



המועצה הישראלית לצרכנות
ISRAEL CONSUMER COUNCIL

דו"ח המועצה לצרכנות לסיכום שנת 2007

בראש מצעד התלונות: תקשורת, מכשירי חשמל ותיירות

שנת 2007 עמדה בסימן התחדשות במועצה לצרכנות. באמצע ינואר נכנס לתפקידו **מנכ"ל חדש למועצה, עו"ד אהוד פלג**, לאחר שנתיים בהן פעלה המועצה ללא מנכ"ל. המנכ"ל החדש החל לבצע שורה של צעדים שנועדו לקדם את המועצה ולאפשר לה להתמודד עם האתגרים העומדים בפניה. בין היתר, מולאו התקנים החסרים במועצה, הוחל בתהליך של החלפת מערכת המחשוב במועצה ובהקמת אתר אינטרנט חדש, שוקם מערך נציגי המועצה בועדות התקינה של מכון התקנים, ונפתח ערוץ פעילות חדש בתחום החינוך. כל זאת בנוסף לפעילות האינטנסיבית בערוצי העשייה המסורתיים של המועצה, בתחום המשפט, החקיקה, הפעילות מול הרגולטורים ומשרדי הממשלה וכמובן – הטיפול הפרטני באלפים רבים של תלונות צרכנים.

בשנת 2007 התקבלו במועצה לצרכנות כ- 42,000 פניות, מתוכן נפתחו כ- 8,000 תיקי תלונות. ניתוח התלונות מעלה כי עשרת התחומים הבעייתיים ביותר עליהם הלינו הצרכנים הם: **תקשורת, מכשירי חשמל, שירותי תיירות ונופש, ריהוט ומטבחים, ביגוד הנעלה ואביזרים (תכשיטים חפצי נוי וכלי בית), לימודים קורסים ומינויים, רכב, גז, אופטיקה ושירותי רפואה דחופה (ראה פירוט בהמשך).**

מאבקים ציבוריים

המועצה לצרכנות ניהלה השנה שני מאבקים ציבוריים מרכזיים: המאבק נגד עמלות הבנקים התבצע במסגרת עבודתה של ועדת החקירה הפרלמנטרית לבדיקת עמלות הבנקים. המועצה לצרכנות מיקדה את מאמציה בתופעת העמלות הכפולות ובפעולה להגברת השקיפות והמובנות של המידע ביחס לחשבון הבנק ולעמלות הנגבות בגינו.

השפעת פעילות המועצה ניכרה באימוץ כמה מהמלצותיה המרכזיות בדו"ח הועדה, ולאחר מכן בתיקון לחוק הבנקאות (שירות ללקוח) שעיגן בחקיקה את המלצות הועדה. במשקל נגד ללחצי

משרדי הלוביסטים שהפעילו הבנקים, הכריזה המועצה לצרכנות על צו גיוס צרכני, והניעה אלפי צרכנים לפנות ולחזק את ידי חברי ועדת הכלכלה. מסע הסברה שניהלה המועצה בתקשורת האלקטרונית והכתובה גרם להצפת תיבות הדואר האלקטרוני חברי הכנסת והחקיקה עברה בהצלחה.

מאבק שני שנשא אופי יותר מתמשך עסק בשוק התקשורת ובעוולות הצרכניות הכרוכות בו. המועצה פעלה מול משרד התקשורת בנוגע לסעיפים המקפחים בחוזי חברות הסלולר, בהעלאת המחיר החד צדדית במהלך תקופת ההסכם, בתופעת "נדידת הרשתות" בגבול המזרחי – חיוב צרכני חברות סלולר בתעריפי חו"ל על שיחות שביצעו בתוך תחומי ישראל, חיובי הצרכנים בתשלום נפרד וגבוה עבור שיחת ההמשך ("הכוכבית") בשירות 144.

מאמץ מיוחד הושקע במסע אזהרה לציבור לקראת הפעלת חובת ניווד המספרים. בקמפיין תקשורתי הזהירה המועצה לצרכנות את הציבור מפני מלכודות הדבש של חברות הסלולר. החברות הציעו לצרכנים מבצעים מפתים תמורת כבילה לתקופות ארוכות במטרה להקשות עליהם באמצעות תשלומי יציאה גבוהים ליהנות מן היתרונות שפתח בפניהם עידן ניידות המספרים. כמו כן משתתפת המועצה בקביעות בדיוני תת ועדת הכלכלה בכנסת לבחינת שוק הסלולר, ומנכ"ל המועצה חבר בוועדת גרונאו להגברת התחרות בשוק התקשורת.

תחום החינוך:

במסגרת מגמת המועצה לצרכנות לטפח צרכנות נבונה ופעילה נכנסה המועצה בשנת 2007 לשת"פ עם מערכת החינוך בשני ערוצי פעילות: פיתוח מערכי שיעור בנושא הצרכנות הנבונה, והקמת צוותי צרכנות פעילה. מערכי השיעור נשלחו לכל בתי-הספר התיכוניים בישראל ביום זכויות הצרכן הבינלאומי ויועדו למחנכי הכתות. צוותי הצרכנות הפעילה החלו להיות מוקמים בשנת-הלימודים התשס"ח, בבתי-ספר תיכון ובמוסדות להשכלה גבוהה. מטרתם לפעול בבירור תלונות צרכניות של תלמידי המוסד ובביצוע תחקירים צרכניים ומסעות הסברה בקהילה.

רפורמה בתחום הגז

בדיונים בכנסת על הרפורמה שמטרה הגברת התחרות בתחום הגז, נטלה המועצה לצרכנות חלק פעיל וחלק מהערותיה אומצו בחקיקה; כך למשל התקבלה עמדת המועצה בדבר הצורך להגדיל קנסות על מי שיפר ההוראות שנקבעו להגברת התחרות ובמקום קנס של כ-67,000 ש"ח להפרה (לא משנה כמה דיירים נפגעים באותו בנין) נקבע קנס של כ-25,000 ש"ח בגין כל דייר. כ"כ התקבלה המלצת המועצה לאסור הכללת סעיפים המגבילים את התחרות בהסכמי שירות לאספקת גז.

תחבורה

בעקבות פניות צרכניות שהלינו כי בבדיקות רכב לפני קניה קבלו טופסי בדיקה המנוסחים באופן לא ברור וחלקי (צוין הרבה פעמים "לא נבדק" כמו למשל מערכות מחשבים וכו'). בעקבות פניית המועצה לצרכנות הוקמה במשרד התחבורה ועדה בה השתתף נציג המועצה. הוועדה סיימה עבודתה ובזמן הקרוב אמורים להתפרסם מסקנותיה שעיקרן הגברת שקיפות הטופס, הבהרתו וחיוב למלא אותו במלואו.

יחידות נופש

ריבוי הפניות במועצה העלה צורך בתיקון חקיקה. המועצה לצרכנות גיבשה הצעת חוק שהועברה למשרד התמ"ת האחראי על התחום. עבודת צוות של משרד התמ"ת והמועצה זכתה לברכת השר אלי ישי ובקרוב תוגש הצעה לתיקון החוק על בסיס המלצות המועצה.

חוזים אחידים

המועצה לצרכנות הנה משיבה סטטוטורית בבקשות לאישור חוזים אחידים. אולם, בחוק החוזים האחידים התגלו חסרים רבים עליהם הצביעה המועצה לצרכנות והערותיה הועברו למשרד המשפטים שהודיע כי חלק עיקרי בהמלצות יאומץ. המועצה לצרכנות פעילה בתחום החוזים האחידים ומשמשת על פי הדין כמשיבה סטטוטורית לבקשות המוגשות לאישור בית הדין לחוזים אחידים. במסגרת תפקידה זה התייצבה המועצה בתיקים שונים שהוגשו לבית הדין לחוזים אחידים. כך למשל, באחת ההחלטות החשובות והעקרוניות שנתנו השנה קיבל בית הדין את עמדת המועצה לצרכנות וקבע כי **תנאי בחוזה אחיד למתן שירותים הקובע כי החוזה יתחדש באופן אוטומטי, ללא הודעה מוקדמת ללקוח, הוא תנאי מקפח ובטל.**

פרשת חפציבה

עם התפוצצות פרשת חפציבה, נענתה המועצה לבקשת השר אלי ישי וחברה לגופים שונים המסייעים לציבור בעניין זה. במסגרת זו חברה לוועדת המקרקעין בלשכת עוה"ד ובשיתוף פעולה גובשו הצעות חקיקה להגברת ההגנה על ציבור רוכשי הדירות.

דו"ח תלונות לשנת 2007

הטיפול בתלונות ציבור הצרכנים מהווה חלק נכבד מפעילות המועצה לצרכנות ומאפשר קידום אינטרס הצרכן בתחומי החקיקה, הרגולציה והמשפט. בנוסף לטיפול הפרטני והסיוע לצרכנים

לממש את זכויותיהם, הטיפול בתלונות מהווה נדבך חשוב ביותר לכלל פעילות המועצה. המידע המתקבל המציף מגוון רב של בעיות צרכניות בהן נתקל הציבור מיושם, לאיתור כשלי שוק, חסרים וליקויים בחקיקה ומאפשר למועצה ליזום חקיקה חדשה ותיקוני חקיקה ולייצוג עמדות הציבור בועדות הכנסת השונות, השתתפות בשימועים, פניות לרגולטורים הממונים על תחומים שונים, ומגוון רב של פעילות נוספת.

הטיפול בתלונות מספק למועצה לצרכנות מידע חיוני לייצוג יעיל של ציבור הצרכנים בועדות ציבוריות כגון: הועדה למניעת הונאות בתחום הבריאות והועדה למניעת הונאה בתחום תוספי המזון והתרופות שליד משרד הבריאות, הועדה המייעצת בבנק ישראל, ועדת גרונאו שליד במשרד

התקשורת, הועדות המקצועיות של מכון התקנים, הועדה המייעצת לייבוא רכב במשרד התחבורה, הועדה לבחינת שירותי תיירות במשרד התיירות, ועוד...

פעילות המועצה נפרשת אף על תחום התובענות הייצוגיות. המועצה מתייצבת בביהמ"ש על מנת להגן על ציבור הצרכנים בדיונים על אישור הסכמי פשרה על מנת להבטיח כי ההסכם שיאושר ישקלל כראוי את אינטרס ציבור הצרכנים הנפגעים.

תחומי התלונות הנפוצים ביותר שהתקבלו במועצה לצרכנות:

1. תקשורת: סלולאר, ניח, אינטרנט וטלוויזיה בכבלים ולווין –

תחום התקשורת מככב בראש מצעד התלונות שהפנה הציבור למועצה לצרכנות. מהתלונות שהתקבלו במועצה לצרכנות עולה חשש לקיומן של תופעות חמורות הפוגעות בציבור גדול של צרכנים. יודגש כי תחום התקשורת נמצא באחריותו של משרד התקשורת לעניין הסדרה

ורגולציה מחד גיסא ובאחריותו של משרד התמ"ת בכל הנוגע לאכיפת חוק הגנת הצרכן מאידך גיסא. מכאן הצורך לאיחוד כוחות בין הגופים על מנת למגר את התופעות הפוגעות לכאורה בציבור הצרכנים.

א. תחום הסלולר: תחום הסלולר מהווה כ- 45% מסך התלונוות בתחום התקשורת, ולהלן עיקר הנושאים העולים מהתלונוות:

- התכחשות החברה להבטחות סוכנים למתן הטבות שונות, כשהבטחות אלו הן ששכנעו את הצרכן לבצע את העסקה. לדוגמה: לצרכן הובטח זיכוי של 70 ₪ לחודש אם יצטרף כלקוח לחברה החדשה כשבפועל, לאחר שהצטרף לחברה החדשה לא קיבל את המובטח.
- התניית רכישה/שדרוג של מכשיר דור שלישי, ברכישת חבילות גלישה באינטרנט בעלות של כ-20 ₪ לחודש. התניה זו אינה פוסחת על לקוחות כמו קשישים בני 80 שלא רוצים ולא יודעים להשתמש בשירות.
- צרכנים הלינו כי הוחתמו על חוזים למתן שירותים סלולאריים, זאת מבלי שניתנה להם הזדמנות אמיתית לקרוא את החוזים. בחלק מהמקרים קיבלו הצרכנים את החוזים לידיהם רק לאחר החתימה על ההסכם, זאת בניגוד לכאורה להוראות הדין. לתדהמתם הם גילו כי ההסבר שניתן להם ע"י נציגי המכירות לא היה מדויקים או שהיה חסר פרטים מהותיים כך שהם נקשרו בעסקה מחייבת בתנאים שאינם מקובלים עליהם.
- חיוב צרכנים בגין חבילות גלישה ו/או שירותים מתקדמים ללא הסכמתם מראש או ללא ידיעתם. המועצה פנתה בעניין למשרד התקשורת אולם לעמדת המשרד הנושא מצוי בסמכותו של משרד התמ"ת.
- תקלות חוזרות ונשנות במכשיר וסירוב החברה להחליפו בחדש.
- הימנעות חברה או מוכריה למסור לצרכן חוזה שלם על כל נספחיו מייד לאחר החתימה תוך הבטחה שהחוזה יישלח לאחר אישור החברה. במקרים רבים החוזה לא התקבל כלל גם לאחר מספר חודשים. הבעיה שכיחה במיוחד בעסקאות המכונות "עסקאות רוכלות", ובעסקאות מכר מרחוק.
- נמכרו לצרכנים מכשירי "דור שלישי" למרות שהם מתגוררים באזור בו אין תשתית למכשירי דור שלישי, תוך הבטחה כי בקרוב תותקן אנטנה באזור. אולם על אף שהחברה נמנעה מלהתקין את התשתית, סירבה לבטל את העסקה.
- בעיות קליטה.
- עסקאות עם קטינים ללא אישור ההורים המגלים את קיום העסקה רק לאחר קבלת מכתב התראה של עו"ד החברה לתשלום סכומי עתק. ההורים אינם מודעים לזכותם על פי החוק לבטל עסקה בתשלומים עם קטין שנעשתה ללא אישור ההורה.

ב. כבלים ולווין: תחום הכבלים והלווין מהווה כ- 34% מסה"כ התלונוות בתחום התקשורת . מהתלונוות עולה כי העסקאות נעשות בעיקר בבית הלקוח (עסקה ברוכלות) או באמצעות הטלפון. במצב זה מעמדו של הלקוח נחות בשל העדר אפשרות אמיתית להשוות מחירים ושירותים, והסתמכות הצרכן היא על הבטחות בעל פה שלא תמיד משתקפות בחוזים או במציאות. להלן עיקר הנושאים העולים מהתלונוות בתחום זה:

- הטעיה על ידי סוכן השיווק, אי מסירת מידע מלא ופרטים מהותיים בעסקה (למשל של התחייבות לתקופה קצובה וקנסות יציאה, זכות החברה לשנות את החבילות באופן חד צדדי במהלך תקופת ההתחייבות) ומצגי שווא של הסוכנים (למשל הטבת ערוצים בחינם או טלפון חינם) והתכחשות החברה לאחר מכן. כאשר הצרכן מבקש לבטל את העסקה לאחר שגילה כי הוטעה החברה מסרבת, זאת גם במקרים בהם בקשת הביטול נעשתה תוך 24 שעות.
- במקרים רבים נמסר כי הצרכנים מוחתמים על טופס התקנת ציוד הקצה וחיבור לרשת מבלי לקבל העתק החוזה האחיד עליהם חתמו. בדיעבד הם מגלים בחשבונית כי חויבו בתשלומים עבור שירותים שלא הסכימו עליהם.
- חידוש אוטומטי של החוזה בתום "המבצע" תוך העלאת מחירים ללא הודעה מוקדמת לצרכן. צרכן שלא בודק את החיובים באופן שוטף, מגלה בדיעבד כי חויב בסכום גבוה בהרבה מהמחיר ששילם במסגרת המבצע.
- צרכנים המבקשים להתנתק מהכבלים מתלוננים על החזר הפיקדון לאחר ניכוי פחת של 10% בשנה, כאשר החישוב נעשה על בסיס "שווי הממיר", פי שניים וחצי מסכום הפיקדון שהופקד, כך החזר קטן מזה שהיו אמורים לקבל בפועל.
- דילול ערוצים ושינוי חבילות.

ג. אינטרנט: תחום האינטרנט מהווה כ- 21% מסה"כ התלונוות בתחום התקשורת, ולהלן עיקר הנושאים העולים מהתלונוות:

- כ- 35% מהתלונוות עניינן הטעיה על ידי סוכן המכירות על תנאי מבצע (למשל מצג שווא לפיו ניתן להתנתק במועד של 14 יום, מחיר השירות במקרה של שידרוג), מהירות הגלישה ועוד ;
- התעלמות מבקשות להפסקת השירות והמשך חיוב הלקוח ;
- אי טיפול בתקלות טכניות תוך זמן סביר ;
- חיוב בגין שירות שלא הוזמן (עיתון)

- מקרים בודדים של חיוב הלקוח בגין שירותי אינטרנט שלא ביקש וללא ידיעתו;

2. מכשירי חשמל:

בתלונות שהגיעו למועצה לצרכנות הלינו הצרכנים בעיקר על איכות המוצרים, תקלות חוזרות, מוצרים חדשים שהתקלקלו זמן קצר אחרי הרכישה, אי קיום מלאי של חלקי חילוף, תיקון ממושך ושירות לקוי, שיווק אגרסיבי ע"י שרות טלפוני או טכנאים על מנת למכור לצרכנים מוצרים נלווים, וסירוב לבטל עסקאות רוכלות ומכר מרחוק, מוצרי חשמל הנמכרים ללא הוראות שימוש בעברית. **תמונת מצב זו חמורה במיוחד נוכח העובדה שחלק ניכר מהתלונות מהוות הפרה של תקנות אחריות חדשות שנכנסו לתוקף בנובמבר 2006.**

- בין התופעות הבולטות שחלו בשנה האחרונה ניכר גידול משמעותי בתלונות המתייחסות לתקלות ואיכות של מכונות כביסה והן מהוות כ-25% מהתלונות בתחום מכשירי חשמל. רבות מהתלונות חוזרות על עצמן ומהותן: רעש בלתי סביר, לעיתים בלתי נסבל, קלקול של בורר תוכניות ו/או כרטיס פיקוד, תקלות שחוזר על עצמו.
- 35% מהתלונות בתחום מוצרי חשמל התקבלו על מכשירי LCD ופלזמה. על פי התלונות כשהם הזדקקו לתיקון נדרשו לשלם סכומים גבוהים מאוד עבור חלפים, כשבמקרים רבים מדובר בהחלפת הכרטיס הראשי שמחירו עשוי להגיע לכמחצית ממחיר המוצר. במקרים אחרים, כשלא ניתן לתקן את המכשיר, אף בתקופת האחריות, מציעות החברות שדרוג למוצר חדש בתוספת תשלום גבוה מאוד. במקרה של ביטול עסקה, מציעות החברות להשיב לצרכן רק כ-50% מעלות המכשיר בטענה כי מחירו של המכשיר ירד והוא עולה רק חצי מן המחיר ששילם הצרכן במועד הרכישה.
- תלונות רבות הוגשו על עיכובים ממושכים בתיקון מכשירים במסגרת האחריות, כשההסבר שניתן הוא העדר חלפים. זאת למרות שתקנות האחריות מחייבות בהחזקת חלפים לתקופות של שנה – שבע שנים.
- נושא בעייתי במיוחד הוא גם בתחום **מטהרי המים**. התלונות מתרכזות בהפעלת לחץ וסירוב לבטל עסקת מכר מרחוק, כשהחברה מנסה למשוך זמן עד תום 14 הימים הנקובים בחוק לביטול עסקת "רוכלות" או "מכר מרחוק"; זמן המתנה לתיקונים ארוך מהרגיל, לעיתים שבועות, בשל העדר תחנות שירות אזוריות.
- שואבי האבק מתקבלות תלונות על שיווק אגרסיבי, בשיטה של רוכלות, והטעיה במחיר המוצר. **לדוגמא:** נציגי החברה מגיעים לבית הצרכנים לאחר שכנועים טלפוניים. הנציגים מבצעים הדגמות על המוצר, תוך הפעלת לחץ במשך שעות, עד אשר הצרכנים חותמים על עסקת רכישת המוצר שנעשתה בו הדגמה. רק מאוחר יותר קולטים הצרכנים את עלותו הגבוהה מאוד של המוצר וכשהם מבקשים לבטל את העסקה, בתוך 14 ימים,

כאמור בחוק, מתנה החברה את הביטול בתשלום סכום נכבד עבור ירידת ערך מוצר בשל ביצוע ההדגמה.

- קבוצת תלונות ניכרת בתחום זה של מכשירי החשמל, התקבלה כנגד שיטות מכירה בתחנה המרכזית החדשה בת"א. ציבור הצרכנים שהם בדרך כלל חיילים וסטודנטים הוטעו לחשוב כי הם מקבלים מתנות בשל היותם מחזיקי כרטיס אשראי ו/או חיילים. עיקר הבעיות: פגמים במוצר כגון, מכירת דיסקים צרובים במקום דיסקים מקוריים, הטעיה ביחס לשווי האמיתי של המוצר. מחייבים את חשבונם של הצרכנים בסכומים גבוהים בניגוד למחירם האמיתי של המוצרים, ללא מתן הזדמנות סבירה לעיין בהסכם או לחשוב על כדאיות העסקה. טיפול המועצה בתלונות נעשה בשיתוף פעולה עם חברות האשראי.

3. שירותי התיירות ויחידות נופש:

א. יחידות נופש בארץ: התקבלו עשרות רבות של תלונות נגד רשת מלונות המנהלת אתר נופש באילת, בגין כבילת הצרכנים בעסקאות לשימוש ביחידות הנופש לתקופה של עשרות שנים (49 שנים בדרך כלל). חלק גדול מהצרכנים רכשו את הזכות לפני שנים רבות, עתה בחלוף השנים, כשהם מתקשים לעמוד בתשלומי החזקה מסרבת החברה לשחרר את בעלי היחידה מהחוזה גם כאשר הצרכן מבוגר מאד, חולה או הכנסתו היחידה היא מקצבת הביטוח הלאומי. החברה טוענת כי על הצרכן להמשיך לשלם דמי אחזקה עד תום תקופת החוזה בעצם עד היום שהבעלות על היחידה תעבור, לאחר מאה ועשרים שנה ליורשיו (על חובות התשלום הכרוכים בה).

ב. יחידות נופש בחו"ל, "מועדוני נופש", ותיווך זכויות ביחידות נופש: בתחום יחידות הנופש התגלו עם השנים בעיות רבות ופגיעה רבתי בציבור צרכנים גדול אשר הפסיד סכומים של אלפי ואף עשרות אלפי שקלים לכל צרכן. כדי למגר את התופעה חוקקה הכנסת חקיקה שהגנה על ציבור הצרכנים, אם כי באופן חלקי. החוק ופעילות המועצה לצרכנות צמצמו את אפשרויות החברות המשווקות אולם ישנם עדיין משווקים רבים שפיתחו שיטות חדשות לעקיפת החוק. התנהלות זו פוגעת בצרכנים רבים בסכומי כסף גדולים כשחלק ניכר מהם נמנים על השכבות המוחלשות ולדוגמא קשישים.

יצוין כי רבות מחברות יחידות נופש בחו"ל, על פי התקנון שלהן, נוהגות לאפשר לצרכנים להשתחרר מהחוזה ללא גביית תשלום מהצרכן, כאשר היחידה שנשארת ברשות החברה מקזזת את יתרת החוב בגין דמי החזקה שלא שולמו על ידי הצרכן. במקביל הצרכן מפסיד את יחידת הנופש שרכש אם הפסיק לשלם דמי החזקה עבור תקופה של החל משנתיים.

ג. מועדוני נופש: במועצה התקבלו למעלה מ- 100 תלונות בעניין עסקאות לרכישת חברות ב"מועדוני נופש" המבטיחות זכות להנחות בשירותי תיירות. לצרכנים מובטחות הטבות מפליגות והנחות קוסמות בטיולים לחו"ל, בשהות בבתי מלון ובקרוזים – תמורת תשלומים המגיעים לעשרות רבות של אלפי שקלים. בפועל מתברר שבדרך כלל הצרכנים לא קיבלו כל תמורה לכספם: ההטבות אינן קיימות והצרכן אינו מקבל הנחה בזכות חברותו במועדון. רבים מהצרכנים שנפגעו תבעו את החברות בבית המשפט.

ד. תיווך יחידות נופש: צרכנים שרכשו בעבר יחידות נופש משלמים דמי החזקה גבוהים. עם שינוי במצבם הכלכלי או בשל אי מימוש הזכויות מבקשים רבים מהם "להתפטר" מיחידות הנופש שבבעלותם אך אינם יודעים מהן האפשרויות העומדות לרשותם. מצוקה זו משחקת לידיהן של חברות אשר מציעות לצרכנים אפשרות למכור עבורם את זכויותיהם ביחידות לתושב חו"ל בעשרות אלפי יורו. תמורת זאת הם נדרשים "להשקיע" בהוצאות תיווך בסכומים של עשרות אלפי שקלים המשולמים מראש. אולם, בסופו של דבר ההטחה למכירת היחידה אינה מתממשת והצרכנים מוצאים עצמם עם יחידת הנופש ועם הרבה פחות כסף ששולם בגין תיווך שלא בוצע.

חופשות וטיולים

כ- 50% מהתלונות בתחום זה הן על השירות במקומות הביילוי והנופש, כ-45% עוסקות בבעיות שהתעוררו כבר בשלב הזמנת השירות: מחיר שאינו תואם את הפרסום (הטעיה בפרסום), הבטחות שלא מומשו והעדר פרטים רלוונטיים לגבי זכות ביטול העסקה כנדרש על פי החוק, תנאים מקפחים בחוזה ועוד.

הטעיה בפרסום- היא תופעה רווחת בענף. סוכנות הנסיעות מפרסמת מחירים אטרקטיביים לשירותי תיירות בעיתונות ובאינטרנט. הצרכנים הפונים לסוכנויות נסיעות בעקבות הפרסום נדרשים לשלם מחיר גבוה יותר.

לעיתים נאמר לצרכן בטלפון כי לא נותרו עוד מקומות בבית המלון שבמבצע ואילו באתר האינטרנט ובעיתונות המשיכו לפרסם את המבצע. לעיתים הדרישה לתשלום גבוה יותר מהמחיר המפורסם מגיעה לאחר ביצוע העסקה ובמועד סמוך למימושה. התקבלו תלונות על מקרים בהם פונה הסוכן לצרכן במועד סמוך למימוש העסקה ודורש תוספת תשלום מסיבות שונות כגון "תפוסת יתר במלון שהוזמן מחייבת שדרוג המלון", "טעות של בית המלון בתמחור העסקה" ועוד.

הפרות כללי הגילוי הנאות- התלונות מתייחסות למידע חסר לגבי התניות בתחום ביטול העסקה מצד הצרכן, מועד קבלת החדרים, שירותים בתשלומים נוספים ושירותים נוספים שלא בתשלום,

העדר בריכה פעילה במלון, מיקום המלון (על כביש סואן או במקום מרוחק מהמרכז), מלון בשיפוצים וכדומה. לחילופין ניתנות הבטחות לתנאים מסוימים אשר לא נבדקות התכנות קיומן כגון מסעדה כשרה בבית מלון לא כשר, קיומה של בריכה, חדר או מלון עם תנאים ספציפיים המתאימים לאדם בעל מוגבלויות שונות, מיקום מלון ביחס לעיר וכדומה.

כמחצית מהתלונות המגיעות למועצה לצרכנות בעניין תיירות עוסקות בין היתר בשירותים הניתנים בבתי המלון ובתחזוקת החדרים, המתקנים והשטחים הציבוריים בבתי המלון. תלונות נפוצות הן על רמת תחזוקה ירודה בחדרים ובחדרי האוכל. המתלוננים מלינים בין היתר על חדרים שלא נוקו, מזגנים שלא עובדים, חדרי אוכל מלוכלכים, מכשירי חשמל שלא עובדים וכו'. קיימות תלונות על טיב השירות כגון תלונות על כמות ואיכות האוכל בחדרי האוכל, על העדר מידע מדויק בדבר מועדים להפעלת מתקנים כגון בריכות וחדרי הפעלה לילדים.

סוג נוסף של תלונות הן תלונות הנוגעות לטיסות כאשר רובן מתייחסות לשינוי מועדים של טיסות שכר. בחלק מהמקרים מתלוננים הצרכנים על שינויים שהביאו לזמן המתנה רב מאוד ובחלק אחר שינויים שלא נמסרו לידיעת הצרכנים מראש וגרמו לצרכנים להפסיד את הטיסה. כמו כן היו מספר תלונות שעסקו באיחורים בקבלת הכבודה.

קיימות גם תלונות בנוגע לדמי ביטול עסקה. חלק מהתלונות עוסקות בגובה דמי הביטול שנקבעו בהסכם. תלונות אחרות נוגעות לעצם קיום החיוב בתשלום דמי ביטול. כך לדוגמה תלונות העוסקות בדרישה לשלם דמי ביטול עסקה גם אם הביטול הוא עקב מצב בריאותי שלא אפשר את ההשתתפות בנופש/טיול/טיסה. חלק מהתלונות מתייחסות למצב בריאותי של הצרכן עצמו וחלקן למצב בריאותי של בן משפחה.

4. ריהוט ומטבחים:

התלונות הנפוצות בתחום הרהיטים נוגעות לבעיות כמו אי התאמה בין מה שהוזמן לבין מה שסופק בפועל, אי עמידה במועדי אספקה, מוצרי עץ ועור באיכות ירודה ואשר לעיתים גם אינם ראויים לשימוש, הבטחות בעל פה שאינן עומדות במבחן המציאות.

המידע הבסיסי שהצרכן אמור לקבל הוא ממה עשוי הרהיט. יש סוגי עץ שונים ולכל אחד מסוגים אלה איכויות שונות, שימושים אחרים ודרכי טיפול שונות. אחת הבעיות היא רכישת מוצרים שאינם מסומנים כלל. כידוע, על פי פרק ד' בחוק הגנת הצרכן – סימון טובין והצגת מחירים, מחויבים היצרנים והיבואנים לסמן על גבי המוצרים את שם הפריט וכינוי המסחרי, ארץ הייצור, שם היצרן או יבואן, מספר יבואן, מספר זהותו וכתובתו והחומרים שממנו עשוי הפריט. היעדר סימון אינו מאפשר לצרכנים לרכוש מוצרים המתאים לצרכיו.

5. ביגוד, הנעלה ואביזרים (תכשיטים, חפצי נוי וכלי בית):

רוב התלונות בתחום זה הן לגבי איכות המוצרים:

א. ביגוד: ביגוד שנפרם זמן קצר לאחר הרכישה, בדים שמתפוררים, צבע שדהה לאחר כביסה ראשונה, מכנסיים שנקרעים לאחר הרכישה, מוצרים ללא סימון של יצרן/יבואן והעדר הוראות כביסה.

ב. הנעלה: נעליים שהתבלו זמן קצר לאחר הרכישה, עקבים שנשברו, צבע שירד/התקלף, סוליות שהתבקעו, תיקון לא יעיל של נעליים.

גם כנגד **מכבסות** הוגשו תלונות על התנערות מנוקים לבגדים שנמסרו לניקוי.

ג. אביזרים: תכשיטים – מהתלונות עולה כי חלק מהסוחרים מנצלים את חוסר הידע של הצרכנים ומנסים למכור זיופים ומוצרים לא איכותיים במחירים גבוהים.

תכשיטי כסף – יש יצרנים שמוכרים תכשיטים שאינם עומדים באיכות הראויה והמוצהרת של הכסף. חלק נוהגים להטביע על התכשיט מספר המייצג את דרגת הטוהר של הכסף, אך בפועל בין המספר המוטבע לבין דרגת הטוהר האמיתית אין ולא כלום.

חפצי נוי וכלי בית – עיקר התלונות הן על מוצרי בית הנרכשים באמצעות מכר מרחוק ואשר איכותם, וטיבם אינם דומים למוצר שהוצג בפרסום.

כמו כן קיימות תלונות על הטעייה בעת פרסום במבצע, על אי התאמה בין מחיר קופה למדף, על התנערות חנויות וספקים מאחריות על מוצרים, סירוב לתקן פגמים שהתגלו בביגוד לאחר הרכישה ובכל הכרוך בהחזרת מוצרים תקינים.

6. לימודים, קורסים ומנויים:

בתחום זה נוהגים העוסקים לכבול את הצרכן בהסכם הקובע כי אין אפשרות לסיים את ההתקשרות לפני תום המנוי ועל הצרכן לשלם את מלוא התמורה. בהסכמי ההתקשרות שהנם, במקרים רבים, חוזים אחדים נכללים תנאים שלעמדת המועצה לצרכנות הנם מקפחים (כמשמעות הביטוי בחוק החוזים האחידים) שבית המשפט או בית הדין לחוזים אחידים מוסמכים לבטלם ואו לשנותן, ככל שדיון בתנאים אלה יובאו בפניהם.

א. לימודים: במועצה לצרכנות התקבלו השנה עשרות רבות של תלונות נגד מכוני פסיכומטרי, בתי ספר ללימוד שפות, מכללות לרפואה משלימה, ומוסדות ללימודי קורסים למינייהם. בתלונות נמסר כי במקרים בהם תלמידים מבטלים את לימודיהם עוד בטרם תחילת הלימודים או בסמוך לאחר תחילתם, גובים בתי הספר את מלוא שכר הלימוד, תוך הסתמכות על תנאי בחוזה לפיו הביטול כרוך במלוא עלות שכר הלימוד.

חלק ניכר מענף הלימודים ממומן מכספי המדינה-כספי הפיקדון של חיילים משוחררים מצה"ל, כשהסטודנטים טועים לחשוב לעתים כי היות ובית הספר מוכר על ידי משרד הביטחון לתשלום שכר הלימוד באמצעות הפיקדון, בית הספר הוא מוסד רציני ומפוקח על ידי משרד הביטחון מה שאינו תואם את המצב בפועל.

יצוין כי, חלק גדול מהנרשמים לקורסים הם צעירים, חסרי ניסיון עסקי ומודעות צרכנית. כתוצאה מחוסר ניסיון זה הצרכנים מסתמכים על הבטחות אנשי שיווק מיומנים, שלא מוסרים את מלוא המידע או לא מדגישים את התנאים לביטול העסקה כפי שנקבעו בחוזה.

חלק גדול מהעסקאות נעשות באמצעות הטלפון בדרך של "מכר מרחוק". במקרה של הרשמה טלפונית הכלל הוא כי עומדת בפני הצרכן זכות ביטול חד צדדית, תוך 14 ימים מיום עשיית העסקה, ועד יומיים לפני פתיחת הקורס. ואולם, ישנם בתי ספר אשר אינם מספקים טופס גילוי (במכר מרחוק) המפרט את עיקרי העסקה והאופן בו רשאי הצרכן לבטל את העסקה מכוח החוק, זאת בניגוד לחוק, מכאן כי התלמידים לא מודעים לזכות הביטול העומדת להם.

מבדיקה שערכה המועצה עולה כי לתלמידים נמסר החוזה הכתוב לראשונה, רק בשיעור הראשון לקורס. כך, לתלמיד נודע בדיעבד, ורק לאחר תחילת הקורס, באילו תנאים ניתן היה לבטל את העסקה על פי החוזה, זאת בשלב בו החוזה אינו מאפשר עוד לבטל את ההרשמה.

כמו כן, התקבלו תלונות המעלות חשש להטעיית תלמידים על ידי מוסדות לימוד, בכל הנוגע למעמד מוסד הלימודים (למשל: האם מוסד הלימודים נמצא בפיקוח), תוכן הקורס ומידת התאמתו לצורכי התלמידים וציפיותיהם, אי גילוי לגבי אופן העברת חומרי הלימוד בשיעורים, ידע קודם הנדרש לעמידה במטלות הקורס, ציוד נילוה הנדרש לקורס והוצאות נוספות במהלך הקורס (למשל: בקורס בישול, איפור וכו') וכיו"ב.

ב. מכוני כושר: במועצה לצרכנות התקבלו עשרות רבות של תלונות ולהלן עיקר הנושאים:

ב. מחלק מהתלונות עולה כי מכוני הכושר מקבלים מתאמנים קבועים מבלי שהציגו אישור רפואי באשר לכשירותם להתאמן ובניגוד לחוק.

ג. עוד עולה מהתלונות כי יש מכוני המסרבים לבטל את ההסכם אף במקרים בהם בקשת הצרכן לביטול העסקה הנה תוצאה של הרעה במצב בריאותי או חוסר יכולת להתאמן. סירוב מכוני התגלה אף במקרים בהם מגובה טענת הצרכן בחוות דעת רפואית ולמשל במקרים של בעיות גב שהתגלו רק לאחר תחילת האימון, תאונה במכון הכושר וכדו'. בחלק מהמקרים נענה צרכן המבקש לבטל את המינוי בטענה כי אין לצרכן זכות חוזית לסיים את ההתקשרות

לפני תום שנת המנוי. מכון הכושר מתעלם מחוות דעת רפואית האוסרת על אימון במכון כושר למרות שחוות דעת זו מבטלת את האישור הקודם שהומצא על ידי הצרכן. יצוין כי על פי הדין בהעדר אישור תקף על מצב בריאותי תקין אסור למכון הכושר לאפשר לצרכן להמשיך להתאמן גם אם ירצה בכך ועל אחת כמה וכמה שאינו יכול להכריח את הצרכן להמשיך להיות מנוי.

ג. מנויים לעיתונים: עיקר התלונות היו בגין המשך אוטומטי של מנוי ללא הסכמת הצרכן או שימוש בסעיף בהסכם המאפשר הארכת החוזה באופן אוטומטי מבלי שהצרכן ידע או זכר את דבר קיומו.

7. רכב:

תלונות רבות עסקו ברכבים חדשים שחוזרים בתדירות גבוהה למוסד לצורכי תיקונים. לעיתים הרכבים חוזרים למוסד בשל אותה תקלה ולעיתים בשל תקלות שונות.

- צרכנים המבקשים לרכוש רכב מיד שניה בודקים את הרכב במכוני בדיקה. במקרים רבים תוצאות הבדיקה הנמסרים לצרכנים ממולאים ע"י המכון באופן חלקי ושכיחים המקרים בהם חלק ניכר מהפרמטרים הנדרשים בבדיקה ממולאים בביטויים "לא נבדק" "יש לפרק את הגלגלים ולבדוק" וכדו'. במקרים רבים מנוסחת התוצאה בשפה מקצועית שאינה מובנת לצרכן והצרכן רוכש את הרכב מבלי להיות מודע למצב הרכב לאשורו. מכוני הבדיקה מתנערים מאחריותם בטענה כי בתחתית המסמך מופיעה פסקה המסירה אחריות מהמכון ומפנה את הלקוח לקבל את משמעות הבדיקה במוסד או שמאי רכב מוסמכים. כאמור, בעקבות פניית המועצה לצרכנות למשרד התחבורה בעניין זה הוקמה ועדה שסיימה את עבודתה ומסקנותיה אמורות להתפרסם בקרוב.
- איכות ירודה של צמיגים (מוצר בטיחותי). צרכנים רכשו צמיגים חדשים התפוצצו או נפגעו בעת מילוי אויר, ככל הנראה בגלל איכותם או גילם.
- נזקים לרכב בעת רחיצה במכוני שטיפה. בדרך כלל מדובר בנזקים למראות או לאנטנות שנשברות, ומכוני הרחיצה מתנערים מאחריות לנזקים.
- מתקבלות תלונות צרכנים המלינים על רמת תיקונים נמוכה במוסכים.

8. גז:

רוב התלונות מתחום זה עוסקות בחיובי-יתר מצד חברות הגז.

- חלק ניכר מהתלונות (כ- 20%) עוסק בשינוי מיקום ברז הגז בבית, בעקבות שינוי בתקנים שחל בשנת 2004. השינוי בתקנים איננו מחייב את שינוי מיקום ברז הגז הקיים, אולם

חברות הגז נוהגות לחייב את הצרכנים, בעת הבדיקה התקופתית, לשנות את המיקום תוך חיוב הצרכן בעלות השינוי.

- תלויות על חיוב בתשלום עבור בלון גז חדש בשל גניבת הבלון הקודם, לכאורה. החיוב מופיע בחשבון הגז, בד"כ מחולק לתשלומים, וזאת מבלי שחברות הגז יידעו את הצרכן על דבר הגניבה, או הביאו ראיות לכך שהוגשה תלונה במשטרה על גניבה. תלויות על רבים בגין תיקונים במערכת הגז המרכזית שהנה בבעלות חברת הגז והיא שאמורה לשאת בהוצאות התיקון.
- תלויות בתחום השירות: ניתוק גז ללא התראה מסיבות שונות, לרבות היעדרות של צרכנים מביתם בעת הבדיקה התקופתית, אשר מועדה פורסם רק יום אחד קודם לכן; אי אספקת גז עקב התמהמהות בטיפול בתקלות;

9. אופטיקה:

התלויות בנושא **אופטיקה** מופנות כלפי חנויות המציעות מחירים אטרקטיביים ומשום כך מושכות צרכנים רבים. מן התלויות עולה חשש לחוסר מקצועיות, איכות ירודה של מוצרים ושירות לקוי.

חוסר המקצועיות של אופטומטריסטים מתבטא בעיקר:

- ניסיונות להתאים משקפי מולטיפוקל (ראיה מקרוב ומרחוק) שעלותם גבוהה מאוד, גם לצרכנים שאינם זקוקים למשקפיים כאלו.
- בדיקה לא מקצועית ובעקבותיה התאמה לא מדויקת הגורמת לצרכנים כאבי ראש, סחרחורות וחוסר יכולת לתפקד.

10. שירותי רפואה דחופה:

רוב התלויות עוסקות בשיטות השיווק האגרסיביות.

- נתקבלו תלויות על נציגי חברה שהגיעו לבית הנצרכים, רובם קשישים, תוך הפעלת לחצים במשך שעות, על מנת שיחתמו על ההסכם.
- חיוב צרכנים לתקופה של שנים וסירוב לבטל את המנוי לפני תום תקופת ההסכם, או סירוב לביטול ההסכם בעסקת "רוכלות" בתוך המועד שנקבע בחוק.
- חידוש אוטומטי של ההסכם ללא הודעה מוקדמת לצרכנים, בהבטחות שווא למתן שירותים נוספים כגון טיפולי שיניים.
- "כפל ביטוח": נציגי החברה שכנעו את הצרכנים לעבור לשירותיהם משופרים ומתקדמים יותר, תוך הבטחה כי יעזרו להם בביטול ההסכם הקודם. הצרכנים

חתמו על ההסכם, אך גילו מאוחר יותר כי העסקה הקודמת לא בוטלה והם מחויבים בשני ביטוחים.

- שכנוע זוגות צרכנים קשישים שלא היו זקוקים לשירותי החברה, להצטרף להסכם של בן הזוג, תוך הבטחה שחתימתם לא תחייב בתשלום נוסף. אולם לאחר מות המנוי העיקרי הסתבר כי בן הזוג חויב לשלם לחברה עד תום תקופת המנוי.
- פגמים במוצר, כמו למשל לחצן מצוקה או קרדיופון שאינם מתפקדים.

לפרטים: אורנה ביבר 03-6241033 ; 054-4880476;