

ירושלים, ג' אב תשפ"ד  
07 אוגוסט 2024

לכבוד  
משה בן זקן, מנכ"ל  
משרד התחבורה והבטיחות בדרכים

באמצעות דוא"ל [mankal@mot.gov.il](mailto:mankal@mot.gov.il)

שלום רב,

### הנדון: מדד עלות תחזוקת רכב

סימוכין: מכתבנו מיום 25.7.2021; תכתובות דוא"ל בין רשות התחבורה ומשרד התחבורה מהימים 26-27.12.2023, 13.3.2024-1 6.3.2024

בשנים האחרונות התקיים שיח ארוך בין רשות התחבורה (להלן גם **הרשות**) לבין משרד התחבורה בנוגע לפרסום מדד עלות תחזוקת רכב, במטרה להגביר את התחרות המתקיימת בכל הנוגע לשיווק חלקי חילוף ומתן שירותים לרכב. למען הסדר הטוב, ראינו לנכון להעלות על הכתב בשנית את עיקרי הדברים הנוגעים לבעיה התחרותית העומדת בבסיסו של מדד עלות תחזוקת רכב, ולפרוט את המתודולוגיה הראויה לגישתנו לאופן איסוף הנתונים ולפרסום מדד זה. נוכח התועלת התחרותית הגלומה בראייתנו בפרסום המדד כאמור, שצפוי להתמודד עם בעיית פערי המידע בתחום ולהוביל להפחתת העלויות המושטות על הצרכן הסופי, אנו סבורים כי יש להשלים בהקדם את גיבוש מתודולוגיית המדד ולפעול לפרסומו השוטף. הכול כפי שיפורט להלן:

### רקע

1. בשנים האחרונות נעשתה עבודה מקיפה בלמידת ענף הרכב בישראל, הכוחות הפועלים בו, השחקנים בענף והגורמים המשפיעים על הוצאות הצרכן הישראלי בכל הנוגע לרכישת רכב ולאחזקתו. מכך עלה, כי מחירי חלקי החילוף לרכבים בישראל מהווים חלק ניכר מהוצאות אלו. בסדרת מחקרים שערכה רשות התחבורה בשנת 2021 נמצא כי התחרות בתחום חלקי החילוף היא מצומצמת.<sup>1</sup> זאת, בין היתר, כתוצאה מכך שהחלופות שיעמדו עבור הצרכן ברכישת חלקי חילוף נגזרות מהרכב שייבחר, ואולם יכולתו להביא בחשבון את עלות התחזוקה השוטפת בעת בחירת הרכב שירכוש – מוגבלת. בהתאם, אין בתחרות בשוק הראשוני (רכישת רכב) כדי לשמש רסן תחרותי אפקטיבי על כוח השוק של ספקי החלפים בשוק ההמשך (חלקי החילוף).

<sup>1</sup> חלקי חילוף לרכבים – תמחור ומודעות צרכנית **רשות התחבורה** (מחקרי שוק, 26.7.2021; להלן **מחקר חלקי החילוף**); חלקי חילוף לרכבים בחינת השפעת החלף התחליפי על החלף המקורי **רשות התחבורה** (מחקרי שוק, 20.10.2022).

2. במטרה לצמצם את פערי המידע ולהגביר את הרסן התחרותי באספקת חלקי חילוף ובטיפול שוטף ותיקון הרכב, כפי שיתואר בהמשך, הוצע להנגיש את המידע ביחס לעלות אחזקת הרכב באמצעות מדד פומבי אשר יאפשר לצרכנים לבצע השוואה מיטבית בין המוצר הכולל – רכב ואחזקתו, עוד במעמד רכישת הרכב (להלן **מדד עלות התחזוקה**). הגברת מודעות הצרכן בנושא זה תאפשר לו לקבל החלטה מושכלת, ולהבטיח כי התחרות בין יבואני הרכבים תבוא לידי ביטוי גם בשווקי ההמשך – שיווק ומכירת חלפים ומתן שירותים.
3. במכתבנו שבסימוכין תיארנו את הבעיה התחרותית בענף הרכב כפי שעלתה מניתוח שערכה רשות התחרות, וכן הצענו הצעה ראשונית למתודולוגיה שתעמוד בבסיס מדד עלות התחזוקה. לאחר דיונים ממושכים ומאמצים רבים לקידום הנושא, ביום 24.2.2023 התקבלה החלטת ממשלה בנושא חלקי חילוף לרכבים (להלן **החלטת הממשלה**).<sup>2</sup> בהחלטת הממשלה נקבע כי יש לפרסם מדד להערכת עלות התחזוקה השוטפת של כלי רכב, שיתבסס על נתוני אמת של עלויות חלקי חילוף לרכב וטיפולי רכב שנעשו בפועל, אשר יימסרו בהתאם לסעיף 16 לחוק רישוי שירותים ומקצועות בענף הרכב, התשע"ו-2016 (להלן **חוק רישוי שירותי רכב**). עוד נקבע בהחלטת הממשלה כי על משרד התחבורה לגבש את מתודולוגיית המדד, באישור רשות התחרות ורשות שוק ההון, ביטוח וחסכון; וכן כי יש לתקן את פרק ה' לחוק רישוי שירותי רכב, כך שמשווק רכב יכלול בפרסומת לרכב שהוא משווק הפניה למדד עלות התחזוקה המפורסם באתר המשרד.
4. לאחר שיח נוסף בנושא בין משרד התחבורה ורשות התחרות,<sup>3</sup> [REDACTED] בבקשה לגיבוש מדגם מייצג של מוסכים לצורך דיווח עלויות שירות התחזוקה למשרד התחבורה, וכן פירט את הנתונים שיידרשו ממוסכים אלו [REDACTED]
5. בחלק הבא נחזור בקצרה על הבעיה התחרותית והמנגנון המוצע לפתרונה.

<sup>2</sup> החלטה 196 של הממשלה ה-37 "חלקי חילוף לרכבים" (24.2.2023). ההחלטה זמינה לצפיה ב- <https://www.gov.il/he/departments/policies/dec196-2023>

<sup>3</sup> ר' הודעות הדוא"ל שבסימוכין.

## תיאור הבעיה התחרותית

6. טענות רבות נשמעו לאורך השנים בדבר מחירם הגבוה של חלקי החילוף לרכבים בישראל. בעבר נמצא כי מחירי החלפים בישראל, הן המקוריים והן התחליפיים, גבוהים בעשרות אחוזים ממחירי החלפים באירופה. גם חלקם היחסי של החלפים המקוריים מתוך כלל החלפים גבוה בישראל בהשוואה לאירופה ועומד על כ-60% מהשוק. מכאן כי למחירי החלפים המקוריים השפעה ניכרת על הוצאותיהם השוטפות של הצרכנים, שכן עלות אחזקת רכב מוערכת בכמה אלפי שקלים בשנה.<sup>4</sup> ממצאים בדבר עלות החלפים הגבוהה וכן הצורך בהנגשת מחירי החלפים לציבור הוזכרו אף בדוח מבקר המדינה בנושא התחרותיות בענף הרכב אשר פורסם במרץ 2022.<sup>5</sup>
7. סוגיה זו נבחנה לעומק במחקר חלקי החילוף שערכה הרשות. מהמחקר עלה כי למרות השפעת מחירי החלפים על סל ההוצאות השנתיות על רכבים, לצרכנים כיום יכולת מוגבלת, אם בכלל, לקחת בחשבון בעת רכישת רכב חדש את העלויות הצפויות בגין טיפולים וחלקי חילוף. פערי המידע הקיימים בענף הרכב היוו בסיס לדיון שנערך במחקר בדבר הקשר בין שוק ראשוני לשוק המשך. בשל פערי המידע, הצרכנים נתקלים בקושי לשקלל את עלויות חלקי החילוף – שוק ההמשך, יחד עם עלות רכישת הרכב, שהוא השוק הראשוני. כתוצאה מכך, ברוב המקרים הצרכנים נחשפים לעלויות חלקי החילוף רק לאחר רכישת הרכב. בשלב זה, הצרכן נדרש לרכוש חלקי חילוף לרכבו כאשר הוא כבול, על פי רוב, לרכישת חלפים מסוג מסוים המתאימים לרכבו, ויכולתו לתחר ביניהם מוגבלת למדי.
8. הדיון בקשר בין שוק ראשוני לשוק המשך מתמקד לרוב בשאלת יכולתו של יצרן או מוכר בשוק הראשוני להפעיל כוח שוק בשוק ההמשך. מהספרות עולה, כי גם אילו קיימת תחרות בשוק הראשוני, עלולה להיות בידי המוכר יכולת להפעיל כוח שוק מול הצרכן בשוק ההמשך, במקרים בהם אין בידי הצרכן יכולת להעריך את עלות המוצר או השירות בשוק זה. זאת, בין אם יכולתו המוגבלת של הצרכן להערכת העלויות נובעת מא-סימטריה במידע ובין אם קושי זה נובע מתנאים משתנים מצד המוכר, לאחר ביצוע הרכישה בשוק הראשוני.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> להרחבה ר' מכתבנו שבסימוכין.

<sup>5</sup> מבקר המדינה **תחרותיות בענף הרכב** (2022) זמין לצפייה ב:

<https://www.mevaker.gov.il/sites/DigitalLibrary/Pages/Reports/7413-15.aspx>

<sup>6</sup> ר' במחקר חלקי החילוף, עמ' 10.

9. ככלל, היכולת להפעיל כוח שוק על לקוחות בשוק ההמשך פוחתת ככל שמודעותם של הצרכנים לגבי הקשר בין השווקים עולה. למעשה, הבנתו של הצרכן ביחס לקשר בין שני השווקים והפנמה טובה של העלויות שעשויות להיות מושתות עליו בשוק ההמשך כבר במעמד קבלת ההחלטה על הרכישה בשוק הראשוני, סביר שתחליש את היכולת להפעיל עליו כוח שוק בשוק ההמשך (וזאת בהתאם למידת התחרות בשוק הראשוני).

10. ביישום לענייננו, ענף הרכב בישראל מאופיין בפערי מידע גבוהים בין המוכרים והצרכנים, וייתכן כי ישנם צרכנים אשר מודעותם אודות הקשר בין השוק הראשוני ושוק ההמשך אינה גבוהה. לא זאת בלבד, אלא גם כאשר הצרכנים מודעים היטב לקיומו של הקשר ומעוניינים ללמוד אודות העלויות בשוק החלפים טרם ירכשו את רכבם, מדובר במשימה מורכבת ביותר, גם עבור צרכן מתוחכם. הקושי בזיהוי עלויות החלפים שיידרש בעל הרכב לרכוש והחלפים להם יזדקק לאורך חיי הרכב, כבר במעמד רכישתו, נובע משני כשלים מרכזיים. האחד, הנגשה חלקית בלבד של המידע: אמנם יבואני ובעלי רישיון סחר בחלפים מחויבים לפרסם מחירי מחירון לחלקי החילוף, אולם הם אינם מנגישים את המידע באופן שמאפשר לצרכן הסביר לעשות בו שימוש. השני, קושי לנבא אילו חלפים ידרשו החלפה וכן התדירות הצפויה להחלפתם, בין אם מדובר בחלפים גנריים לטיפולים שוטפים, ובין אם מדובר בחלפים הדרושים לצורך תיקונים אקראיים (למשל בשל קלקול פתאומי). כל זאת, בשים לב לעובדה כי רכב הוא מוצר בר קיימא אשר צפוי לשמש את הצרכן במשך שנים רבות.

## פירוט המתודולוגיה הראויה

11. לאחר שקילת כלל האפשרויות שעלו לאורך השנים, אנו סבורים כי על המדד להציג את העלות השנתית בפועל של חלפים שהותקנו ושל שעות העבודה ביחס לכל דגם רכב,<sup>7</sup> בחלוקה לחמש שנות הייצור האחרונות של הדגם. יש לכלול בבסיס הנתונים של המדד מדגם מייצג של מוסכים שיכלול לכל הפחות את כלל מוסכי היבואן,<sup>8</sup> ולאפשר השתתפות לכל מוסך שירצה בכך, אף אם אינו מוסך יבואן.<sup>9</sup> מהנתונים הנדרשים מהמוסכים יש לנכות חלפים אשר הוחלפו בעקבות תאונה.<sup>10</sup> ביחס לכל דגם רכב, יש לשקלל את העלויות שדווחו ביחס למספר הרכבים שטופלו במוסכים המשתתפים במדד, על מנת לחשב עלות ממוצעת פר רכב.<sup>11</sup>

12. כפי שעלה בעבר בשיח בין משרד התחבורה לרשות התחרות, ניתן לגישתנו לבסס את המדד על

נתונים ביחס לדגמי הרכב הנמכרים ביותר בכל שנה.

אנו סבורים כי צמצום מדד עלות התחזוקה כך שיכלול את עשרת

דגמי הרכב הנמכרים ביותר בלבד חוטא למטרתו של המדד, שהיא הנגשת המידע לכלל הצרכנים אשר תאפשר להם להשוות בין החלופות השונות שעומדות בפניהם, ושיפור התחרות בענף. לגישתנו, יש לדרוש את הנתונים ביחס לדגמי הרכב אשר היוו ביחד לפחות 75% מהמכירות ללקוחות פרטיים בכל שנה. מהמידע שבידנו, שיעור זה מהווה סך של 70 עד 80 דגמי רכב מתוך למעלה מ-500 דגמים המשווקים בכל שנה. כמו כן, עבור כל דגם, יש לדרוש מהמוסכים לדווח את העלויות בנפרד עבור כל שנת ייצור, ביחס ל-5 שנות הייצור האחרונות עובר לדיווח.

<sup>7</sup> ראוי לבחון בהמשך כיצד לגבש עלות זו ביחס לדגמים חדשים שטרם שווקו בישראל – למשל תוך התבססות על העלויות המיוחסות לדגמים דומים של אותו יצרן או על נתון המבוסס על הערכותיו של היבואן ביחס לדגם הנוכחי.

<sup>8</sup> ההתמקדות במוסכי יבואן היא בשל היכולת לאתר את המידע באופן הפשוט והמדויק ביותר. כמו כן, אנו סבורים כי התבססות על מוסכי היבואן תתמרץ את יבואנים אלו להוריד את עלויות חלקי החילוף והטיפול במוסכיהם, על מנת לשפר את מיקומם היחסי במדד, ובהתאם את האטרקטיביות שלהם בשוק הראשוני.

<sup>9</sup> וזאת על מנת שלא לתמרץ את יבואני החלפים לתת הנחות ייעודיות על חלקי החילוף למוסכים המשתתפים במדד בלבד. <sup>10</sup> העקרונות המנחים ליצירת מדד עלות התחזוקה מתמקדים בחלפים אותם נדרש הצרכן לרכוש ואלו כאמור אינם כוללים, במרבית המקרים, את חלפי התאונות. אולם, אין בכך כדי לרמוז כי עלותם של חלפי התאונות אינה משמעותית עבור הצרכן הפרטי. תמחור עלותם של חלפי התאונות עבור כל דגם רכב כבר נעשה באופן שוטף, על ידי חברות הביטוח המשקללות עלות זו, לרבות ההסתברות לתאונה בדגם הרכב הספציפי (קרי ההסתברות להזדקק לרכישת החלפים), בתוך מחירי פוליסות הביטוח לרכבים. אלו, כפי שיוצג בהמשך המסמך, ראוי שיפורסמו לצד מדד תחזוקת הרכב.

<sup>11</sup> סך הרכבים יהיה סך הרכבים הייחודיים שטופלו בכלל המוסכים במדגם לאורך השנה. כך למשל, אם אותו הרכב הגיע למוסך מספר פעמים, הוא ייספר פעם אחת לצורך המדד. זאת, על מנת לשקלל בתוצאות המדד גם את אמינות הרכב.

13. יישום המדד על בסיס המתודולוגיה המפורטת לעיל צפוי בראייתנו למקסם את התועלת התחרותית שתצמח מפרסומו. כך למשל, אנו סבורים כי מתודולוגיה זו תאפשר לשקלל הן את מחירי החלפים והן את תדירות החלפתם, באופן שייצג נאמנה את העלות השנתית שצפוי לשאת הלקוח. ביכולתו של אופן חישוב זה גם לתמרץ את היבואן להוזיל דווקא את אותם החלפים אשר השקלול בין תדירות החלפתם לבין עלותם גבוהה, על מנת לשפר את מיקומו היחסי בדירוג (ובהתאם, את האטרקטיביות שלו בשוק הראשוני), או לחילופין לספק חלקי חילוף עמידים שתדירות החלפתם תהיה נמוכה.

14. כמו כן, המתודולוגיה המוצעת תאפשר לשקף את העלות האמיתית המוטלת על הלקוח; זאת בניגוד למחירי מחירון המשקפים עלות גבוהה בהרבה מהעלות בפועל. נדגיש, כי ביסוס מדד עלות התחזוקה על תשלומים שבוצעו בפועל הוא הכרחי כאשר עסקינן בשוק חלקי החילוף לרכבים, בו קיימים כאמור פערי מידע משמעותיים, המונצחים דרך מחירי המחירון הגבוהים. בשים לב לכך, פרסום מודל המבוסס על מחירי מחירון אין בו כדי לממש את תכליות החלטת הממשלה.

15. בנוסף, המדד המוצע הוא פשוט יחסית ליישום, שכן הוא מבוסס על נתונים בודדים ביחס לכל דגם רכב – עלות הטיפול ברכבים מאותו דגם, ומספר הרכבים (הייחודיים) שטופלו. על פי בדיקת הרשות, נתונים אלה זמינים במערכות מוסכי היבואן, [REDACTED]

16. באשר לאופן איסוף הנתונים, ראוי לגישתנו שמשרד התחבורה ידרוש את הנתונים לצורך פרסום המדד, אחת לשנה, מכלל המוסכים המשתתפים.<sup>12</sup> אפשרות נוספת שעלתה בדיונים שנערכו בנושא היא דרישת המידע מיבואני הרכב (גם בנוגע למוסכים שאינם בבעלותם), אך אנו סבורים שאופן פעולה זה עלול לפגוע בתחרות בין המוסכים שבבעלות היבואנים לשאר המוסכים. זאת, שכן דרישת המידע מהיבואנים תאלץ את המוסכים שאינם בבעלותם להעביר להם מידע על אודות חלקי החילוף שהם תיקנו, מחירם ועוד, ובכך לחשוף מידע תחרותי רגיש למתחריהם הישירים.

<sup>12</sup> מטרתו של מכתב זה היא לעמוד על המתודולוגיה הכלכלית הראויה בעיני רשות התחרות. באשר לשאלות המשפטיות הנוגעות לסמכות משרד התחבורה לאסוף ולפרסם מידע כאמור, אנו סבורים כי בידי משרד התחבורה האפשרות לדרוש מהגורמים הרלוונטיים בענף הרכב את המידע הדרוש לצורך גיבוש המדד, מכוח הוראות ס' 16 לחוק רישוי שירותי רכב. זאת, כפי שנקבע במפורש בהחלטת הממשלה.

## פיילוט משרד התחבורה

17. בין החודשים אוגוסט 2021 ועד מאי 2022 פרסם משרד התחבורה פיילוט למדד עלות תחזוקה לרכבים, המשווה בין עלות חלקי החילוף של סוגי רכבים שונים לפי מחירי המחירון המפורסמים

תדיר על ידי יבואני החלפים עצמם (להלן **הפיילוט**).<sup>13</sup>

18. המדד אשר פורסם במסגרת הפיילוט הורכב מסכימת מחירי המחירון של סל חלפים אקראי, ביחס לדגמי רכבים נפוצים בכל קטגוריה. המדד הציג את מיקומו של כל דגם בדירוג העלויות ביחס לכל רכב המשתייך לקטגוריה, לצד הפער באחוזים ביחס לדגם לו יוחסה העלות הזולה ביותר. וזאת, בשל התבססותו על נתונים אשר היו זמינים באופן מיידי.

19. כאמור, אנו סבורים כי יש לבסס את מדד עלות התחזוקה שיפורסם מכוח החלטת הממשלה על המתודולוגיה שפורטה לעיל. פרסום המדד על בסיס מתודולוגיה זו צפוי בראייתנו למקסם את התועלת התחרותית ולפתור מספר בעיות אשר עלו ביחס למדד שפורסם במסגרת הפיילוט, וזאת ממספר נימוקים:

19.1. **סל חלפים מייצג** – הפיילוט מבוסס כאמור על סל חלפים רנדומלי, כאשר לכל חלק משקולת זהה במדד. סל זה אינו בהכרח מייצג את תדירות החלפת החלפים בפועל, אשר צפויה להשפיע על עלות תחזוקתו. בהתאמה, עלות התחזוקה של רכב אשר חלפיו יקרים אך תדירות החלפתם נמוכה לא בהכרח תהא גבוהה מעלות התחזוקה של רכב שחלפיו זולים במעט אך תדירות החלפתם רבה יחסית. לפיכך, על מדד המבוסס על עלות התחזוקה בפועל לשקלל הן את מחירי החלפים והן את תדירות החלפתם, מהנימוקים שהוסברו בפס' 13 לעיל.

19.2. **שיקוף עלות בפועל ("מחירי נטו")** – מחירי המחירון של חלקי החילוף, עליהם מבוסס הפיילוט, הם מחירי מקסימום ולא המחירים אשר נגבים בפועל מלקוחות יבואני החלפים. בהתאם לכך, מדד המבוסס על מחירי מחירון אינו מייצג את העלות המוטלת על הלקוח בפועל. יתרה מכך, ביכולתו של פרסום המחיר בפועל ליצור תמריץ ליבואנים לתת הנחות על מחירי החלפים, שכן הנחות אלו ישוקפו במדד וישפרו את מיקומו היחסי של היבואן בדירוג.

<sup>13</sup> פיילוט דירוג סל מוצרי תעבורה לדגמי רכב נבחרים **משרד התחבורה** זמין לצפייה ב: [https://www.gov.il/he/Departments/General/transport\\_products\\_basket](https://www.gov.il/he/Departments/General/transport_products_basket)

19.3. **ישימות וזמינות** – הפתרון שתואר לעיל הוא פשוט יחסית ליישום, שכן הוא מבוסס

על נתונים בודדים ביחס לכל דגם רכב, הזמינים כאמור במערכות מוסכי היבואן.

19.4. **אפשרות לשקלל בין מחיר החלפים ומחיר הרכב** – פרסום נתון יחסי, שאינו מכומת

בשקלים, אינו מאפשר ללקוח להשוות את הפערים במחירי החלפים ביחס לפערים במחיר

הרכב עצמו ולקבל החלטה המשקללת את סך העלויות שהוא צפוי לשאת בהם בגין

רכישת הרכב ואחזקתו לאורך חייו. למשל, לקוח עשוי להעדיף רכב יקר אבל אמין (או

שחלקי החילוף שלו זולים) על פני רכב זול יותר שעלויות התחזוקה שלו יהיו גבוהות –

וזאת רק כאשר יש לו נתונים שמאפשרים לו לעשות את החישוב הזה.

20. נוכח כל האמור, אנחנו סבורים שלא ניתן להסיק ממידת ההצלחה (או אי-ההצלחה) של הפיילוט

על הפוטנציאל התחרותי שיש בפרסום מדד עלות התחזוקה בהתאם למתכונת המומלצת לעיל.

#### הנגשת המדד לציבור

21. מעבר לאופן גיבוש המדד, יש לבחון את אופן הצגתו והנגשתו לציבור, על מנת להוביל להשפעה

התחרותית המיטבית. אנו סבורים כי במקביל לגיבוש המתודולוגיה ואיסוף המידע, ראוי כי

משרד התחבורה יפעל להשלמת המהלך הנזכר בהחלטת הממשלה, היינו תיקון פרק ה' לחוק

רישוי שירותי רכב, כך שמשווק רכב יכלול בפרסומת לרכב שהוא משווק הפניה למדד התחזוקה

המפורסם באתר המשרד.

22. בהתאמה, לאחר פרסומו של מדד עלות התחזוקה באתר משרד התחבורה, רצוי להנגישו כחלק

מהמידע השיווקי על הרכב, בצמוד למידע רלוונטי נוסף, כגון עלות הביטוח, דירוג הבטיחות

ומדד זיהום האוויר של הרכב. כאמור, במסגרת המתודולוגיה המוצעת יש לנכות מהמידע הנדרש

מהמוסכים את עלויות חלקי החילוף שהוחלפו בעקבות תאונה, שכן עבור הצרכנים עלות זו

מגולמת במחירי פוליסות הביטוח.<sup>14</sup> על כן, בהצגת עלויות הביטוח לצד מדד עלות התחזוקה יש

כדי לתת תמונה מלאה לצרכנים אודות העלות הכוללת של אחזקת הרכב.

<sup>14</sup> בנוסף, אין מדובר בהוצאה צפויה שנובעת מהצורך הקבוע בטיפול ואחזקת הרכב, אלא מאירועים חיצוניים ובלתי תלויים שגרמו לתאונה.



## סיכום

23. פרסום מדד לעלות תחזוקת רכב והנגשתו לציבור הרחב יסייעו בהגברת התחרות בתחום הרכב בכלל ובהפחתת מחירי החלפים בפרט. גיבוש המדד על בסיס עלות התחזוקה השנתית בפועל (בניכוי תאונות) הוא פתרון פשוט וישים לצמצום פערי המידע אשר שוררים כיום בתחום. פרסום המדד בתצורה זו צפוי לשקף ללקוח את עלות התחזוקה **האמיתית** אותה יאלץ לשאת ביחס לכל דגם ויאפשר לו להשוות עלות זו, עוד במעמד רכישת הרכב. פתרון זה, בניגוד להצעות שונות שהועלו לאורך הדרך,<sup>15</sup> הוא לראייתנו דרך יעילה להתמודדות עם כשל השוק שנגרם כאמור בשל פערי המידע בתחום. אנו סבורים כי על משרד התחבורה לפעול לגיבוש מדגם מייצג של מוסכים ולאסוף ממוסכים אלו את הנתונים הנדרשים לשם יישום המדד ופרסומו כבר ביחס לשנת 2023.

בכבוד רב ובברכה,

מיכל כהן



הממונה על התחרות

<sup>15</sup> כגון הפיילוט, והצעה שעלתה לפיקוח מחירים.