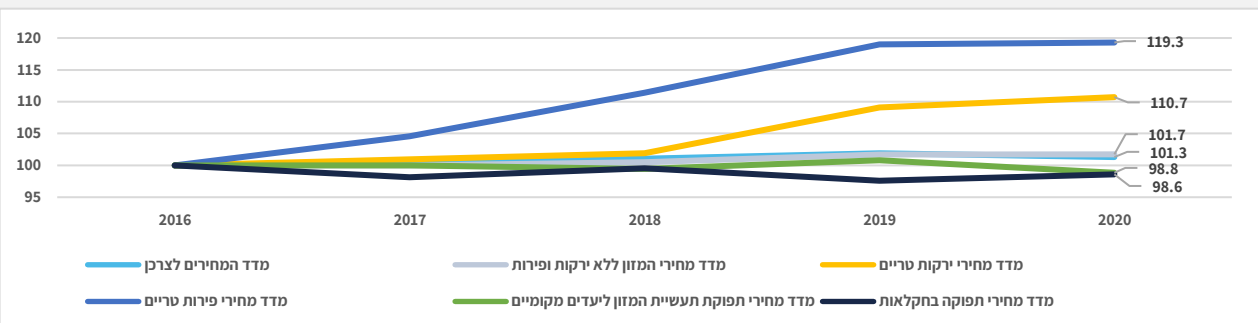
סקירה כלכלית

## תוכן עניינים

1.....	תמצית.....	1
2.....	1. חוק קידום התחרות בענף המזון ("חוק המזון")	.1
2.....	1.1 עיקרי החוק.....	1.1
3.....	1.2 המלצות ועדת קדמי שלא יושמו במסגרת החוק.....	1.2
4.....	2. סקירת השינויים בענף קמעונאות מזון לפי מדדי מחירים בשרשרת השיווק.....	.2
6.....	2.1 מדד מחירי תשומה בחקלאות.....	2.1
6.....	2.2 מדד מחירי תפוקה חקלאית.....	2.2
7.....	2.3 מדד מחירי תפוקות התעשייה לשוק המקומי.....	2.3
7.....	3. מדד המחירים לצרכן.....	.3
8.....	3.1 מדד מחירי הפירות והירקות.....	3.1
11.....	3.2 השוואת מחירי המזון, הפירות והירקות בישראל ובאירופה.....	3.2
13.....	4. יישום חוק המזון והתחרות בענף הקמעונאי.....	.4
18.....	4.1 ספקים וקמעונאים גדולים.....	4.1
21.....	4.2 פרסום אזורי ביקוש.....	4.2
22.....	5. סיכום.....	.5

## תמצית

מסמך זה נכתב לבקשת יו"ר ועדת הכלכלה, חה"כ מיכאל ביטון, ויו"ר ועדת הכספים, חה"כ אלכס קושניר, בנושא תיאור וניתוח התחרותיות בשוק המזון ומוצרי צריכה מהירה. המסמך כולל תיאור **חוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014**, סקירת השינוי במדדים מחירי תשומות ותפוקות בתת ענפים בשוק המזון, סקירת השינוי במדדי מחירים בתת ענפים בשוק המזון בישראל ובאירופה, ניתוח רווחיות רשתות המזון וניתוח התחרותיות בענף. ענף מוצרי המזון ומוצרי צריכה מהירה (Fast Moving Consumer Goods) מורכב משלושה שלבים עיקריים בשרשרת השיווק, חקלאות, תעשייה מקומית, יבוא וקמעונאות. בתרשים להלן השינוי במדד מחיר תפוקה חקלאית, מדד מחירי תפוקה של תעשיית המזון ליעדים מקומיים, מדד מחירי מזון, מדד מחירי ירקות טריים ומדד מחירי פירות טריים בשנים 2016 עד 2020.



אפשר לראות כי בשנים 2016 עד 2020 מדד מחיר תפוקה חקלאית ירד בכ-1.9%, מדד מחירי תפוקה של תעשיית המזון ליעדים מקומיים ירד בכ-1.2%, מדד מחירי מזון לצרכן עלה בכ-1.7%, מדד מחירי ירקות טריים עלה בכ-10.7%, ומדד מחירי פירות טריים עלה בכ-19.3%. כמו כן, מדד מחירי המזון בישראל עלה בשנים האחרונות בקצב מתון לעומת מדינות אירופה. לפי מחירי שווי כוח קנייה (PPP) של ה-OECD לשנת 2017, מדד מחירי המזון בישראל גבוה בהשוואה למדינות המפותחות. עם זאת, מדד זה מושפע משינויים בשערי החליפין והתחזקות השקל בשנים האחרונות מובילה לרמת מחירים גבוה יחסית בישראל לפי שיטה זו.

בחירת השינוי במדדי מחירים של מוצרים בודדים בתפוקת החקלאות, תפוקת התעשייה ומחירים לצרכן ניתן ללמוד באיזה מקטע חלה עליית מחירים. בדיקה של מרכז המחקר והמידע של הכנסת מעלה תמונה מורכבת, בה בחלק מהמוצרים העלייה גבוהה יותר במקטע החקלאות, ובחלק במקטע הקמעונאות.

בשנים האחרונות רמת הריכוזיות של ספקי המזון ומוצרי הצריכה המהירה (כולל יבואנים) ירדה באופן קל, עם זאת הריכוזיות עלתה בתעשיית המזון המקומית. בענף הקמעונאות הריכוזיות ירדה ונתח השוק של קמעונאים בינוניים עלה, אולם סגירת רשתות מזון עשויה להגדיל את הריכוזיות שוב, במידה והחנויות יימכרו לקמעונאיות הגדולות. הנתונים המוצגים במסמך מלמדים כי בשנים האחרונות מדד מחירי המזון עלה בקצב מתון יחסית בהשוואה לשנים קודמות ולשינוי במדינות אירופה, בגין שינויים בצד ההיצע (ירידה מתונה בריכוזיות, גידול מתון ביבוא של צריכת משקי הבית, ירידה בכמות חנויות שלהן מעל 30% באזור הגיאוגרפי) ובצד הביקוש (עלייה ברגישות הצרכנים למחיר שיוצרת גורם הרתעה מפני עליות מחירים חדות).

## 1. חוק קידום התחרות בענף המזון ("חוק המזון")

### 1.1 עיקרי החוק

באוקטובר 2012 החליטה הממשלה לאמץ את המלצות הצוות הבין-משרדי, לבחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה בראשות מנכ"ל משרד הכלכלה דאז, שרון קדמי, לרבות חקיקת "חוק המזון".

במחצית 2011 פרצה בישראל מחאה חברתית, בעיקר בנושא יוקר המחייה, במהלכה החליטה הממשלה על הקמת **הוועדה לשינוי כלכלי-חברתי** בראשות פרופ' עמנואל טרכטנברג. המלצות הוועדה נגעו במגוון רחב של נושאים, לרבות בנושא יוקר המחייה, והממשלה אימצה אותן באוקטובר 2011.<sup>1</sup> בעקבות כך, הוקם צוות בין-משרדי לבחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה בראשות מנכ"ל משרד הכלכלה דאז, שרון קדמי. באוקטובר 2012 החליטה הממשלה לאמץ את המלצות הצוות הבין-משרדי, לרבות חקיקת "חוק המזון".<sup>2</sup>

**חוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014** אושר בקריאה שלישית ב-19 במרס 2014, במטרה להגביר את התחרותיות בענף המזון ומוצרי הצריכה ולהפחית מחירים, על-ידי שלושה כלים: הסדרת הפעילות בין **ספקים לקמעונאים**, הגברת התחרות **באזורים גאוגרפיים** והגברת **שקיפות המחירים**. להלן הכלים העיקריים בחוק:

עיקרי הסדרת הפעילות בין ספקים לקמעונאים:

- איסור התערבות של ספק במחירים או בתנאים בהם קמעונאי מוכר מוצרים של ספק אחר, ואיסור התערבות של קמעונאי אצל ספק במחירים או בתנאים בהם קמעונאי אחר מוכר מוצרים.
- **ספק גדול**<sup>3</sup> לא יעסוק בסידור מוצרים בחנות של **קמעונאי גדול**<sup>4</sup>; קמעונאי גדול לא יהיה צד להסדר עם ספק גדול בנוגע לסידור מוצרים בחנות.
- ספק גדול לא יכתוב, ימליץ או יתערב במחיר לצרכן שגובה קמעונאי; בהקצאת שטח מכירה; שיעור הרכישה של מוצר מסך הרכישות בקטגוריה; ברכישת מוצר שספק אחר מספק לקמעונאי, לרבות כמויות, יעדי רכישה ושטח מכירה. תנאים אלו אינם תקפים למוצרים חדשים בשוק.
- איסור על קמעונאי גדול וספק גדול להתקשר בהסדר למכירת מוצרים שתוצאתם תמחור אסור, כמו מכירת סל מוצרים בו חלק מהמוצרים נמכר במחיר נמוך מעלותם השולית.
- חל איסור על ספק גדול להתנות רכישת מוצר אחד ברכישתו של מוצר אחר וחל איסור על ספק להעביר לקמעונאי גדול תשלומים, בכפוף לחריגים הקבועים בחוק.

<sup>1</sup> החלטה 3756 של הממשלה ה-32, [אימוץ המלצות דו"ח הוועדה לשינוי כלכלי-חברתי \(דו"ח "ועדת טרכטנברג"\)](#), 9 באוקטובר 2011.

<sup>2</sup> החלטה 5167 של הממשלה ה-32, [ישום המלצות הצוות לבחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה \(דוח קדמי\)](#), 21 באוקטובר 2012.

<sup>3</sup> **ספק גדול**: ספק שמחזור המכירות שלו לקמעונאים בישראל עולה על **300 מיליון ש"ח** או ספק שהוא **מונופול** (לעניין מוצרים שבהם הוא מונופול). לרשימת הספקים הגדולים ראה לוח 8 במסמך זה.

<sup>4</sup> **קמעונאי גדול**: קמעונאי המחזיק **שלוש חנויות** לפחות (או בעל חנות מקוונת), בעלות מחזור מכירות כולל של מעל **250 מיליון ש"ח**. לרשימת הקמעונאיים הגדולים ראה לוח 7 במסמך זה.

חוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014 אושר בקריאה שלישית ב-19 במרס 2014, במטרה להגביר את התחרותיות בענף המזון ומוצרי הצריכה ולהפחית מחירים, על-ידי שלושה כלים: הסדרת הפעילות בין ספקים לקמעונאים, הגברת התחרות באזורים גאוגרפיים והגברת שקיפות המחירים.

- לרשות התחרות יש סמכות לתת הוראות לקמעונאי גדול בעניין מכירת מוצרים של ספק גדול וכן הוראות בעניין מכירת מוצרים תחת "מותג פרטי", וזאת כדי למנוע פגיעה בתחרות, חשש לפגיעה משמעותית בתחרות או כדי להגביר באופן משמעותי את התחרות.

עיקרי הגברת התחרות הגיאוגרפית במקטע הקמעונאי:

- רשות התחרות תמפה את הארץ לפי אזורי ביקוש, ותחשב את נתח השוק של כל **חנות גדולה**<sup>5</sup> ושל **קמעונאי גדול**<sup>6</sup> באזור הביקוש.
- אחת לשנתיים לפחות תמסור רשות התחרות לכל קמעונאי גדול רשימה של אותם אזורים גיאוגרפיים בהם הוא מחזיק בנתח שוק העולה על **30%** או על **50%**. באזורים אלו ייאסר על אותן רשתות לפתוח **חנויות גדולות חדשות**, למעט באישור הרשות.
- בשש השנים הראשונות שלאחר תחילת החוק, בית-הדין לתחרות רשאי, בעקבות פנייה של הממונה על התחרות, להורות לקמעונאי גדול בעל נתח שוק של **יותר מ-50% ולפחות שלוש חנויות גדולות באזור הביקוש** להפסיק פעילות, להעביר זכויות, למכור או כל פעולה אחרת בנוגע לחנות או חנויות באזור זה, אם ראה בית הדין כי הדבר דרוש להגברת התחרות. הוראת שעה זו פגה ב-27 במרץ 2020.
- לקמעונאי גדול אסור לכלול בהסכמים הסדרי בלעדיות במקרקעין של חנות מתחרה באזור ביקוש בו הוא מחזיק בנתח של מעל 30%.

עיקרי הגברת שקיפות המחירים:

- קמעונאי גדול<sup>7</sup> יפרסם לציבור, באינטרנט, את המחירים של כל מוצר שהוא מוכר בחנות בעדכון של שעה או פחות. הפרסום ייעשה בשפת מחשב אחידה כך שתתאפשר השוואה עדכנית שוטפת של סלי המוצרים בין קמעונאים. בפרסום תופיע רשימת כל המוצרים, מחיריהם, מחירים מיוחדים לצרכנים שונים, מבצעים, הנחות וקיומו של מלאי סביר.

## 1.2 המלצות ועדת קדמי שלא יושמו במסגרת החוק

חלק מהמלצות ועדת קדמי אינן מופיעות בחוק, לרבות:

- הגדלת **זמינות הקרקע** לקמעונאיים חדשים על-ידי הקצאת שטחי מסחר.
- עידוד **מותגים פרטיים** על ידי פעילות להגדלת החשיפה באמצעות פרסום.
- תמיכה **בעסקים קטנים ובינוניים** של יצרני מזון, כמו הגדרת שטחי מדף שיובטחו למוצרים של עסקים אלו, הקלת גישה לאשראי, עדיפות במכרזים ממשלתיים לספקים קטנים ובינוניים ומתן תמיכות נוספות. החוק דורש דיווח על שטחי מדף של מוצרי הספקים הגדולים.

<sup>5</sup> חנות גדולה: חנות עם שטח מכירה של לפחות **250 מ"ר**.

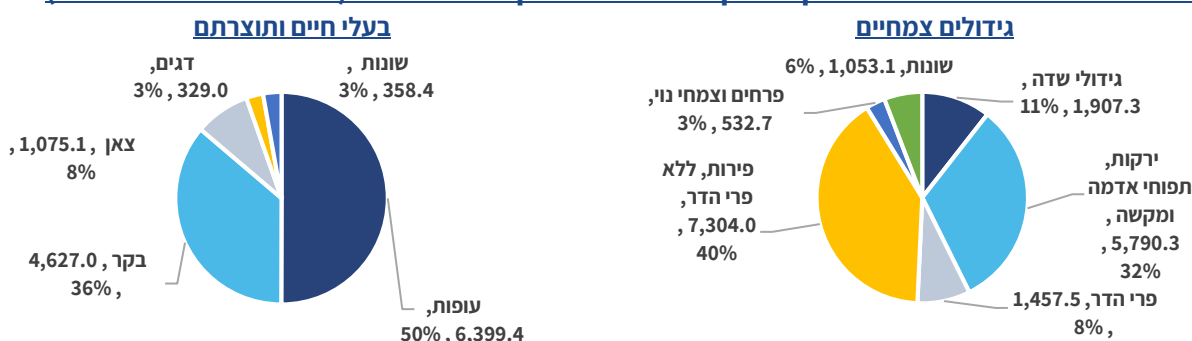
<sup>6</sup> בסעיף זה קמעונאי גדול כולל גם קמעונאי בעל חנות אחת עם מחזור של מעל 100 מיליון ש"ח בשנה.

<sup>7</sup> בסעיף זה קמעונאי גדול בעל גדול חנויות ממוצע של 120 מ"ר ויותר.

## 2. סקירת השינויים בענף קמעונאות מזון לפי מדדי מחירים בשרשרת השיווק

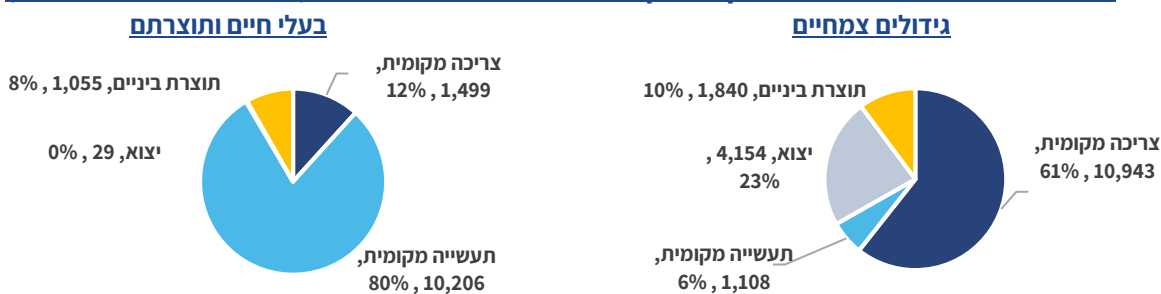
ענף מוצרי המזון מורכב משלושה שלבים עיקריים בשרשרת השיווק: **חקלאות**: החקלאים רוכשים תשומות (כגון מים, זרעים ומספוא) ומוכרים את תפוקתם לתעשיית המזון בארץ (כגון חלב למחלבות), לקמעונאים (כגון ירקות ופירות טריים לחנויות) וליצוא. תפוקת החקלאים בשנת 2020 היתה כ-**30.8 מיליארד ש"ח**, כ-18 מיליארד ש"ח גידולים צמחיים וכ-12.8 מיליארד ש"ח בעלי חיים ותוצרתם.<sup>8</sup> תרשים 1 להלן מציג את התפלגות שווי התפוקה החקלאית לפי תת ענף בשנת 2020.

### תרשים 1 - התפלגות שווי התפוקה החקלאית לפי תת ענף בשנת 2020 (במיליוני ש"ח ובאחוזים)<sup>9</sup>



אפשר לראות כי בענף **גידולים צמחיים** - שווי התפוקה של תת ענף פירות הוא **40.5%** מסך התפוקה של גידולים צמחיים; ירקות, תפוחי אדמה ומקשה **32.1%**; גידולי השדה **10.6%**; פרי הדר **8.1%**; ופירות - **3.0%**. בענף **בעלי חיים ותוצרתם** - עופות **50%**; בקר **36.2%**; צאן **8.4%**; ודגים **2.6%**. תרשים 2 להלן מציג את התפלגות שווי התפוקה החקלאית לפי ייעוד בשנת 2020.

### תרשים 2 - התפלגות שווי התפוקה החקלאית לפי ייעוד בשנת 2020 (במיליוני ש"ח ובאחוזים)<sup>10</sup>



אפשר לראות כי בגידולים **צמחיים**: שווי התפוקה **לצריכה מקומית** הוא **60.6%** מסך התפוקה; לתעשייה המקומית **6.1%**; לייצוא **23%**; ולמוצרי ביניים **10.2%**. **בעלי חיים ותוצרתם**: לצריכה מקומית **11.7%**; לתעשייה המקומית **79.8%**; לייצוא **0.2%**; ולמוצרי ביניים **8.2%**.

<sup>8</sup> הלמ"ס, שנתון סטטיסטי 2021, [לוח 21.16](#): ערך תפוקה חקלאית, לפי ייעוד וענף, 26 באוגוסט 2021.

<sup>9</sup> שם. התפוקה החקלאית מנותבת לצריכה מקומית, לתעשייה מקומית, לייצוא ולמוצרי ביניים (כולל השמדת תוצרת) והיא מוצגת בשער המשק, כלומר ללא הובלה, אריזה ופחת.

<sup>10</sup> שם. יש לציין כי בענף בע"ח שיעור היצוא נמוך מאוד, בעיקר דגי נוי.

**תעשייה:** רוכשת תשומות מהחקלאים (כגון חלב) ומיבוא (כגון קקאו), מעבדת למוצרים מוגמרים ומוכרת לקמעונאים בשוק המקומי ולשוקי ייצוא. בשנת 2020 כ-36.7% מכלל התפוקה החקלאית נותב לתעשייה המקומית. כמוצג בתרשים 2 לעיל, כ-6.1% מתפוקת גידולים צמחיים יועדו לתעשייה המקומית וכ-79.8% מתפוקת בעלי חיים ותוצרתם.

**קמעונאים:** רוכשים מוצרים מהחקלאים, מהתעשיינים ומיבוא ומוכרים אותם לצרכנים הסופיים. לוח 1 מציג את התפלגות הייצור, היבוא והייצוא של אספקת ירקות ופירות בשנים 2010 ו-2019.

**לוח 1 - ייצור, יצוא ויבוא של אספקת ירקות ופירות (2010 ו-2019, באלפי טונות)**<sup>11</sup>

שנה	ענף	ייצור	שינוי במלאי	יצוא	יבוא	סך אספקה	שימושים שונים	מזון נטו	ק"ג לנפש
2010	ירקות	1,621.2	-51,000	422.6	465.8	1,613.5	141.8	<b>1,471.7</b>	193.0
	ב-%	100.5%	-3.2%	26.2%	28.9%	100%	8.8%	91.2%	
	פירות	1,319.4	0	363.8	555.1	1,510.7	65.8	<b>1,444.9</b>	189.5
2019	ירקות	1,379.1	0	268.9	163.0	1,273.2	24.8	<b>1,248.4</b>	137.9
	ב-%	108.3%		21.1%	12.8%	100%	1.9%	98.1%	
	פירות	1,432.0	0	363.9	363.4	1,431.4	174.6	<b>1,256.8</b>	138.8
שינוי	ירקות	-14.9%		-36.4%	-65.0%	-21.1%	-82.5%	<b>-15.2%</b>	<b>-28.6%</b>
	פירות	8.5%		0.0%	-34.5%	-5.3%	165.2%	<b>-13.0%</b>	<b>-26.8%</b>

מהנתונים אפשר לראות את הדברים הבאים:

- ירקות:** האספקה נטו בשנת 2019 היתה כ-1.248 מיליון טון, **ירידה של 15.2%** בהשוואה ל-2010. אספקה של **ירקות לנפש** בשנת 2019 היתה 137.9 ק"ג, **ירידה של 28.6%** בהשוואה ל-2010. בשנת 2019 מקורות האספקה היו ייצור (108.3%) ויבוא (12.8%) בניכוי יצוא (21.1%). משקל **היבוא** ירד מ-28.9% בשנת 2010 ל-12.8% ב-2019, **ירידה של 16.1 נקודות אחוז.**
- פירות:** האספקה נטו בשנת 2019 היתה כ-1.257 מיליון טון, **ירידה של 13%** בהשוואה ל-2010. האספקה לנפש בשנת 2019 היתה 138.8 ק"ג, **ירידה של 26.8%** בהשוואה ל-2010. בשנת 2019 מקורות האספקה היו ייצור (100%) ויבוא (25.4%) בניכוי יצוא (25.4%). בתקופה זו חל גידול של כ-165.2% בשימושים השונים ופחת של פירות. משקל היבוא ירד מכ-36.7% בשנת 2010 לכ-25.4% בשנת 2019, **ירידה של 11.4 נקודות אחוז.**

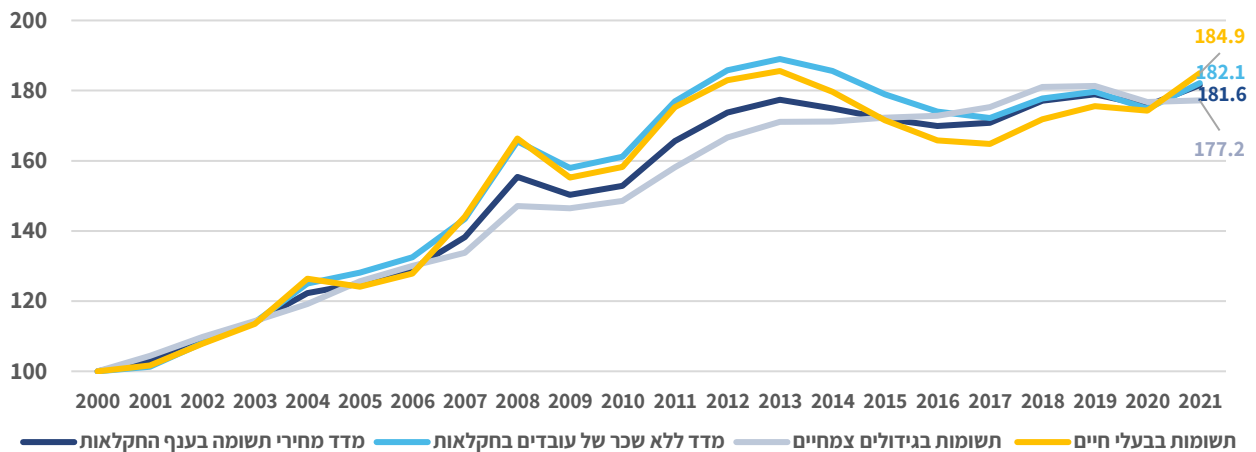
**אספקה של ירקות לנפש בשנת 2019**  
ירדה ב-28.6% בהשוואה ל-2010.  
**אספקת הפירות לנפש בשנת 2019**  
ירדה ב-26.8% בהשוואה ל-2010.

<sup>11</sup> הלמ"ס, שנתון 2021, **לוח 21.20 - מאזן אספקת המזון**, שנתון 2012, **לוח 19.23 - מאזן אספקת המזון**, כניסה: 3 באוקטובר 2021. סך אספקה = ייצור+יבוא-יצוא-שינוי במלאי. שימושים שונים כוללים פחת. יבוא פירות וירקות כולל מוצרים לא טריים, יבוא חיטה כולל מוצרים מוגמרים. ק"ג לנפש: כמות העומדת לצריכה בפני הציבור ולא צריכה בפועל.

## 2.1 מדד מחירי תשומה בחקלאות

מדד מחירי תשומה בחקלאות כולל עבודה שכירה, מספוא, זרעים, דשנים, חומרי הדברה, מים, דלק, שמנים וחשמל ועוד. תרשים 3 להלן מציג את מדד מחירי תשומה בחקלאות, מדד ללא עבודה שכירה, מדד מחירי תשומה בבעלי חיים ומדד מחירי תשומה בגידולים צמחיים.

תרשים 3 - מדדי מחירי תשומה בחקלאות (2000-2021)<sup>12</sup>

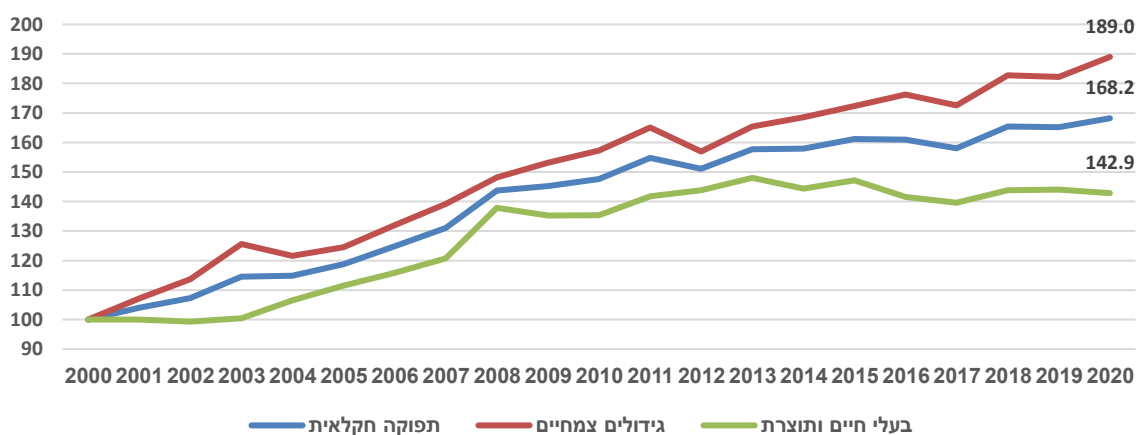


אפשר לראות כי מדד מחירי תשומה בחקלאות עלה בשנים 2000 עד 2021 ב-81.6%, מדד מחירי תשומה בבע"ח עלה ב-84.9% ומדד מחירי תשומה בגידולים צמחיים עלה ב-77.2%. יש לציין כי בשנים האחרונות חל גידול במחירי מזון לבע"ח (בעיקר תערובות) ובמחיר השינוע הימי.

## 2.2 מדד מחירי תפוקה חקלאית

תרשים 4 להלן מציג את מדד מחירי תפוקה חקלאית, מדד מחירי תפוקה של גידולים צמחיים ומדד מחירי תפוקה של בעלי חיים ותוצרתם בשנים 2000 עד 2020.

תרשים 4 - מדדי מחירי תפוקה חקלאית (2000-2020)<sup>13</sup>



<sup>12</sup> הלמ"ס, מדדי מחירים, כניסה: 19 בספטמבר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת. 2021 - שמונת החודשים הראשונים.

<sup>13</sup> הלמ"ס, שנים 2000-2017: מאגר הנתונים המרכזי, חקלאות, מדד מחירי תפוקה חקלאית. 2018-2020: השנתון הסטטיסטי, שנים שונות, חקלאות, ערך תפוקה חקלאית, לפי ייעוד וענף, כניסה: 29 בספטמבר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת.

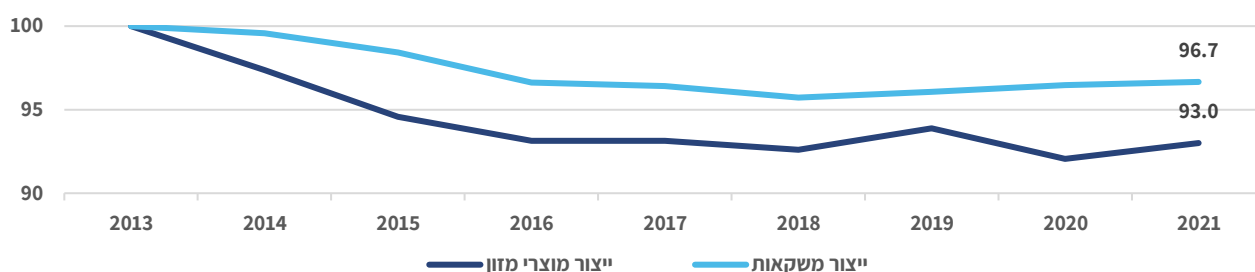


אפשר לראות כי מדד מחירי תפוקה חקלאית עלה בשנים 2000 עד 2020 ב-**68.2%**, מדד מחירי תפוקה של גידולים צמחיים עלה ב-**89%** ומדד מחירי תפוקה של בעלי חיים עלה ב-**42.9%**. בתקופה 2000 עד 2011 מדד תפוקה חקלאית עלה 54.8%, מדד תפוקה של גידולים צמחיים ב-65.1% ומדד תפוקה של בע"ח ותוצרתם ב-41.8%, ובתקופה 2011 עד 2020 מדד תפוקה חקלאית עלה ב-8.7%, מדד תפוקה של גידולים צמחיים ב-14.5% ומדד תפוקה של בע"ח ותוצרתם עלה ב-0.8%.

### 2.3 מדד מחירי תפוקות התעשייה לשוק המקומי

תרשים 5 להלן מציג את מדד מחירי תפוקות התעשייה לשוק המקומי. יש לציין כי חלק מתשומות תעשיית המזון והמשקאות מגיע מהחקלאות המקומית וחלק מגיע מחו"ל.

תרשים 5 – מדדי מחירי תפוקות התעשייה לשוק המקומי (2013-2021)<sup>14</sup>

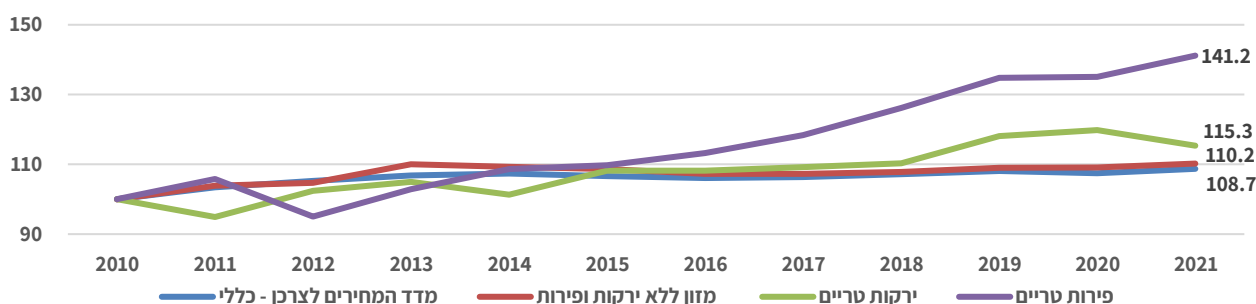


אפשר לראות כי מדד מחירי התפוקות לתעשייה בשוק המקומי ירד בייצור משקאות ב-**3.3%** ובייצור מוצרי מזון ב-**7%**.

### 3. מדד המחירים לצרכן

תרשים 6 להלן מציג את מדד המחירים לצרכן, מדד מחירי המזון (לא כולל פירות וירקות), מדד מחירי פירות טריים ומדד מחירי ירקות טריים בשנים 2020 עד 2021.

תרשים 6 – מדדי מחירים לצרכן (2010-2021)<sup>15</sup>



<sup>14</sup> הלמ"ס, **מדדי מחירים**, כניסה: 19 בספטמבר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת. הנתונים אודות שנת 2021 מתייחסים לשמונת החודשים הראשונים.

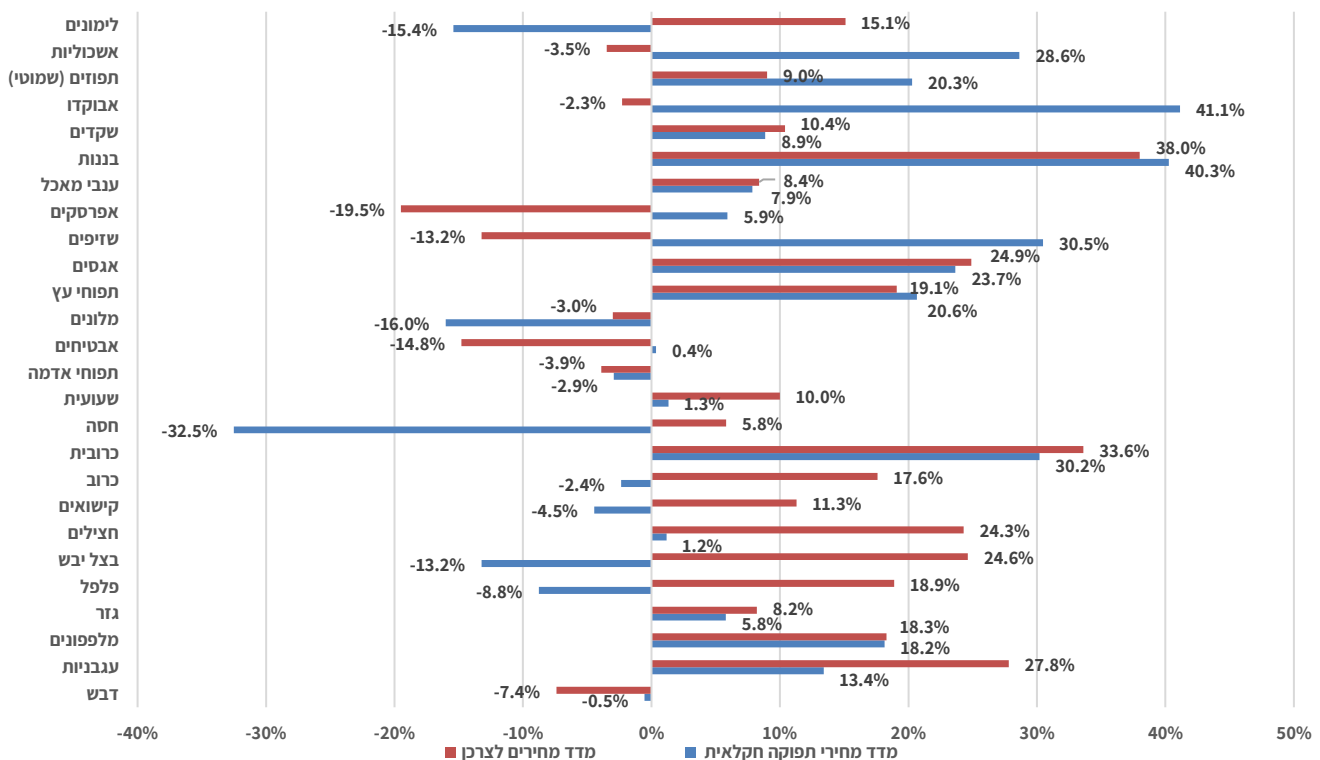
<sup>15</sup> הלמ"ס, **מדדי מחירים**, כניסה: 19 בספטמבר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת. הנתונים אודות שנת 2021 מתייחסים לשבעת החודשים הראשונים.

אפשר לראות כי בשנים 2010 עד 2021 עלה מדד המחירים לצרכן ב-9.7%, מדד מחירי המזון (ללא פירות וירקות) ב-10.2%, מדד מחירי ירקות טריים ב-15.3% ומדד מחירי פירות טריים בכ-41.2%. בשנת 2014 חלה התנתקות במדדים, והחל גידול חד במדד מחירי פירות.

### 3.1 מדד מחירי הפירות והירקות

תרשים 7 להלן מציג את השינוי במדדי המחירים לצרכן בפירות ובירקות נבחרים אל מול השינוי במדדי תפוקת אותן פירות וירקות בין השנים 2013 ל-2019.

#### תרשים 7 - השינוי במדדי תפוקת ובמדדי המחירים לצרכן של פירות וירקות נבחרים, 2013-2019<sup>16</sup>



אפשר לחלק את המוצרים לשלוש קבוצות, שינוי במדד מחירים נמוך יותר בענף החקלאות, שינוי במדד מחירים נמוך יותר בקמעונאות ושינוי דומה במדד המחירים, כמוצג בלוח 2 להלן.

#### לוח 2 - סיווג המוצרים לפי שינוי נמוך במדדי המחירים בשנים 2013 עד 2019

דומה	קמעונאי	חקלאי
מלפפונים, תפוחי עץ, אגסים, ענבי מאכל, בננות, שקדים	דבש, תפוחי אדמה, אבטיחים, שזיפים, אפרסקים, אבוקדו, תפוזים, אשכוליות	עגבניות, גזר, פלפל, בצל יבש, חצילים, קישואים, כרוב, כרובית, חסה, שעועית, מלונים, לימונים

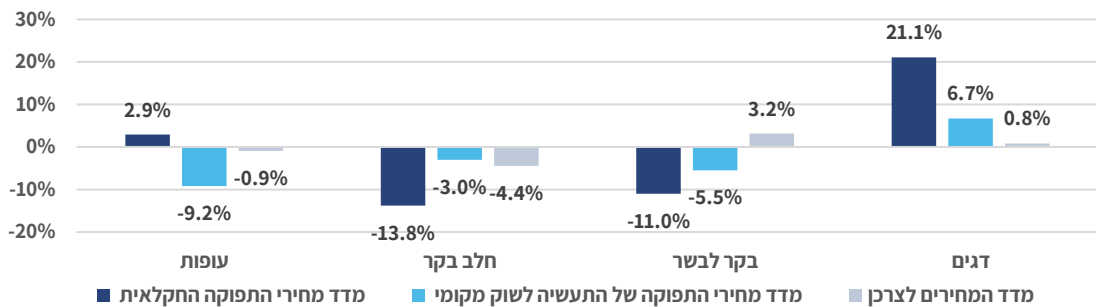
אפשר לראות כי מתוך 26 המוצרים הנבחרים, ב-12 מוצרים השינוי במדד מחירים בשנים 2013 עד 2019 היה נמוך יותר בענף החקלאות, ב-8 מוצרים נמוך יותר בקמעונאות וב-6 מוצרים השינוי היה דומה. פערים בולטים בקבוצת המוצרים בהם היה שינוי נמוך בענף החקלאות היו

<sup>16</sup> הלמ"ס, [החקלאות בישראל: חשבון הענף, מדדי המחירים של תפוקה ותשומה, 2018-2019](#), 18 בינואר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת.

בחסה (38.3 נקודות אחוז), בצל (37.8) ולימונים (30.3). פערים בולטים בקבוצת המוצרים בהם היה שינוי נמוך בקמעונאות היו בשזיפים (43.7), אבוקדו (43.4) ואשכוליות (32.1). במוצרים בהם היה יבוא מסוים, השינוי במדד מחירים לצרכן מתון יחסית.

תרשים 8 להלן מציג את השינוי במדד תפוקה חקלאית, במדד תפוקה של התעשייה ליעדים מקומיים ובמדד המחירים לצרכן במוצרים שונים בשנים 2013 עד 2019.

**תרשים 8 – מדדי תפוקות התעשייה, תפוקה חקלאית ומחירים לצרכן, 2013-2019**<sup>17</sup>



אפשר לראות את הדברים הבאים לתקופה 2013 עד 2019:

**דגים:**

מדד מחירי התפוקה החקלאית עלה ב-**21.1%**, מדד מחירי תפוקת התעשייה (בעיקר ייצור של שימורי דגים, דגים מעושנים קפואים ומצוננים), עלה ב-**6.7%** ומדד המחירים לצרכן עלה בכ-**0.8%**. משקל יבוא דגים בצריכה המקומית עלה (כמוצג בתרשים 9 להלן).

**חלב בקר:**

מדד מחירי התפוקה החקלאית ירד ב-**13.8%**, מדד מחירי תפוקת התעשייה (בעיקר ייצור של חלב לשתייה, שמנת, לבן, חמאה, גבינה וגלידה) ירד ב-**3%** ומדד המחירים לצרכן ירד ב-**4.4%**.

**בקר לבשר:**

מדד מחירי התפוקה החקלאית ירד ב-**11%**, מדד מחירי תפוקת התעשייה ירד ב-**5.5%** ומדד המחירים לצרכן עלה ב-**3.2%**.

**עופות:**

מדד מחירי התפוקה החקלאית עלה ב-**2.9%**, מדד מחירי תפוקת התעשייה ירד ב-**9.2%** ומדד המחירים לצרכן ירד ב-**0.9%**.

כאמור, בשרשרת השיווק הקמעונאים רוכשים מהתעשייה מקומית או מיבוא. בחלק ממוצרי המזון קיימים מכסים גבוהים המונעים למעשה אפשרות לייבא. בשנים האחרונות משרד הכלכלה עורך מכרזים ליבוא מוצרים במכסות יבוא בפטור מלא או חלקי ממכסים הגבוהים, במטרה להתמודדות עם יוקר המחייה.<sup>18</sup>

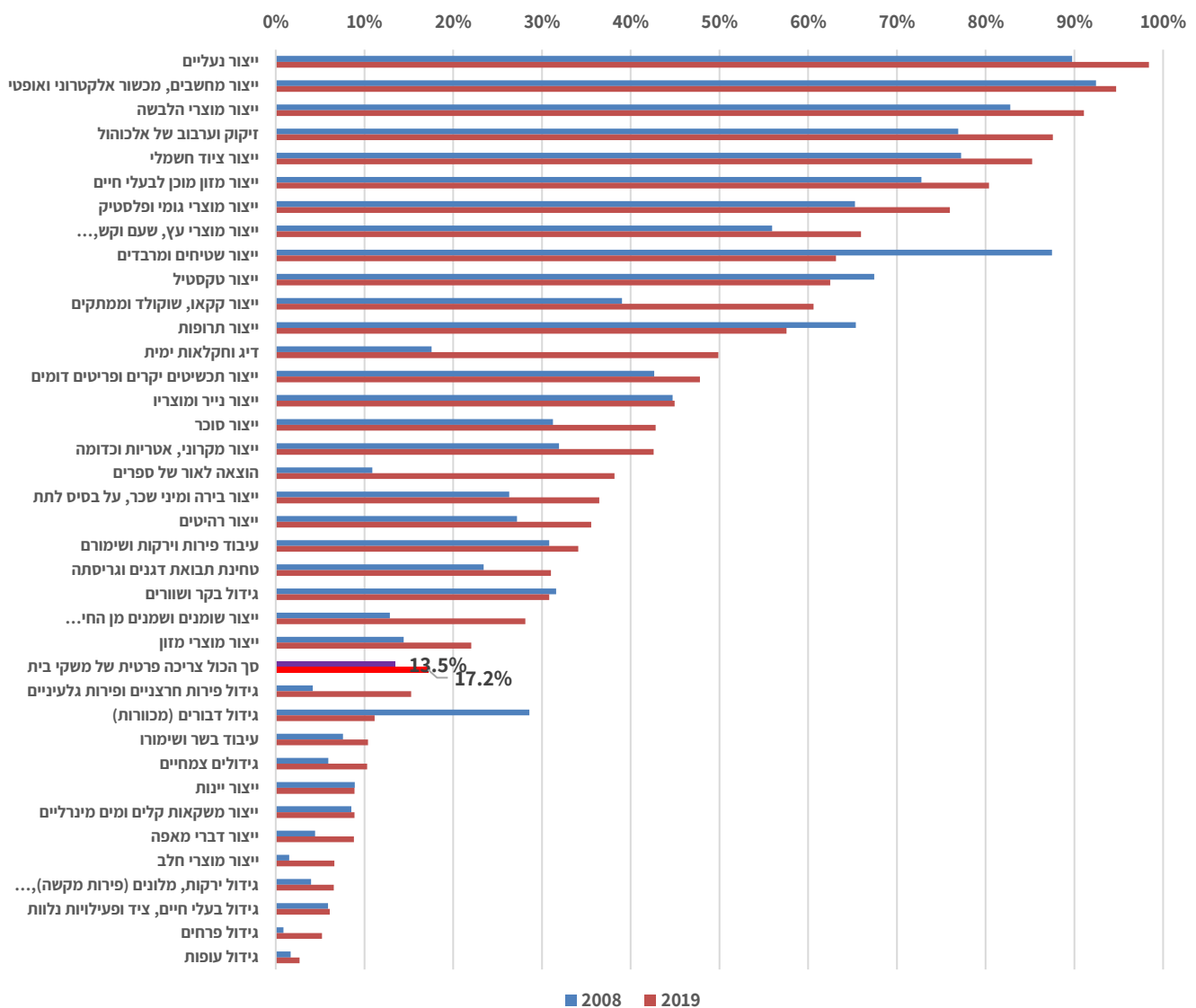
**היבוא מתבצע בענפים אלו, ובענפים נוספים, באמצעות מכסים שקובע משרד הכלכלה ומפרסם למכרזי יבוא או חלוקת מכסות יבוא לפי סף שנקבע מראש.**

<sup>17</sup> מדד מחירים לצרכן: הלמ"ס, **מדדי מחירים**, כניסה: 19 באוקטובר 2021, מדד מחירי התפוקה החקלאית: **השנתון הסטטיסטי לישראל**, שנים שונות, חקלאות, ערך תפוקה חקלאית, לפי ייעוד וענף, כניסה: 29 באוקטובר 2021, מדד תפוקת התעשייה: הלמ"ס, **מדדי מחירים**, **מדד מחירי יצרן- תפוקת התעשייה ליעדים מקומיים**, כניסה: 2 בנובמבר 2021, עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת.

<sup>18</sup> משרד הכלכלה, מינהל יבוא, מכסות יבוא, **פרסום תוצאות המכרז ליבוא בשר טרי במכסות פטורות ממכס**, 13 בינואר 2021, **רשימת זוכים במכסת גבינות** בהליך תחרותי לשנת 2021, 20 ביוני 2021, משרד האוצר, אגף תקציבים, **המכס על הדגים הקפואים יופחת**, 27 במאי 2021.

תרשים 9 להלן מציג את משקל ביבוא בצריכה מקומית של משקי בית בשנים 2019 ו-2008.

### תרשים 9 – משקל ביבוא בצריכה מקומית של משקי בית בשנים 2008 ו-2019



אפשר לראות כי בשנת 2019 משקל יבוא צריכה פרטית של משקי בית היה **17.2%** בהשוואה ל-**13.5%** בשנת 2008. משקל יבוא של מוצרי הלבשה והנעלה וציוד לבית היה גבוה יחסית, ומשקל היבוא של מוצרי מזון רבים היה נמוך יחסית.

לוח 3 להלן מציג את ההוצאה על מזון ופירות וירקות בקרב חמישוני ההכנסה.

### לוח 3 – ההוצאה על מזון, פירות וירקות בקרב חמישוני ההכנסה (2018)<sup>19</sup>

הוצאה	סך הכול	1	2	3	4	5	יחס
הוצאה על מזון	2,282	2,055	2,014	2,191	2,303	2,846	1.38
הוצאה על פירות וירקות	556	515	479	544	585	660	1.28
סך הכול מזון	2,838	2,570	2,493	2,735	2,888	3,506	1.36
סך הוצאה על צריכה	16,475	11,007	13,188	15,767	18,584	23,838	2.17
אחוז ההוצאה על המזון מסך ההוצאה לצריכה	17.2%	23.3%	18.9%	17.3%	15.5%	14.7%	

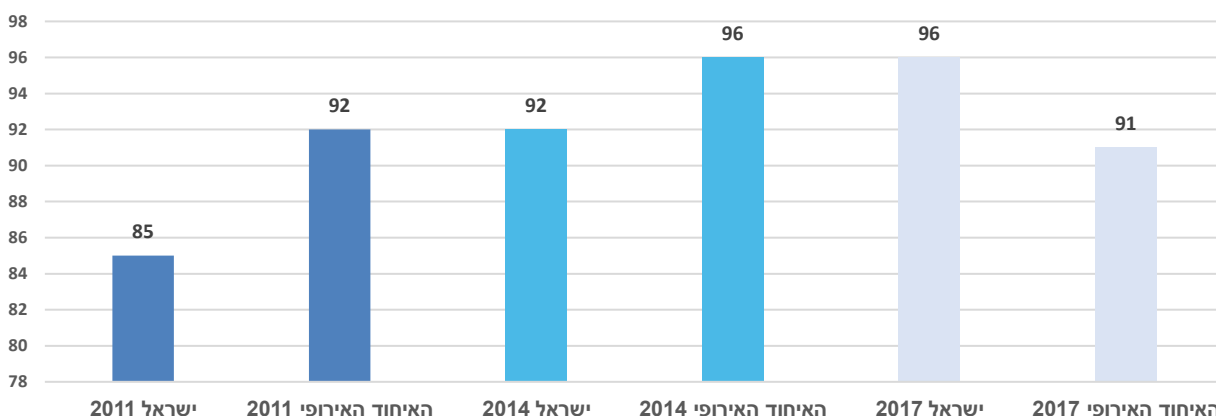
<sup>19</sup> הלמ"ס, [סקר הוצאות משקי בית 2018](#), לוח 1.1 הכנסה והוצאה חודשית לתצרוכת בחמישוני של משקי בית, כניסה: 4 בנובמבר 2021.

אפשר לראות כי האחוז הגבוה ביותר בהוצאה על המזון מסך ההוצאה על הצריכה הוא בקרב חמישון הכנסה הנמוך ביותר 23.3%, לעומת 14.7% בחמישון ההכנסה הגבוה. אחוז ההוצאה על פירות וירקות מסך ההוצאה על הצריכה הוא הגבוה ביותר בקרב החמישון הנמוך

### 3.2 השוואת מחירי המזון, הפירות והירקות בישראל ובאירופה

תרשים 10 להלן מציג את מדד מחירי הפירות והירקות בישראל לעומת מחיריהם במדינות האיחוד האירופי (ממוצע 100 במדינות ה-OECD), בתקנון כוח הקנייה (PPP).

#### 20 תרשים 10 - מדד מחירי פירות וירקות בישראל, ב-EU וב-OECD (2011, 2014 ו-2017 במונחי כוח קנייה)



אפשר לראות כי מדד מחירי הפירות והירקות בישראל בתקנון כוח הקנייה בשנת 2011 היה 84, בשנת 2014 היה 92 ובשנת 2017 היה 96, נמוך מהממוצע במדינות ה-OECD (100). המדד בישראל עלה בין השנים 2011 ל-2017, לעומת ירידה במדינות האיחוד האירופי, ובשנת 2017 המדד בישראל (96) היה גבוה יותר מהממוצע במדינות האיחוד האירופי (91). בלוח 4 מדד מחירי המזון בישראל לעומת המדינות המפותחות, בתקנון כוח הקנייה (PPP).

#### 21 לוח 4 - מחירי מזון בישראל ובאיחוד האירופי לעומת מדינות ה-OECD (2017, במונחי כוח קנייה)

תת-ענף	ישראל, OECD = 100	האיחוד האירופי, OECD = 100
מזון	136	91
לחם ודגנים	154	90
בשר	143	99
דגים	124	101
חלב, גבינה וביצים	179	90
שמן ושומן	143	94
פירות וירקות	96	91
משקאות קלים	149	90
משקאות אלכוהוליים	155	86

<sup>20</sup> OECD, [2011 PPP Benchmark results](#), [2014 PPP Benchmark results](#), [2017 PPP Benchmark results](#), Accessed: September 19<sup>th</sup> 2021.

<sup>21</sup> OECD, [2017 PPP Benchmark results](#), accessed: September 19<sup>th</sup> 2021.

אפשר לראות כי מדד מחירי המזון בישראל בתקנון כוח הקנייה גבוה בשיעור של כ-36% ממוצע ה-OECD, בעוד המדד באיחוד האירופי היה נמוך ב-9% ממוצע ה-OECD. כמו כן, רמת המחירים בישראל גבוהה בעיקר בענפים שחל עליהם פיקוח ממשלתי הדוק וניהול מכסות (כמו חלב וביצים, ענף שבו רמת המחירים גבוהה ב-79% מהממוצע במדינות ה-OECD) הקטגוריה היחידה שבה רמת המחירים בישראל נמוכה לעומת מדינות ה-OECD היא ירקות ופירות.

הנתונים הגולמיים לפרויקט ה-PPP נאספים על ידי לשכות הסטטיסטיקה בכל מדינה ומדינה והעיבודים נעשים על ידי ה-OECD. על פי המדריך המתודולוגי לנתוני ה-PPP, מטרתם העיקרית של הנתונים היא לאפשר השוואה בין מדינות ברחבי העולם מבחינת רמת המחירים הכללית ומבחינת רמת המחירים של קטגוריות שונות, בהן הקטגוריה הכללית של מזון, וקטגוריות ספציפיות כגון לחם ודגנים, בשר, דגים, חלב, גבינות וביצים, פירות וירקות ושמןים.<sup>22</sup>

עם זאת, יש לציין כי השוואה על פי נתוני ה-PPP אינה מלאה, שכן קשה להשוות בין סלי צריכה שונים, הנבדלים באיכות המזון. לשם השוואה בין מחירי המוצרים בישראל לבין המחירים במדינות אחרות נדרשת בחינה של מוצרים זהים, מחירי מוצרים ממוצעים בנקודות מכירה שונות ובחינת גורמים משפיעים אחרים. ייתכן שמחיר מוצר כלשהו (או קבוצת מוצרים) גבוה יותר, אולם מחירו של מוצר אחר (או קבוצת מוצרים) נמוך יותר. כמו כן, יש הבדלים בין המדינות בדפוסי הצריכה, וגם **שערי החליפין הנומינליים** עשויים להשפיע על רמת המחירים בכל מדינה.

ישנו דיון מתודולוגי בדבר הסתמכות על מדד ה-PPP. נטען כי מדד זה לא מודד את אותם המוצרים בכל מדינה, והגורם המשפיע ביותר על השינוי במדד הוא התמורות החדות בשער החליפין, ולא רמת המחירים עצמה. ממחקר במכון שורש בנושא עלתה הצעה להשוות את רמות המחירים באמצעות בחינת הפער בין המחיר של קטגוריית תצרוכת ספציפית לרמת המחירים הכללית בכל מדינה ולהשוות את הפער הזה לפער הממוצע ב-OECD. כך ניתן לבחון אם המחיר במדינה גבוה או נמוך, לעומת מחירים מקומיים אחרים. אפשרות נוספת היא להשוות את מספר סלי התצרוכת שניתן לרכוש בעזרת השכר החציוני בכל מדינה לממוצע ה-OECD.<sup>23</sup>

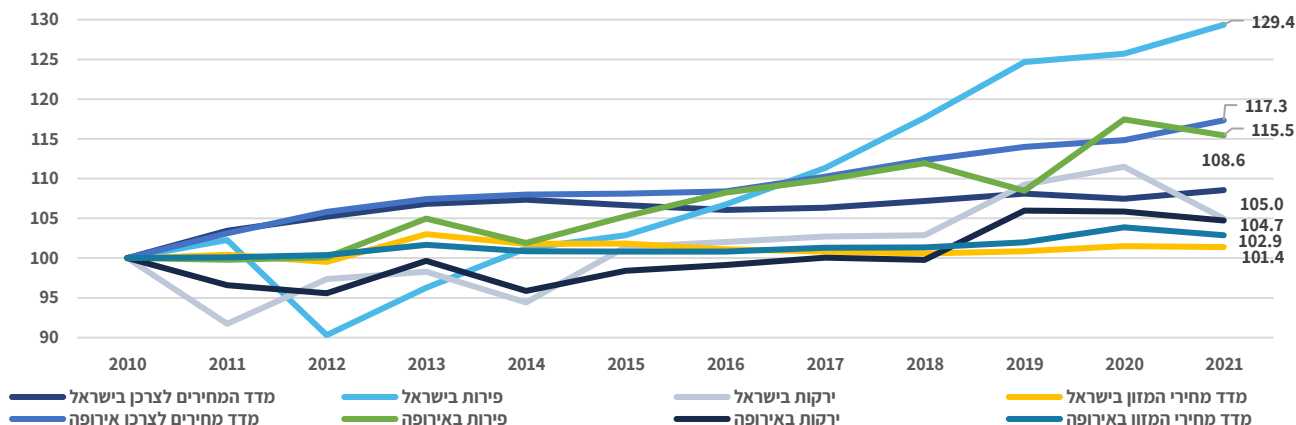
בתרשים 11 להלן מוצגים מדד המחירים לצרכן, מדד מחירי המזון, מדד מחירי פירות ומדד מחירי ירקות (בניכוי מד המחירים לצרכן) בישראל ובאיחוד האירופי בשנים 2010 עד 2021.

<sup>22</sup> OECD, [EUROSTAT-OECD Methodological manual on purchasing power parities \(PPPs\)](#), 2012.

ראו בנושא מטרות נתוני ה-PPP, שם, עמ' 25, וכן analytical categories, שם, עמ' 266.

<sup>23</sup> דן בן דוד ואיל קמחי, [המחירים גבוהים בישראל? היזהרו מהשוואות בינלאומיות](#), שורש מוסד למחקר כלכלי חברתי, אוקטובר 2021.

### תרשים 11 - מדדי מחירים ריאליים בישראל ובאירופה (2010 = 100, 2021-2010)<sup>24</sup>



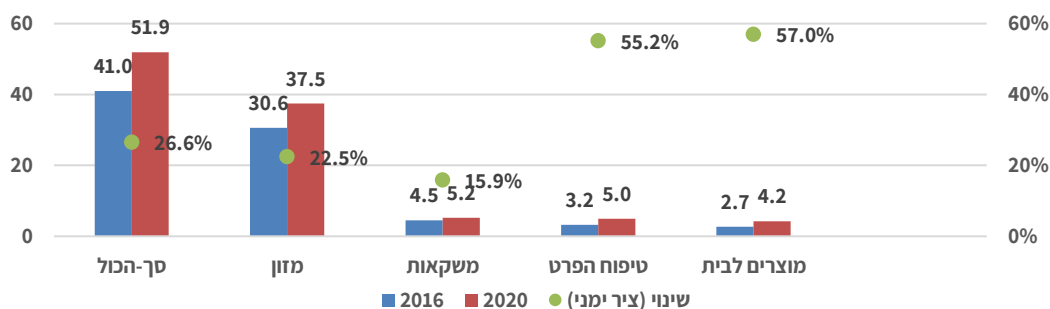
אפשר לראות את הדברים הבאים לשינוי בנשים 2010 עד 2021:

- מדד מחירי מזון:** עלה בישראל ב-1.4% ועלה ב-1.9% באיחוד האירופי.
- מדד מחירי ירקות:** עלה בישראל ב-5.0% ועלה ב-4.7% באיחוד האירופי.
- מדד מחירי פירות:** עלה בישראל ב-29.4% ועלה ב-15.5% באיחוד האירופי.

#### 4. יישום חוק המזון והתחרות בענף הקמעונאי

שוק קמעונאות המזון, הנקרא גם FMCG<sup>25</sup>, כולל רשתות סופרמרקטים באזורים תעשייתיים ומרכזי ערים, מכולות ומינימרקטים בעיקר בשכונות וביישובים קטנים, חנויות נוחות ושווקים פתוחים. חברת סטורנקסט עוסקת במדידת מכירות של מוצרים על בסיס מידע המתקבל מכ-2,500 חנויות, המשדרות נתוני אמת ישירות מהקופות, ומהוות כ-85% ממסך המכירות בשוק ה-FMCG המבורקד ברחבי הארץ. לפי נתוני החברה, בשנת 2020 סך המכירות היה כ-51.9 מיליארד ש"ח, והתחלק כמוצג בתרשים 12.

#### תרשים 12 - שוק קמעונאות המזון (FMCG) לפי סוג<sup>26</sup>



<sup>24</sup> הלמ"ס, **מדדי מחירים: מאגר המחירים ומדדי המחירים של ישראל**, תאריך כניסה: 3 בנובמבר 2021. מדד מחירי המזון, כולל ירקות ופירות כולל גם משקאות אלכוהוליים וארוחות מחוץ לבית. ממוצע שנתי וממוצע שמונת החודשים הראשונים של שנת 2021. **אירופה:** לצרכן במדד המחירים הכללי לצרכן. 2021 - ממוצע תשעת החודשים הראשונים, כניסה: 4 בנובמבר 2021. Eurostat, [Harmonized Indices of Consumer Prices](#).

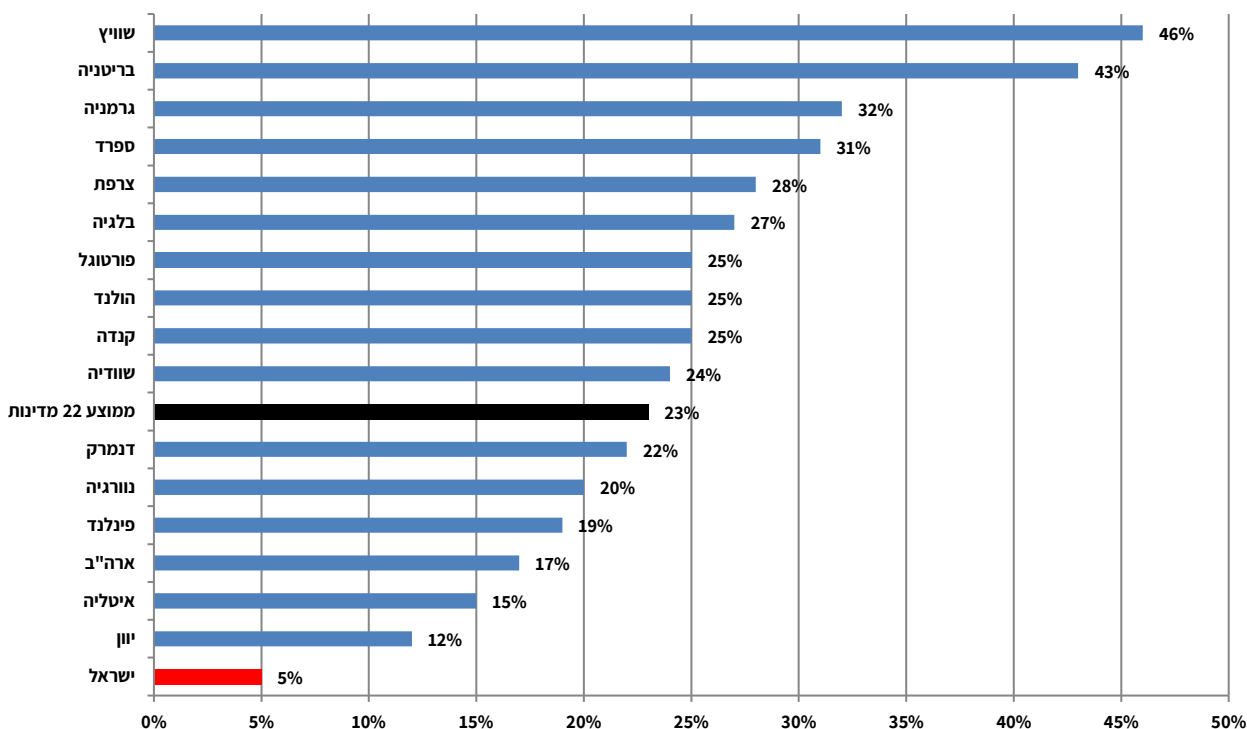
<sup>25</sup> **Fast Moving Consumer Goods**, הנתונים אינם כוללים קצביות, מאפיות, פירות וירקות וסגירות.

<sup>26</sup> סטורנקסט, **סיכום שנת 2020, סיכום שנת 2017**, כניסה: 3 בנובמבר 2021.

סך המכירות בשוק  
הקמעונאות בשנת  
2020 היו כ-51.9  
מיליארד ש"ח,  
בהשוואה לכ-41  
מיליארד ש"ח, בשנת  
2016.

אפשר לראות שסך המכירות בשנת 2020 היו כ-51.9 מיליארד ש"ח, בהשוואה לכ-41 מיליארד ש"ח, בשנת 2016, גידול בשיעור של כ-26.6%. בשנת 2020 חל גידול חד בגודל השוק בגין משבר הקורונה – סגירת מסעדות, בתי מלון ואיסור טיסות לחו"ל הובילה לגידול חד ברכישות מזון ומוצרים נלווים. בשנת 2020 מכירות מזון היו כ-37.5 מיליארד ש"ח, גידול של כ-22.5% לעומת שנת 2016 ומכירת משקאות היתה כ-5.2 מיליארד ש"ח, גידול של 15.9% לעומת 2016. מותגים פרטיים הם מוצרי צריכה הנמכרים תחת מותג של הרשת הקמעונאית, ולא בשם המותג של היצרן, והרשת מוכרת אותם במחיר נמוך יחסית. לפי דוח ועדת קדמי, נתח השוק של מותגים פרטיים בישראל נמוך יחסית, כמוצג בתרשים 13 לגבי שנת 2009.

### תרשים 13 - נתח השוק של מותגים פרטיים בכלל השוק בישראל, באירופה ובמדינות נבחרות (2009)<sup>27</sup>



בשנת 2009 נתח  
השוק של מותגים  
פרטיים בישראל היה  
5%, הנמוך מבין  
המדינות הנסקרות,  
לעומת כ-23%  
בממוצע 22 המדינות.

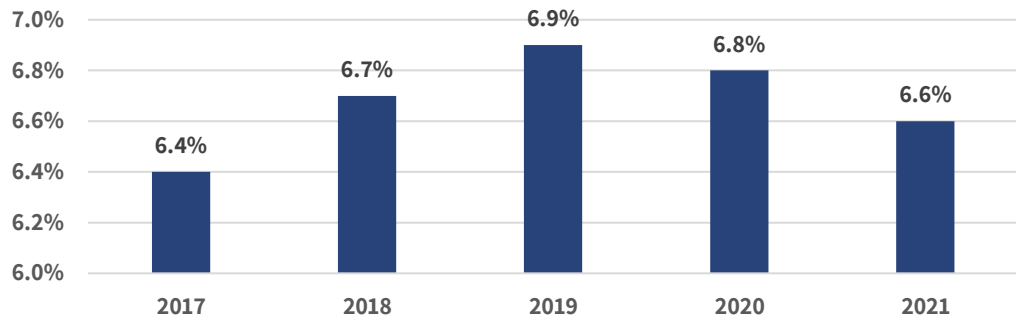
אפשר לראות כי בשנת 2009 נתח השוק של מותגים פרטיים בישראל היה 5%, הנמוך מבין המדינות הנסקרות, לעומת כ-23% בממוצע 22 המדינות. לפי השוואת מחירים בין מותגים פרטיים לבין מותגים מובילים בשש מדינות (הולנד, איטליה, ארה"ב, ספרד, צרפת וגרמניה), מחירי מותגים פרטיים נמוכים ב-25% בממוצע מהמותגים המובילים, ובגרמניה הם נמוכים עד כ-40%.<sup>28</sup> בתרשים 14 מוצג נתח השוק של מותגים פרטיים בחנויות המזון בשנים האחרונות.

<sup>27</sup> "מוניטור", [בחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה השוטפת](#), יולי 2012.

<sup>28</sup> "מוניטור", [בחינת רמת התחרותיות והמחירים בתחום מוצרי המזון והצריכה השוטפת](#), יולי 2012.



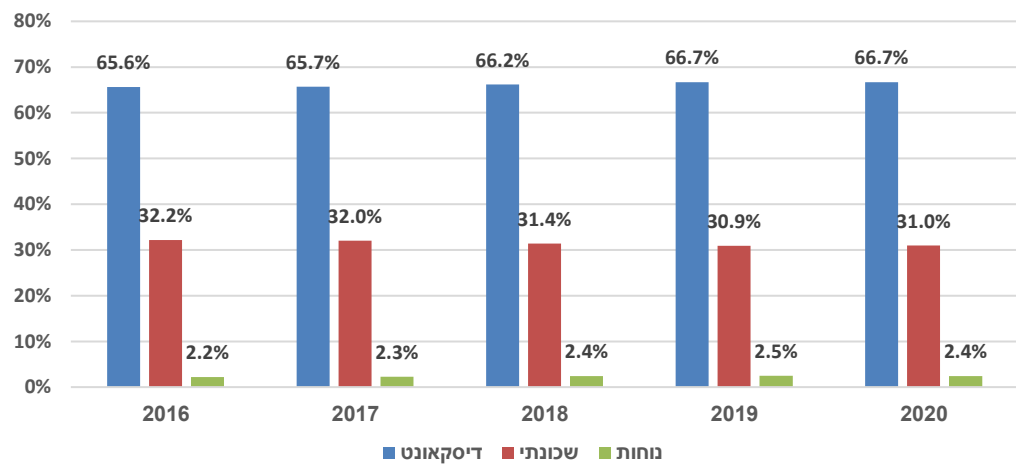
### 29 תרשים 14 - נתח השוק של מותגים פרטיים בחנויות המזון בשנים 2017 עד 2021



בשנת 2021 נתח השוק של מותגים פרטיים היה כ-6.6%, עלייה מתונה בהשוואה לשנת 2017 וירידה בהשוואה לשנת 2020.

אפשר לראות כי בשנת 2021 נתח השוק של מותגים פרטיים הוא כ-6.6%, עלייה מתונה בהשוואה לשנת 2017 וירידה בהשוואה לשנת 2020. כאמור, ועדת קדמי המליצה לעודד מותגים פרטיים באמצעות פעילות ממשלתית להגדלת חשיפתם, בין השאר על-ידי פרסום ממצאים המעידים על איכותם כדי להפריך חששות הנובעים מחוסר ידע; עידוד עסקים קטנים ובינוניים בתחום עיבוד המזון; הסרת חסמים מכסיים; עידוד כניסת רשתות דיסקאונט; ייצור מותג פרטי בעבור רשתות פרטיות לעסקים קטנים ובינוניים בלבד. עם זאת, בחוק המזון קיימת רק הגדלת הפיקוח על מותגים פרטיים כדי למנוע ניצול לרעה של כוחם של הקמעונאים, ולא נשאה בשורה לעידוד חדירת מותגים פרטיים. תרשים 15 להלן מציג את התחלקות המכירות לפי ערוצי מכירה.

### 30 תרשים 15 - ערוצי המכר בקמעונאות מזון בשנים 2016 עד 2020

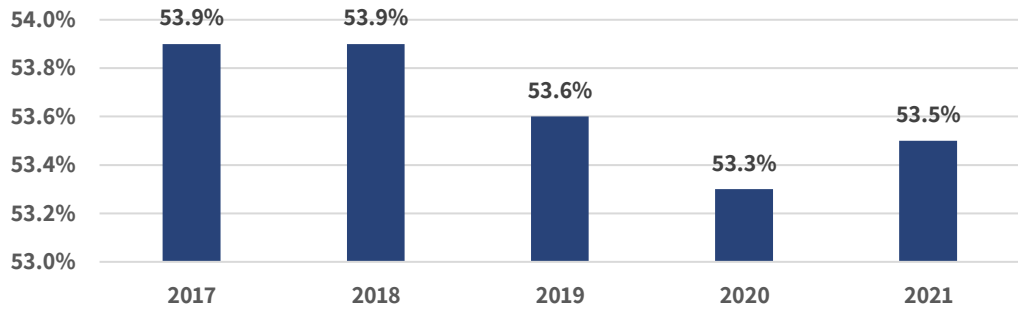


אפשר לראות כי נתח חנויות הדיסקאונט יציב בשנים האחרונות, כשני שלישים מסך המכר. תרשים 16 להלן מציג נתונים על נתח 10 הספקים הגדולים בשוק המזון ומוצרי הצריכה המהירה (FMCG) בשנים 2017 עד 2021.

<sup>29</sup> סטורנקסט, [סיכום ספטמבר 2021](#), [סיכום 2020](#), כניסה: 3 בנובמבר 2021. חודשים ינואר עד ספטמבר 2021.  
<sup>30</sup> שם.

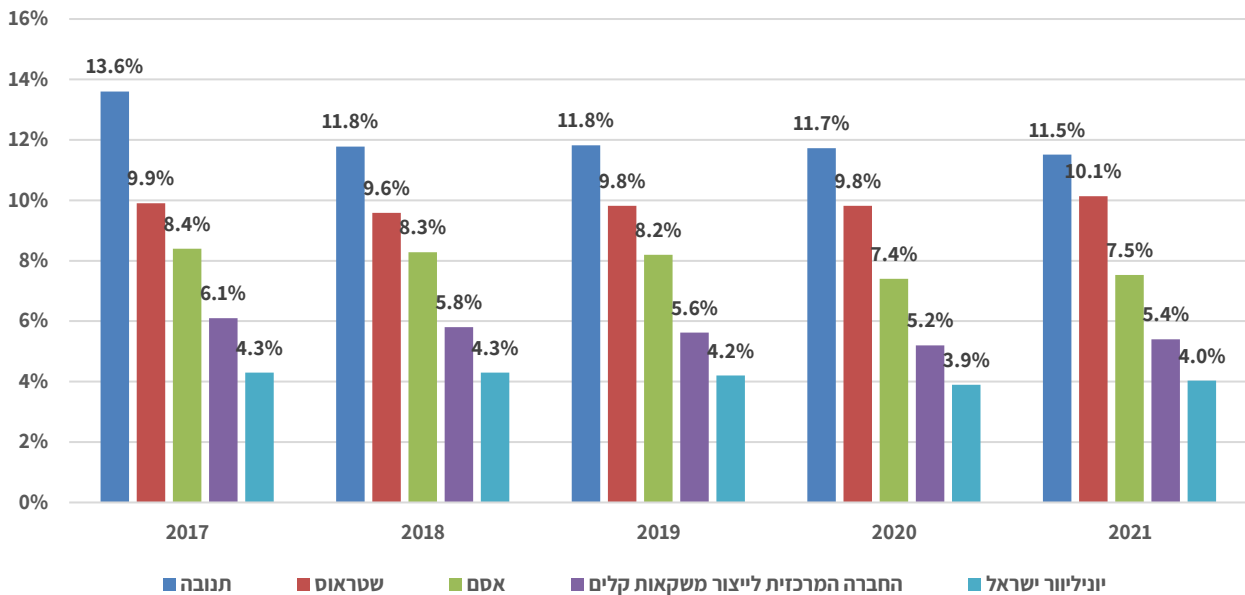
בשנת 2021 נתח השוק של 10 הספקים הגדולים הוא 53.5%, ירידה מתונה של 0.4 נקודות אחוז בהשוואה לשנת 2017 ועלייה מתונה בהשוואה לשנת 2020.

### 31 תרשים 16 - נתח 10 הספקים הגדולים בשוק המזון בשנים 2017 עד 2021



אפשר לראות כי בשנת 2021 נתח השוק של 10 הספקים הגדולים היה **53.5%**, ירידה מתונה של 0.4 נקודות אחוז בהשוואה לשנת 2017, וגידול מתון בהשוואה לשנת 2020, לנוכח יישום חוק המזון ניתן היה לצפות לירידה חדה יותר בריכוזיות בשוק. תרשים 17 להלן מציג נתונים על נתח חמש ספקיות המזון ומוצרי הצריכה המהירה (FMCG) בשנים 2017 עד 2021.

### 32 תרשים 17 - נתח חמש ספקיות המזון ומוצרי צריכה מהירה בשנים 2017 עד 2021

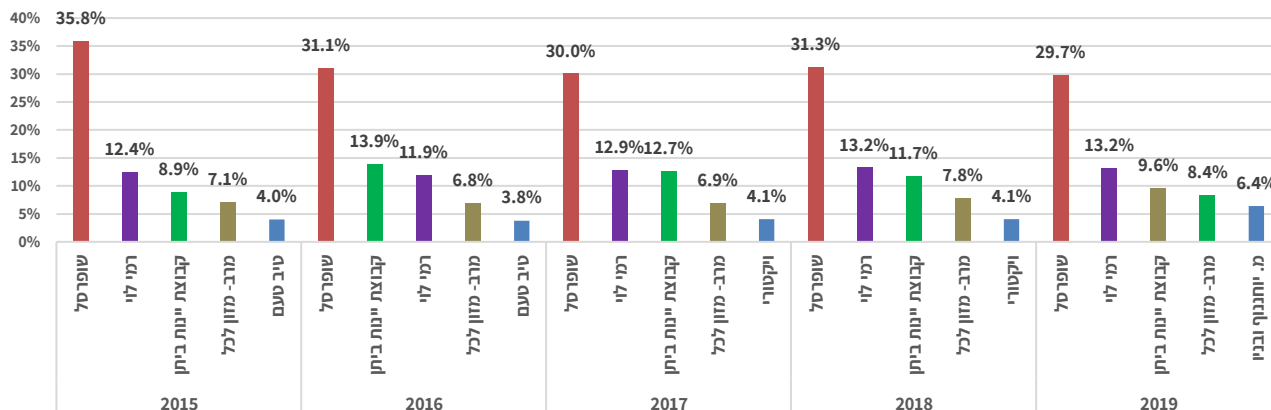


אפשר לראות כי בשנת 2021 נתח השוק של חמשת הספקים הגדולים היה **38.6%**, ירידה של **3.7** נקודות אחוז לעומת 2017 ועלייה של **0.6** נקודות אחוז לעומת 2020. נתח השוק של שטראוס עלה ונתח השוק של יתר הספקים ירד.

בתרשים 18 להלן מוצג נתח חמש קמעונאיות המזון הגדולות בשנים 2015 עד 2019.

<sup>31</sup> שם. כולל תנובה, אסם, שטראוס, דיפלומט, החברה המרכזית, שסטוביץ, סנו, יונילבר, נטו וקימברלי.  
<sup>32</sup> סטורנקסט, **סיכום ספטמבר 2021**, **סיכום 2020**, כניסה: 3 בנובמבר 2021. חודשים ינואר עד ספטמבר 2021.

**תרשים 18 – נתח חמש קמעונאיות המזון הגדולות בשנים 2015 עד 2019**<sup>33</sup>



**נתח השוק של חמש קמעונאיות המזון הגדולות בשנת 2019 היה כ-67.3%, בהשוואה לכ-68.2% בשנת 2015, ירידה של כ-1 נקודת אחוז.**

אפשר לראות כי נתח השוק של חמש קמעונאיות המזון הגדולות בשנת 2019 היה כ-67.3%, בהשוואה לכ-68.2% בשנת 2015, ירידה מתונה של כ-1 נקודת אחוז. נתח השוק של רשת רמי לוי בשנת 2019 היה כ-13.2%, עלייה של 0.8 נקודות אחוז בהשוואה לשנת 2015. נתח השוק של שלוש הקמעוניות האחרות **עלה ב-4.3 נקודות אחוז** ושל יתר הקמעונאיות עלה ב-1 נקודת אחוז. קרי, בתקופה זו חלה **ירידה קלה בריכוזיות בשוק קמעונאיות המזון**.

לוח 5 להלן מציג את המכירות, עלות המכירות, הרווח הגולמי, ההוצאות האחרות והרווח הנקי של הקמעונאיים הציבוריים בישראל.

**לוח 5 – דוחות כספיים של הקמעונאיים הציבוריים (מיליוני ש"ח, 2020)**<sup>34</sup>

קמעונאי	הכנסות	רווח גולמי	ב- %	רווח נקי	ב- %
שופרסל	15,233	4,043	26.5%	387	2.5%
רמי לוי	6,465	1,459	22.6%	175	2.7%
יוחננוף	3,121	831	26.6%	127	4.1%
ויקטורי	2,377	604	25.4%	75	3.1%
טיב טעם	1,579	516	32.7%	82	5.2%
<b>סך-הכול</b>	<b>28,775</b>	<b>7,453</b>	<b>25.9%</b>	<b>845</b>	<b>2.9%</b>

אפשר לראות כי בשנת 2020 שיעור הרווח הגולמי מהמכירות של חמש רשתות המזון הגדולות היה כ-25.9% ושיעור הרווח הנקי כ-2.9%. בשנת 2020 שיעור הרווחיות הגולמית של מחלקת פירות וירקות ברשת שופרסל היה כ-24%, ברשת רמי לוי כ-15.6% וברשת יוחננוף כ-14.2%.<sup>35</sup> בלוח 6 להלן נתונים על מספר הסניפים ושטח מכירות בקמעונאיות המזון הגדולות.

<sup>33</sup> BDI, [דירוג רשתות שיווק מזון של BDI-Code 2020](#), כניסה: 8 בנובמבר 2021.

<sup>34</sup> שופרסל: [דוח תקופתי לשנת 2020](#), 3 במרץ 2021. רמי לוי שיווק השקמה: [דו"ח תקופתי לשנת 2020](#), 24 במרץ 2021. יוחננוף סופר שוק לכולם: [דו"ח תקופתי לשנת 2020](#), 24 במרץ 2021, ויקטורי: [דוח תקופתי לשנת 2020](#), 18 במרץ 2021, טיב טעם: [דוח תקופתי לשנת 2020](#), 17 במרץ 2021. חלק מההכנסות נובע מפעילות לא קמעונאית.

<sup>35</sup> ש.ם.

### לוח 6 – נתונים פיסיים של הקמעונאיים הציבוריים בשנים 2016 ו-2020<sup>36</sup>

מספר עובדים (אלפים, 2020)	מכירות למ"ר (אלפי ש"ח, 2020)	שטח מכירות (אלפי מ"ר)			מספר סניפים			קמעונאי
		2020	2016	שינוי	2020	2016	שינוי	
16.7	27.9	536.0	503.0	6.6%	301	272	10.7%	שופרסל
6.1	65.3	139.7	117.7	18.7%	53	43	23.3%	רמי לוי
3.1	51.0	69.6	32.6	113.5%	28	15	86.7%	יוחננוף
3.3	36.2	105.4	72.0	46.4%	59	46	28.3%	ויקטורי
1.3	39.0	48.7	65.5	-25.6%	41	47	-12.7%	טיב טעם
<b>30.5</b>	<b>219.4</b>	<b>899.4</b>	<b>790.8</b>	<b>13.7%</b>	<b>482</b>	<b>423</b>	<b>13.9%</b>	<b>סך-הכול</b>

אפשר לראות כי בשנים 2016 עד 2020 סך הסניפים של חמשת הקמעונאיות גדל בכ-**13.9%**, של רשת שופרסל גדל בכ-**10.7%**, של רשת רמי לוי גדל בכ-**23.3%** ושל רשת יוחננוף גדל בכ-**86.7%**. שטח המכירות הכולל של חמשת הקמעונאיות גדל בכ-**13.7%**, של רשת שופרסל גדל בכ-**6.6%**, של רשת רמי לוי בכ-**18.7%** ושל רשת יוחננוף גדל בכ-**113.5%**.

הגידול של הרשתות הבינוניות נבע מרכישה של רשתות שנסגרו במהלך השנים. כך, בעוד סגירת רשת **קלאבמרקט** בשנת 2005 הביאה לרכישת רוב סניפיה על ידי רשת שופרסל, בהסכמת רשות התחרות, ולגידול בנתח השוק של מובילת השוק שופרסל ולאחר מכן לגידול בריכוזיות בשוק, הרי סגירת רשת **מגה** בשנת 2016 וסגירת רשת **קואופ שופ** בשנת 2018, הביאו לרכישת חלק מהסניפים על ידי רשתות בינוניות (סניפי מגה נמכרו לרשתות יינות ביתן, יוחננוף, ויקטורי, רמי לוי ועוד, סניפי קואופ שופ נמכרו לרשת מחסני שוק) ולירידה בנתח השוק של מובילת השוק שופרסל. בנוסף, התגברות התחרות בענף הביאה לקשיים כספיים של רשת יינות ביתן למכירת חלק מסניפיה לרשתות אחרות (ויקטורי, יוחננוף ועוד).<sup>37</sup> נראה כי בענף קמעונאיות המזון לעיתים מתגברת התחרות ומביאה לקריסת חלק מהרשתות, אשר נמכרות לרשתות אחרות ולעיתים מביאה לירידה בתחרות וכן הלאה. על כן, קיים אינטרס ציבורי למניעת רכישת סניפים של רשתות שנסגרות על ידי רשתות גדולות יחסית, בכדי לתרום לירידה בריכוזיות.

#### 4.1 ספקים וקמעונאים גדולים

רשות התחרות פרסמה רשימה של קמעונאים גדולים וספקים גדולים. בלוח 7 להלן רשימת הקמעונאים הגדולים ונתונים פיננסיים עיקריים לגביהם.

#### לוח 7 - רשימת קמעונאים גדולים (2020)<sup>38</sup>

<sup>36</sup> **שופרסל: דוח תקופתי לשנת 2020**, 3 במרץ 2021, **דו"ח תקופתי לשנת 2016**, 22 בפברואר 2017, **רמי לוי שיווק השקמה: דו"ח תקופתי לשנת 2020**, 24 במרץ 2021, **דו"ח תקופתי לשנת 2016**, 30 במרץ 2017, **יוחננוף סופר שוק לכולם: דו"ח תקופתי לשנת 2020**, 24 במרץ 2021, **דו"ח תקופתי לשנת 2019**, 30 במרץ 2020, **ויקטורי: דוח תקופתי לשנת 2020**, 18 במרץ 2021, **דו"ח תקופתי לשנת 2016**, 20 במרץ 2017, **טיב טעם הולדינגס: דוח תקופתי לשנת 2020**, 17 במרץ 2021, **דו"ח תקופתי לשנת 2016**, 29 במרץ 2017.

<sup>37</sup> מידרוג, **ענף קמעונאות המזון בישראל**, אוקטובר 2020.

<sup>38</sup> **רשימת הרשתות: רשות התחרות, רשימת קמעונאים גדולים 2020**, 26 במאי 2021. **מחזור, מספר מועסקים ומספר סניפים** (למעט ח. כהן, עוף והודו ברקת, מעיין אלפיים, שוק העיר ושפע ברכת השם): coface BDi, **רשתות המזון הגדולות לשנת 2020**, כניסה: 3 באוקטובר 2021. הנתונים מעודכנים לשנת 2020, וחלקם מוערך על-ידי BDI, **ח. כהן, ג.מ מעיין אלפיים, שוק העיר**, כניסה: 3 באוקטובר 2021. יש לציין כי **חברת פז וחברת דור אלון** נכללות ברשימה בגין חנויות הנוחות בתחנות הדלק שלהן ואינן מוצגות בטבלה.

שם הקמעונאי	מחזור (מיליוני ש"ח)	מספר מועסקים	מספר סניפים
שופרסל	13,360	15,809	295
רמי לוי שיווק השקמה	5,936	7,446	52
יינות ביתן	4,300	8,200	170
מרב - מזון כל (אושר-עד)	3,760	1,639	20
מ. יוחננוף ובניו	2,880	3,727	27
כהן מחסני שוק	1,750	2,500	65
ויקטורי	1,747	2,920	58
טיב טעם	1,375	1,425	43
פרשמרקט	1163.6	2410	38
כל-בו חצי חינם	1,100	1,800	7
קשת טעמים	904	1,245	16
אלמשדהאוי קינג סטור	750	900	13
סאלח דאבח ובניו	592	780	3
זול ובגדול	550	600	27
סטופ מרקט בע"מ	400	400	10
נתיב החסד - סופר חסד	400	400	70
פוליצר חדרה	260	300	6
עוף והודו ברקת	-	-	-
ח. כהן סוכנות מזון ומשקאות	-	1,000	-
ג.מ. מעיין אלפיים	-	-	20
שוק העיר	-	-	9
שפע ברכת השם	-	-	-
<b>סך-הכול</b>	<b>58,035</b>	<b>58,937</b>	<b>949</b>

אפשר לראות כי רשות התחרות קבעה רשימה של 24 קמעונאים גדולים. הקמעונאי הגדול יותר הוא שופרסל ולאחריו חברת פז. סך כול הפדיון של הקמעונאים הגדולים הוא כ-58 מיליארד ש"ח, הם מעסיקים כ-58,937 עובדים ובעלותם 949 סניפים.

בהשוואת לרשימת הקמעונאים הגדולים בשנת 2015 נגרעו הרשתות הבאות: קו-אופ ישראל, בר כל רשתות, ספיר ד.ן. קמעונאות בע"מ (מחסני להב) וסופר דוש בע"מ. בשנת 2020 נוספו הרשתות הבאות: אלמשדהאוי קינג סטור, פז חברת נפט, פוליצר חדרה, עוף והודו ברקת, סאלח דאבח ובניו, נתיב החסד - סופר חסד, ח. כהן סוכנות מזון ומשקאות, ג.מ. מעיין אלפיים, שוק העיר, שפע ברכת השם. כלומר סה"כ ירדו 4 קמעונאים גדולים ונוספו 10.

בלוח 8 להלן רשימת הספקים הגדולים, האם הם הוכרזו בעלי מונופולין, באיזה תחום ובאיזה שנה הם הוכרזו ככאלה, מה הם מוצרי המזון העיקריים אותם הם מספקים ומה הם המותגים העיקריים בבעלותיהם.

**לוח 8 - רשימת ספקים גדולים**<sup>39</sup>

שם הספק העיקרי	בעלת מונופולין (שנת הכרזה)	מוצרי מזון וצריכה עיקריים (מותגים)
תנובה	חלב ומוצרי חלב (1988)	חלב (תנובה), גבינות (קוטג' תנובה, פיראוס, עמק), מעדני חלב (יולו), בשר (אדום, טירת צבי), עוף (מאמא עוף), דגים, ירקות קופאים (סנפרוסט), רטבים (אוליביה), ביצים, מוצרי מאפה (מעדנות), מוצרים לבישול ואפייה (השף הלבן), מזון מהצומח (סויה).

<sup>39</sup> רשות התחרות, [רשימה של ספקים גדולים](#), 26 במאי 2021; **הוכרזה כמונופול: רשות התחרות, רשימת בעלי מונופולין**, 23 ביולי 2018. **מוצרי מזון וצריכה עיקריים:** אתרי האינטרנט של החברות, כניסה: 3 באוקטובר 2021.

**רשות התחרות קבעה רשימה של 24 קמעונאים גדולים, כאשר הקמעונאי הגדול יותר הוא שופרסל.**

שם הספק העיקרי	בעלת מונופולין (שנת הכרזה)	מוצרי מזון וצריכה עיקריים (מותגים)
שטראוס גרופ בע"מ	מעדני חלב (1998)	חלב (יטבתה), גבינה (סקי, סימפונייה, קוטג'), יוגורט (דנונה) מעדני חלב (מילקי, גמדים, דני), חומוס וסלטים (אחלה), שוקולד (שוקולד פרה, מקס ברנר), מתוקים (מוצרי עלית: בפלות, פסק זמן, מקופלת; דורטוס, מסטיק מסט, שוש, ציטוס), קפה (עלית), דגני בוקר (אנארג', קווקאר), דבש (יד מרדכי), ירקות ופירות ארוזים (טעם הטבע).
קבוצת אסם	מוצרי פסטה יבשים (1988)	פסטה (אסם ופרפקטו), פתיתים, אטריות, עוגות, עוגיות, שקדי מרק, קמח, שמרים, רטבים (אסם), חטיפים (במבה, ביסלי ובייגלה), דגני בוקר (פיטנסס, צ'ריוס), חמוצים (בית השיטה), חומוס וסלטים (צבר), מזון מהצומח (טבעול), מזון תינוקות (מטרנה), משקאות קלים (נסטי, ויטמינצ'יק ועסיס), קפה (Nescafe) גלידות (נסטלה), מזון לבעלי חיים (פרו-פלאן, פריסקיז ודוליו), מוצרי מאפה (בונז'ור).
החברה המרכזית להפצת משקאות קלים בע"מ	קולה (1998)	משקאות מוגזים (קוקה-קולה), משקאות קלים (פריגת ופיוזטי) מים מינרליים (נביעות), מוצרי חלב (טרה, מחלבות רמת הגולן ומשק צוריאל), בירה (קרלסברג וטוברג) ויין (תבור)
קבוצת יוניליוור ישראל	-	דגנים (תלמה), גלידות (גלידות שטראוס, מגנום), היגינה אישית (דאב, פינוק, AXE), מוצרי ניקוי (בדין), תה (ליפטון), מרגרינה (בלו-בנד) וריבות. (778)
נטו מלינדה סחר בע"מ	-	בשר (טיבון ויל), דגים (דלידג), טונה (ויליגר), מאפים (שלושת האופים), קצפת (ריץ'), אוכל להכנה מהירה (מג'יק) ופירות וירקות (ביכורי השדה), כלים חד-פעמיים (פאלאס)
יפאורה-תבורי בע"מ	-	מים מינרליים (מי עדן ועין גדי), משקאות קלים (מיץ פז, ספרינג), משקאות מוגזים (RC קולה, שוופס).
מאפיית אנג'ל (שלמה א. אנג'ל בע"מ)	-	לחמים (אנג'ל), מאפים קפואים.
טמפו משקאות בע"מ	בירה (1988)	משקאות מוגזים (פפסי, XL), משקאות קלים (ג'אמפ, סידר הגליל), מים מינרליים (אקווה נובה), בירה (גולדסטאר והייניקן), יין (ברקן וסגל), אלכוהול (אבסולוט, ג'יימסון, שיבאס)
סוגת תעשיות בע"מ	-	אורז, סוכר, פתיתים, קטניות ודגנים (סוגת).
דיפלומט מפיצים בע"מ	מרגרינה, מיונית (בלו-בנד ותלמה, 1988)	טונה (סטרקיסט), רטבים (היינץ), סכיני גילוח (ג'ילט), מזון לחיות (בונזו), היגינה (אלוויז, טמפקס), סוללות (דורסל), חומרי ניקוי (פיירי).
החברה הדרומית לשיווק בע"מ	-	מוצרי ניקוי לבית ומוצרים למטבח (סנו).
החברה לתעשיית גפרורים נור (1938) בע"מ	גפרורים (1988)	גפרורים (נור).
מילואות אגודה שיתופית חקלאית בע"מ	-	עוף (מילועוף), פירות וירקות.
עוף טוב (שאן) בע"מ	-	עוף טוב (עוף טוב).
פיליפ מוריס בע"מ	-	סיגריות (מרלבורו, פרלמנט ו-M&L).
ש. שסטוביץ בע"מ	-	מוצרי ניקוי (אג'קס, פלמוליב), היגינה (O.B, ספיד סטיק), היגינה הפה (אלמקס, קולגיט), מתוקים (כרמית), קוסמטיקה (דיאדורה, סיסלי, רבלון), מוצרים מהצומח (אלפרו), פסטה (ברילה).
עוף ירושלים מהדרין בע"מ	-	עוף
עוף עוז תעשיות (1991) בע"מ	-	עוף ובשר
ביכורי השדה דרום שיווק תוצרת חקלאית	-	ירקות ופירות
קימברלי-קלארק ישראל שיווק	-	חיתולים (האגיס, טיטולים, שקמה), נייר טואלט (לילי, מולט, שמורת טבע), תחבושות היגיניות (דיפנד, קוטקס, פויז) מוצרי ניקוי (ניקול).
ג. ויליפוד אינטרנשיונל	-	גבינות (קוליאוס, מורטביי ואליו, EURO, WYKE), פירות קפואים (בטר פוד), דגנים (האפי נאטס, מורנינג אנרג'י), מנה מוכנה לאכילה (מנת השף), אורז (DAWAAT).
ליימן שליסל	-	ממתקים (מנטוס, לואקר, טופיפי, הרשיס, יוגטה, שטורק, בלזן, פייבר וואן, מרסי, הוט פופ נייטשר ואל, ריטר ספורט, וורטר אורגינל, סניידרס, קליית גת, זנטיס, מילפורד, הוסטה, קלפני, צ'ופה-צ'ופס, פרוט ביי דה פוט, וורנר, יאמאסה, טוויזרלס, וטעמי הגליל), קפסולות קפה (לוואצה), אבקת כביסה (תינוקלין וביומט), מיונד (טומי), אפייה (פילסברי), תרסיסי שמן (פאם), תבלינים (מרקדו טייסט).

אפשר לראות כי הרשות הגדירה 23 ספקי מזון ומוצרי צריכה כספקים גדולים.

החל משנת 2015 הוגשו לרשות התחרות 15 בקשות לפתיחת סניף נוסף לרשת, 12 מתוכם של שופרסל, אחת של יינות ביתן, אחת של רמי לוי ואחת של קינג סטור. למעט בקשה אחת של שופרסל אושרו כל הבקשות.

## 4.2 פרסום אזורי ביקוש

רשות התחרות הגדירה ופרסמה לגבי החנויות של הקמעונאים הגדולים את אזורי הביקוש שלהם ואת השיעור המחושב, כאשר שיעור מחושב הינו **נתח השוק של החנות באזור גיאוגרפי מסוים** (אזורים סטטיסטיים לפי הלמ"ס), בתלות בשאר הסניפים באזור, במרחקי הנסיעה ובצפיפות האוכלוסין. בלוח 9 להלן, פירוט של מספר החנויות בעלות נתח שוק של **30% ומעלה**, עבור כל רשת, משקל כל רשת בסך החנויות בעלות נתח שוק של מעל 30% ומשקל החנויות בעלות נתח שוק של 30% במספר חנויות הרשת.

**לוח 9 - חנויות בעלות נתח שוק של מעל ל-30% באזור הסטטיסטי**<sup>40</sup>

שם הרשת	חנויות בעלות נתח שוק מעל ל-30%	ב-30% מסך חנויות בעלות נתח שוק מעל ל-30%	ב-30% מסך החנויות של הרשת
שופרסל	141	72.7%	47.8%
כ.נ מחסני השוק	10	5.2%	15.4%
רמי לוי	9	4.6%	17.3%
יינות ביתן	8	4.1%	4.7%
אלמשדהאוי קינג סטור	6	3.1%	46.2%
ויקטורי	6	3.1%	10.3%
מ. יוחננוף	5	2.6%	18.5%
מרב מזון לכל	2	1.0%	10.0%
מרכז המזון	2	1.0%	
סלאח דאבח ובניו	2	1.0%	66.7%
דור אלון ניהול מתחמים	1	0.5%	
פוליצר חדרה	1	0.5%	16.7%
טיב טעם	1	0.5%	2.3%
<b>סך-הכול</b>	<b>194</b>	<b>100%</b>	

אפשר לראות כי נמצאו **194 חנויות** בעלות נתח שוק של מעל 30% באזור הסטטיסטי בו הן נמצאות. הרשת בעלת המספר הגבוה ביותר של חנויות בעלות שיעור מחושב של מעל ל-30% היא רשת שופרסל לה **141** חנויות בעלות נתח שוק גבוה, המהוות כ-**72.7%** מסך החנויות בעלות נתח שוק גבוה וכ-47.8% מכלל החנויות שלה.

יש לציין כי לפי בדיקת הרשות בשנת 2019 היו **53 חנויות** בעלות נתח שוק של מעל ל-50% באזור הסטטיסטי, ובחלק קטן מהן היו 3 חנויות גדולות באותו אזור ביקוש. לפי החוק, בהוראת שעה שפקעה, במידה והרשות סבורה כי ישנה פגיעה בתחרות, יכלה לפנות לבית משפט לתחרות בבקשה לסגור סניפים עם נתח שוק של מעל 50%-3 חנויות גדולות באותו אזור ביקוש, בטרם פקעה הוראת השעה, **לא פנתה הרשות לבית הדין לתחרות**. בהקשר זה, לפי דוח מבקר המדינה בנושא יוקר המחייה "רשות התחרות לא בחנה את השפעתו של החוק על הריכוזיות הגיאוגרפית ועל מחירי המצרכים באזורים אלו. עד לפקיעתה של הוראת השעה במרץ 2020 לא

נמצאו 194 חנויות בעלות נתח שוק של מעל 30% באזור הסטטיסטי בו הן נמצאות. הרשת בעלת המספר הגבוה ביותר של חנויות בעלות שיעור מחושב של מעל ל-30% היא רשת שופרסל.

<sup>40</sup> **נתונים:** רשות התחרות, [מתודולוגיה ליישום פרק התחרות הגאוגרפית בין קמעונאים על פי חוק קידום התחרות בענף המזון](#), 25 בנובמבר 2014. עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת; coface BDi, [רשתות המזון הגדולות לשנת 2020](#), גישה: 29 בספטמבר 2021.

עשתה רשות התחרות שימוש בכלים שהעניק לה המחוקק בעניין קמעונאי גדול שיש לו באותו אזור ביקוש לפחות שלוש חנויות והוא בעל שיעור מחושב העולה על 50%.<sup>41</sup>

כמו כן, רשות התחרות נדרשת לאשר או לסרב לבקשת קמעונאי גדול לפתיחת חנות חדשה, על פי סעיף 17 לחוק קידום התחרות בענף המזון, תשע"ד-2014. החל משנת 2015 הוגשו לרשות התחרות 15 בקשות לפתיחת סניף נוסף לרשת, 12 מתוכם של שופרסל, אחת של יינות ביתן, אחת של רמי לוי ואחת של קינג סטור. **למעט בקשה אחת של שופרסל אושרו כל הבקשות.**<sup>42</sup> הבקשה שלא אושרה היא בקשתה של שופרסל לפתוח חנות במצפה רמון – לאחר שהרשות מצאה שהתקיים חשש לפגיעה בתחרות או בציבור כתוצאה מכך. ביתר הבקשות שנבחנו על ידי הרשות לא נמצא חשש דומה והן אושרו.

לאורך השנים חלה ירידה בהיקף החנויות בעלות נתח שוק של מעל 30% מתוך כלל החנויות הגדולות שדווחו לרשות התחרות. לוח 10 להלן מציג את השינוי שהתרחשו בשנים האחרונות.

#### **לוח 10 - חנויות בעלות שיעור מחושב של מעל ל-30% ומעל 50% (2013, 2017 ו-2019)**<sup>43</sup>

שיעור שינוי	2019	2017	2013	חנויות
6.4%	810	759	761	סך החנויות הגדולות שדווחו לרשות
-39.2%	141	134	232	חנויות בעלות נתח שוק בין 30% - 50%
-17.2%	53	61	64	חנויות בעלות נתח שוק מעל 50%
-34.5%	194	195	296	חנויות בעלות נתח שוק מעל 30%
-38.5%	24%	26%	39%	אחוז החנויות בעלות נתח שוק מעל 30% מתוך כלל החנויות הגדולות שדווחו
23.8%	26	25	21	מספר הקמעונאים המדווחים

אפשר לראות כי סך החנויות של הקמעונאים שדווחו לרשות התחרות עלה בשנים 2013 עד 2019 ב-6.4% ואחוז החנויות בעלות נתח שוק בין 30% - 50% ירד ב-39.2% ואחוז החנויות בעלות נתח שוק מעל 50% ירד ב-17.2%.

## **5. סיכום**

יוקר המחייה בישראל של מוצרי מזון ומוצרי צריכה מהירה גבוה יחסית בשל מגוון סיבות, בניהם נתח יבוא נמוך יחסית בשל חסמים מכסיים ולא מכסיים, ריכוזיות בענף תעשיית המזון המקומית וריכוזיות בענף קמעונאות המזון, פריון נמוך יחסית בענפי החקלאות, תעשייה המזון והמסחר הקמעוני בישראל בהשוואה למדינות המפותחות<sup>44</sup>, שיעורי מע"מ גבוהים יחסית למדינות אירופה, עלויות כשרות וסיבות נוספות. כך, בשנות התשעים ובתחילת שנות האלפיים היה גל של רכישות בענף תעשייה מזון, אשר הוביל להגדלת הריכוזיות (בשנת 1997 רכשה שטראוס את

<sup>41</sup> מבקר המדינה, [הטיפול במנופולין ובריכוזיות בענף המזון](#), 18 במאי 2021.

<sup>42</sup> רשות התחרות, מענה בדואר אלקטרוני לבקשת מידע של מרכז המחקר והמידע של הכנסת, 29 בספטמבר 2021.

<sup>43</sup> רשות התחרות, דו"ח פעילות הרשות בתחום המזון לשנת 2020, דואר אלקטרוני, 14 בספטמבר 2021.

<sup>44</sup> בנק ישראל, דוח מיוחד של חטיבת המחקר, [העלאת רמת החיים בישראל באמצעות הגדלת פריון העבודה](#), איור 1.5, אוגוסט 2019.



עלית ומחצית ממחלבות יוטבתה, ולאחר מכן את תמי 4, יד מרדכי וחברות מזון נוספות). בשנת 2005 קרסה כאמור רשת קלאבמרקט ושרידיה נמכרו לרשת שופרסל, מהלך שהוביל לגידול חד בריכוזיות בשוק קמעונאות המזון ולאחר מכן לתחילת גל של עליות מחירים.<sup>45</sup>

מאז המחאה החברתית בשנת 2011 נעשו כמה ניסיונות למתן את עליות המחירים בשוק בגורמים בשרשרת השיווק בשוק המזון – חקלאות, תעשייה מקומית, יבוא וקמעונאים. השוואת השינויים במחירי המוצרים לצרכן בענפי המשק השונים מלמדת כי קיימת ירידת מחירים רציפה באותם ענפים בהם נעשו רפורמות מבניות מקיפות (כמו שוק הסלולר), נפתחו לתחרות מיבוא ויש בהם תחרות רבה בערוצי השיווק הקמעונאי (כמו שוק ההלבשה וההנעלה).

כאמור לעיל, בשנים האחרונות משרד הכלכלה עורך מכרזים ליבוא מוצרים במכסות יבוא לתקופה מוגבלת בפטור מלא או חלקי ממכסים הגבוהים, במטרה להתמודדות עם יוקר המחייב. כלי זה אמנם משפיע במידה מסוימת על רמת המחירים באותם מוצרים, אולם לא באופן מלא. מחקר של מרכז המחקר והמידע של הכנסת העלה כי הפחתת מכסים באופן זמני לא מביאה לשינוי מבני בשווקים ורק חלק מהפחתת המכס מתגלמת במחיר לצרכן.<sup>46</sup>

בדיקת של כלים הנהוגים במדינות מפותחות להתמודדות עם יוקר המחייב העלתה כי בבלגיה קיים גוף הנקרא "בוחן מחירים" ותפקידו לעקוב אחר שינוי במחירי המוצרים והשירותים ולהתריע על עליית מחירים חדה. במידה וקיים מצב דחוף שעשוי לגרום לפגיעה מיידי בתחרות הנוגעות בדבר או בצרכנים, ומצב זה עשוי להיות קשה לתיקון בשלב מאוחר יותר, או שקיים מצב שעשוי לפגוע באינטרס הכלכלי הכללי, רשאי בית המשפט לתחרות לנקוט בצעדים זמניים במטרה לשים קץ לפרקטיקות לא תחרותיות אלו. במקרים בהם בית המשפט לתחרות נוקט צעדים זמניים, חייב שר הכלכלה להגיש לממשלה בתוך חצי שנה תכנית לשינוי מבני בענף.<sup>47</sup>

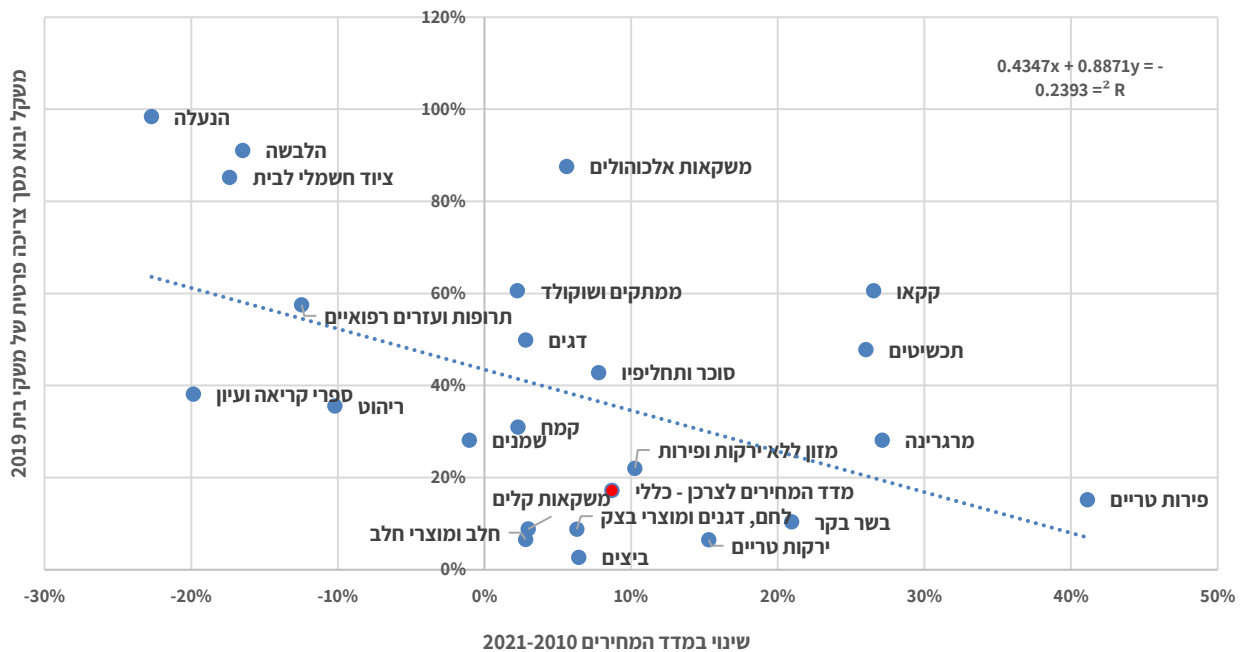
תרשים 19 להלן מתאר את המתאם בין השינוי במדד המחירים לצרכן בין השנים 2010 ל-2021 לבין משקל היבוא בצריכה הפרטית של משקי בית בשנת 2019.

<sup>45</sup> להרחבה, איתמר מילרד, [ניתוח עליית מחירי מוצרי המזון ובחינת הצעת חוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ג-2013](#), מרכז המחקר והמידע של הכנסת, ינואר 2014.

<sup>46</sup> איתמר מילרד, [השפעת הסכם מכסות פטורות ממכס לקראת חג הפסח 2016 על מחירי המוצרים](#), מרכז המחקר והמידע של הכנסת, יולי 2016.

<sup>47</sup> בת חן רוטנברג, [מחלקת בוחן המחירים בבלגיה](#), מרכז המחקר והמידע של הכנסת, מרץ 2020.

### תרשים 19 - מתאם בין שינוי מדד המחירים לצרכן לבין משקל יבוא בצריכה פרטית של משקי בית<sup>48</sup>



קיים מתאם חיובי בין משקל נמוך יחסית של יבוא מתוך הצריכה הפרטית של משקי בית לבין עליית מחירים בשיעור גבוה. משקל היבוא מהצריכה פרטית של משקי בית בשנת 2019 היה כ-17.2% ומדד המחירים לצרכן עלה בשנים 2010 עד 2021 בכ-8.7%. משקל היבוא בענף ההנעלה היה בשנת 2019 כ-98.4%, ומדד מחירי ההנעלה ירד בשנים 2010 עד 2021 בשיעור של כ-22.7%. משקל היבוא בענף הקמח היה בשנת 2019 כ-31% ושיעור עליית המחירים בשנים 2010 עד 2021 היה כ-2.3%. מאידך, משקל היבוא של בשר בקר היה בשנת 2019 כ-10.4%, ושיעור עליית המחירים בשנים 2010 עד 2021 היה כ-21%. יש לציין כי גורמים רבים משפיעים על השינוי במחירים, לרבות שינוי בביקושים ובטעמי הצרכנים, שינוי בתשומות בייצור המוצרים השונים וגורמים נוספים המשפיעים על התעשייה המקומית, כגון כלים שונים לתמיכה בחקלאות, מע"מ, ארנונה, תעריפי המים לתעשייה, עלות הכשרות ובירוקרטיה, פתיחות ליבוא והסרת חסמי יבוא מכסיים ולא מכסיים, כמו תקנים מקומיים ייחודיים, מאפשרת תמסורת גבוהה יחסית של מחירים בין השוק הבינלאומיים לבין השוק המקומי בארץ, כפי שקרה בעשורים האחרונים בענפי הלבשה וההנעלה והציוד לבית, ועשויה למתן את יוקר המחייבה בישראל.

אפשר לראות כי קיים מתאם חיובי בין משקל נמוך יחסית של יבוא מתוך הצריכה הפרטית של משקי בית לבין עליית מחירים בשיעור גבוה יחסית. משקל היבוא מהצריכה פרטית של משקי בית בשנת 2019 היה כ-17.2% ומדד המחירים לצרכן עלה בשנים 2010 עד 2021 בכ-8.7%. משקל היבוא בענף ההנעלה היה בשנת 2019 כ-98.4%, ומדד מחירי ההנעלה ירד בשנים 2010 עד 2021 בשיעור של כ-22.7%. משקל היבוא בענף הקמח היה בשנת 2019 כ-31% ושיעור עליית המחירים בשנים 2010 עד 2021 היה כ-2.3%. מאידך, משקל היבוא של בשר בקר היה בשנת 2019 כ-10.4%, ושיעור עליית המחירים בשנים 2010 עד 2021 היה כ-21%. יש לציין כי גורמים רבים משפיעים על השינוי במחירים, לרבות שינוי בביקושים ובטעמי הצרכנים, שינוי בתשומות בייצור המוצרים השונים וגורמים נוספים המשפיעים על התעשייה המקומית, כגון כלים שונים לתמיכה בחקלאות, מע"מ, ארנונה, תעריפי המים לתעשייה, עלות הכשרות ובירוקרטיה, פתיחות ליבוא והסרת חסמי יבוא מכסיים ולא מכסיים, כמו תקנים מקומיים ייחודיים, מאפשרת תמסורת גבוהה יחסית של מחירים בין השוק הבינלאומיים לבין השוק המקומי בארץ, כפי שקרה בעשורים האחרונים בענפי הלבשה וההנעלה והציוד לבית, ועשויה למתן את יוקר המחייבה בישראל.

<sup>48</sup> מדדי מחירים: הלמ"ס, מאגר מדדי מחירים, כניסה: 4 בנובמבר 2021. משקל יבוא: הלמ"ס, [הוצאה לצריכה פרטית לפי ענף כלכלי - 2019-1995](#), לוח 3 - הוצאה לצריכה פרטית של משקי בית בשוק המקומי, לפי ענף כלכלי ומקור אספקה, מיליוני ש"ח, נתונים משורשים במחירי 2015, 20 ביוני 2021. עיבודי מרכז המחקר והמידע של הכנסת.

הנתונים המוצגים במסמך מלמדים כי בשנים האחרונות מדד מחירי המזון עלה בקצב מתון יחסית (בהשוואה לשנים קודמות ולשינוי במדינות האיחוד האירופי), בגין שינויים בצד ההיצע ובצד הביקוש:

**צד ההיצע:** חלה **ירידה מתונה ברמת הריכוזיות**, לרבות גידול מתון בנתח היבוא של צריכת משקי הבית, ירידה מתונה בנתח 10 הספקים הגדולים בתעשייה (אם כי בקרב היצרנים המקומיים ללא יבוא היה גידול בריכוזיות), עלייה קלה בנתח מותגים פרטיים, ירידה בכמות חנויות שלהן מעל 30% באזור הגיאוגרפי שלהן, גידול במסחר המקוון (אשר הועצם במשבר הקורונה) וגורמים נוספים.<sup>49</sup>

**צד הביקוש:** נראה כי מאז המחאה החברתית חלה **עלייה בגמישות הביקוש**<sup>50</sup> של הצרכנים, אשר תרמה ליציבות המחירים. כך, לפי מחקר אשר פורסם בשנת 2017,<sup>51</sup> חרם הצרכנים בתקופת המחאה החברתית בשנת 2011 הוביל לגידול בגמישות הביקוש לקוטג' וליציבות במחיר שנים לאחר החרם, בשל חשש הספקים מירידה במכירות המוצר באם תחול עלייה במחיר.

משבר הקורונה הוביל לשיבוש במערכת האספקה העולמית ועקב כך לעליות מחירים של סחורות אחודות (Commodities) ושל השינוע הימי. שינויים אלו עשויים להביא לעליות מחירים בישראל, ובמקרה זה יותר בגין תמסורת היבוא ופחות בגין חוסר תחרויות בשוקים המקומיים, אם כי ייתכן שגל העליות ינוצל על ידי גורמים נוספים בשוק להעלאת מחירים. עם זאת, התחזקות השקל מאז תחילת משבר הקורונה (בגין גידול חד ביצוא שירותי הייטק וירידה חדה ביבוא מוצרי אנרגיה) עשויה למתן חלק מעליית מחירי מוצרי היבוא.

<sup>49</sup> מידרוג, [ענף קמעונאות המזון בישראל](#), אוקטובר 2020.

<sup>50</sup> **גמישות הביקוש:** שיעור השינוי בכמות עקב שינוי במחיר; אם המחיר עולה באחוז מסוים, ושיעור הירידה בכמות הנרכשת יורד באותו אחוז, גמישות הביקוש **יחידתית** והפדיון נותר קבוע. אם שיעור השינוי בכמות נמוך משיעור השינוי במחיר, גמישות הגמישות נמוכה (ביקוש קשיח) והפדיון גדל. אם שיעור השינוי בכמות גבוה משיעור השינוי במחיר, גמישות הביקוש **גבוהה** (ביקוש גמיש) והפדיון קטן.

<sup>51</sup> Igal Hendel, Saul Lach, Yossi Spiegel, [Consumers' activism: the cottage cheese boycott](#), The rand Journal of Economics, November 2017.