

המועצה הישראלית לצרכנות 

**דו"ח פניות לשנת 2015**

**תוכן עניינים**

3.....	דבר המנכ"ל .....
4.....	פרק 1 : כללי- פניות— 2015 .....
12.....	פרק 2 : הפורום .....
13.....	פרק 3 : קליטה .....
14.....	פרק 4 : מיון והתראה .....
15.....	פרק 5 : שביעות רצון צרכנים .....
17.....	פרק 6 : טיפול עצמי של בית עסק במסגרת הזדמנות שנייה .....
18.....	פרק 7 : נתוני טיפול בתלונות בתחומים נבחרים .....
30.....	פרק 8 : תלונות לדוגמא .....
34.....	פרק 9 : נתונים נוספים .....

המועצה הישראלית לצרכנות- ארגון הצרכנים היציג בישראל הפועל מכוח חוק- רושם שנה נוספת של שירות מסור ומוצלח לציבור הצרכנים.

ייצוג עשרות אלפי צרכנים בשנה מול בתי-העסק במטרה להחזיר להם את זכויותיהם שלא כובדו, היא משימה לא פשוטה, בעיקר כשמדובר בארגון שאינו משופע במשאבים ואין לו סמכויות להורות לעסקים כיצד לנהוג, בשונה מרשויות שלטוניות.

אף על פי כן, המקצועיות והמסירות של העובדים והמאבק ללא פשרות למען זכות הצרכן להגינות הביאו ל-70 אחוזי הצלחה (בתלונות מוצדקות) ולהחזר של 8.6 מיליוני ₪ לצרכנים בשנת 2015 לבדה. אם נוסיף לכך את שירות הניסוח של התביעות הקטנות שנותנת המועצה, אנו מגיעים לכ- 10 מיליון ₪(!) החזר כספי לצרכנים בייצוג הפרטני בלבד.

מכתבי התודה המרגשים של הצרכנים, והיכול הענק של ההחזרים הכספיים לצרכנים, מעידים כאלף עדים על השקעתם הרבה של עובדי המועצה ועל השליחות החשובה שהם מבצעים להגנת הזכויות של הציבור בישראל.

עם צאת דו"ח הפניות לשנת 2015, אני מבקש להודות למחלקה לטיפול בתלונות הצרכנים בראשות **ציפי קיברסקי** וסגניתה **לנה פורטנוי**, לצוות הקליטה בראשותה של **אלה אברהם**, לצוות המיון והייעוץ, **לטניה אומן** מנתחת הנתונים וכן לראש מערך השירות לצרכן והסמנכ"ל **צביקה וושלר** המנצח על המלאכה. תודה נוספת מגיעה למחלקה המשפטית בראשות היועץ המשפטי של המועצה עו"ד **זאב פרידמן**, המספקת ייעוץ שוטף ואיכותי למערך.

המועצה לצרכנות תמשיך לעמוד על משמר זכויות הצרכנים, אולם היא מייחלת לשינוי משמעותי בגישתו של חלק מהמגזר העסקי כלפי ציבור הלקוחות ולביעורה של תת-התרבות של חוסר ההגינות המעכירה ומכערת את חיי המסחר בישראל.

אהוד פלג, עו"ד

מנכ"ל

המועצה הישראלית לצרכנות

## פרק 1: כללי- פניות – 2015

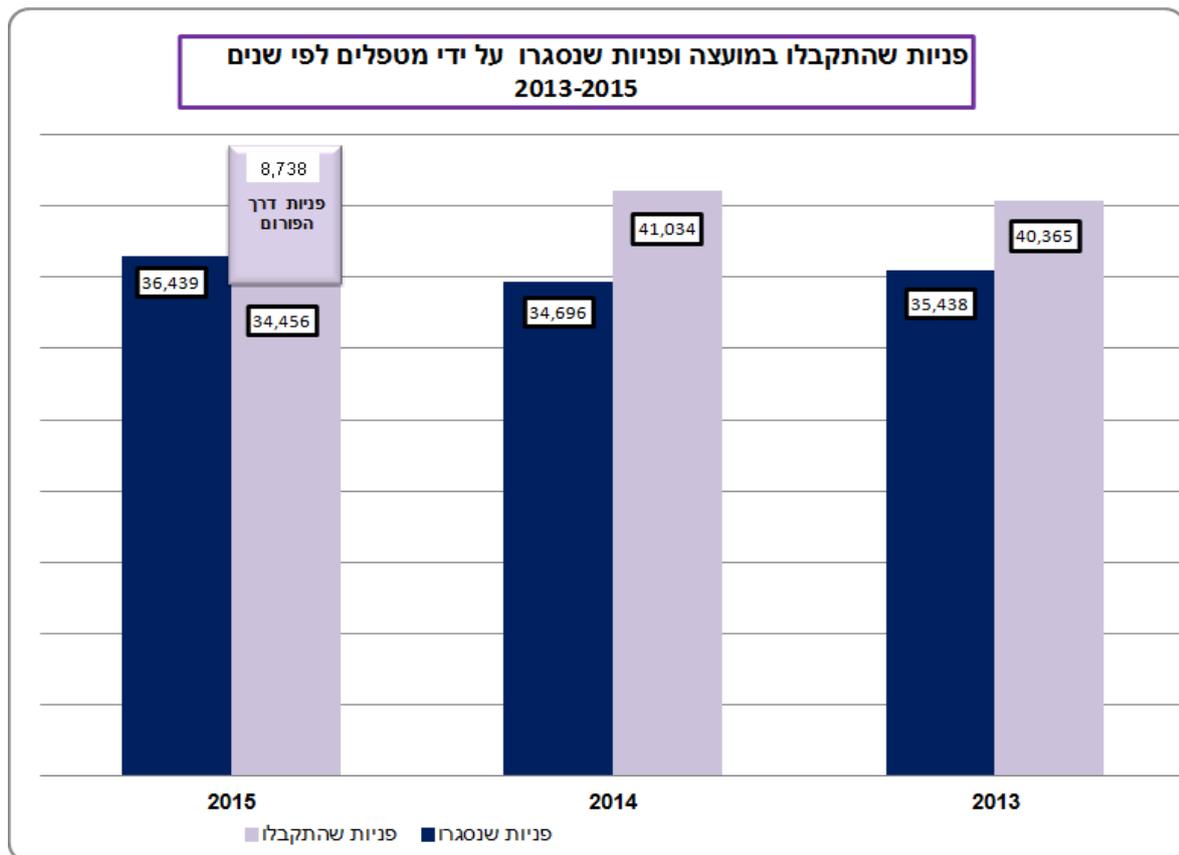
### טבלה מס' 1.1: פניות שהתקבלו ונסגרו בשנת 2015-2014

בשנת 2015 התקבלו במועצה 43,194 פניות מהן 34,456 שנקלטו במערכת המידע וניהול הלקוחות ועוד 8,738 בקשות ייעוץ שהופנו למועצה דרך הפורום באתר האינטרנט של המועצה. מדובר בגידול של 5% מול שנת 2014 בה התקבלו 41,034 פניות. זהו המשך מגמת הגידול בפניות למועצה כאשר בין שנת 2013 לשנת 2014 היה גידול של 2% ובין שנת 2014 לשנת 2015 היה גידול של 5%.

שיעור הגידול בכמות הפניות שהטיפול בהן הסתיים והן נסגרו במערכת המידע בשנת 2015 לעומת הפניות שנסגרו בשנת 2014 עומד על 5%. כמובן שכל השאלות שהופנו לנציגי המועצה בפורום קיבלו מענה כך שיוצא שהמועצה סיימה את הטיפול בשנת 2015 ב 45,177 פניות.

שיעור שינוי	2015	2014	
-16%	34,456	41,034	פניות שנקלטו במערכת מידע של המועצה
	8,738	-	בקשות ייעוץ שהופנו למועצה דרך הפורום
5%	43,194	41,034	סה"כ פניות למועצה
5%	36,439	34,696	פניות שנסגרו במע' ניהול פניות

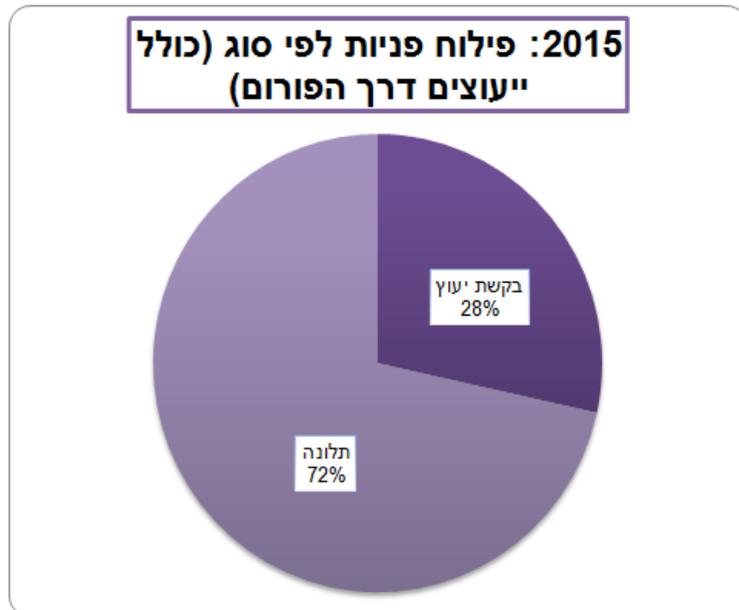
### גרף מס' 1.1: פניות שהתקבלו ונסגרו 2015-2013



## המועצה הישראלית לצרכנות

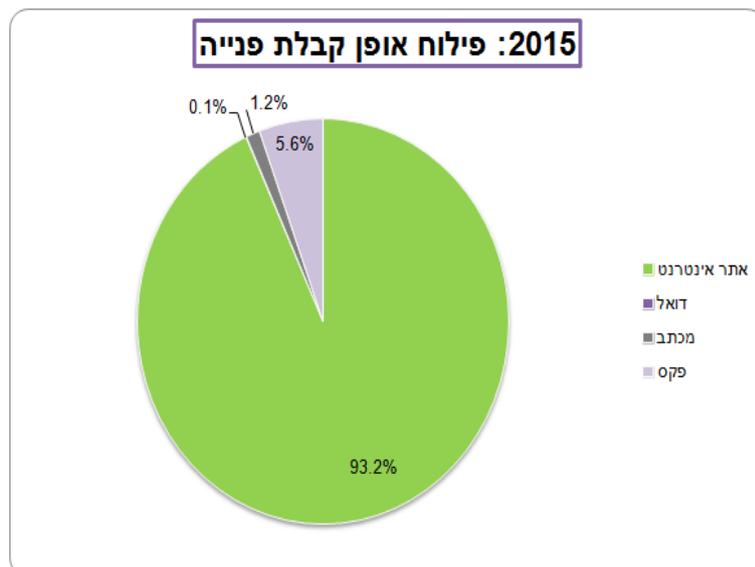
בשנת 2015 28% מהפניות אל המועצה סווגו כבקשות ייעוץ (כולל השאלות שנשאלו בפורום), ו-72% מהפניות סווגו כתלונות. לשם השוואה בשנת 2014 אחוז בקשות הייעוץ עמד על 18%. העלייה נעוצה בפיתוח הערוץ של פורום השאלות והתשובות באתר המועצה שהשימוש בו הוא רב מאוד ובגלל היותו אפיק מהיר שבו המענה לשאלות הצרכנים ניתן לרוב עוד באותו היום, צרכנים רבים מעדיפים אותו ובקבלם את הייעוץ המקצועי הם ממשיכים את הטיפול בעצמם מול בית העסק.

### גרף מס' 1.2: 2015 פילוח פניות לפי סוג (כולל ייעוצים דרך הפורום)



בדומה לשנה שעברה, גם בשנת 2015 אופן הפנייה הנפוץ ביותר למועצה היה באמצעות טופס תלונה/בקשת יעוץ באתר האינטרנט של המועצה (93%), כ-5 אחוז וחצי מהפניות התבצעו בפקס ועוד כאחוז אחד בדואר.

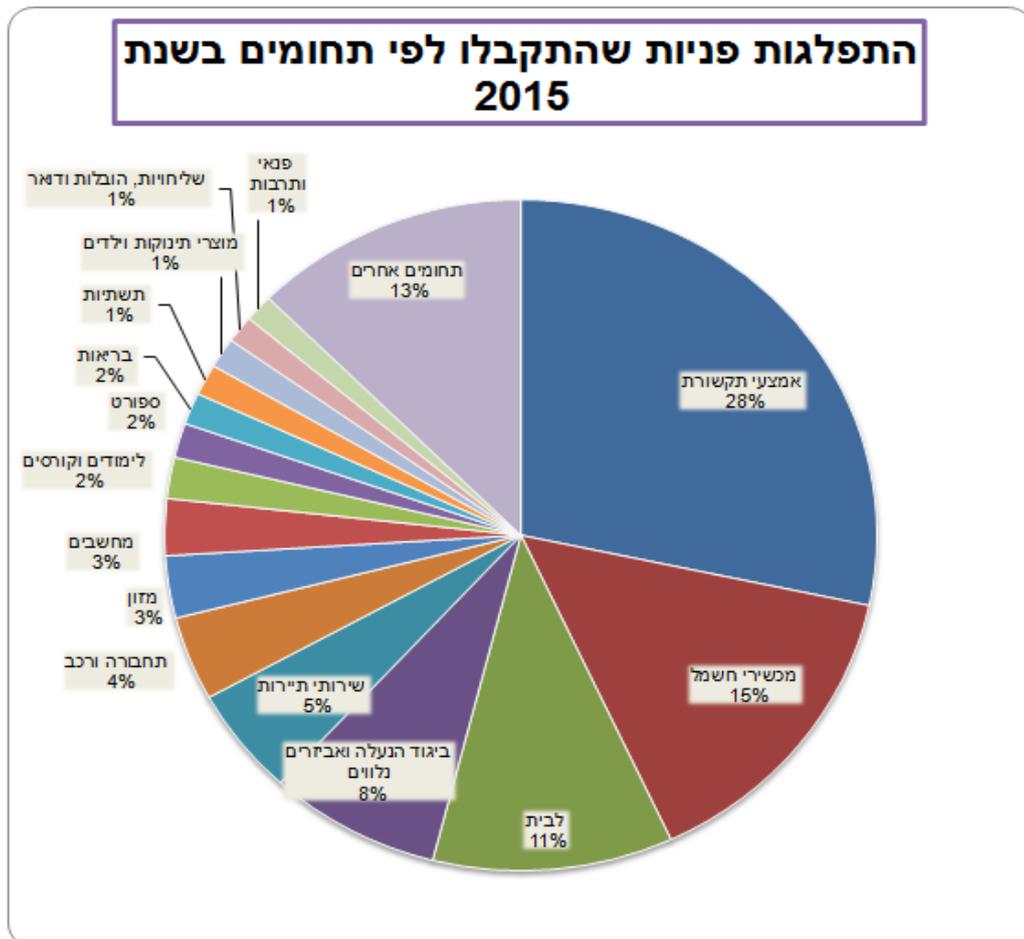
### גרף מס' 1.3: התפלגות פניות לפי אופן קבלת פנייה



# המועצה הישראלית לצרכנות

קצת יותר מרבע מהפניות למועצה בשנת 2015 היו בתחום אמצעי תקשורת (טלקום), 15% מהפניות היו בתחום מכשירי חשמל, 11% בתחום המוצרים לבית בפרט ריהוט, 8% בתחום הלבשה והנעלה וכן הלאה כפי שמוצג בגרף הבא.

**גרף מס' 1.4: התפלגות פניות לפי תחומים עיקריים 2015**



העלייה החדה ביותר (אחוזית) בכמות הפניות שהתקבלו נרשמה בתחום שליחויות, הובלות ודואר (58%), והעלייה השנייה בגובהה הייתה בתחום תחבורה ורכב (23%).

עליות מתונות יותר (כמעט 10%) אך הגדולות ביותר כמותית נרשמו בתחומים אמצעי תקשורת ומכשירי חשמל.

העלייה החדה בכמות הפניות שנסגרו בתחום אמצעי התקשורת (43%) נובעת ממאמץ מרוכז שנעשה השנה לטיפול בתלונות ישנות בתחום הנ"ל.

## טבלה מס' 1.2: פניות שהתקבלו ונסגרו לפי תחום 2015 מול 2014

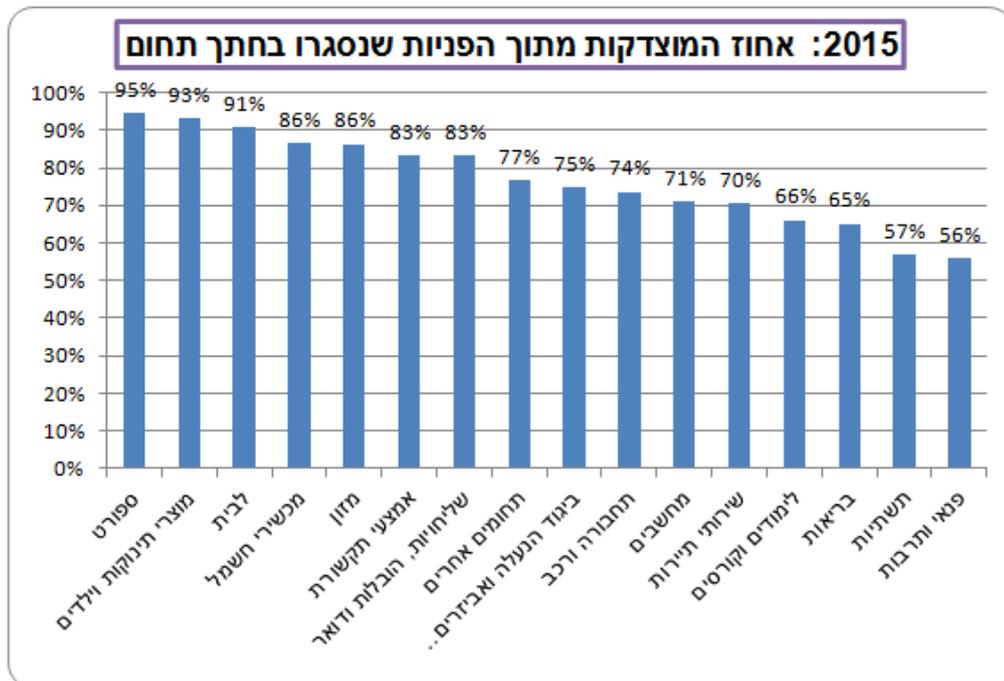
#	תחום	2014		2015		שיעור שינוי	שיעור שינוי
		פניות שהתקבלו	פניות שנסגרו	פניות שהתקבלו	פניות שנסגרו		
1	אמצעי תקשורת	9,037	8,033	9,772	8,033	8%	28.4%
2	מכשירי חשמל	4,640	4,715	5,071	4,715	9%	14.7%
3	לבית	3,709	3,986	3,759	3,986	1%	10.9%
4	ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים	2,839	2,875	2,690	2,875	-5%	7.8%
5	שירותי תיירות	2,056	1,892	1,786	1,892	-13%	5.2%
6	תחבורה ורכב	1,133	1,018	1,396	1,018	23%	4.1%
7	מזון	1,215	1,741	1,032	1,741	-15%	3.0%
8	מחשבים	1,013	965	940	965	-7%	2.7%
9	לימודים וקורסים	794	821	684	821	-14%	2.0%
10	ספורט	743	682	573	682	-23%	1.7%
11	בריאות	518	522	525	522	1%	1.5%
12	תשתיות	629	763	516	763	-18%	1.5%
13	מוצרי תינוקות וילדים	420	374	498	374	19%	1.4%
14	שליחויות, הובלות ודואר	285	259	451	259	58%	1.3%
15	פנאי ותרבות	531	595	450	595	-15%	1.3%
16	קוסמטיקה	438	542	435	542	-1%	1.3%
17	תכשיטים ושעונים	431	423	427	423	-1%	1.2%
18	אופטיקה	501	494	414	494	-17%	1.2%
19	מסעדות, הסעדה ואולמות אירועים	298	366	316	366	6%	0.9%
20	דיוור	293	316	286	316	-2%	0.8%
21	עיתונים, כתבי עת וספרים	364	422	265	422	-27%	0.8%
22	שירותי תוכן	6,911	-	68	-	-99%	0.2%
23	תחומים אחרים	2,236	2,862	2,102	2,862	-6%	6.1%
	סכום כולל	41,034	34,666	34,456	36,227	-16%	5%

### תלונות מוצדקות

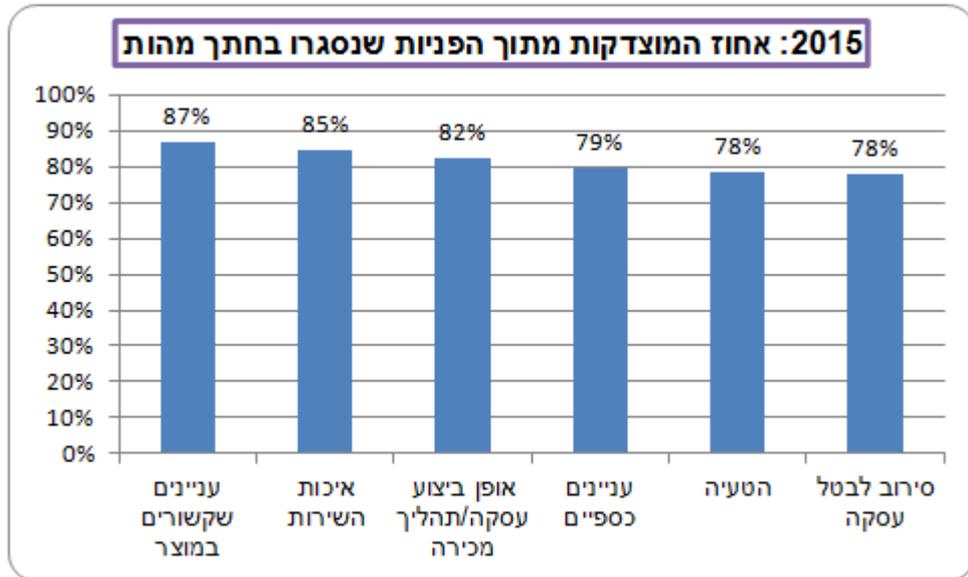
81% מהתלונות שנסגרו בשנת 2015, וניתן היה לברר בהן את צדקת הצרכן, נמצאו כמוצדקות.

בכ- 72% מהתלונות שהתבררו כמוצדקות, טיפול המועצה הסתיים בהצלחה. בנוסף, בעוד 10% מתוך התלונות העניין נפתר לטובת הצרכן רק מעצם הכנסת המועצה לעניין ע"י הצרכן.

### גרף מס' 1.5: אחוז פניות מוצדקות לפי תחום



## גרף מס' 6: אחוז פניות מוצדקות לפי מהות



## החזר כספי

בשנת 2015 הוחזר לצרכנים סך של כ-8.6 מיליון ₪ בדרך של טיפול בתלונות מול בתי העסק. זוהי עליה של 50% לעומת שנת 2014. הסיבה העיקרית היא תפעולית – העמקת ודיוק התייעוד, כשבנוסף עלו אחוזי ההצלחה של הטיפול בתלונות.

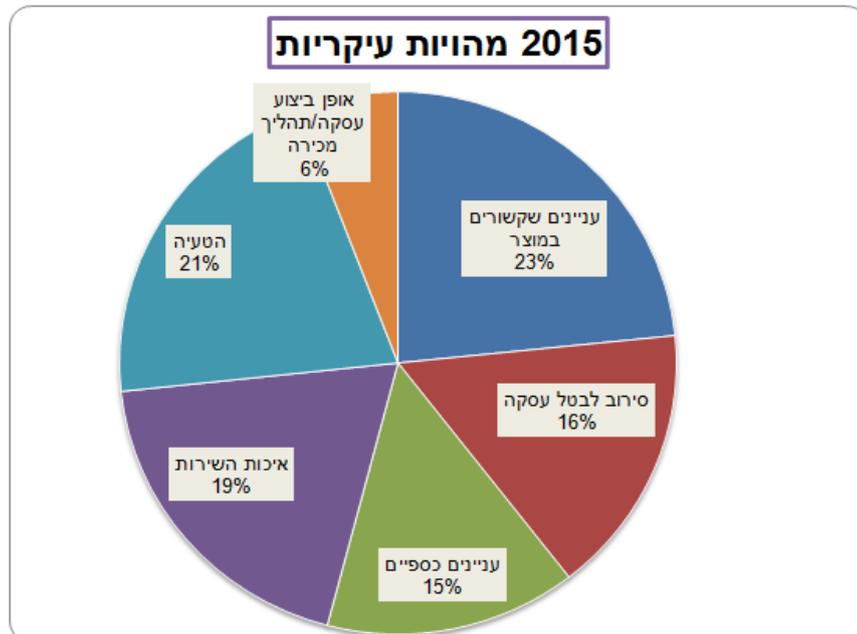
## טבלה מס' 1.3: החזר כספי 2015 מול 2014

תחום	2014 החזר כספי	2015 החזר כספי	שיעור הפרש החזר כספי
ריהוט ומטבחים	1,337,058	2,069,361	55%
אמצעי תקשורת	1,298,052	1,681,705	30%
מכשירי חשמל	1,128,148	1,441,031	28%
ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים	122,987	564,945	359%
שירותי תיירות	551,735	560,766	2%
לימודים וקורסים	192,455	484,925	152%
שונות	155,949	369,921	137%
מחשבים	66,969	278,027	315%
תחבורה ורכב	75,991	244,205	221%
תכשיטים ושעונים	91,409	144,624	58%
קוסמטיקה	149,081	125,693	-16%
בריאות	145,414	91,458	-37%
תחומים אחרים	429,845	585,343	36%
<b>סכום כולל</b>	<b>5,745,093</b>	<b>8,642,004</b>	<b>50%</b>

## המועצה הישראלית לצרכנות

הבעיות העיקריות שהצרכנים התלוננו עליהם הם בעניינים שקשורים במוצר (23%), הטעיות למיניהן (21%) ואיכות השירות (19%). סירוב לבטל עסקה ועניינים כספיים מהווים כל אחת כשישית מנתח התלונות בשנת 2015.

**גרף מס' 1.7: מהויות עיקריות 2015**



בשנת 2015 תת המהות העיקרית בקטגוריה של עניינים שקשורים במוצר, כמו בשנת 2014, היא פגמים במוצר (41%), אך היא קטנה ב 15% מהנתח שתפסה בקטגוריה שנה שעברה.

תת המהויות העיקריות בקטגוריית הטעיה הן הטעיות במחיר והטעיות בשירות. סך הקטגוריה של הטעיה גדלה משנת 2014 ב 50%.

תת המהות המרכזית באיכות השירות היא עיכוב במתן שירות (25%), אך תת המהות שגדלה הכי הרבה משנה שעברה היא זמן המתנה ארוך בתור או בטלפון (גדלה ב 90%).

בתוך מהות האב סירוב לבטל עסקה תת המהות שגדלה באופן החד ביותר היא סירוב ניתוק שירות מתמשך (59%).

## טבלה מס' 1.4: מהויות ותת מהויות עיקריות 2015 מול 2014

#	מהות/תת מהות	2014	2015	שיעור שינוי	תת מהות מתוך מהות אב	%: 2015	2015 אחוז מסה"כ
<b>א</b>	<b>עניינים שקשורים במוצר</b>	<b>8,132</b>	<b>8,076</b>	<b>-0.7%</b>	<b>100.0%</b>	<b>23.4%</b>	
1	פגמים במוצר	3,864	3,289	-14.9%	40.7%		
2	העדר אספקה / עיכוב באספקה	1,333	1,361	2.1%	16.9%		
3	איכות מוצר	820	1,345	64.0%	16.7%		
4	אי התאמה	1,215	1,053	-13.3%	13.0%		
5	תקלות חוזרות	754	862	14.3%	10.7%		
6	ניתק שירות	131	166	26.7%	2.1%		
<b>ב</b>	<b>הטעיה</b>	<b>4,801</b>	<b>7,204</b>	<b>50.1%</b>	<b>100.0%</b>	<b>20.9%</b>	
1	הטעיה במחיר	1,143	1,714	50.0%	23.8%		
2	הטעיה בשירות	868	1,622	86.9%	22.5%		
3	הטעיה בתנאים	935	1,284	37.3%	17.8%		
4	הטעיה בפרסום	816	1,012	24.0%	14.0%		
5	הטעיה בתכונות מוצר	615	849	38.0%	11.8%		
6	הטעיה על התחייבות לתקופה	187	330	76.5%	4.6%		
7	הטעיה בתעודת אחריות	56	142	153.6%	2.0%		
8	הטעיה בזהות יצרן	71	127	78.9%	1.8%		
9	הטעיה בארזה	105	123	17.1%	1.7%		
<b>ג</b>	<b>איכות השירות</b>	<b>5,145</b>	<b>6,644</b>	<b>29.1%</b>	<b>100.0%</b>	<b>19.2%</b>	
1	עיכוב במתן שירות	1,423	1,668	17.2%	25.1%		
2	יחס לא נאות	1,218	1,294	6.2%	19.5%		
3	אי הגעת טכנאי / איחור בהגעת טכנאי	714	1,097	53.6%	16.5%		
4	התכחשות לאחריות / ביטוח / חוזה שירות	771	1,049	36.1%	15.8%		
5	זמן המתנה ארוך בטלפון או בתור	328	623	89.9%	9.4%		
6	אי הגעת כבודה	223	390	74.9%	5.9%		
7	חוסר מלאי של חלקי חילוף	170	182	7.1%	2.7%		
8	בעיות קליטה	103	172	67.0%	2.6%		
9	הטרדה	91	127	39.6%	1.9%		
10	דאר זבל	90	40	-55.6%	0.6%		
<b>ד</b>	<b>סירוב לבטל עסקה</b>	<b>5,848</b>	<b>5,558</b>	<b>-5.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>16.1%</b>	
1	סירוב לבטל עסקה	3,797	3,387	-10.8%	60.9%		
2	סירוב לבטל עסקאות מכר מרחוק	822	815	-0.9%	14.7%		
3	סירוב לבטל עסקה מתמשכת	766	746	-2.6%	13.4%		
4	סירוב ניתק שירות מתמשך	279	445	59.5%	8.0%		
5	סירוב לבטל עסקאות וכולות	166	162	-2.4%	2.9%		
<b>ה</b>	<b>עניינים כספיים</b>	<b>5,564</b>	<b>5,047</b>	<b>-9.3%</b>	<b>100.0%</b>	<b>14.6%</b>	
1	חיוב ביתר מוטעה	1,758	1,097	-37.6%	21.7%		
2	סירוב להחזיר כספים במקרה של ביטול עסקה	765	840	9.8%	16.6%		
3	חיוב בגין שירותים שלא הוזמנו	500	624	24.8%	12.4%		
4	מחיר מופרז	672	502	-25.3%	9.9%		
5	החזר כספי חלקי במקרה של ביטול עסקה	526	496	-5.7%	9.8%		
6	שימוש לרעה בכרטיס חיוב	237	389	64.1%	7.7%		
7	חוסר שקיפות החשבון	408	386	-5.4%	7.6%		
8	אי כיבוד תעודת זיכוי / שובר	266	249	-6.4%	4.9%		
9	חיוב בגין הפרת התחייבות	171	239	39.8%	4.7%		
10	קנס/דו"ח לא מוצדק	244	223	-8.6%	4.4%		
<b>ו</b>	<b>אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה</b>	<b>1,308</b>	<b>2,007</b>	<b>53.4%</b>	<b>100.0%</b>	<b>5.8%</b>	
1	העדר גילוי נאות	498	765	53.6%	38.1%		
2	אי מסירה או הסכם/תעודת אחריות לא זמינים	341	487	42.8%	24.3%		
3	לחץ או כפייה בביצוע עסקה	183	321	75.4%	16.0%		
4	ניצול מצוקה	59	122	106.8%	6.1%		
5	ניצול קשישים	79	119	50.6%	5.9%		
6	תנאי מקפח בחוזה אחיד	78	99	26.9%	4.9%		
7	סירוב לנתק זיקה	61	92	50.8%	4.6%		
	<b>סה"כ</b>	<b>30,798</b>	<b>34,536</b>	<b>12.1%</b>		<b>100.00%</b>	

בתחום אמצעי התקשורת שירותי טלפוניה סלולר עדיין תת התחום המוביל, אך הפער בין תת תחום זה לתת התחום אינטרנט הצטמצם מאוד היות שכמות הפניות בתת תחום אינטרנט גדלו משנה שעברה ב 49%.

את תחום מכשירי החשמל מובילים מכשירי החשמל למטבח עם 3.6% מסך הפניות שהתקבלו במועצה בשנת 2015. בתחום לבית כרגיל הריהוט הוא המרכיב הדומיננטי ביותר. כמות הפניות על הנעלה ועל הלבשה היא פחות או יותר דומה. השנה התקבלו 13% פחות פניות על שירותי תיירות ו 15% פחות פניות בתחום המזון.

## טבלה מס' 1.5: פניות שהתקבלו ונסגרו לפי תת תחום 2015 מול 2014

#	2015	2014	שיעור שינוי	2015	2014	שיעור מסה"כ	2015	2014	שיעור שינוי	2015	2014	שיעור שינוי
	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו		פניות שנסגרו	פניות שנסגרו		% שנסגרו מתוך התקבלו	% שנסגרו מתוך התקבלו		פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	
<b>1</b>	<b>9,772</b>	<b>9,037</b>	<b>8%</b>	<b>5,071</b>	<b>4,715</b>	<b>15%</b>	<b>51%</b>	<b>52%</b>	<b>9%</b>	<b>11,450</b>	<b>8,033</b>	<b>28%</b>
	אמצעי תקשורת											
	שירותי טלפוניה סלולר	3,209	11%	1,226	1,144	4%	38%	39%	9%	3,491	2,873	9%
	אינטרנט	2,081	49%	711	599	2%	34%	33%	6%	2,140	1,327	6%
	מכשירים	1,706	26%	527	407	2%	30%	29%	5%	1,945	1,117	5%
	שירותי טלויזיה (כולל רשות השידור)	1,265	-10%	491	517	1%	39%	40%	4%	1,894	921	4%
	שירותי טלפוניה ניידת	236	6%	510	470	1%	21%	20%	1%	291	238	1%
	שירותי שיחות בינלאומיות	229	21%	477	480	1%	21%	20%	1%	257	185	1%
	אביזרים	187	3%	463	425	1%	25%	24%	1%	255	135	1%
	אמצעי תקשורת - שונות	859	-39%	328	351	1%	38%	37%	2%	1,177	1,237	2%
<b>2</b>	<b>5,071</b>	<b>4,640</b>	<b>9%</b>	<b>3,759</b>	<b>3,709</b>	<b>1%</b>	<b>74%</b>	<b>79%</b>	<b>1%</b>	<b>5,107</b>	<b>4,715</b>	<b>15%</b>
	מכשירי חשמל											
	מכשירי חשמל למטבח	1,148	7%	1,226	1,144	4%	11%	12%	4%	1,286	1,144	4%
	מתקני ומטרי מים	657	8%	711	599	2%	11%	10%	2%	694	599	2%
	ביטוח (שירות ואחזקה) מכשירי חשמל	433	22%	527	407	2%	12%	11%	2%	499	407	2%
	מערכות צפייה ושמע	491	4%	510	517	1%	10%	10%	1%	493	517	1%
	כביסה	433	10%	477	480	1%	11%	10%	1%	480	470	1%
	חימום וקירור הבית	366	27%	463	425	1%	13%	12%	1%	447	425	1%
	מכשירי חשמל קטנים	329	0%	328	351	1%	0%	0%	1%	358	351	1%
	צילום	106	-8%	98	107	0%	10%	10%	0%	106	107	0%
	דודי שמש או חשמל	77	26%	97	74	0%	13%	12%	0%	93	74	0%
	תאורה	81	-10%	73	71	0%	9%	9%	0%	90	71	0%
	מכשירי חשמל - שונות	519	8%	561	550	2%	11%	11%	2%	561	550	2%
<b>3</b>	<b>3,759</b>	<b>3,709</b>	<b>1%</b>	<b>2,690</b>	<b>2,839</b>	<b>-8%</b>	<b>71%</b>	<b>76%</b>	<b>-8%</b>	<b>3,448</b>	<b>3,986</b>	<b>-13%</b>
	לבית											
	ריהוט לבית	1,822	-3%	1,773	1,917	5%	47%	52%	-3%	1,575	1,917	5%
	דלתות וארונות	403	3%	417	402	1%	11%	10%	3%	403	402	1%
	כלי בית	266	24%	330	303	1%	7%	7%	1%	307	303	1%
	שיפוצים ובעלי מקצוע	298	-4%	287	343	1%	8%	8%	-4%	266	343	1%
	מטבחים	221	-5%	210	249	1%	5%	5%	-5%	174	249	1%
	טקסטיל, שטיחים וולונות	174	3%	179	180	1%	4%	4%	3%	178	180	1%
	חדרי אמבטיה ובריזים	136	18%	160	119	0%	10%	9%	18%	179	119	0%
	ריהוט גן	60	83%	110	67	0%	2%	1%	83%	95	67	0%
	חפצי נוי	80	2%	82	83	0%	2%	2%	2%	88	83	0%
	לבית - שונות	249	-15%	211	323	1%	7%	8%	-15%	183	323	1%
<b>4</b>	<b>2,690</b>	<b>2,839</b>	<b>-8%</b>	<b>1,786</b>	<b>1,892</b>	<b>-5%</b>	<b>66%</b>	<b>66%</b>	<b>-5%</b>	<b>2,835</b>	<b>2,875</b>	<b>-8%</b>
	ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים											
	הנעלה	1,195	-6%	1,129	1,192	3%	44%	41%	-6%	1,283	1,192	3%
	הלבשה (כולל סבונים וחגורות)	1,138	-6%	1,065	1,199	3%	43%	43%	-6%	1,037	1,199	3%
	תיקים וארנקים	198	-18%	162	180	0%	8%	7%	-18%	176	180	0%
	ביגוד והנעלה - שונות	308	8%	334	304	1%	11%	10%	8%	339	304	1%
<b>5</b>	<b>1,786</b>	<b>2,056</b>	<b>-13%</b>	<b>1,051</b>	<b>1,088</b>	<b>3%</b>	<b>59%</b>	<b>52%</b>	<b>-12%</b>	<b>1,827</b>	<b>1,892</b>	<b>-5%</b>
	שירותי תיירות											
	תיירות חוץ	1,192	-12%	1,051	1,088	3%	64%	52%	-12%	1,096	1,088	3%
	תיירות פנים	529	-6%	499	523	1%	9%	9%	-6%	510	523	1%
	יחידות ומועדוני נפש	92	-10%	83	52	0%	9%	4%	-10%	47	52	0%
	שירותי תיירות - שונות	243	-37%	153	229	0%	10%	11%	-37%	174	229	0%
<b>6</b>	<b>1,396</b>	<b>1,133</b>	<b>23%</b>	<b>1,032</b>	<b>1,215</b>	<b>-15%</b>	<b>74%</b>	<b>80%</b>	<b>-15%</b>	<b>1,234</b>	<b>1,018</b>	<b>23%</b>
	תחבורה ורכב											
	מכוני הרכב ורכב	454	25%	567	363	2%	40%	28%	25%	487	363	2%
	תחבורה ציבורית	195	19%	233	206	1%	14%	18%	19%	219	206	1%
	מוסכים	100	8%	108	76	0%	7%	7%	8%	103	76	0%
	דוחות חניה וחמונים	81	29%	81	41	0%	6%	5%	29%	72	41	0%
	תחבורה ורכב - שונות	321	27%	407	332	1%	23%	23%	27%	353	332	1%
<b>7</b>	<b>1,032</b>	<b>1,215</b>	<b>-15%</b>	<b>940</b>	<b>1,013</b>	<b>-7%</b>	<b>91%</b>	<b>83%</b>	<b>-7%</b>	<b>1,065</b>	<b>965</b>	<b>9%</b>
	מזון											
	מחשבים	1,013	-7%	940	965	3%	93%	93%	-7%	1,065	965	3%
<b>8</b>	<b>794</b>	<b>794</b>	<b>0%</b>	<b>684</b>	<b>821</b>	<b>2%</b>	<b>86%</b>	<b>103%</b>	<b>2%</b>	<b>729</b>	<b>821</b>	<b>2%</b>
	לימודים וקורסים											
	לימודים וקורסים	794	0%	684	821	2%	86%	103%	2%	729	821	2%
<b>9</b>	<b>743</b>	<b>743</b>	<b>0%</b>	<b>573</b>	<b>682</b>	<b>2%</b>	<b>77%</b>	<b>92%</b>	<b>2%</b>	<b>684</b>	<b>682</b>	<b>2%</b>
	ספורט											
	ספורט	743	0%	573	682	2%	77%	92%	2%	684	682	2%
<b>10</b>	<b>27,703</b>	<b>27,179</b>	<b>2%</b>	<b>27,703</b>	<b>27,179</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>2%</b>	<b>29,482</b>	<b>26,728</b>	<b>10%</b>
	סה"כ ביניים											
	סה"כ ביניים	27,703	2%	27,703	27,179	2%	100%	100%	2%	29,482	26,728	10%
<b>11</b>	<b>68</b>	<b>6,911</b>	<b>-99%</b>	<b>68</b>	<b>6,911</b>	<b>-99%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>-99%</b>	<b>6,745</b>	<b>7,938</b>	<b>-14%</b>
	שירותי תוכן											
	שירותי תוכן	68	-99%	68	6,911	-99%	0%	0%	-99%	6,745	7,938	-14%
<b>12</b>	<b>6,685</b>	<b>6,944</b>	<b>-4%</b>	<b>34,456</b>	<b>41,034</b>	<b>-16%</b>	<b>80%</b>	<b>84%</b>	<b>-4%</b>	<b>36,227</b>	<b>34,666</b>	<b>4%</b>
	תחומים אחרים											
	תחומים אחרים	6,685	-4%	34,456	41,034	-16%	80%	84%	-4%	36,227	34,666	4%
	סכום כולל											
	סכום כולל	41,034	-16%	34,456	41,034	-16%	84%	84%	-16%	36,227	34,666	4%

השנה פתחה המועצה ערוץ תקשורת נוסף עם הציבור – פורום לשאלות ותשובות בנושאי צרכנות באתר האינטרנט של המועצה: <http://www.consumers.org.il/category/consumers-forum>

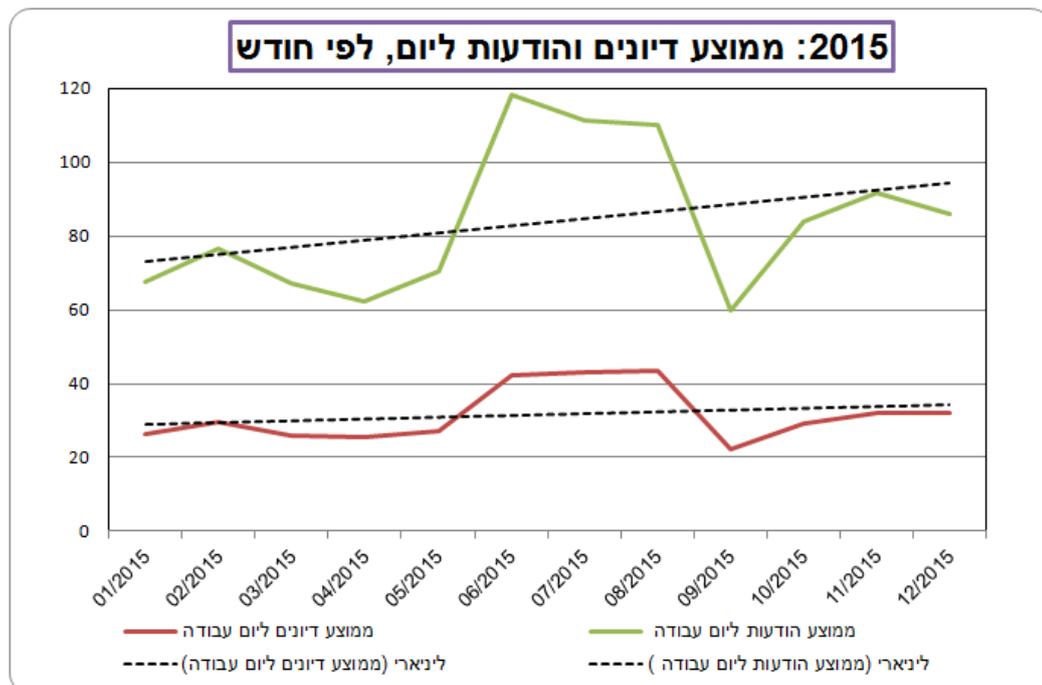
נפתחו 8,738 דיונים בשנה כשקצב הגידול בכמות השאלות במחצית השנייה של השנה לעומת המחצית הראשונה של השנה היה 17%. הפורום הוא כלי חשוב ביותר למענה מהיר ויעיל לציבור הצרכנים בזמן אמת כאשר מרבית השאלות מקבלות תשובה עוד באותו היום.

### טבלה מס' 2.1: כמות דיונים והודעות בפורום השוואה מחצית ראשונה 2015 מול מחצית שנייה 2015

כמות הודעות שנכתבו במסגרת דיונים	כמות דיונים שנפתחו	2015
10521	4024	מחצית ראשונה
11517	4714	מחצית שנייה
9%	17%	שיעור שינוי
<b>23175</b>	<b>8738</b>	<b>סה"כ</b>
	<b>2.7</b>	<b>ממוצע הודעות לדיון</b>

ממוצע ההודעות ליום עבודה במגמת עלייה ברורה ועלה לאורך השנה מקצב של כ 70 שאלות ותשובות ליום לכמות של כ 90 ביום עבודה.

### גרף מס' 2.1: 2015 ממוצע דיונים והודעות ליום, לפי חודש



הקליטה האדמיניסטרטיבית של פניות במועצה שיפרה השנה את ביצועיה בכל פרמטר נמדד. משך ממוצע של צירוף מסמכים שהגיעו בפקס לתיק תלונה השתפר ב 60%. משך הזמן לטיפול ראשוני בהודעה טלפונית התקצר ב 50%. הזמן הממוצע שלקח בשנת 2015 לקלוט פנייה חדשה במערכת המידע וניהול הלקוחות עמדה על 3.1 ימים לעומת 3.4 ימים בשנת 2014.

**טבלה מס' 3.1: טיפול בפקסים, אי מיילים והודעות טלפוניות במחלקת קליטה בשנת 2015 מול 2014**

נושא	2014		2015		שיעור שינוי במשך
	#	משך טיפול ממוצע בימים	#	משך טיפול ממוצע בימים	
פקסים שצורפו	26,024	6.4	15,234	2.6	-60%
מסמכים שהגיעו דרך אי מייל וטופלו	-		9,882		
<b>סה"כ מסמכים שטופלו</b>	<b>26,024</b>		<b>25,116</b>		
הודעות טלפוניות שטופלו	14,508	4.3	13,032	2.1	-50%
הודעות שהגיעו דרך אי מייל וטופלו	-		6,776		
<b>סה"כ הודעות שטופלו</b>	<b>14,508</b>		<b>19,808</b>		
משך זמן עד קליטת פנייה חדשה		3.4		3.1	-9%

## פרק 4: מיון והתראה

המועצה לצרכנות הכניסה לפעילות סדירה בשנת 2015 תהליך מיון של תלונות לצורך תעודוף הטיפול לפי חשיבות. בנוסף הצוות הממייך, שמורכב מ 2 עו"ד, מאתר תלונות שמתאימות לטיפול ממעלה שנייה ומעביר בזמן אמת למחלקה המשפטית ולמחלקת קשרי חוץ.

מפאת העדר משאבים, לא ניתן היה למיין את כל הפניות שמתקבלות במועצה והוחלט על מיון פניות בתחומים נבחרים.

משך הזמן הממוצע בין גמר קליטה אדמיניסטרטיבית וקבלת תיק בצוות המיון ועד לסיום המיון ארך 3.6 ימים.

כ 3% מהפניות שמוינן סווגו כדחופות. כ 7% מהפניות שמוינן הוגדרו לא לטיפול והפניות נסגרו ע"י צוות המיון לאחר מתן הסבר לצרכנים.

בסיווג "לא לטיפול" נכללים תיקים שנמצאו כלא מוצדקים במיון, תיקים שסמכות הטיפול לא נתונה בידי המועצה ותיקים בהם הצרכן לא צירף חוות דעת מומחה לבסס טענותיו במסגרת מחלוקת עובדתית.

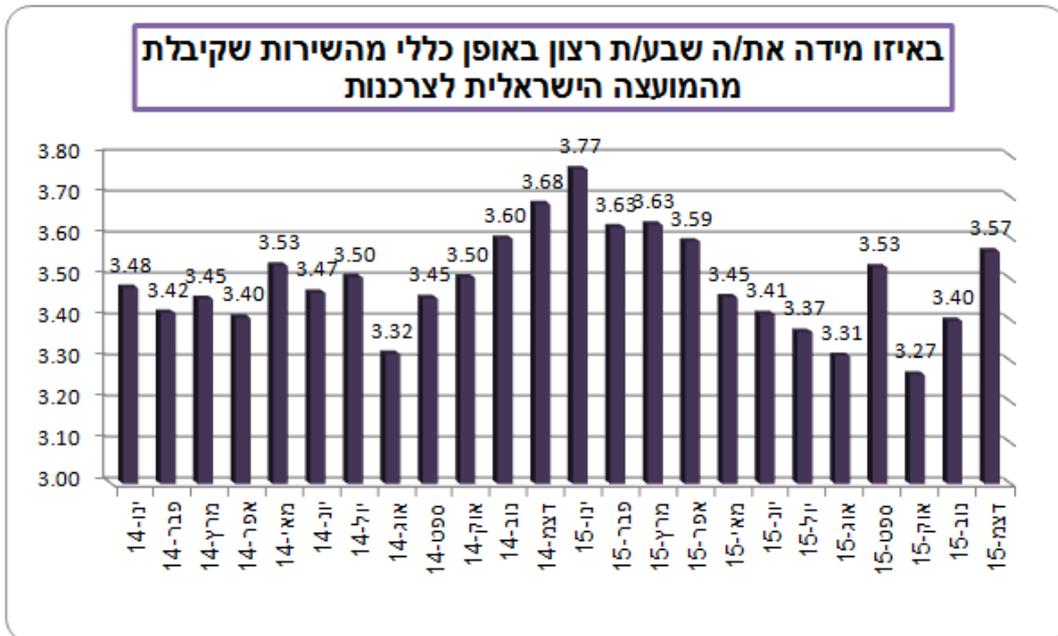
### טבלה מס' 4.1: סיווג לחשיבות בחוליית מיון בשנת 2015

2015	נושא
11491	סה"כ # תלונות שמוינן
363	דחוף
3278	חשוב
6985	רגיל
865	לא לטיפול
3.6	משך ממוצע עד למיון בימים

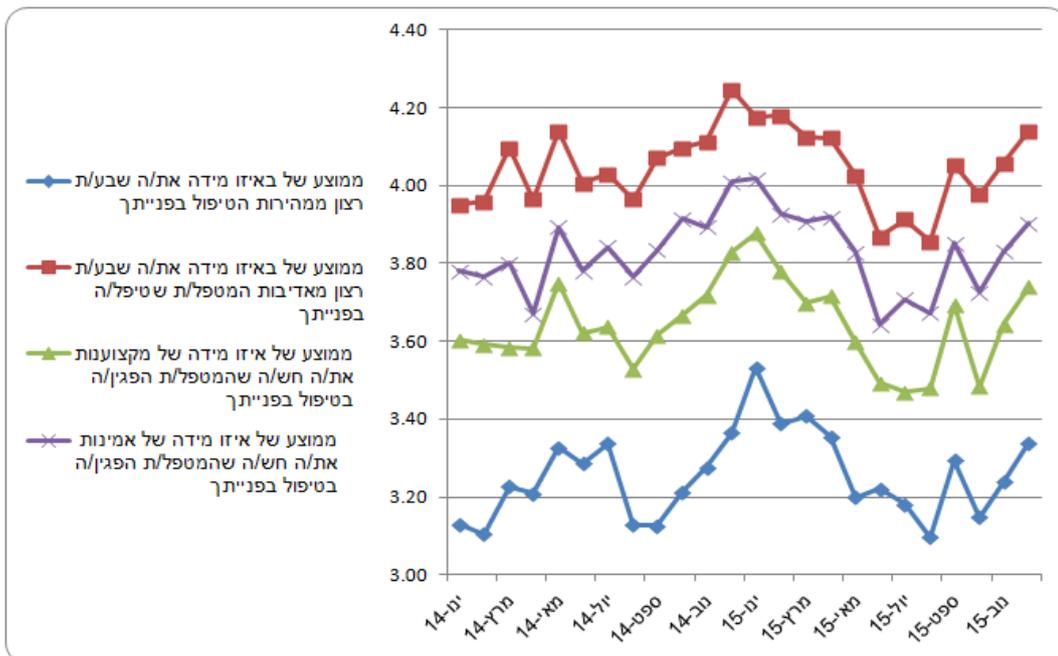
## פרק 5: שביעות רצון צרכנים

המועצה הישראלית לצרכנות מודדת באופן שוטף מזה 4 שנים את איכות השירות שהיא נותנת לצרכנים שפונים אליה בדרך של סקר שביעות רצון לקוחות. הסקר נשלח לכל צרכן שהטיפול בתיק הפנייה שלו/ה הסתיים וכולל 10 שאלות כשהמרכזית והחשובה שבהן היא מידת שביעות הרצון הכללית מהשירות שניתן ע"י המועצה. סולם התשובות הוא במידה רבה מאוד, במידה רבה, במידה בינונית, במידה מועטה ובמידה מועטה מאוד (5 ... 1).

### גרף מס' 5.1: 2015 שביעות רצון מהשירות של המועצה לצרכנות לפי חודשים

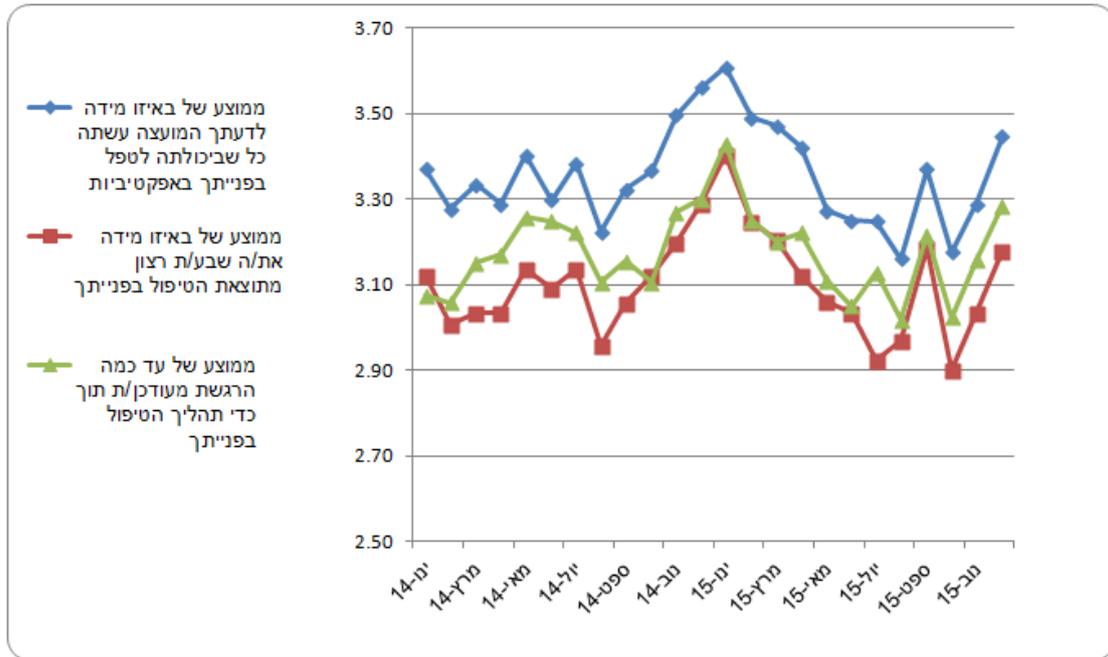


### גרף מס' 5.2: שביעות רצון ממהירות, אדיבות, מקצוענות ואמינות המטפל לפי חודשים



# המועצה הישראלית לצרכנות

גרף מס' 5.3: שביעות רצון מפרמטרים אחרים של טיפול לפי חודשים



שביעות הרצון הממוצעת בשנת 2015 עמדה על 3.50 שזה האמצע בין במידה רבה למידה בינונית. בשנת 2014 עמד הממוצע השנתי על 3.48. המועצה משקיעה מאמצים רבים לשיפור השירות הן בפן האיכותי והן בפן המהירות. המועצה בודקת ומבקרת כל העת את פעילותה ושואפת לשיפור מתמיד.

## פרק 6: טיפול עצמי של בית עסק במסגרת הזדמנות שנייה

בשנת 2015 לאור הצורך בהתייעלות מפאת אילוצי התקציב החמורים נדרשה המועצה להפעיל תהליך טיפול חדשני בתלונות שמטרתו בין היתר היא להוריד עומס על מנת להצליח לטפל בתלונות מהר יותר. על פי תהליך זה המועצה בוחרת בקפידה ובזהירות נילונים מסוימים שמתאימים להיכלל בשיטת העבודה הנ"ל. התלונות המגיעות על נילונים אלו מועברות לחברות הללו לטיפול עצמי במסגרת הזדמנות שנייה ישירות ובעצמן מול הצרכנים, שהם בראש ובראשונה לקוחות שלהן, כשהפעם הן יודעות שהמועצה ברקע ותתערב אם יהיה צורך. הדרישה היא שהטיפול במסגרת הזדמנות שנייה יתבצע ע"י גורם בכיר יותר בארגון מאשר הרובד שטיפל בצרכן לראשונה ולא צלח, והצרכן נאלץ לפנות אל המועצה לצרכנות. בסוף תהליך הטיפול העצמי של הנילון, שולחת המועצה אל הצרכן שאלון במייל שבו נשאל לגבי שביעות רצונו מהטיפול של הנילון בו בפעם השנייה, שביעות רצונו מתוצאת הטיפול ועוד, וכן האם הצרכן מעוניין בהמשך טיפול ע"י המועצה. היה והתשובה היא חיובית, המועצה בוחנת את התיק שכולל כמובן גם את תלונת הצרכן וגם את התייחסות הנילון ואם המועצה מוצאת שהצדק עם הצרכן היא פונה ביתר שאת אל הנילון לגורם בכיר בדרג ניהולי לדרוש פתרון ראוי והולם לתלונת הצרכן. המועצה מפקחת ומבקרת את התהליך באופן שוטף ומעבירה משוב לנילונים על בסיס תוצאות הסקר. הצרכנים מרוויחים משיטת עבודה זו טיפול מהיר ובלתי אמצעי ע"י הספק שלהם והתערבות של המועצה במידת הצורך לייצג את עניינם מול דרגים בכירים אצל הנילונים. בתי העסק מרוויחים הזדמנות לשמור על לקוחותיהם ולפתור את בעיותיהם בעצמם ובכך להוכיח ללקוחות רצון וכוונה טובה. המועצה מרוויחה הפחתת עומס תלונות תוך שמירה על יכולת הצרכנים לקבל טיפול.

יש כ 10 בתי עסק שפועלים בתהליך הזה עם המועצה. בשנת 2015 הועברו לטיפולם במסגרת הזדמנות שנייה 2,786 תיקי תלונה ורק ב 31% מהם ביקשו הצרכנים התערבות נוספת של המועצה להמשך טיפול.

### טבלה מס' 6.1 פניות שהועברו לטיפול עצמי של בית העסק ו% פתיחה מחדש בשנת 2015

מתוך סך תלונות 2015 (ללא בקשות ייעוץ)	#	2015
9.0%	2786	תלונות שהועברו לטיפול בית עסק במסגרת הזדמנות שנייה
2.8%	851	תלונות שנפתחו מחדש בעק' סקר
	31%	% פתיחה מחדש של תלונות שטופלו על ידי בית עסק מתוך סך התלונות שהועברו לטיפול

**פרק 7: נתוני טיפול בתלונות בתחומים נבחרים**

**אמצעי תקשורת**

**טבלה מס' 7.1: פניות שהתקבלו ונסגרו תחום אמצעי תקשורת 2015 מול 2014**

שיעור שינוי	2015	2014	2015	שיעור שינוי	2015	2014	
	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שיעור מסה"כ		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	
<b>43%</b>	<b>11,450</b>	<b>8,033</b>	<b>28.4%</b>	<b>8%</b>	<b>9,772</b>	<b>9,037</b>	<b>אמצעי תקשורת</b>
22%	3,491	2,873	9.3%	11%	3,209	2,886	שירותי טלפוניה סלולר
61%	2,140	1,327	6.0%	49%	2,081	1,401	אינטרנט
74%	1,945	1,117	5.0%	26%	1,706	1,352	מכשירים
106%	1,894	921	3.7%	-10%	1,265	1,398	שירותי טלויזיה (כולל רשות השידור)
22%	291	238	0.7%	6%	236	222	שירותי טלפוניה ניחית
39%	257	185	0.7%	21%	229	189	שירותי שיחות בינלאומיות
89%	255	135	0.5%	3%	187	181	אביזרים
-5%	1,177	1,237	2.5%	-39%	859	1,408	אמצעי תקשורת - שונות

**תת-תחום טלפוניה (סלולר, נייה, בינלאומי)**

**טבלה מס' 7.2: תת תחום טלפוניה מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>אמצעי תקשורת</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>12%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>
שירותי שיחות בינלאומיות	3%	27%	7%	9%	40%	9%	4%	100%
שירותי טלפוניה סלולר	9%	28%	15%	10%	27%	9%	3%	100%
שירותי טלפוניה ניחית	6%	21%	31%	9%	26%	5%	2%	100%

**תת תחום שירותי טלויזיה**

**טבלה מס' 7.3: תת תחום טלויזיה מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>אמצעי תקשורת</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>12%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>
שירותי טלויזיה (כולל רשות השידור)	7%	17%	36%	7%	26%	5%	1%	100%

**תת תחום אינטרנט**

**טבלה מס' 7.4: תת תחום אינטרנט מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>אמצעי תקשורת</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>12%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>
אינטרנט	6%	17%	27%	17%	24%	7%	2%	100%

**תת תחום אביזרים ומכשירים**

**טבלה מס' 7.5: תת תחום אביזרים ומכשירים מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>אמצעי תקשורת</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>12%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>
מכשירים	33%	21%	17%	13%	7%	5%	5%	100%
אביזרים	25%	20%	10%	22%	9%	8%	5%	100%

## מכשירי חשמל

### טבלה מס' 7.6: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום מכשירי חשמל 2015 מול 2014

שיעור שינוי	2015		2014		שיעור שינוי	2015		2014	
	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו
8%	5,107	4,715	14.7%	9%	5,071	4,640	<b>מכשירי חשמל</b>		
12%	1,286	1,144	3.6%	7%	1,226	1,148	מכשירי חשמל למטבח		
16%	694	599	2.1%	8%	711	657	מתקני ומטרי מים		
23%	499	407	1.5%	22%	527	433	ביטוח (שירות ואחזקה) מכשירי חשמל		
-5%	493	517	1.5%	4%	510	491	מערכות צפייה ושמע		
2%	480	470	1.4%	10%	477	433	כביסה		
5%	447	425	1.3%	27%	463	366	חימום וקיורר הבית		
2%	358	351	1.0%	0%	328	329	מכשירי חשמל קטנים		
-1%	106	107	0.3%	-8%	98	106	צילום		
26%	93	74	0.3%	26%	97	77	דודי שמש או חשמל		
27%	90	71	0.2%	-10%	73	81	תאורה		
2%	561	550	1.6%	8%	561	519	מכשירי חשמל - שונות		

### טבלה מס' 7.7: תחום מכשירי חשמל מהויות עיקריות 2015

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>מכשירי חשמל</b>	<b>30%</b>	<b>16%</b>	<b>27%</b>	<b>13%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>
מכשירי חשמל למטבח	46%	11%	26%	7%	5%	3%	2%	100%
מתקני ומטרי מים	15%	16%	33%	16%	13%	5%	2%	100%
ביטוח (שירות ואחזקה) מכשירי חשמל	7%	19%	26%	24%	7%	4%	12%	100%
מערכות צפייה ושמע	33%	24%	21%	13%	3%	3%	3%	100%
כביסה	32%	13%	36%	6%	5%	2%	6%	100%
חימום וקיורר הבית	30%	12%	39%	7%	5%	3%	3%	100%
מכשירי חשמל קטנים	34%	17%	22%	17%	3%	5%	2%	100%
צילום	44%	12%	14%	9%	4%	6%	10%	100%
דודי שמש או חשמל	28%	15%	33%	5%	6%	3%	9%	100%
תאורה	35%	15%	10%	22%	10%	6%	2%	100%
מכשירי חשמל - שונות	25%	20%	17%	18%	8%	7%	5%	100%

לבית

**טבלה מס' 7.8: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום לבית 2015 מול 2014**

שיעור שינוי	2015		2014		שיעור שינוי	2015		2014	
	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו
-13%	3,448	3,986	10.9%	1%	3,759	3,709	<b>לבית</b>		
-18%	1,575	1,917	5.1%	-3%	1,773	1,822	ריהוט לבית		
0%	403	402	1.2%	3%	417	403	דלתות וארונות		
1%	307	303	1.0%	24%	330	266	כלי בית		
-22%	266	343	0.8%	-4%	287	298	שיפוצים ובעלי מקצוע		
-30%	174	249	0.6%	-5%	210	221	מטבחים		
-1%	178	180	0.5%	3%	179	174	טקסטיל, שטיחים ווילונות		
50%	179	119	0.5%	18%	160	136	חדרי אמבטיה וברזים		
42%	95	67	0.3%	83%	110	60	ריהוט גן		
6%	88	83	0.2%	2%	82	80	חפצי נוי		
-43%	183	323	0.6%	-15%	211	249	לבית - שונות		

**טבלה מס' 7.9: תחום לבית מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
<b>לבית</b>	<b>51%</b>	<b>12%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>
ריהוט לבית	69%	7%	4%	14%	4%	2%	1%	100%
דלתות וארונות	44%	9%	32%	6%	4%	3%	1%	100%
חפצי נוי	22%	16%	18%	27%	7%	8%	2%	100%
כלי בית	26%	29%	8%	15%	11%	8%	3%	100%
שיפוצים ובעלי מקצוע	20%	19%	30%	6%	16%	6%	4%	100%
מטבחים	57%	5%	7%	19%	8%	3%	1%	100%
טקסטיל, שטיחים ווילונות	21%	25%	12%	25%	9%	6%	2%	100%
חדרי אמבטיה וברזים	35%	16%	25%	10%	8%	3%	3%	100%
ריהוט גן	42%	18%	22%	11%	6%	1%	0%	100%
לבית - שונות	50%	10%	13%	20%	3%	2%	2%	100%

## תחום ההלבשה, הנעלה ואביזרים נלווים

**טבלה מס' 7.10: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום בגוד והנעלה 2015 מול 2014**

	2015	2014	2015	שיעור שינוי	2015	2014	
שיעור שינוי	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שיעור מסה"כ		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	
	-1%	2,835	2,875	7.8%	2,690	2,839	ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים
	8%	1,283	1,192	3.3%	1,129	1,195	הנעלה
	-14%	1,037	1,199	3.1%	1,065	1,138	הלבשה (כולל כובעים וחגורות)
	-2%	176	180	0.5%	162	198	תיקים וארנקים
	12%	339	304	1.0%	334	308	ביגוד והנעלה- שונות

**טבלה מס' 7.11: תחום ביגוד והנעלה מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תה ליר מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים	44%	14%	7%	22%	10%	3%	1%	100%
הנעלה	62%	10%	4%	15%	7%	1%	1%	100%
הלבשה (כולל כובעים וחגורות)	27%	17%	10%	28%	12%	4%	2%	100%
תיקים וארנקים	49%	9%	3%	27%	9%	1%	1%	100%
ביגוד והנעלה- שונות	23%	23%	11%	24%	12%	5%	1%	100%

## שירותי תיירות

**טבלה מס' 7.12: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום שירותי תיירות 2015 מול 2014**

שירותי תיירות	2014 פניות שהתקבלו	2015 פניות שהתקבלו	שיעור שינוי	2014 פניות שנסגרו	2015 פניות שנסגרו	שיעור שינוי
שירותי תיירות	2,056	1,786	-13%	1,892	1,827	-3%
תיירות חוץ	1,192	1,051	-12%	1,088	1,096	1%
תיירות פנים	529	499	-6%	523	510	-2%
יחידות ומועדוני נפש	92	83	-10%	52	47	-10%
שירותי תיירות - שונות	243	153	-37%	229	174	-24%

**טבלה מס' 7.13: תחום שירותי תיירות מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
שירותי תיירות	12%	27%	17%	19%	15%	6%	4%	100%
תיירות חוץ	13%	25%	15%	20%	17%	6%	4%	100%
תיירות פנים	11%	30%	19%	18%	11%	8%	3%	100%
יחידות ומועדוני נפש	2%	47%	6%	19%	15%	6%	4%	100%
שירותי תיירות - שונות	7%	22%	24%	21%	12%	6%	8%	100%

## תחבורה ורכב

**טבלה מס' 7.14: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום תחבורה ורכב 2015 מול 2014**

שיעור שינוי	2015	2014	2015	שיעור שינוי	2015	2014	
	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שיעור מסה"כ		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	
	<b>21%</b>	<b>1,234</b>	<b>4.1%</b>	<b>23%</b>	<b>1,396</b>	<b>1,133</b>	<b>תחבורה ורכב</b>
34%	487	363	1.6%	25%	567	454	מכר והשכרת כלי רכב
6%	219	206	0.7%	19%	233	195	תחבורה ציבורית
36%	103	76	0.3%	8%	108	100	מוסכים
76%	72	41	0.2%	29%	81	63	דוחות חניה וחינונים
6%	353	332	1.2%	27%	407	321	תחבורה ורכב - שונות

**טבלה מס' 7.15: תחום תחבורה ורכב מהויות עיקריות 2015**

סה"כ	מהויות אחרות	אופן ביצוע עסקה/תה ליד מכירה	עניינים כספיים	סירוב לבטל עסקה	איכות השירות	הטעיה	עניינים שקשורים במוצר	תחום/תת תחום
<b>100%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>22%</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>18%</b>	<b>תחבורה ורכב</b>
100%	5%	6%	19%	10%	9%	25%	26%	מכר והשכרת כלי רכב
100%	2%	3%	21%	3%	39%	20%	11%	תחבורה ציבורית
100%	4%	4%	9%	3%	30%	27%	23%	מוסכים
100%	4%	4%	43%	10%	7%	29%	3%	דוחות חניה וחינונים
100%	5%	9%	26%	10%	11%	25%	14%	תחבורה ורכב - שונות

## מזון

טבלה מס' 7.16: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום מזון 2015 מול 2014

שנת סגירה	2015	2014	שינוי	שנת סגירה	2015	2014	שינוי
שנת סגירה	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שינוי מסה"כ	שנת סגירה	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	שינוי
	1,103	1,741	3.0%		1,032	1,215	-15%
מזון							

טבלה מס' 7.17: תחום מזון מהויות עיקריות 2015

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
מזון	17%	43%	15%	3%	13%	6%	3%	100%

## מחשבים

**טבלה מס' 7.18: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום מחשבים 2015 מול 2014**

שיעור שינוי	2015	2014	2015	שיעור שינוי	2015	2014	
	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שיעור מסה"כ		פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	
10%	1,065	965	2.7%	-7%	940	1,013	מחשבים

**טבלה מס' 7.19: תחום מחשבים מהויות עיקריות 2015**

סה"כ	מהויות אחרות	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	עניינים כספיים	סירוב לבטל עסקה	איכות השירות	הטעיה	עניינים שקשורים במוצר	תחום/תת תחום
100%	5%	4%	4%	15%	21%	18%	33%	מחשבים

## לימודים וקורסים

**טבלה מס' 7.20: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום לימודים וקורסים 2015 מול 2014**

שנת סגירה	2015	2014	שינוי	שנת סגירה	2015	2014	שינוי
פניות שנסגרו	729	821	2.0%	פניות שהתקבלו	684	794	-14%
<b>לימודים וקורסים</b>							

**טבלה מס' 7.21: תחום לימודים וקורסים מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
לימודים וקורסים	4%	19%	6%	47%	15%	5%	4%	100%

## ספורט ומכוני כושר

### טבלה מס' 7.22: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום ספורט 2015 מול 2014

שנת סגירה	2015	2014	שינוי מסה"כ	שינוי שנת	2015	2014	
פניות שנסגרו	684	682	1.7%	-23%	פניות שהתקבלו	743	ספורט
	0%				573		

### טבלה מס' 7.23: תחום ספורט מהויות עיקריות 2015

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
ספורט	11%	17%	8%	34%	20%	5%	6%	100%

## שליחויות, הובלות ודואר

### טבלה מס' 7.24: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום דואר 2015 מול 2014

תחום	2014		2015		שיעור שינוי
	פניות שהתקבלו	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	שיעור מסה"כ	
שליחויות, הובלות ודואר	285	396	259	1.3%	58%
					53%

### טבלה מס' 7.25: תחום דואר מהויות עיקריות 2015

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
שליחויות, הובלות ודואר	14%	11%	51%	2%	8%	10%	5%	100%

## אופטיקה

**טבלה מס' 7.26: פניות שהתקבלו ונסגרו בתחום אופטיקה 2015 מול 2014**

תחום	2014	2015	שיעור שינוי	2014	2015	שיעור שינוי
אופטיקה	פניות שהתקבלו	פניות שהתקבלו	-17%	פניות שנסגרו	פניות שנסגרו	1.2%
	501	414		464	494	
						-6%

**טבלה מס' 7.27: תחום אופטיקה מהויות עיקריות 2015**

תחום/תת תחום	עניינים שקשורים במוצר	הטעיה	איכות השירות	סירוב לבטל עסקה	עניינים כספיים	אופן ביצוע עסקה/תהליך מכירה	מהויות אחרות	סה"כ
אופטיקה	57%	12%	5%	17%	4%	2%	2%	100%

**פרק 8: תלונות לדוגמא**

**תלונה מס' 489113**

תחום: ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים

תאור התלונה:

צרכן רכש ארנק ארוז לאשתו כמתנת יום הולדת. אשתו לא אהבה את הארנק, ובהגיעה לבית העסק - שלושה ימים אחרי הרכישה - לא מצאה ארנק אחר שמוצא חן בעיניה. בית העסק מסר לצרכן כי ניתן לבטל עסקה רק ביום הרכישה.

פעילות המועצה:

המועצה פנתה לבית העסק וציינה כי על פי תקנות הגנת הצרכן (ביטול עסקה), ניתן לבטל עסקה שבה נרכש מוצר ארוז בתוך 14 ימים מיום קבלת המוצר.

תוצאת הטיפול:

בעקבות פניית המועצה, הודיע בית העסק כי הוא יבטל את העסקה וישיב לצרכן את כספו, בסך 399 ש"ח.

**תלונה מס' 440400**

תחום: ריהוט ומטבחים

תאור התלונה:

צרכנים רכשו סלון עור בעלות 22,500 ש"ח. לאחר 90 ימי המתנה, סופק הסלון כשהוא פגום. הצרכנים סרבו לקבלו. בקשתם לביטול העסקה נדחתה על-ידי החנות בטענה כי החנות נכונה לספק סלון חלופי חדש.

פעילות המועצה:

המועצה ציינה בפני החנות כי על פי חוק המכר זכאי הצרכן לביטול העסקה בנסיבות אלו, בהן נאלצים הצרכנים להמתין 90 יום נוספים לאספקה.

תוצאת הטיפול:

החברה ביטלה את העסקה והשיבה לצרכנים 22,500 ש"ח.

**תלונה מס' 432137**

תחום : תיירות

תאור התלונה :

תיירת מאנגליה רכשה מתנות בחנות המוכרות כחנות לתיירים בסכום של 1200 ש"ח, כשהחזר המע"מ אמור היה להיות בגובה 216 ש"ח. בעל החנות צייד את הצרכנית בטופס המאשר להשיב לה 18% מע"מ על הרכישה. בהגיעה לנמל התעופה התברר כי בעל החנות לא שילם את האגרה השנתית, ולכן החנות אינה נמצאת בהסדר.

פעילות המועצה :

המועצה פנתה למשרד התיירות והסתבר כי החנות לא חידשה את הרישיון למכור לתיירים. המועצה פנתה לבית העסק, והוא הסכים להשיב את עלות המע"מ.

תוצאת הטיפול :

סכום המע"מ הושב לצרכנית והיא החליטה לתרום אותו לוועד למען החייל.

**תלונה מס' 480330**

תחום : לימודים וקורסים

תאור התלונה :

צרכנית נרשמה לקורס רוקחות באמצעות הטלפון. לא קיבלה מסמך בכתב המסכם את פרטי העסקה. לאחר שהשתתפה בשיעור אחד, ועקב נסיבות רפואיות חריגות, פנתה בבקשה לביטול העסקה. בית העסק סרב לזכותה, והציע לה קבלת זיכוי לרכישת מוצרים.

פעילות המועצה :

המועצה פנתה לבית העסק וציינה בפניו את חובתו לספק לצרכנית מסמך גילוי בכתב בעסקת מכר מרחוק. צרכן רשאי לבטל עסקת מכר מרחוק בתוך 14 יום ממועד ביצוע העסקה או מועד קבלת טופס הגילוי - לפי המאוחר מביניהם. במקרה הזה, הצרכנית לא קיבלה טופס גילוי, ועל כן זכאית לבטל את העסקה.

תוצאת הטיפול :

בעקבות פניית המועצה, בית העסק הסכים לבטל את העסקה, והשיב לצרכנית את כספה, בקיזוז העלות היחסית בגין השיעור בו השתתפה בלבד, סה"כ - 1300 ש"ח.

## תלונה מס' 463055

תחום : לימודים וקורסים

תאור התלונה :

צרכנית רכשה ערכה ללימוד אנגלית, הכוללת חוברות לימוד, דיסקים אלקטרוניים, וכן מכשיר DVD. העסקה בוצעה בביתה של הצרכנית מול נציג בית העסק. לאחר מספר ימים, הצרכנית התחרטה, וביקשה לבטל את העסקה. בית העסק סירב לביטול בטענה כי מדובר בתוכן הניתן לשכפול והעתקה.

פעילות המועצה :

המועצה פנתה לבית העסק והבהירה כי מדובר בעסקת רוכלות, וכי צרכן יכול לבטל עסקה כזאת ללא דמי ביטול בתוך 14 יום ממועד ביצוע העסקה או מועד קבלת מסמך בכתב - לפי המאוחר. זכות הביטול לא נדחית במקרה של טובין הניתנים להקלטה, לשעתוק או לשכפול.

תוצאת הטיפול :

בעקבות פניית המועצה, העסקה בוטלה, והצרכנית קיבלה החזר מלא, בסך של 4800 ש"ח.

## תלונה מס' 468386

תחום : תקשורת

תאור התלונה :

צרכן ביטל מנוי אינטרנט באמצעות אתר נתק. פנייתו לחברה לקבלת זיכוי לא נענתה.

פעילות המועצה :

המועצה פנתה לחברה והציגה בפניה את האישור מאתר נתק.

תוצאת טיפול :

הצרכן קיבל זיכוי על סך של 782.90 ש"ח.

## תלונה מס' 474270

תחום : מכשירי חשמל

תאור התלונה :

צרכנית רכשה תנור. במהלך החצי שנה הראשונה, תוקן התנור 5 פעמים, ועדיין התקלות חזרו על עצמן. החברה הסכימה להחליף את התנור בתנור מסוג אחר, אך הצרכנית סירבה להצעה זאת ודרשה תנור זהה חדש או ביטול עסקה.

פעילות המועצה :

## המועצה הישראלית לצרכנות

המועצה פנתה לחברה וציינה כי על פי תקנות הגנת הצרכן (אחריות ושירות לאחר מכירה), אם לא ניתן לתקן קלקול במוצר בתקופת אחריות, יש לספק לצרכן מוצר חדש, זהה או מסוג ואיכות דומים ושווי ערך, או להשיב לצרכן את כספו.

תוצאת הטיפול:

העסקה בוטלה והצרכנית זוכתה בסך של 4370 ש"ח.

### **תלונה מס' 463281**

תחום: תקשורת

תאור התלונה:

צרכנית ניגשה לסניף של חברת תקשורת במטרה לשנות תנאי חבילה. הנציגה שכנעה אותה להצטרף לתכנית, במסגרתה גם תוזיל את עלות החבילה וגם תקבל טאבלט חינם מתנה. הצרכנית לא קיבלה העתק ממסמכי העסקה. בדיעבד גילתה כי היא מחויבת עבור הטאבלט וכי לא מדובר במתנה כלל. הצרכנית פנתה לחברה בבקשה להחזיר את הטאבלט ולבטל את העסקה, וסורבה.

פעילות המועצה:

המועצה פנתה לחברה וטענה להטעיה.

תוצאת הטיפול:

העסקה בוטלה והצרכנית קיבלה את כספה.

### **תלונה מס' 441606**

תחום: תכשיטים

תאור התלונה:

צרכנית רכשה בטלפון תכשיטים בסך של 7000 ש"ח. היא השיבה את המוצרים לחברה, אך לא קיבלה זיכוי.

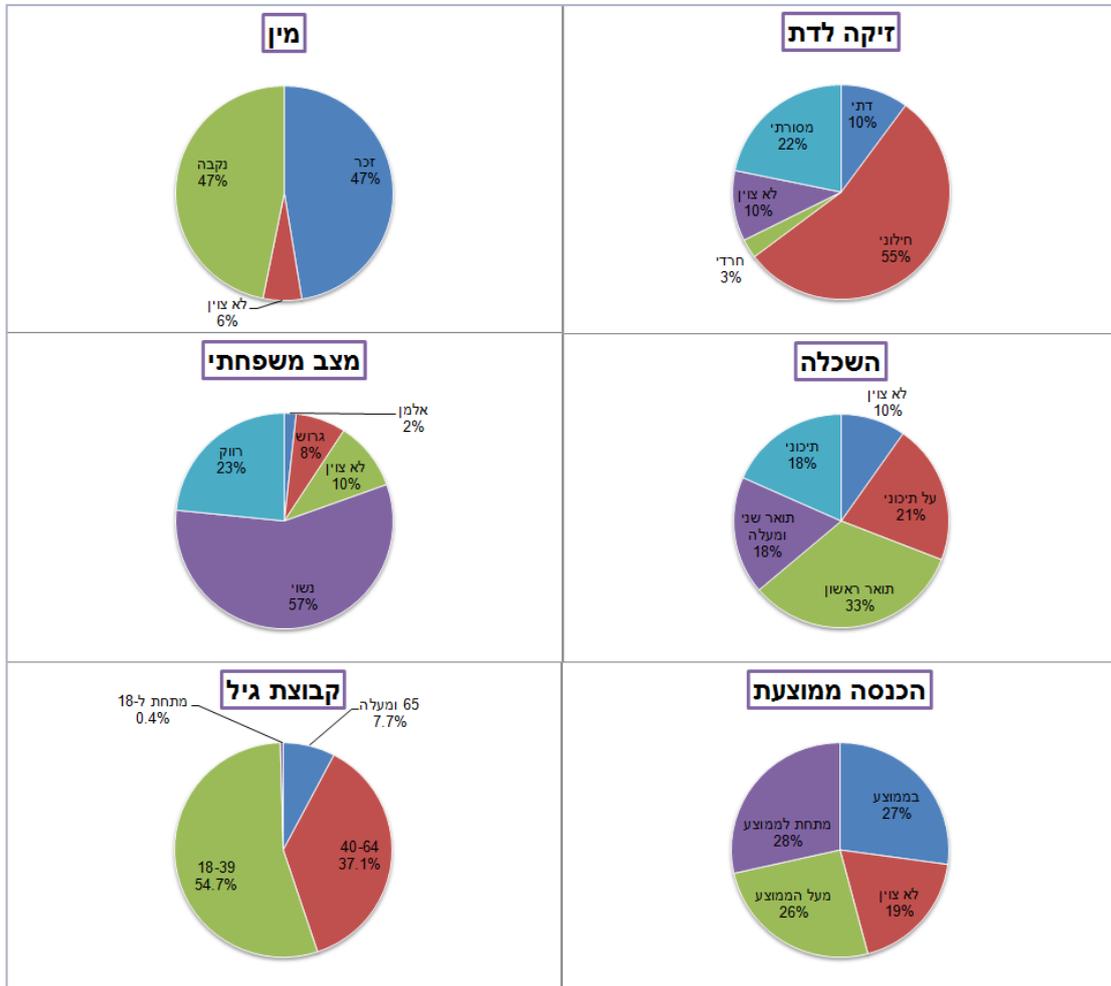
פעילות המועצה:

המועצה פנתה לחברה לקבלת החזר הכספי שלו זכאית הצרכנית.

תוצאת הטיפול:

הצרכנית קיבלה זיכוי עבור העסקאות בסך של 7000 ש"ח.

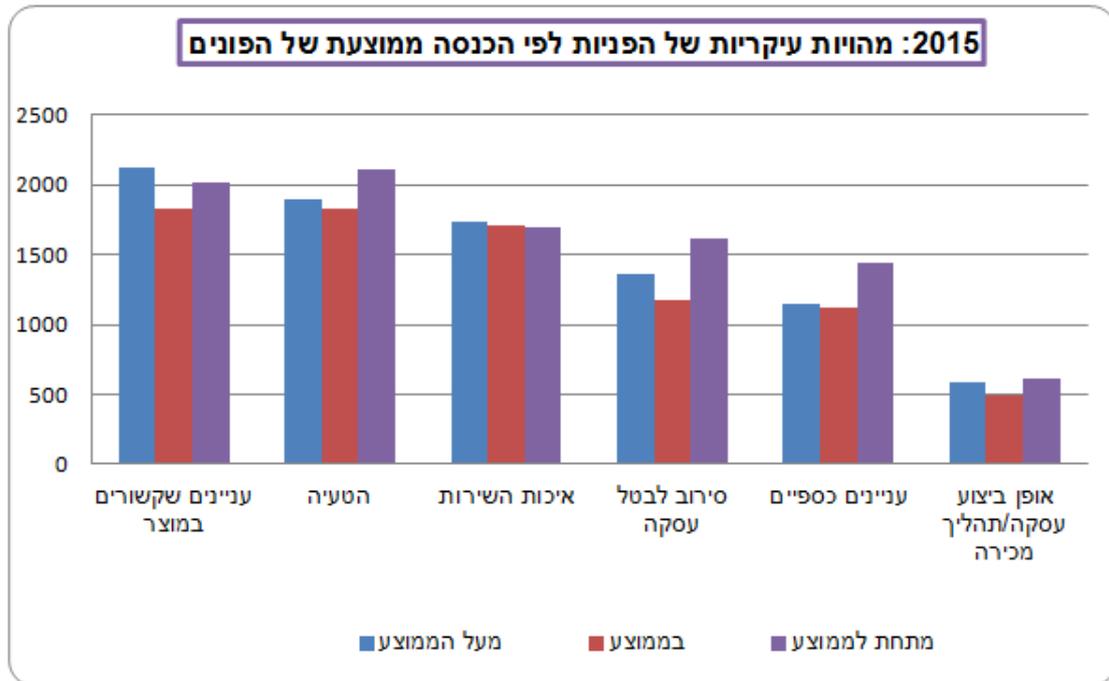
### גרף מס' 9.1: התפלגות דמוגרפית של הצרכנים - 2015



- נתוני הזיקה לדת דומים מאוד לשנה שעברה. מרבית הפונים למועצה לצרכנות הם חילוניים.
- כמו בשנה שעברה, גם השנה אחוז זהה של גברים ונשים פונים לעזרת המועצה.
- חצי מהפונים למועצה לצרכנות הם בעלי תואר אקדמי.
- רוב בולט של הפונים למועצה הם נשואים.
- ייצוג דומה לכל רמות ההכנסה בקרב הפונים למועצה לצרכנות.
- בשנת 2015 אחוז הפונים למועצה בני 40-64 גדל לעומת שנת 2014 בכ 4% בעוד אחוז הפונים בגילאים 18-39 קטן בכ 4%.
- 7.7% מהפונים למועצה הם בני 65 ומעלה שהם פחות מהנתח שלהם באוכלוסיה (כ 11%).

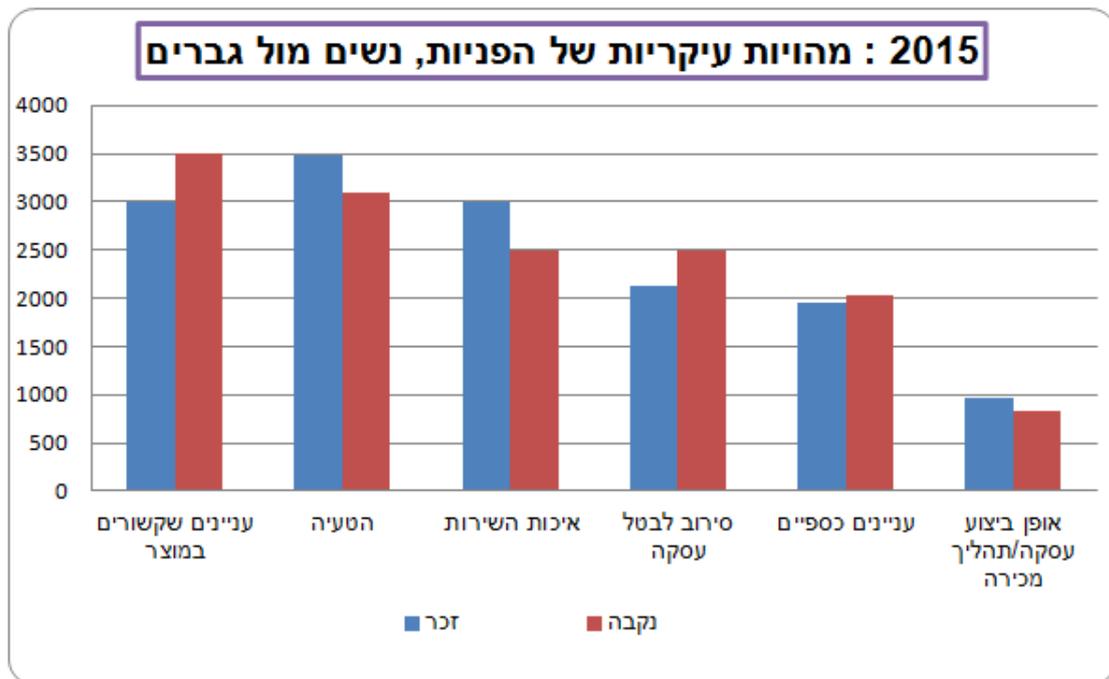
# המועצה הישראלית לצרכנות

גרף מס' 9.2: מהויות עיקריות של הפניות לפי הכנסה ממוצעת של הפונים - 2015



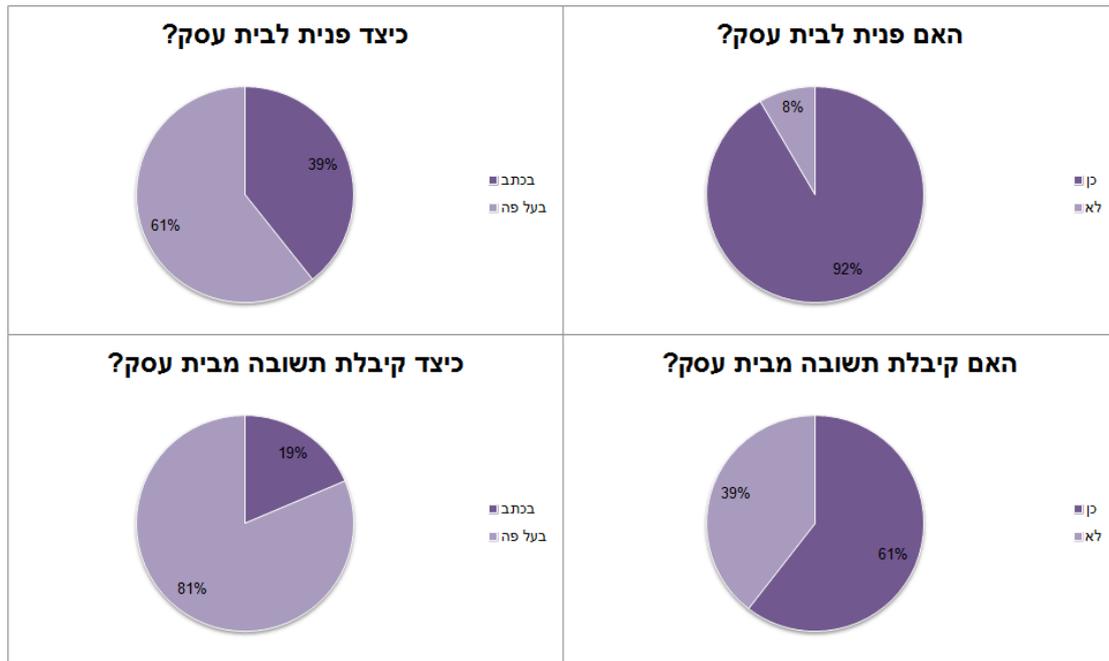
- בעניינים כספיים, סירוב לבטל עסקה והטעיה יש יותר פונים שהכנסתם מתחת לממוצע.

גרף מס' 9.3: מהויות עיקריות של הפניות נשים מול גברים - 2015



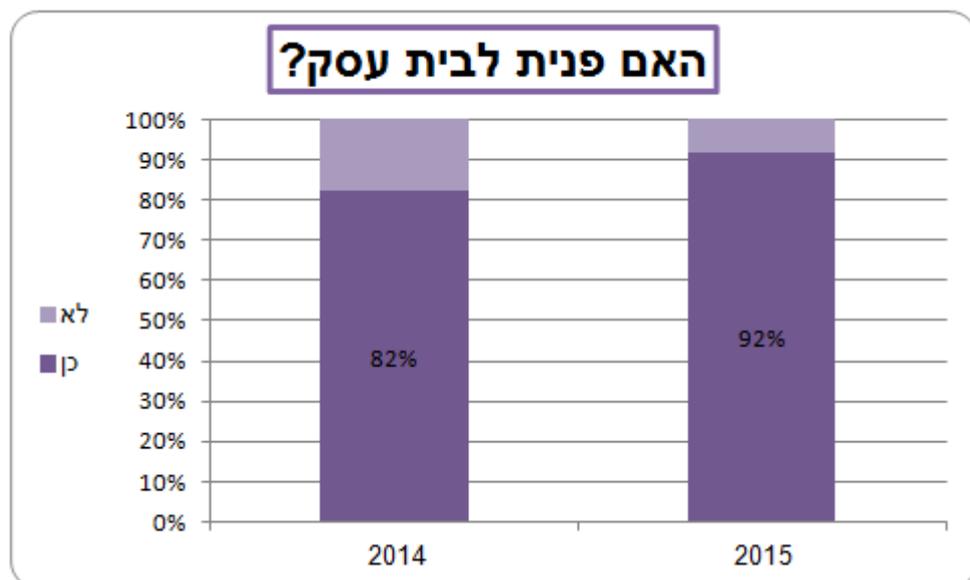
- בעניינים שקשורים במוצר ובטענת סירוב לביטול עסקה פונות יותר נשים מגברים.
- בטענות על הטעיה ואיכות השירות פונים יותר גברים מנשים.

## גרף מס' 9.4: התפלגות התנהגות צרכנים טרום פנייה למועצה 2015



- רוב הצרכנים פנו לבית העסק בעל פה, נתון הגיוני לאור העובדה שרוב הפניות הן בתחום אמצעי התקשורת ולחברות אלו נהוג לפנות דרך המוקדים הטלפוניים שלהן.
- 39% מהצרכנים דיווחו שלא קיבלו תשובה מבית העסק לפנייתם, שיפור מול שנה שעברה בה 47% מהצרכנים לא קיבלו תשובה מבית העסק.
- כ 80% מהצרכנים שקיבלו תשובה מבית העסק קיבלו אותה בעל פה.

## גרף מס' 9.5: התפלגות "האם פנית לבית העסק (טרום פנייה למועצה)?" ב-2015 מול 2014



- בשנת 2015 פנו 92% מהצרכנים לבית העסק טרום פנייה למועצה, 10% יותר מאשר בשנת 2014.

## טבלה מס' 9.1: מספר פניות ל 1000 תושבים לפי עיר (2015)

עיר מגורים	פניות שהתקבלו		פניות ל-1000 תושבים		שינוי בדירוג	דירוג בשנת 2015	דירוג בשנת 2014
	2015	2014	2015	2014			
גבעתיים	423	493	7.4	8.8	0	1	1
יבנה	270	304	6.8	8.3	0	2	2
באר יעקב	118	132	6.7	7.5	8	3	11
תל אביב-יפו	2,823	3,250	6.6	7.8	2	4	6
כפר סבא	610	697	6.5	7.6	3	5	8
רמת גן	976	1,223	6.5	8.2	-2	6	4
הוד השרון	348	388	6.4	7.4	6	7	13
פתח תקווה	1,338	1,584	5.9	7.2	8	8	16
קריית אנון	217	267	5.9	7.5	3	9	12
הרצלייה	532	614	5.9	6.8	10	10	20
מודיעין	504	642	5.8	לא דורג		11	לא דורג
יהוד	165	203	5.8	7.2	6	12	18
רחובות	739	831	5.7	6.6	9	13	22
קריית ביאליק	223	269	5.7	7.0	5	14	19
גבעת שמואל	141	116	5.7	לא דורג		15	לא דורג
חולון	1,066	1,343	5.7	7.2	1	16	17
ראשון לציון	1,369	1,736	5.7	7.3	-3	17	14
נס ציונה	258	292	5.6	6.5	5	18	23
קריית מוצקין	222	286	5.6	7.3	-4	19	15
גן יבנה	121	160	5.6	7.5	-10	20	10
גדרה	143	150	5.5	6.0	7	21	28
ראש העין	233	319	5.5	7.7	-15	22	7
רעננה	383	438	5.5	6.3	2	23	25
נשר	119	177	5.1	7.6	-15	24	9
קריית ים	194	221	5.0	5.7	6	25	31
מבשרת ציון	120	157	4.9	6.4	-2	26	24
חיפה	1,339	1,433	4.8	5.2	13	27	40
מעלה אדומים	178	289	4.8	7.8	-23	28	5
באר שבע	957	1,207	4.8	6.1	-3	29	26
קריית אתא	257	285	4.7	5.3	7	30	37
כרמיאל	211	256	4.7	5.7	-1	31	30
רמת השרון	200	242	4.5	5.5	1	32	33
נתניה	905	1,092	4.5	5.5	-1	33	32
עפולה	192	210	4.4	4.9	7	34	41
חדרה	373	516	4.3	6.0	-8	35	27
אור יהודה	154	208	4.3	5.9	-7	36	29
בת ים	550	679	4.3	5.3	2	37	39
קריית גת	205	262	4.1	5.3	0	38	38
אילת	183	259	3.7	5.4	-4	39	35
אשדוד	808	1,024	3.7	4.7	2	40	42
רמלה	267	273	3.7	4.0	4	41	45
פרדס חנה-כרכור	133	195	3.6	5.4	-8	42	34
דימונה	118	178	3.6	5.4	-7	43	36
אשקלון	430	564	3.4	4.6	-1	44	43
נצרת עילית	117	152	2.9	3.8	2	45	47
לוד	208	281	2.9	3.9	0	46	46
עכו	135	172	2.8	3.6	1	47	48
ירושלים	1,971	2,308	2.3	2.8	1	48	49
בית שמש	200	222	2.0	2.4	1	49	50
בני ברק	363	371	2.0	לא דורג		50	לא דורג

- בראש רשימת הערים מהן פונים יחסית לאוכלוסייתן הכי הרבה צרכנים למועצה עומדות ערים מבוססות במעמד סוציו אקונומי גבוה בעוד את תחתית הרשימה מאכלסות ערים "חלשות" כלכלית עם נתח אוכלוסיה גדול מהמגזר הערבי או החרדי.