

## הטלפון מעולם לא היה "מונופול טבעי"

**בל** – השם המסחרי לחברות הטלפון האזוריות והארצית בארה"ב שבבעלות חברת (AT&T (American Telephone and Telegraph.

מקובל לחשוב שחברת הטלפון **בל** השתלטה על הענף בהיותה "מונופול טבעי" וכתגובה יזם המחוקק האמריקאי שורה של מגבלות ורגולציה על שוק הטלפוניה. כך ניצל האזרח הקטן ממונופול דורסני.

ובכן, לא היו דברים מעולם. אין מחקר כלכלי שמוכיח שחברת **בל** הייתה בראשית המאה העשרים מונופול טבעי על פי אמות המידה של התיאוריה הכלכלית: לא נוצרו חסמי כניסה לענף שמנעו גישה ממתחרים, לא הייתה העלאת מחירים מונופוליסטית, וחברות מתחרות נגסו בפלח השוק של **בל**. כל העובדות ההיסטוריות הפוכות!

חברת **בל** אכן התרחבה מאד עד לשנות ה-20 ומעבר להן; אך מי שיצר את המונופול מחוץ לחוץ, עיגן אותו חוקית והגן עליו עד לשנות התשעים היו גופי הרגולציה הממשלתיים ולא "מונופול טבעי" כלשהו. צרוף של אינטרסים פוליטיים שחברו עם האינטרסים העסקיים של חברת **בל**, אפשר לפוליטיקאים לנפנף בתיאוריה הכלכלית של "מונופול טבעי" כדי להעביר חקיקה שהטיבה עם חברת **בל**, מנעה תחרות, ובד בבד הציגה את הפוליטיקאים הפופוליסטים כמושיעי הציבור האמריקאי ממונופול דורסני שארב לפתחם... התחרות שנבלמה ונאסרה היא שיצרה מונופול, לגמרי לא-טבעי, שהחזיק מעמד בחסות הרגולאטורים עשרות שנים.

3 גורמים עיקריים מנעו את התחרות ועיוותו את שוק הטלפון האמריקאי משחר נעוריו:

- ההחלטה הפוליטית למנוע "כפילות ברשתות הטלפון" שגררה הענקת זיכיונות אזוריים בלעדיים וכתוצאה מכך גם "הבטחת הכנסה" לחברות הטלפון.
- הקביעה כי קו טלפון היא זכות אזרחית "אוניברסאלית" ועל חברות הטלפון חלה החובה לספקו לכל דורש. יישום זכות זו מחייב הענקת מעמד של ספק אזורי יחיד לחברת הטלפון המקומית – אחרת הרגולאטור יסתבך במריבות בין חברות טלפון על מי מהן חלה החובה לספק קו מפסיד לחווה מרוחקת...
- הפיקוח על תעריפי השיחות שבעצם הבטיח רווח לחברת הטלפון המונופוליסטית "שנאלצת לספק טלפון לכל דורש" ובמחיר זהה.

די היה בתקנות אלה כדי לחסל כל תחרות ולבסס את המונופול הלא-טבעי. בדיקה כרונולוגית של האירועים לאורך 100 שנות הטלפון האמריקאי מוכיחה שהממשל תמיד היה מעורב בהחלטות ותמיד מילא תפקיד מכריע בביצור המונופול ולא במניעתו.

הטענה הנדושה, שחברת **בל** נקטה בראשית המאה בפעולות כדי לסקל תחרות היא יותר מאשר איוולת ובייחוד בראייה היסטורית. כל חברה מסחרית משתדלת להכות את מתחריה ולהביא לדחיקתם מהשוק – הצרכן מחליט והטובים זוכים. כל תעשייה חדשה מאופיינת במספר גדול של יצרנים וספקים. התחרות גורמת לצמצום מהיר של השחקנים בשוק עד שנותרים מתחרים מעטים ומוצלחים. בשנת 1923 היו בארצות הברית 75 יצרני מכונות, כעבור שמונים שנה נותרו שלושה בלבד. גם מעשרות יצרני המטוסים נותר אחד גדול בלבד (בואינג). חברת מקדונלד דחקה מהשוק אלפי מסעדות המבורגרים ואילו ההצלחה של מייקרוסופט חיסלה עשרות תוכנות אחרות לעיבוד תמלילים וגיליונות אלקטרוניים. האם חברת מייקרוסופט מונופול טבעי? ייתכן. אבל השוק אינו מאפשר לחברה לגבות מחיר מונופוליסטי כרצונה והחברה מקפידה לתמחר את מוצריה באופן שיהיו מוצר המוני. אילו מייקרוסופט הייתה גובה 5,000 דולר לתוכנת חלונות אז מזמן היו קמים לה מתחרים. למרות זאת, הממשל האמריקאי לא הטיל פיקוח על מחירי התוכנות, לא דרש את פיצול החברה ולא הקים

מנגנוני רגולציה – הרשות לפיקוח על תוכנות מחשב לא קמה.

המודל האמריקאי למבנה שוק הטלפונים אומץ ברחבי העולם. כך גם במדינת ישראל.

גולשים שמעוניינים להרחיב את הדעת על תולדות המעורבות הממשלתית בשוק הטלפון האמריקאי ייזכחו בהמשך, כיצד התפתח המונופול הלא-טבעי בחסות הפוליטיקאים האמריקאים: