

ה ר ש ו ת ל ה ג נ ת ה צ ר כ ן

חינוך לצרכנות נכונה

91
A
3497



ההסתדרות הכללית של העובדים בארץ ישראל • הועד הפועל - אגף הרשות להגנת הצרכן.

הספרייה הלאומית
S 91 A 3497

C.1

חינוך לצרכנות נכונה /



1166224-10

תוכן העניינים

1 מבוא נוהת קצב עמוד 3	5 הפרסומת והצרכן פרופ' סיני דויטש עמוד 26
2 הפעילות הצרכנית בישראל נוהת קצב עמוד 5	6 פרסומת ילדים - מבוגרים בלבד סיני דויטש עמוד 29
3 צרכנות בעולם ריאל צונג עמוד 8	7 מדריך משפטי לקניות ולשירותים פרופ' סיני דויטש עמוד 32
4 התחיקה להגנת הצרכן פרופ' סיני דויטש עמוד 11	8 תקינה רות קרינגל עמוד 37

המערכת:

נוהת קצב, פרופ' סיני דויטש, רות קרינגל, ריאל צונג
ינואר 1990

עיצוב, סדר והפקת דפוס: מפעלי תרבות וחינוך בע"מ טל. 250945 אירום: מייק ג'גו



זכויות הצרכן הבינלאומי

1. הזכות לחינוך לצרכנות נבונה

2. הזכות לבטיחות בשימוש במוצרים ושרותים

3. הזכות לקבלת מידע בלתי תלוי ואמיתי

4. הזכות לבחור בין מגוון של שרותים ומוצרים

5. הזכות להשמע

6. הזכות לפיצוי

7. הזכות לצרכים בסיסיים של הצרכן

8. הזכות לסביבת חיים בריאה

S91A 3497

E281.34

מבוא

נוזתה קצב

הצרכנות – עולם ומלואו. בישראל אנו עוסקים בתחום הצר בלבד של הנושא, תחום ההגינות במסחר; אך ברחבי תבל מטפלים בנושא במשמעותו הרחבה, דהיינו, כנושא של איכות חיים. שם מאמינים כי ללא טיפול בתחום הצרכני הרחב טיפול הכרוך בתכנון חברתי, כלכלי ופיסי משולב, אשר במרכזו עומד האדם, תשעבד אותו הסביבה ותהיה לאדונו במקום שהוא יהיה אדון לסביבה.

הראייה הרחבה של נושא הצרכנות מעניקה יתר משקל לפעילותנו כצרכנים ולמעורבותנו בקביעת דמות החברה. לכן מייחסים, בארצות רבות, חשיבות מיוחדת לפעילות של ארגוני צרכנים בכל הקשור למצבים השונים, שעובר האדם בחייו, ובתוכן החיים בכללותם.

מטרות הפעילות הצרכנית ניתנות להגדרה כדלקמן:

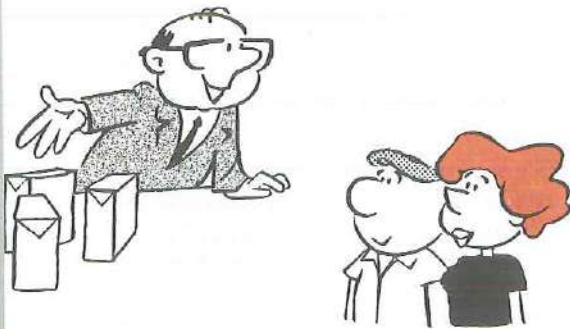
- פיתוח כושרו של הפרט לנתח את צרכיו ולבטא את דרישותיו;
- סיוע בגיבוש חלופות (אלטרנטיבות) משמעותיות כדי להקל על הפרט את הבחירה ביניהן;
- הגנה על הפרט בפני חלופות מזיקות, שמקורן בגורמים אשר מטרתם לנצל את חוסר בטחונו, בערותו או תמימותו של הפרט;
- יצירה ושכלול של כלים לקבלת החלטות – כלים ארגוניים וכלכליים – אשר יאפשרו לפרט להשתתף בתהליך קבלת ההחלטות ולהשפיע על המצב בתחומי החיים השונים.

לצורך זה יש בראש וראשונה לטפח את תודעתו של הצרכן עוד מגיל צעיר. צריך ללמדו להכיר בחשיבות תפקידו כצרכן, להסביר לו כי משמעות הדבר הוא, שצרכן טוב הינו אזרח טוב ואחראי, ובעיקר לעורר בו רצון לעזור לעצמו ולזולתו.

הקושי לשנות הרגלי צריכה של אנשים מבוגרים בולט במיוחד בישראל, שנתקבצו בתוכה יוצאי

גליות רבות ושובות, איש איש עם מנהגי הצריכה האופייניים לעדתו. וכן נודעת, איפוא בישראל חשיבות יתרה לקניית תודעה צרכנית כבר בגיל הרך. בדרך זו ניתן למנוע השתרשותן של דעות קדומות בתחומי הצריכה והחיסכון ולהעמיד את הצריכה על בסיס רציונלי איתן.

נושא הצרכנות הוא, כאמור, רב ממדים, אך שלושה יסודות מאפיינים אותו: המחיר, הטיב והשירות. אלה הם היסודות החשובים ביותר של הנושא, אותם יש לתקוף דרך המוטיבציה של הצרכן עצמו. מהם מניעיו של הצרכן? מדוע הוא קונה מוצר? לאחר הבהרת השאלה "מדוע", כלומר, לאחר איתור המניע, ניתן לשרטט דרכי הדרכה כדי לכוון מניעים אלה לאפיקים חיוביים. יש להבחין בין קנייה המספקת צורך פיסי או שמטרתה רכישת ידע או השכלה לבין קנייה למטרות ראויה.



לאחר מכן באות השאלות המעשיות: מה לקנות? מתי לקנות? היכן לקנות? ובעת צרה – הכוונת הצרכן לגורמים העשויים לסייע בידו.

כלל חשוב בהדרכה הוא לחנך את הצרכן לתבוע "תמורה טובה והולמת לכסף" במובן של מחיר, טיב ושירות. ביתר פירוט: יש לחנך את הצרכן לקנות על פי תכנון ועל-פי רשימות מוכנות מראש ורק לאחר השוואת מחירים ואיכויות.

ניתן למנות שורה של משימות נוספות בהגנת הצרכן, שעיקרן חינוך והדרכה של הצרכן –

להבחין בין פרסומת מטעה לבין פרסום אמת;
לא להסתנוור על-ידי אריזה נוצצת;



לשים לב לתכולה ולמשקל;

לשקול היטב את הכדאיות של קנייה

באשראי ובתשלומים;

להשוות בין אלטרנטיבות לפני הקנייה ולא

לאחריה;

לתת את הדעת על חסכון וביטוח למען

העתיד.

הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות ערה לחשיבות טיפוח תודעת הצרכנות שהרי הצרכנות הינה צידו השני של מטבע השכר ובלעדי צריכה נכונה, לא יכול העובד לשמור על רמת חייו. במיוחד חשוב לטפח תודעת הצרכנות מגיל צעיר. לכן לוקחת על עצמה הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות פרויקט

בברכה רבה,

נוזהת קצב
יו"ר הרשות

2 הפעילות הצרכנית בישראל

נוזהת קצב

- א. ארגוני צרכנים.
- ב. גופים ממשלתיים לטיפול בהגנת הצרכן.

א. ארגוני הצרכנים

כשמדברים כיום בישראל על ארגוני צרכנים יש לקחת בחשבון שישנם שלשה ארגונים:

הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות, המועצה הישראל לצרכנות ואיגוד הצרכנים.

להלן אפרט פעילויות ארגוני הצרכנים:

שהיה המצב לגבי הארגון להגנת הצרכן שהוקם בשנת 1964 והיה מעין מדור במסגרת חברת העובדים - דבר שהיה יכול להגביל את עצמאות המאבק לטובת ציבור הצרכנים). המעמד שניתן לרשות איפשר לה לנהל מאבק גם נגד רשתות השיווק והייצור של ההסתדרות כאשר הדבר היה נחוץ. כמוכן מעמדה זה איפשר לה להיות בין מנהלי המו"מ עם הממשלה והארגונים הכלכליים בתחום מדיניות המחירים.

לרשות יש מעמד משפטי משנת 1983 שניתן לה ע"י המדינה והיא ארגון יציג לצורך הגנה על הצרכנים. לרשות מליאה המורכבת מכ-50 חברים, כלכלנים, משפטים, נציגי ועדי עובדים, איגודים מקצועיים, נציגי מוסדות ארגוניים בהסתדרות, נציגי סטודנטים, נוער עובד, ונציגי ארגוני מתנדבים נוספים בתחום הצרכנות.

יש לציין שגם כל אמצעיה של ההסתדרות עמדו במידה מסוימת "לרשות" בפעילויותיה ומאבקה השונים. ואמנם הרשות לצרכנות עמדה בציפיות



1. הרשות להגנת הצרכן:

הרשות הוקמה בשנת 1970 עת הוחלט בהסתדרות לתת תנופה רבתי לפעילות בתחום הצרכנות. פעילות ההולמת את אינטרס ההסתדרות להתמודד ובעיקר - עם הבעיות הצרכניות הצומחות כתוצאה מגלי האינפלציה.

לרשות ניתן מעמד משמעותי בעל סמכויות.

יו"ר הרשות נוזהת קצב נכללה בועדה המרכזת (הנהלת ההסתדרות) דבר שאיפשר מעמד לרשות להיות שותפה לתהליך קבלת ההכרעות בדרג רם כזה. זה הקנה לרשות גם מעמד עצמאי (ולא כפי

מקימיה על-ידי מאבקה בתחום ריסון המחירים, אין זה אומר שהצליחה להוריד מחירים בעידן השתוללות האינפלציה), אך היא ללא ספק היוותה בלם, ערכה מעקב, שימשה מרכז מידע ולפעמים אף הצליחה להביא לקביעת כלים ומכשירים לפיקוח ובקרה.

כמו כן פילסה דרך בתחום התודעה הצרכנית. בתחום זה היא עושה פעילות מעמיקה ורחבת ממדים, בקרב מבוגרים וצעירים ביניהם "פרוייקט המחויבות האישית בבתי הספר".

יש לציין שהרשת יזמה מספר פעמים שביתות קונים.

לרשות יש ביטאון בשם "דפי מידע לצרכן".
ברשות מחלקה מיוחדת לטיפול בתלונות הצרכנים הנותנת ייעוץ משפטי ובמקרים עקרוניים גם סעד משפטי.

תלונות אלו שימשו את הרשות ליזמות בתחום החקיקה להגנת הצרכן.

לרשות להגנת הצרכן כ־64 סניפים במועצות הפועלים, ביניהם מועצות פועלים במגזר הערבי והדרוזי. הסניפים עוסקים בטיפול בתלונות הצרכנים, פעילות חינוכית - הסברתית, עריכת סקרים ועוד פעילויות לקידום השירותים לצרכן.

הרשות להגנת הצרכן נותנת ייעוץ בקניות לזוגות צעירים ולמשפחות המעונינות לחדש את צידן בבית ובעיקר משפחות הנתונות במצוקה, באמצעות חבורות מידע הנעשות בדרך כלל ע"י מכוני מחקר.

ברשות כ־1500 מתדבות ומתנדבים, שעוסקים בסירת שווקים, עריכת סקרים, מייצגים אותה בועדות התקינה של מכון התקנים, ובמוסדות שונים. ברשות יש כ־1500 מתנדבות ומתנדבים.

ברשות גם מדור מיוחד המטפל בבעיות רכב ומוסכים.

בשנים אחרונות הרשות חבקה יעדים נוספים בתחום איכות החיים.

הקימה מחלקה לאיכות הסביבה וארגון "אדם לאדם חבר" שעוסק בנושאי איכות חיים ורווחה.

2. המועצה הישראלית לצרכנות:

המועצה ה"ל, הינה גוף שהוקם על פי החלטת הממשלה ב־1966 כאגודה עותומנית. בשנת 1970 נרשמה כחברה פרטית ובשנת 1975 עם קבלת חוק החברות הממשלתיות, נהפכה לחברה ממשלתית.

75% ממניותיה מוחזקות ע"י הממשלה (התמ"ס) ו-25% ע"י מכון התקנים. תקציבה מוענק לה ע"י משרד התמ"ס.

בראש המועצה עומד יו"ר שמתמנה מידי פעם ע"י שר התעשייה והמסחר (התמ"ס) ויש לה גם מנכ"ל.

ישנם שני גופים ציבוריים, אחד מורחב והשני

מצומצם - הגוף המורחב (מליאת המועצה) מתמנה ע"י שר התמ"ס. הגוף המצומצם משמש לה מינהלה (המועצה שוכנת במשרד התמ"ס בקריה בת"א).



תחומי פעילות המועצה הישראלית לצרכנות כיום

המועצה לצרכנות פועלת בטיפול בתלונות הצרכנים ונותנת ייעוץ משפטי.
היא פועלת לקידום החקיקה, ועושה בתחום טיפוח התודעה הצרכנית. היא מוציאה לאור בטאון "מה כדאי", יש לה כ־15 סניפים שמשוכנים בדרך כלל ברשויות המקומיות ועורכת בדיקות השוואתיות.

כמו כן ההבדלים בולטים בעיקר במספר הסניפים בשטח שהגו יותר גדול ברשות, (כ־64 סניפים במועצות הפועלים). מה גם הרשות שואבת את כוחה מכח ההסתדרות. גם למועצה מעמד משפטי כארגון צרכנים יציג.

3. איגוד הצרכנים

אגוד זה הינו הוותיק ביותר בין ארגוני הצרכנים בארץ. הוא נוסד בשנת 1955 ע"י אירמה פולאק ז"ל שהיתה הראשונה שהביאה תודעת נושא הצרכנות לישראל. משאביו של ארגון זה דלים ולכן גם היקף פעולותיו מצומצם. בגלל היותו הארגון הוותיק בישראל, הוא היה מיוצג עד דצמבר 84

באיגוד ארגוני הצרכנים הבינלאומי ה - I. O. C. U. וכיום נבחרה לאיגוד הבינ"ל הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות.

הארגון עוסק בעיקר, בקבלת תלונות ולעתים עורך סקרים ויש לו נציגים במכון התקנים.

הארגון קורא לעצמו איגוד הצרכנים הבלתי תלוי ואמנם אינו תלוי בגוף פוליטי אך חוסר האמצעים שלו עשה אותו - תקופת זמן ארוכה - לתלוי בתמ"ס במועצה לצרכנות והוא נתמך גם במידה מסויימת ע"י ויצ"ו.

לאיגוד הצרכנים מעמד משפטי מוגבל

ב. גופים ממשלתיים לטיפול בהגנת הצרכן

בישראל מופקד על נושא הצרכנות, משרד התמ"ס שהוא מהווה משרד לא רק לצרכנים אלא גם לסוחרים ותעשיינים. מערכת היחסים בין הגורמים הנ"ל, לא בהכרח הינה תמיד לטובת ציבור הצרכנים.

אם כי ישנן מחלקות אחרות במשרדי הממשלה העוסקות בנושא פיקוח על מחירים, כגון משרד התחבורה בנושאי מוסכים ורכב, משרד הפנים בנושאי בריכות שחיה וחופי רחצה, משרד הבריאות בנושאי שירות המזון ובפיקוח על מחירי שירותי בריאות, משרד הסעד בנושאי מחירי שירותי סעד ורווחה, משרד החינוך בנושאי גני ילדים פרטיים, ב"ס, מוסדות להשכלה גבוהה ומכללות גם במשרד החקלאות ישנו מדור מיחד העוסק בהדרכה כלכלת בית ובצרכנות.

ועוד - הרשימה ארוכה (ראה מדריך לצרכן, "יש כתובת" שהוצא ע"י "הרשות להגנת הצרכן"). אך כאמור, המשרד הדומיננטי לטיפול בנושא הצרכנות הנו משרד המסחר והתעשייה (התמ"ס). במשרד זה הוקמו שתי מסגרות ארגוניות: תחילה נציג הצרכנים ולאחר מכן החטיבה לצרכנות.

הממונה על הגנת הצרכן

עם חקיקת חוק הגנת הצרכן בוטלה משרת נציב הצרכנים ומונה "ממונה על הגנת הצרכן" כדי לשמש כמפעיל לחוק וגם כדי לנהל את חטיבת הצרכנות בתמ"ס.

חטיבה זו הוקמה ב־1977 במטרה שתכלול כמה מחלקות המטפלות בעניני צרכנות (בראשה עמד אז סמנכ"ל המשרד). כיום כאמור עומד בראשה הממונה על הגנת הצרכן.

פעילות נעמת

בנעמת ישנה מח' לצרכנות ואיכות חיים שעיקר פעילות בצריכה ובטיפול התודעה הצרכנות.

לובי צרכני בכנסת

בשנת 1974 יזמה ח"כ נוזתה קצב הקמת לובי צרכני בכנסת במטרה לארגן קבוצה של חכ"ם למען קידום החקיקה להגנת הצרכן ושיפור השירותים הצרכניים. ליוזמה זו הצטרפו 33 חברי כנסת. לובי זה הביא יוזמות לחקיקה צרכנית ועשה פעילות למען קידום הגנת הצרכן בישראל.

לקוח מתוך עבודת מחקר

"איכות חיים, תכנון חברתי בעידן הצרכנות" שנעשתה ע"י נוזתה קצב



רויאל צונג

האיגוד הבינלאומי של ארגוני הצרכנים

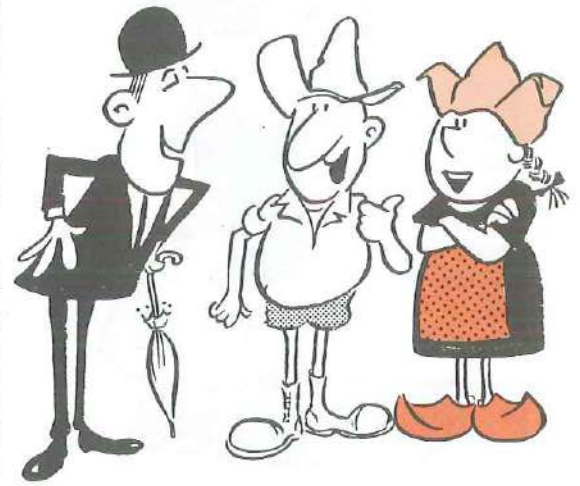
האיגוד הבינלאומי של ארגוני הצרכנים מאגד 163 ארגוני צרכנים מ-67 מדינות. מישראל חברים באיגוד 3 ארגוני צרכנים: הרשות להגנת הצרכן, המועצה הישראלית לצרכנות ואיגוד הצרכנים.

IOCU
International Organization of Consumers Unions

המוסד העליון של האיגוד הוא הוועידה, המתכנסת אחת לשנים מספר. הוועידה האחרונה (ה'12 במספר) נערכה בספטמבר 1987, ב-30.

הוועידה בוחרת במועצת האיגוד, המונה 20 חברים, לפי מפתח כדלקמן:

* 5 המדינות המייסדות (ארצות הברית, ברטניה, אוסטרליה, הולנד ובלגיה) מצורפות אוטומטית למועצה;



* 12 מדינות נבחרות בבחירות חופשיות; * 3 מדינות נוספות מצורפות למועצה כדי לתקן עיוותים גיאוגרפיים או כדי לשפר את תפקודו של האיגוד.

בבחירות החופשיות, שנערכו בוועידת האיגוד בתאילנד, נבחרה הרשות להגנת הצרכן מישראל כחברת המועצה. יו"ר הרשות, גב' נוזהת קצב, היתה, איפוא לחברת הנהלת האיגוד. בחירה זו אושרה מחדש בוועידה בספרד.

בראש האיגוד עומדת כיום גב' רודה קרפטקין, יהודיה, המכהנת גם כראש ארגון הצרכנים האמריקאי. קדם לה בתפקיד זה המוסלמי ממאלזיה, אנטר פאזיל, שאחד את ישראל.

מטרת האיגוד הן לקדם שיתוף פעולה בתחומי החינוך, המידע וההגנה של הצרכן וכן במחקר ובבדיקות השוואתיות ולשמש כמיסלקה וכמרכז מידע וכנציגות של הצרכנים בגופים בינלאומיים כגון האו"ם (ראה להלן).

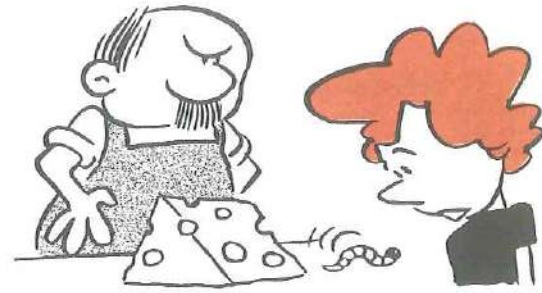
החלטות עצרת האו"ם בנושא הגנת הצרכן

באפריל 1985 אישרה העצרת הכללית של האו"ם פה אחד מסמך בשם "קווים מנחים להגנת הצרכן". היתה זו הפעם הראשונה בתולדות התנועה הצרכנית, שחשיבות הנושא הצרכני קיבלה גושפנקא מהגוף הבינלאומי העליון. קדם לאישור מאבק שהתנהל ברמות שונות במשך כעשר שנים.

מה כולל המסמך? יש בו כללים בדבר היחסים שבין ספקי מוצרים ושירותים לבין ציבור הצרכנים. הוא בנוי מ-46 סעיפים העוסקים בשמונה נושאים מרכזיים, ואלה הם:

א. בטיחות פיסית

ממשלות תנקוטנה את כל הצעדים הדרושים, לרבות צעדים משפטיים, כדי להבטיח שהמוצרים יהיו בטוחים לשימושם של הצרכן ולא יסכנו את גופו ואת בריאותו. על היצרנים והשווקים להודיע לצרכן במפורש על הסיכונים הטמונים בשימוש בכל מוצר ומוצר.



ב. הגנה על האינטרסים הכלכליים של הצרכן

על הרשויות מוטלת החובה לאפשר לצרכן לקבל רווח סביר על השקעותיו. מחובתן למנוע סיכון ופגיעה באינטרסים הכלכליים של הצרכן. הממשלות תעודדנה מנגוני תחרות חופשית והוגנת כדי להעמיד לבחירתו של הצרכן מיגוון רחב של מוצרים ושירותים במחיר נמוך ככל האפשר. הצרכנים צריכים להיות מוגנים מפני חוזים מקפחים וחד'צדדיים או חוזים החסרים זכויות יסוד של הצרכן.

ג. תקנים לבטיחות ולאיכות של מוצרים ושירותים

הממשלות תבטחנה תקנים לבטיחות ולאיכות של מוצרים ושירותים. הגורמים המוסמכים יעודדו תקנים כאלה ויקימו מנגונים אשר יעקבו אחר התקנים באורח סדיר תוך התאמתם למציאות המשתנה. ייעשה כל מאמץ להתאים את התקנים הלאומיים לתקנים הבינלאומיים. הממשלות תעודדנה אמצעים לבדיקות איכות של מוצרים ושירותים.

ד. הבטחת אמצעים להספקה סדירה של סחורות ושירותים

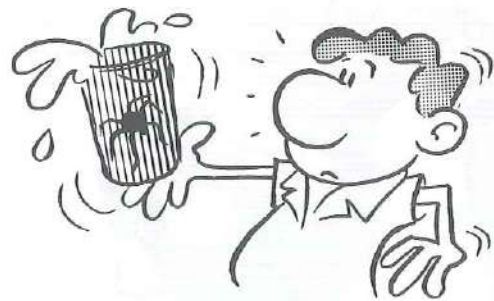
הגורמים האחראיים חייבים לדאוג למדיניות הפצה יעילה של סחורות ושירותים לצרכנים. למטרה זו עליהם להקצות משאבים לאיחסון נאות ולמחסר סטוני.

ה. צעדים להבטחת פיצוי לצרכן

על הממשלות להקים מנגונים מינהליים או משפטיים אשר יבטיחו כי הצרכן יקבל, במקרה הצורך, פיצוי הולם על פגיעה בזכויותיו. הממשלות נקראות לעודד יצרנים וספקים להפנות תלונות של צרכנים לגופים וולונטריים אשר יגישו סיוע לצרכנים.

ו. תכניות לחינוך ומידע

על הממשלות והגורמים האחראיים לטפל באופן יסודי בהכנת תכניות לימודים תוך ראייה כוללת של צרכי הצרכן. יש לשאוף להכללת תוכניות הלימודים במסגרות הלימודים הרגילות של משרדי החינוך. תשומת לב מיוחדת חייבת להינתן לנושאי בריאות, תזונה, מוצרים מסוכנים, סימון מוצרים, חקיקה, מידות ומשקלות ועוד.



ז. נושאים מיוחדים לאזורים שונים

באזורים שונים על פני כדור הארץ קיימות בעיות צרכניות שונות. על מנת לקדם את עניניו של הצרכן יש לאבחן את הבעיות המיוחדות לכל איזור ואיזור. הבעיות יכולות להיות בתחום המזון, המים, תכשירי רפואה, חמרי הדברה ומוצרים כימיים שונים. על הממשלות לנקוט בצעדים מתאימים על מנת להבטיח את בטחונם ובריאותם של הצרכן באזורים אלו.

ה. שיתוף פעולה בין לאומי

על מנת להגיע להשגים שיקדמו את ענייניהם של הצרכנים יש לטפח שיתוף פעולה בין לאומי. הן במסגרות אזוריות והן במסגרות בין אזוריות. שיתוף כזה ישפר את העברת המידע, יחזק את מדיניות העל לשם הגנה על הצרכן, ישפר את תהליך העברת הסחורות והמוצרים לתועלתו של הצרכן, יעדכן את הצרכן לגבי מוצרים פגומים ויתרום לשיפור איכות המוצר.

ריאל צונג

פעולותיו של הארגון הבינ"ל קבלו השנה (1989) תאוצה רבה. במסגרת הפעולות נערכו כנסים אזוריים באוסטריה, גרמניה, פולין, ניירובי, דקר ומקסיקו. כמו כן, הוקמו משרדים אזוריים באמריקה הלטינית, משרד תיאום במרכז אפריקה ולשכת קשר עם ארגוני הגוש המזרחי בוורשה.



4 התחיקה להגנת הצרכן

פרופ' סיני דזיטש

א. מבוא:

אחד מיסודות הגנת הצרכן היא החקיקה הצרכנית. אמנם עירנות הצרכנים, מידע, זהירות ופעילות מתואמת עם ארגוני הצרכנים יכולים לסייע רבות להגנת הצרכן, אך במדינת חוק, על מנת שיהיה תוקף להגנה זו, יש צורך בחקיקה טובה. חקיקה זו מקנה זכויות שונות לצרכנים ומטילה על המוכרים חובה למסור מידע לקונים. נושאים רבים בעלי חשיבות לצרכן מוסדרים בחוקים ובתקנות כמו החובה להציג מחירים, מחירים מקסימליים, מסחר הוגן והחובה לתת שירות למוצרים בני קיימא. כאשר הצרכן אינו מקבל את זכויותיו או שמרמים אותו, החוק מגן עליו, קשה, איפוא, להגזים בחשיבותה של החקיקה כאמצעי מרכזי בהגנה על הצרכן. כדי להבין את עיקריה של חקיקה זו, יש לרכז מספר מושגי יסוד במשפט.

משפט אזרחי ומשפט פלילי

החקיקה על הגנת הצרכן מתחלקת לשני סוגים, חוקים אזרחיים וחוקים פליליים.

1. **חוק אזרחי** – עוסק בזכויות הפרט וחובותיו ובא להסדיר את היחסים בין אזרחים. החוק האזרחי מקנה לאזרחים זכויות וחובות.
2. **חוק פלילי** – בא להגן על החברה בכללותה, אמנם החברה מורכבת מאזרחים, היכולת להפעיל אותם ניתנת לנציגי האזרחים ולא לכל פרט בנפרד.

חוב החקיקה, שבאה להגן באופן ישיר על הצרכנים, היא חקיקה פלילית.

כאשר תובעים בבית משפט סוחר על הפרת חקיקה צרכנית, אין הוא נתבע על ידי אזרח, כי אם על ידי היועץ המשפטי של משרד התמ"ס או

משרד ממשלתי אחר, והתביעה היא על חשבון הציבור. במקרים רבים יהיה זה הצרכן שהביא את התלונה לתשומת לב המשרד, אך התביעה מוגשת לא על מנת לפצות את הצרכן, כי אם כדי להגן על האינטרסים של הציבור. המטרה העיקרית של המשפט הפלילי בנושא הגנת הצרכן היא למנוע התנהגות לא הוגנת של סוחרים, יצרנים ונותני שירותים וזאת כדי לשמור על רמה סבירה של מסחר הוגן.



היתרונות של משפט פלילי

- א. הוצאות המשפט על חשבון המדינה ולא על חשבון האזרח.
- ב. ההגנה היא על אינטרס הכלל ולא על ענייניו של הצרכן היחיד.
- ג. גם כאשר התלונה היא על סכום קטן, ניתן להטיל קנסות גבוהים (אם כי לא תמיד משתמשים בסמכות זו הלכה למעשה).
- ד. משפט פלילי מרתיע יותר ממשפט אזרחי.

החסרונות של משפט פלילי

- א. הצרכן שנפגע לא מקבל פיצוי מלא על הפגיעה.

יתרונות בית המשפט לתביעות קטנות לעומת בית משפט רגיל

- התובע מייצג את עצמו ללא עורך דין למעשה יש איסור על הופעת עו"ד בשם אחד הצדדים אלא ברשות מיוחדת מטעם ביהמ"ש.
- האגרה בבית משפט זה נמוכה ולפיכך אין כמעט הוצאות כספיות הכרוכות בהגשת התביעה.
- הדיון נערך בצורה לא פורמלית והינו פשוט ומהיר.



- הגשת תביעה תלויה ברצון התביעה הציבורית.
- עומס של תיקים ומחסור בכוח אדם מביא לכך שלא מגישים די תביעות.
- בפועל הקנסות אינם מרתיעים.

היתרונות של משפט אזרחי

- הצרכן מקבל פיצוי על הפגיעה שנפגע.
- הצרכן מחליט אם, מתי וכיצד להגיש את התביעה.
- הידיעה שהצרכן יכול להגיש משפט עשויה להרתיע ספקים שאינם ממלאים אחר הוראות החוק.

החסרונות של משפט אזרחי

- בשל הסכום הנמוך של התביעות אין זה משתלם לצרכן להגיש תביעה.
- ההליכים בבית המשפט הם מסובכים, יקרים וגוזלים זמן רב וכך מרתיעים את הצרכנים מפני הגשת תביעה.

ב. בית משפט לתביעות קטנות

ההליכים הקיימים במערכת בתי המשפט הינם מסובכים, יקרים וממושכים ויש בכך כדי להרתיע צרכן מלהגיש תביעה נגד סוחר או חברה.

המטרה לשמה הוקם בית המשפט לתביעות קטנות היתה לאפשר לאזרחים ובעיקר לצרכנים להגיש תביעות בדרך לא פורמלית וללא הוצאות כספיות גבוהות נגד סוחרים, ספקי שירותים וחברות. החברות עצמן אינן רשאיות לתבוע צרכנים בבית משפט זה.



מקום השפוט

יש להגיש את התביעה לבית המשפט לתביעות קטנות אשר באזור שפוטו נמצא עסקו או מקום מגוריו של הנתבע או לפי המקום בו נוצרת ההתחייבות.

דוגמאות

- תושב פתח תקוה שהזמין רהיטים בחנות בפתח תקוה והרהיטים הגיעו פגומים - יגיש את התביעה בבית המשפט לתביעות קטנות בפ"ת.



- תושב פתח תקוה שהזמין מקרר בתל אביב והמקרר לא סופק לו במועד כמובטח. כאן יש להבחין בין שני מקרים. אם מקום מסירת המקרר היה אמור להיות בפתח תקוה יוכל לתבוע את הספק בתל אביב או בפתח תקוה. אם גם מקום המסירה היה בתל אביב יוכל לתבוע רק בבית המשפט לתביעות קטנות בתל אביב.

סכום האגרה

האגרה היא בגובה של 1/2% מסכום התביעה כך שהאגרה המכסימלית בתביעה של 5,000 שקל היא 25 ש"ח.

יש לציין שהרחבת המערכת מהעיר תל אביב לערים אחרות, העלאת סכום השיפוט, מתן רשות לבית המשפט לפסוק גם על החלפת מצרך או תיקונים והגבלות על הופעות של עורכי דין בערכאה זו הם הישגים חשובים לצרכנים שהושגו בעקבות מאמץ ניכר וממושך של הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות.

ג. חוקים וצווים פליליים להגנת הצרכן

החקיקה מתחלקת לחקיקה ראשית וחקיקה משנית. החקיקה הראשית נחקקת על ידי הכנסת. ההליך של קבלת חוק הוא מסובך ביותר והוא בדרך כלל בעל אופי כללי ביותר.

רוב הנשאים של הגנת הצרכן מוסדרים בחקיקת משנה.

חקיקת משנה מותקנת על ידי שרי הממשלה מכוח סמכויות שהוקנו להם בחוק של הכנסת.

חקיקת המשנה קרוייה בשם תקנות או צווים. הצווים הנפוצים ביותר בנושא הגנת הצרכן הם הצווים שהותקנו על ידי שר התעשייה והמסחר, שר הבריאות, שר המשפטים ושר החקלאות.

להלן פירוט החוקים והצווים:



חוק הפיקוח על מצרכים ושירותים - תשי"ז - 1957

אחד החוקים החשובים ביותר הקיימים להגנת הצרכן הוא חוק הפיקוח על מצרכים ושירותים.

חוק זה מקנה סמכויות נרחבות לשרי הממשלה לפקח ולהסדיר את הפעילות המשקית. מכוח חוק זה הותקנו מאות צווים.

(א) הוראות חוק עיקריות:

- איסור על רווחים מופקעים
- איסור על רווח בלתי סביר במצרכים.
- איסור לגבות יותר ממחיר מקסימלי שנקבע.
- חובה להציג מחירים בחנויות ואיסור לגבות מחיר גבוה יותר מהמחיר שהוצג.
- איסור לסרב למכור.



(ד) דוגמא לתוכנו של צו בפרטורט:

צו בדבר מקררים חשמליים ביתיים מיום 23.8.75: אין למכור מקרר אלא אם המקרר סומן על פי הצו והסימון נכון ואין בו כדי להטעות. הסימון שיהא גלוי וברור יכלול הפרטים הבאים:

- א. סוג המקרר או הדגם והמספר הסידורי של ייצורו.
- ב. שנת ייצורו של המקרר, אם פורסם הדבר.
- ג. שם מדינת הייצור.
- ד. קיבול נפח פנימי של המקרר ותא ההקפאה, בהתאם לתקן.

שפת הסימון – עברית ומותר גם תרגום לועזי, במקרר שיוצר בארץ. במקרר מיובא – בכל שפה שהיא כשכל פרטי סימון נוספים שנעשו בישראל יהיו בעברית.

הוראות שימוש

יש לצרף למכירה הוראות שימוש בכתב בעברית.

תעודת אחריות – אין למכור מקרר אלא אם נמסרה תעודת אחריות והיא תינתן ע"י היצרן או היבואן או ע"י בעל תחנת השירות שבה יעשה שירות אחזקה.

תקופת האחריות עפ"י תעודת האחריות –

- א. לגבי מערכת הקרור – לפחות 3 שנים מיום מכירת המקרר (הכוונה מיום מסירתו לצרכן).
- ב. לגבי יתרו חלקי המקרר – לפחות שנים – עשר חודש מיום המסירה.

אספקת חלקי חילוף – חובה לספק חלקי חילוף ע"י היצרן או היבואן.

1. לגבי מקרר שנמכר לצרכן החל מיום 23.8.75 – במשך שנים עשרה שנה לפחות.

שירות כביסה (מכבסות)

הצו קובע שמותר לתת שירותי כביסה רק בהתאם לרשימו. הצו קובע גם הוראות לצרכי מתן שירותו, איכותו, מקום השירות וציודו. אסור להשתמש בציוד פגום וקיימות חובות בהורות לגבי שמירת נקיין הכבסים והובלתם.

הצו לשירותי גז

שירות אספקת גז – יש לספק את המכלים לצרכן תוך 16 יום מהדרישה אם המרחק ממחסן הגז אינו עולה על 50 ק"מ ותוך 21 יום בכל מקרה אחר.

שירותי אחזקה למתקני גז – מחירי הג כולל דמי שירות והצרכן זכאי לתיקון במקרה של דליפת גז ותיקונים קטנים (החלפים על חשבון הצרכן). הצו דורש שהשירות יעשה תוך זמן קצר ביותר ולא יאוחר מ-24 שעות, ותוך שבעה ימים במקרים אחרים.

כמו כן חייב נותן השירות לבדוק מפעם לפעם את המתקן ולפחות פעם אחת בחמש שנים, הוא חייב לעשות כן מיוזמתו. אם לא נערכה בדיקה כזאת אתה רשאי לדרוש בדיקה מחברת הגז שלך.



תנורי הסקה ביתיים – החובה לאספקת חלקי חילוף ולמתן שירותי אחזקה היא לתקופה של עשר שנים.

השירות חייב להיעשות תוך שלושה ימים אם קיימת תחנת שירות במרחק של פחות משלושים ק"מ, ותוך שבעה ימים אם המרחק גדול יותר.

מקררים חשמליים ביתיים – הצו מטיל חובות דומות לאלו של מכונות כביסה ומקלטי טלוויזיה. הצרכן זכאי לחלקי חילוף ושירות אחזקה לתקופה של 12 שנים אם ממשיכים ביצור הדגם ותקופה של 8 שנים אם המכשיר יוצר לפני תשל"ה ויצורו הופסק. הצו דורש להיענות לקראת שירות תוך 48 שעות אם הופסקה פעולת המקרר ותוך 4 ימים אם המקרר רחוק למעלה מ-35 ק"מ מתחנת השירות. יש לסיים את השירות תוך 7 עד 14 יום אם פסקה פעולת המקרר בהתאם למרחק מתחנת השירות.



מכונות כביסה ביתיות – ההוראות דומות לאלו של מקלטי טלוויזיה. השינויים העיקריים הם: החובה לספק חלקי חילוף או לתת שירותי אחזקה היא לתקופה של לפחות חמש שנים לגבי מכונות שנרכשו לפני תשל"ה ושבע שנים לגבי מכונות שנמכרו לאחר מכן. את שירותי האחזקה יש לבצע תוך שלושה ימים אם תחנת השירות היא במרחק של פחות משלושים ק"מ ותוך שבעה ימים במקרים אחרים. חייבים לסיים את השירות תוך 14 יום אם המרחק מתחנת השירות הוא פחות מ-50 ק"מ ותוך 20 יום במקרים אחרים.

6. חובה לתת חשבון וקבלה.
7. הקנס המקסימלי על הפקעת שערים ועבירות אחרות על החוק הוא 37,500 ש"ח קנס ו-5 שנות מאסר.
- כאשר המשפט מתברר בבית משפט השלום, העונשים קטנים יותר.

(ב) מספר צווים שהותקנו מכוח חוק זה (דוגמאות בלבד):

1. צו הקובע את הרכב מוצרי הבשר השונים ואת אחוז הבשר, השומן ושאר מרכיביו.
2. צו המחייב לספק גז תוך פרק זמן קצוב.
3. צו המחייב סימון תאריך על אריזות החלב ומוצריהן.
4. צווים המחייבים לתת שירות ולספק חלקי חילוף לטלביזיות, מכונות כביסה, מקררים ביתיים ותנורי הסקה ביתיים.
5. צו המחייב לסמן בעברית כל מוצר.

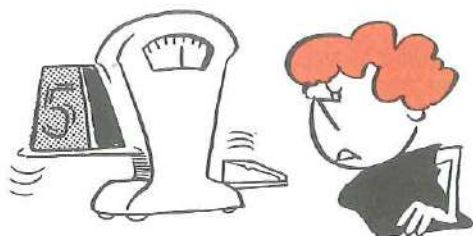
אלו כמובן, רק דוגמאות אחדות מתוך מאות צווים. על מנת להבהיר את תחולת החוק והיקפו, בחרנו מספר נושאים, אותם נפרט יותר.

(ג) צווים לגבי שירותי אחזקה ותיקונים למוצרים בני-קיימא.

לגבי מספר שירותים חשובים, הטיל שר התעשייה והמסחר חובות מיוחדות על נותני השירות: מקלטי טלוויזיה – הצרכן זכאי לקבל חלקי חילוף לטלוויזיה למשך תקופה של שבע שנים לפחות – כמו כן זכאי הצרכן לשירותי אחזקה לתקופה של שבע שנים לפחות לפי הסכם שתוכנו קבוע בצו. הצו קובע גם ששירותי האחזקה יכול להעשות רק על ידי בעל מעבדה.

השירות חייב להעשות תוך שבעה ימים מיום הדרישה, בתעודות אחזקה רבות קובעים מועד קצר יותר.

בתעודות האחריות מתחייב נותן השירות להודיע לצרכן לפחות חודש ימים לפני תום תקופת האחריות או האחזקה שהאחריות עומדת לפוג והצרכן זכאי לבדיקת תקינות המכשיר לפחות פעם אחת במשך תקופת האחזקה אף אם המכשיר אינו טעון תיקון.



ד. חקיקה אזרחית להגנת הצרכן

(1) חוק המכר, תשכ"ח - 1968

חוק המכר בא להטיל חיובים על המוכר ועל הקונה בנקודות לגביהם הצדדים לא הגיעו במפורש לכלל הסכם, מאחר שבעיסקאות צרכניות רבות לא נערך חוזה מפורט הרי שיש חשיבות רבה להוראותיו של חוק המכר. כמו כן מטיל חוק המכר על שני הצדדים חובה לנהוג בעיסקה בתום לב ובדרך מקובלת.

להלן עיקריו של החוק:

1. פרטים של חוזה מכר, שלא נקבעו בהסכם בין הצדדים, יידונו לפי הנהוג שצדדים להסכם ראו אותו כמקובל עליהם בעסקאות קודמות שביניהם. אם אין נוהג קיים שהצדדים רואים אותו כסביר בעסקאות מסוג זה, על הצדדים בהתקשרות לקבוע בכתב כל פרט, שנראה להם חשוב. דוגמא לכך: בני זוג שעמדו להינשא כעבור שבועיים הזמינו אהן והארון סופק אחרי חודשיים והם דרשו פיצויים. את התנאי החשוב להם שהארון יהיה מוכן תוך שבועיים לא הכניסו לחוזה ולכן אי אפשר היה לעזור להם, אולם אם עבר זמן ממושך מאוד ניתן להסתמך על החוק כי חלף זמן בלתי סביר.
2. הממכר נמסר לרשות הקונה בחנותו של המוכר. אך אם הוסכם, שהממכר יובל לבית הקונה - המוביל הוא האחראי כלפי הקונה. המוכר חייב להודיע לקונה זמן סביר מראש על מועד המכירה. יש אפשרות לקבוע מועד ומקום אחר למסירה ואז מחייב ההסכם.
3. אם אין הנכס מתאים למה שהוסכם, הן מבחינת גודלו או סוגו, נחשב המוכר כמי שלא קיים את החוזה, אבל אם ידע הקונה על אי התאמה מראש - לא יוכל להסתמך על ההסכם.

התוצאות של אי קיום הצו

לגבי השירותים שפרטנו לעיל אי מתן שירות בזמן או אי אספקת חלקי חילוף מהווה עבירה פלילית על החוק שניתן להתלונן אודותיה במשרד התעשייה והמסחר. במקרים מסויימים יש לראות בכך גם הפרת חוזה המזכה את הצרכן בזכות לתביעה משפטית.

היה רצוי שהוראות אלו יחולו גם על מוצרים בני קיימא. אחרים ולא רק על טלוויזיות, הסקות, מכונות כביסה ומקררים. ארגוני הצרכנים דורשים זאת מהממשלה ומקווים כי דרישה זו תיענה בחיוב. מאחר שלגבי מוצרים אחרים לא קבועות הוראות מפורשות בחוק, יכול הצרכן להגן על זכויותיו רק על-ידי זהירות יתר ובדיקה של תנאי השירות. יש לציין שאי קיום הוראות חוק הפיקוח על מצרכים ושירותים היא עבירה פלילית.

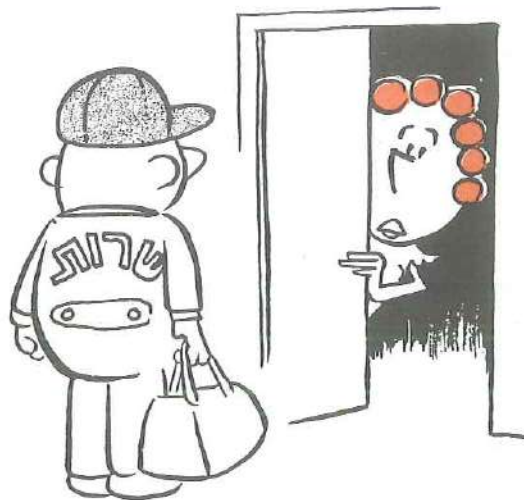
פקודת המשקלות והמידות

נושא ההשגחה על מידות ומשקלות מופיע כבר בתורה, וחד"ל הדגישו במספר מקומות בתלמוד את החשיבות של מידות נכונות ומשקלות מדוייקים. במסורת היהדות ראו בחומרה רבה את הונאת הצרכן. החקיקה של היום מקורה במידה רבה בחוקים אנגליים של ימי הביניים והגיע הזמן להחליפם בחקיקה שתספק הגנה טובה יותר ומקיפה יותר לצרכן.

פקודה זו דורשת לדייק במכשירי שקילה ומדידה לפי תקנים מקובלים.

לפי הוראות הפקודה, המחזיק ומשתמש במשקלות פגומים צפוי לעונש. לדוגמא: המשקל בחנות פגום ומראה משקל של 100 גרם כאשר על המשקל מוצר במשקל של 80 גרם. החוק מחייב את הסוחר לבדוק מזמן לזמן את המשקלים.

הממונה על ביצוע החוק הוא המפקח על המשקלות והמידות במשרד התעשייה והמסחר ומבקרים מטעמו פועלים לאכיפת חוק, כאשר צרכן מגלה משקל מסוים אינו מדייק, והמוכר אינו מגיב על תלונת הצרכן; אזי הוא יכול להתלונן בפני המפקח ואם יש אמת בתלונה יוגש משפט נגד הקמעונאי שהשתמש במשקל פגום.



2. בכל מקרה אחר (לא של הפסקה) - תוך 30 יום מיום הדרישה.

הערות לגבי תוקפה של תעודת האחריות

האחריות לא תחול אם הקלקול נגרם ע"י שימוש הנוגד את הוראות השימוש שניתן בכתב או בשל הפרעות ברשת החשמל או שהמקור תוקן ע"י אדם שאינו נציג החברה.



הערות לגבי תוקפה של תעודת האחזקה

שירותי האחזקה לא ינתנו בסייגים המפורטים לעיל, המתייחסים לתוקפה של תעודת האחריות. התשלום לגבי שירות אחזקה יכול שלא לכלול, בהתאם לשיקול דעת החברה:

- א. חלקי זכוכית, פלסטיק וגומי.
- ב. עבודות פחחות צבע וציפוי.
- ג. מגורת תאורה.

2. לגבי מקור שנמכר לצרכן לפני התאריך 23.8.75:

- א. במשך שמונה שנים לפחות מיום מכירתו לצרכן אם יבואו או ייצוהו של המקור נפסק עם תום תקופת הביטוח.
- ב. במשך שנים עשרה שנים לפחות מיום מכירתו לצרכן אם יבואו או ייצוהו של אותו מקור נמשך גם לאחר תקופת שמונה שנים.
3. יש לספק את חלקי החילוף תוך 30 ימים מיום הדרישה.

שירותי אחזקה - חובה לתת שירות אחזקה ע"י יצרן או יבואן או בעל תחנת שירות בתקופות המקבילות לאספקת חלקי חילוף, וזאת בהגבלה שלא חלה הפסקה ברצף שירות האחזקה לאותו מקור.

הגבלות בהיענות לדרישה לעשות שירות החזקה -

1. במקרה של הפסקה בפעולת המקור:
 - א. תוך יומיים אם מען הצרכן אינו עולה על 35 ק"מ ממקום תחנת השירות.
 - ב. תוך ארבעה ימים, אם המרחק עולה על 35 ק"מ או אם הדרישה באה בכתב.
2. בכל מקרה אחר (לא של הפסקה בפעולת המקור) - תוך שבעה ימים. שבתות וחגים לא יבואו במנין.

הגבלות לגבי מועד ביצוע התיקון

1. במקרה של הפסקה בפעולת המקור:
 - א. אם מען הצרכן אינו עולה על 35 ק"מ מתחנת השירות:
 1. תוך שבעה ימים אם התיקון מבוצע בבית הצרכן.
 2. תוך עשרה ימים אם התיקון מבוצע בתחנת השירות.
 - ב. אם מען הצרכן מרוחק יותר מ-35 ק"מ מתחנת השירות:
 1. תוך 10 ימים אם התיקון מבוצע בבית הצרכן.
 2. תוך 14 ימים אם התיקון מבוצע בתחנת השירות.

4. אחד הדברים החשובים לגבי עסקות המכר, היא החובה של הקונה לבדוק את הממכר עם קבלתו, ולהודיע למוכר על אי התאמה, אם יש כזו - אחרת הוא עלול להפסיד את הזכויות שהחוק נותן למי שנפגע מהפרת הסכם.

אם ישנה אי התאמה - שאי אפשר לגלות אותה מיד יוכל הקונה להודיע עליה למוכר ברגע שגילה אותה, תוך שנתיים ממוסירת הממכר. (הכוונה לאי התאמה שבביצוע העיסקה ולא כתוצאה משימוש בממכר במשך השנתיים). במקרה של אי התאמה, יש לתת למוכר הזדמנות לבדוק את הממכר, ואם המוכר לא תיקן את הממכר בזמן סביר ולשביעות רצונו של הקונה, הרי הקונה רשאי לחזור בו מהחווה ולקבל את כספו בחזרה, או לנכות מהמחיר את פחת שוויו של הממכר עקב אי התאמה אלא אם כן הוסכם אחרת בין הצדדים.

הקונה גם הוא אינו פטור בלא כלום, ועליו מוטל לשלם בעד הנכס במועד מסירת הממכר ובמקום עסקו של המוכר.



לסיכום, טוב יעשה הצרכן אם יזהר בעת הרכישה ויעלה את דרישותיו בכתב על מנת שלא ייפגע לאחר מכן.

וכאשר יש לו טענות, על הקונה לפעול מיד ולא להזניח את זכויותיו. פעולה מיידית יכולה להגן על הצרכן בעוד שהזנחה עלולה להביא לאיבוד זכויותיו.

יש לציין שחוק המכר הוא חוק אזרחי.



(2) חוק החוזים תשל"ג - 1973

חוקי החוזים הם סבוכים למדי ויש צורך בידע משפטי מעמיק כדי לרדת לעומק כוונתם, מתוך סבך החוק ניתן להוציא כמה כללים בעלי חשיבות מיוחדת לצרכנים:

1. החוזה הוא מסמך חוקי מחייב, לכן צריך הצרכן ללמוד אותו על בוריו לפני שהוא חותם עליו.
2. גם הסכם בעל פה הוא חוזה.
3. כאשר הינך מנהל משא ומתן עם ספק סחורות או שירותים, דרוש שהדברים יועלו בכתב אחרת יהיו לך קשיי הוכחה ניכרים.
4. אם חתמת על חוזה הינך חייב לקיימו. יש לחשוב על פרטי החוזה לפני החתימה ולא לאחריה.
5. החוק מגן מפני טעות, הטעייה כפייה ועושק. כאשר נראה לך שהטעו אותך או הונו אותך, וודא את זכויותיך.
6. החוק מטיל חובה של התנהגות בתום לב על שני הצדדים.

(3) חוק המכר (דירות), תשל"ג - 1973

חוק זה בא להגן על רוכשי דירות חדשות. מכח הוראות חוק זה יש לכל קונה זכות לקבל מפרט טכני של הדירה והבנין וכן מטיל חובה לבנות את הדירה לפי התקן. חוק זה הינו מיוחד בכך שהוא קובע סעדים אזרחיים ופליליים כאחד.



קבלן שאינו מוסר מפרט ללקוח עובר עבירה פלילית ובאותה עת יש גם לקונה זכות אזרחית לתבוע שהבנין יהיה בנוי מחומרים טובים ובאיכות סבירה.

בחוק המכר (דירות) הבטחת השקעות של רוכשי דירות משנת תשל"ד) הכספים שהלקוח משלם עבור הדירה עד לקבלתה או לסיים הבניה.



(4) חוק האחריות למוצרים פגומים, תשי"מ - 1980

חוק זה שהתקבל בכנסת על אף התנגדותם של התעשיינים קובע שיצרן יחוייב לפצות כל מי שנגרם לו נזק גוף כתוצאה מפגם במוצר שייצר. לפי הדין שקדם לחוק, באם נפגע מישהו ממוצר פגום יכול היה לתבוע את המוכר לפי חוק החוזים או לפי פקודת הנזיקים. הבעיה בתביעה חוזית היא שלא תמיד יש קשר חוזי בין הנפגע למוכר

כמו במקרה שהוא קיבל את המוצר במתנה ובנוסף לכך במקרים רבים המוכר מגביל את אחריותו בתניות פטור. הקושי בתביעה נזיקית היא שהיתה חובה על הנפגע להוכיח שיצרן התרשל, נטל זה לא קל להרימו.

היצרן יכול היה להתגונן בפני טענת הרשלנות על ידי הוכחה של נקיטת אמצעים סבירים. גם במקרים של בקבוקים מתפוצצים לא תמיד הצליח הנפגע להוכיח שיצרן התרשל.

בהתאם לחוק זה האחריות על היצרנים היא כמעט מוחלטת והם יכולים לפטור עצמם מאחריות רק במקרים מועטים ביותר. לאחריות זו יכול להיות משקל חשוב בהגברת הבטיחות של המוצרים מאחר והיצרנים לא ירצו להסתבך בהוצאות הכספים של תשלום פיצויים. החוק מוגבל לנזקי גוף ואין הוא מכסה נזק לרכוש, במקרה של נזקי רכוש יש לפנות לחוקי החוזים והנזיקים הרגילים.

החוק התקבל במידה רבה בשל לחץ ארגוני הצרכנים ובמיוחד הרשות להגנת הצרכן ויש לראות בו שיפור ניכר בהגנה על הצרכן.

ה. חקיקה חדשה להגנת הצרכן

במשך שנים רבות חסרו חוקים חשובים להגנת הצרכן, רוב החוקים שהזכרנו עד כאן הם חוקים כלליים שלא נחקקו במיוחד להגנת הצרכן. אם היינו משווים את החקיקה הישראלית לסטנדרטים מקובלים בעולם היינו רואים שיש צורך בתיקונים רבים.

נוסף לכך, רוב החוקים שהזכרנו לעיל היו בעלי אופי פלילי או אזרחי כאשר לכל אחד מסוגי החוקים האלו יש חסרונות משלו. הסמכויות הנתונות לרשויות אינן באות לכלל ביצוע בצורה משיבית רצון. לדוגמא: חוק הפיקוח על מצרכים ושירותים והצווים שהותקנו מכוחו אינם מקנים לצרכן סמכות לתבוע את הסוחר שהפר את הוראות החוק. תפקידו של הצרכן הוא רק להתלונן בפני הרשות המתאימה. בשל עומס יתר לא תמיד נקטו הרשויות בצעדים המתאימים נגד מפר החוק, מצד שני, החוקים האזרחיים לא הופעלו במידה מספקת על ידי

צרכנים שנפגעו מאחר שהדבר כרוך ביוזמה, בהוצאות ובפניה לרשויות משפטיות.

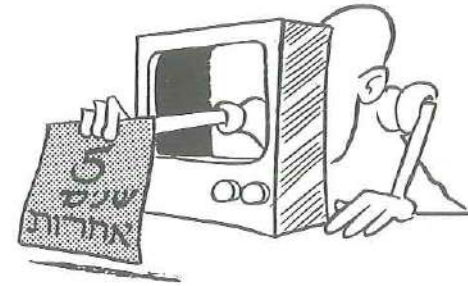
החוקים החדשים מצטיינים בכך שהם כוללים הוראות חוק אזרחיות ופליליות גם יחד. חוקים אלו ובמיוחד חוק הגנת הצרכן סותמים חלק מהפרצות הקיימות בהגנה על הצרכן ובכך מקדמות עוד יותר את מעמדו של הצרכן בישראל.

עם חקיקת החוקים החדשים, ברור שהצרכן אינו נתון יותר לשרירות ליבם של מוכרים וספקים שאינם הגונים.

אמנם גם בחוקים אלו יש ליקויים, אך כללית יש לצרכן זכויות רבות המוגנות מכח החוק. הידיעה בדבר קיומם תורמת ישירות להגנתו ולביסוס מעמדו.

עושקים אותו, מתברר לעיתים, שאין לו כל הגנה בחוק.

עד לחקיקת חוק זה לא היה חוק האוסר פרסומת מטעה.



לפני שנים מספר פירסמה חברה מסוימת שהיא נותנת אחרית של חמש שנים למוצר. בעת הרכישה התברר, שהאחריות היא לגוף המכונה בלבד. איזו משמעות יש לאחריות כזאת, כאשר ידוע שלא גוף המכונה מתקלקל, אלא המנוע והחלקים הפנימיים? במצב החוקי שקדם לחוק לא ניתן היה אפילו לתבוע את החברה בשל פרסומת מטעה.

כדי לפתור בעיות אלו ואחרות הציע משרד התעשייה המסחר והתיירות בשנת 1980 חוק להגנת הצרכן. הצעת חוק זו היא גלגול של הצעת חוק הליכות המסחר, תשל"ב - 1972 שלא עברה בכנסת הצעה זו מצומצמת יותר מהליכות המסחר שכללה כ-100 סעיפים, היא כוללת רק 43 סעיפים ועוסקת בהגנת הצרכן בלבד. להצעה זו קדמו שני תזכירים האחד שהוכן על ידי משרד התמ"ת ב-1978 והשני שהוכן בשיתוף פעולה עם משרד המשפטים ב-1979.

הרשות להגנת הצרכן היתה פעילה מאוד בכל שלבי חקיקת החוק ותרמה רבות לשפר הוראותיו. בחלק מהזמן אף נהלה הרשות מאבק צבורי כנגד הוראות מסוימות בחוק ואף נחלה בענין זה הצלחה. לצערינו, לא כל ההצעות שהצענו נתקבלו, על ידי הגופים המוסמכים כך שהחוק שהתקבל כולל היבטים חיוביים ושליילים בעיקר מבחינת מה שעדיין חסר בו.



1. חוק הגנת הצרכן תשמ"א 1981

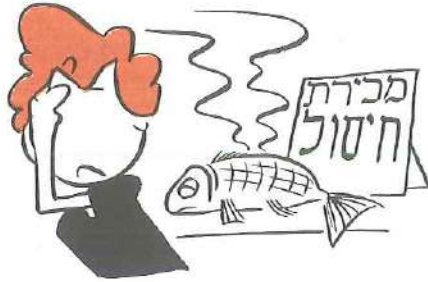
החוקים שהיו קיימים בארץ במשפט האזרחי אינם מתאימים לצרכנים שכן הם מתייחסים להסכמים בין חברות או בין סוחרים, ואין להם כל קשר ליחסי הכוחות בין המוכר לצרכן. היצרן, המשווק והמוכר הם שמכתיבים את תנאי השוק, את המחיר ואת איכות המוצרים, ולצרכן יש מעט מאוד השפעה בנושאים אלו. יתרה מזאת - גם כאשר מטעים את הצרכן, מרמים אותו ואף

החוק שהתקבל ב-1981 כולל מספר הוראות חשובות להגנת הצרכן העיקריות שבהן הן:

1. הרחבת הגנה על צרכן מפני הטעייה בין בעסקה ובין בפרסומת;
 2. איסור על ניצול הצרכן ועושק;
 3. חובה לגלות לצרכן פגמים מהותיים בנכס;
 4. איסור הטעייה באריזה;
 5. חובה לגלות את הריבית האמיתית בעסקאות אשאי.
 6. איסור להטיל קנסות על צרכן בשל פגור חד פעמי בתשלומים.
 7. אפשרות לבטל עסקת וכולות תוך 7 ימים;
 8. חובה לנהוג בהגינות ב"מכירות מיוחדות";
 9. לסמן מוצרים;
 10. מנוי ממונה להגנת הצרכן;
 11. קביעת סמכויות, עונשים ותרופות להגנת הצרכן באופן רחב יותר מזה הקיים כיום בחוק.
- פעולות שאי גילויין או גילויין החלקי עלולות להטעות את הצרכן ייחשבו כהטעייה.
- הנושאים של מכירות באשרי וכולות זכו בהצעת חוק לטיפול מיוחד.
- בחלק מעסקאות אלה מטילים על הצרכן ריבית והוצאות מוגזמות ומכתיבים לו תנאים קשים. כדי למנוע זאת, נתנו לשר סמכויות פיקוח נרחבות. לגבי מכירה ברוכלות הוסיפו חידוש נוסף -



"תקופת צינון" במשך זמן של שבוע ימים, שבו אפשר להתחרט על העסקאות. חידוש זה קיים כבר בארצות רבות בעולם והוא חשוב במיוחד משום שהקונים הם בעיקר חיילים, בני נוער או עקרות בית, החוששים את המוצר תחת לחץ של חולים טורדניים.



מכירות סוף עונה, מכירות "חיסול", ושאר מכירות מיוחדות, אף הן יוסדרו באמצעות החוק המוצע, על מנת להבטיח, שההנחות הן ריאליות. יש חנויות המבצעות מכירות "חיסול" מאז היווסדן ובינתיים הן מחסלות רק את ממונם של הקונים. תהיה גם חובה לגלות לצרכן, אם יש סיבה מיוחדת למכירת ה"חיסול" כמו; פגם במוצר או שתקופת השימוש בו הגיעה לקיצה, משום שלעיתים מציעות החנויות מצרכי מזון במחיר מוזל והסיבה לכך היא, שהמועד המותר לשימוש בהם מתקרב לקיצו. אמנם מותר עדיין לצרכן להשתמש בהם, אך מן הראוי שידע, שעליו להשתמש בהם תוך זמן קצר כדי שלא יתקלקלו.

כדי לתת "שיניים לחוק", היקנו למשרדי הממשלה ולבתי המשפט סמכויות פיקוח נרחבות וכמו כן הוקנו זכויות אזרחיות לצרכן הבודד כדי להגן על עצמו ויש לברך על כך.

יצאו גם תקנות העוסקות במכירות באשרי המחייבות כל סוחר המוכר באשראי מעל לסכום מסויים לגלות מה המחיר במזומן, המחיר באשראי, אחוז הריבית השנתית ופרטים נוספים. במכירה מיוחדת חייב הסוחר לגלות כמה זמן היתה הסחורה במחיר רגיל שאם לא כן ניתן ביום אחד להעלות מחיר כדי להורידו למחרת ולמכור את המוצר ב"הנחה". אך עדיין נותרו נושאים שטרם הותקנו לגביהם תקנות כמו מכירה בתשלומים מראש וליקויים אחרים.

* מכח סעיף 17 לחוק זה יצא צו מקיף מהמחייב סימון מצרכים. הסימון חייב לכלול פרטים כמו: שם המצרף וכינויו המסחרי, שם היצרן או היבואן ומענם, וכמות המצרף וכן אם המצרף הינו מסוג ב' בשל היותו פגום או בעל איכות נמוכה. הסימון חייב להיות בעברית אך מותר שיהיה גם בלועזית.

הצו קובע כי לגבי שורת מוצרים כמו: סירי לחץ, סיפונים ליצור מיסודה, צבעים, חמרי ניקוי ועוד יש לצרף גם הוראות שימוש.

מטרת הסימון היא לתת לצרכן את המידע הדרוש לגבי המוצר אותו הוא מבקש לרכוש. טוב יעשה איפוא הצרכן אם יימנע מרכישת מוצרים שאין עליהם סימון והוראות שימוש מתאימים במקרים הנדרשים.

קשה לסמוך על הרשויות שיגישו תביעות נגד מפירי החוק, שכן הגסיון שהצטבר מהפעלת חוקים אחרים בנושאים הקשורים בצרכנות, הוא שלילי, מה גם שהצרכן הבודד אינו מסוגל לשאת בנטל התביעה נגד ספק שפגע בו מאחר ומדובר בסכומים קטנים. לכן מוצעים שני תיקונים חשובים: האחד – שתינתן זכות תביעה לארגוני הצרכנים, והשני – שהחוק יאפשר תביעה קבוצתית (ייצוגית) נגד ספק שרימה את הציבור ויחייב אותו להחזיר את הכסף שלקח שלא כדין לכל ציבור הצרכנים שנפגע.

תביעות כאלו נוסו בהצלחה רבה בקנדה, בארצות הברית ובאירופה.

ליקויים נוספים בחוק הם שהחוק אינו מקיף נושאים חשובים בהגנת הצרכן כמו:

שטרות צרכניים, תעודות אחריות, תביעות ייצוגיות, סירוב מכירה בלתי סביר ועוד. אין עדיין תשובה ממשית לעיקרי הביקורת ששלחנו בנושא למשרד התמ"ת ומשרד המשפטים. הפרק הדין בסמכויות ועונשין מצומצם יותר לעומת הנוסח בתזכירים. כמו כן מופיעות הוראות קשות לצרכן בפרק האחרון הדין בהוראות שונות.

ביטוח ובנקאות

בשנת 1981 נחקקו חוקים חשובים להגנת הצרכן בענפי הביטוח והבנקאות.

החוקים הם:

1. חוק חוזה הביטוח, תשמ"א - 1981;
2. חוק הפיקוח על עסקי ביטוח, תשמ"א - 1981;
3. חוק הבנקאות (שירות ללקוח) תשמ"א - 1981;

(1) חוק חוזה הביטוח

חוק זה מסדיר את זכויותיו וחובותיו של הצרכן בפוליסת הביטוח. הוא מבטיח את הצרכן מפני שימוש בלתי הוגן באותיות קטנות ומגן עליו בפני קביעת תנאים בלתי סבירים בפוליסה. בשל החידושים הרבים בחוק נאלצות חברות הביטוח לכתוב מחדש את פוליסות הביטוח.

חוק זה גם מסביר את היחסים בין המבוטח לסוכן הביטוח. מעתה אינפורמציה וכספים שנמסרו לסוכן הביטוח עם כריתת החוזה יראו כאילו נמסרו לחברת הביטוח והחברה לא תוכל להתחמק מאחריותה בטענה שהסוכן לא מסר לה את הכסף או הפרטים הרלוונטיים.

לאחר מאבק ממושך של הרשות להגנת הצרכן התקבל בשנת 1988 תיקון חשוב לחוק הנותן סמכות לבית המשפט לחייב את המבטח בתשלום ריבית מיוחדת וזאת במקרה בו המבטח לא שילם את תגמולי הביטוח שלא היו שנויים במחלוקת בתום לב במועדים הקבועים בחוק.

(2) חוק הפיקוח על עסקי ביטוח

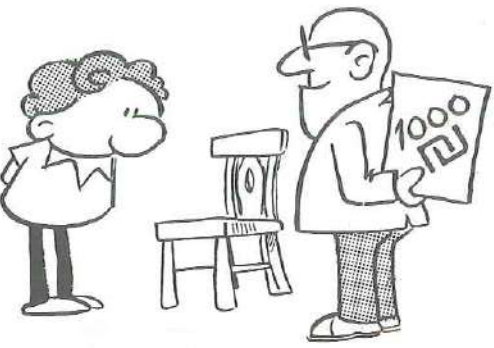
חוק זה כולל פרק בדבר שמירה על ענייני המבוטחים. בפרק זה אוסרים על הטעיית הצרכן כאשר הוא עורך עסקת ביטוח, מגן עליו מפני פרסומת מטעה בביטוח. מבטיח שלא יתנו את הביטוח בתנאים בלתי סבירים. מגן על הצרכן מפני ניצולו כאשר הוא בור ואינו יודע את השפה וכדומה.

חידוש אחר של החוק הוא שאם העסקה נעשתה במקום מגוריו, או מקום עבודתו של המבוטח ושלא ביוזמתו הוא יוכל לבטל את עסקת הביטוח בתוך שלושה ימים.

אמצעי זה הינו חשוב שכן הוא מאפשר לצרכן שיקול דעת נוסף להחליט אם הוא מעונין בעסקה. המפקח על עסקי ביטוח יבדוק תלונות של הציבור

ויפעל לתיקון המעוות. כמו כן הוקמו שני גופים ציבוריים לפיקוח על עסקי הביטוח.

אחת מהמגרעות בחוק זה, שגם כאן לא הובטח יצוגם של ארגוני הצרכנים בגופים המוסמכים שתפקידם ליעץ בנושא ביטוח, וזאת למרות תרומתה של הרשות להגנת הצרכן בחקיקת חוקים אלו הן בהערות קונסטרוקטיביות והן בדחיפת עצם חקיקתן.



(3) חוק הבנקאות (שירות ללקוח)

מאחר שנושא הבנקים הוצא מחוק הגנת הצרכן הרי שחוקי חוק מיוחד שייגן על הצרכנים כאשר הם מקבלים שירותי בנקאות. החוק אוסר לנצל את הצרכן או לעושו. החוק מגן על הצרכן מפני הטעיה בעסקה או בפרסומת, מטיל חובה לגלות את פרטי המחיר שבו גובים עבור שרתים שונים, אוסר על התנית בשירות בתנאים שונים.

החוק סותם פרצות שונות בנושא, אך אין עדיין הוא שלם שכן נושאים חשובים כמו – כרטיסי אשראי – טרם הוסדרו בחוק. הרשות להגנת הצרכן הציגה את השקפותיה בנושא בפני ועדה שבדקה את הענין אך הסוגיה טרם הגיעה לכלל פתרון משביע רצון.

חוק החוזים האחידים התשמ"ג 1982

חוק זה נחקק כדי להגן על לקוחות מפני תנאים קשים בחוזים אחידים. חוזים אלו נפוצים ביותר ומשתמשים בהם לרכישת רכב ומוצרים בניי-קיימא אחרים, לרכישות בתשלומים, לקבלת שירותים שונים ולמעשה כמעט בכל העסקאות הצרכניות.

הספקים המכילים את נוסח החוזה האחיד מראש מכתיבים בו לפעמים תנאים קשים ובלתי סבירים.

החוק קבע שכאשר חוזה כזה מכיל תניות המקפחות את הלקוחות יכול בית המשפט לבטלם. לדוגמא, אם חברת נקוי מגבילה את אחריותה לאובדן החפץ שנמסר לניקוייה והגבלה זו נעשית באופן בלתי סביר, הרי שבית המשפט יכול לבטל את ההגבלה ולחייב את החברה לשלם את מלוא הערך. אם מתברר לצרכן שהוא חתם על תנאים בלתי סבירים עדיין הוא יכול להתנגד לביצועם במקרים מסויימים.

החוק הקודם משנת 1964 הקים את המועצה לחוזים אחידים שבסמכותה לאשר או לבטל תנאים מגבילים בחוזים אחידים. הפניות למועצה לא היו רבות ובעבר אושרו חוזים שכללו תנאים קשים.

לאחרונה גברה פעילות ארגוני הצרכנים בפני מוסד זה ותנאים קשים הפוגעים בצבור בוטלו מספר פעמים.

בשנת 1980 ניתן לראשונה תוקף לביטול תנאי כזה על ידי בית המשפט העליון.

החוק החדש משפר במידה ניכרת את החוק הקודם ומגביר במידה רבה את ההגנה על הצרכן. במקום מועצה לחוזים אחידים הוקם בית-דין לחוזים אחידים שבהרכבו מובטח מקומם של נציגי הצרכנים.

בית-הדין מתכנס לעיתים קרובות יותר ובכך מבטיח בקורת ופיקוח רבים יותר על חוזים כאלו.

מכח חוק זה הוסמכה הרשות להגנת הצרכן לשמש כגוף יציג ולהגיש בקשות לביטול חוזים אחידים שיש בהם תנאים מקפחים. גם סמכותם של בתי-המשפט לבטל תנאים מקפחים בחוזים אחידים הוגברה, ועתה קיים סיכוי ממשי שתנאים בלתי סבירים אכן יבוטלו על ידי בתי-המשפט.

הרשות להגנת הצרכן השתמשה כבר בסמכותה ותקפה את החוזים האחידים של חברות שירותי מעליות ובעקבות כך שונו חוזי השירות.

שיפורים אלו הופכים את החוק לנדבך חשוב בהגנת הצרכן.

1. הצרכן יודע שלא גובים ממנו מחיר מופקע;
2. הוא לא יהיה תלוי בהפסדיו של הקמעונאי שלעיתים מציג מחיר ובמקומות רבים אחרים אינו טורח לעשות כן.

3. מאחר והמחיר שייקבע יהיה מחיר מקסימלי יידע הצרכן שההנחה שהוא מקבל היא הנחה ממשית;

4. הוא יכול להשוות בין חנויות שונות ולוודא בקלות באיזו חנות הוא מקבל הנחה בפועל;

5. הצרכן לא ימצא על גבי אותו מוצר מספר מדבקות שכל אחת מהן במחיר גבוה יותר.

כאן מקומה של דעת הקהל ושל חינוך צרכני מתאים כדי להפעיל לחץ על הרשויות המתאימות על מנת לשנות את החוק לטובתו של ציבור הצרכנים.

לסיכום: עם חקיקת חוק הגנת הצרכן, והחוקים בנושאי ביטוח ובנקאות ניתן לומר שעיקר ההוראות הדרושות להגנת הצרכן כבר גובשו לדברי חוק מחייבים. אמנם גם בחוקים שנחקקו קיימות פרצות רבות ועדיין נותרה מלאכה רבה להשלמת החקיקה בנושא הגנת הצרכן, אך אין ספק שהמצב טוב יותר מהמצב שקדם לחקיקת חוקים אלו.

עם זאת עדיין נותרה הבעיה של אכיפת החוק. וכאן בא מקומו של הצרכן הבודד ושל צבור הצרכנים המאורגן בארגוני הצרכנים לדחוף לאכיפת החוקים ולפקח באופן וולונטרי על ביצועם. הידע בדבר זכויותיו של הצרכן הוא הבסיס להגנתו ולמעמדו כצרכן נבון.

חוק כרטיסי חיוב - 1986

חוק זה בא להסביר את נושא השמוש בכרטיסי אשראי ובכרטיסים המיועדים למשיכת כספים ממכשירי בנק ממוכנים.

ההוראות החשובות של החוק הינן אלה המטילות מגבלות על אחריות הלקוח במקרה של שמוש לרעה בכרטיס דהיינו בגניבה או באבדן במקרה כזה קיימת תקרה מכסימלית של הסכום בו יחוייב הלקוח גם אם הכספים שנגבו ע"י הכרטיס הינם גבוהים יותר.

הוראה חשובה אחרת היא זו המאפשרת לצרכן במקרה בו אין סיכוי לקבלת הסחורה לבטל את החיוב לתשלומים שנעשה באמצעות כרטיס האשראי. אפשרות זו לביטול החיוב מקנה יתרון על פני שמוש בצ'קים אשר בשל סחירותם קשה לבטלם גם אם הסחורה אינו מסופקת לצרכן.

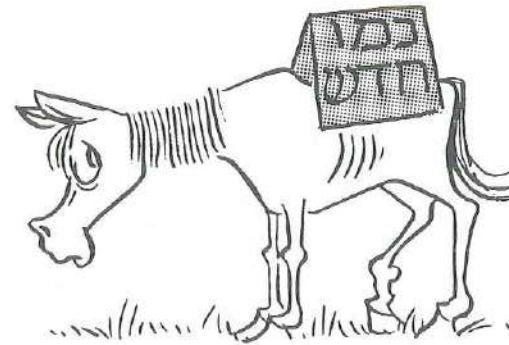
חוק ההגבלים העסקיים - 1988

חוק ההגבלים העסקיים הינו אחד החוקים החשובים ביותר בהגנת הצרכן והוא בא למנוע היווצרותם של הסדרים כובלים שתוצאתם פגיעה חמורה בציבור הצרכנים.

אמצעי ההרתעה כנגד העוברים על החוק באים לידי ביטוי בסנקציה העונשית הקבועה בו שהיא מאסר או קנס.

בחוק ההגבלים העסקיים החדש שבא במקום החוק הקודם משנת 1959 הוכנסו שיפורים ניכרים להגנת הצרכן. התווסף נושא מרכזי בענין פיקוח על מיזוגים והפרדת חברות.

כמו כן הוקם מכח החוק בית דין מיוחד הכולל בין היתר שלושה נציגים של ארגוני צרכנים. שני נציגים של הרשות להגנת הצרכן מכהנים כנציגי ארגוני צרכנים בבית דין זה.



פרסומת מטעה והצרכן

עם חקיקת חוק הגנת הצרכן נוצרה המסגרת החוקית לפיקוח ולמניעת פרסומת מטעה. במצב החוקי שקדם לחוק היה נושא זה פרוץ לחלוטין והרשות להגנת הצרכן עשתה פעולות נמרצות לקידום החקיקה בנושא, כולל פעולות צבוריות ומשלוח תזכירים בדבר המצב המשפטי בארץ ובמדינות אחרות.

כיום מוסדר הענין בעיקר בסעיפים 2 ו-7 של חוק הגנת הצרכן האוסרים על הטעיה בפרסומת בצורה רחבה ביותר כדלקמן:

א. האיסור הוא על פרסומת לסוגים השונים בעתונים, ברדיו, בכלי התקשורת, במודעות, בדואר, על ידי סוכנים, באריזה ובעיצוב.

ב. האיסור חל לא רק על הטעיה בפועל כי אם גם על כל מעשה או מחל, בכתב או בע"פ או בכל דרך אחרת העלולה להטעות את הצרכן.

ג. החוק קבע רשימה אחת של 19 פריטים שהטעיה לגבי כל אחד מהן נחשבת להטעיה לפי החוק.

ד. הרשימה כוללת פרטים בדבר הטעיה בנושא טיב המוצר איכות השירות, כמוותו, משקלו, מועד ההספקה, דרכי הטיפול בנכס, זהות היצרן או נתן השירות, מקום יצור הנכס, תאריך יצורו, החסות למכירתו, התאמתו לתקן, קיומם של חלפים, הנחות אמיתיות, חוות דעת לגבי תכונותיו, שמוש קודם שנעשה בו. שירות אחזקה ותנאים, תנאי האחריות, ועוד פרטים רבים וחשובים.

ה. האיסור חל הן על תוצרת הארץ והן על תוצרת חוץ ואין כל יתרון בנושא ליבואנים.

ו. יש חובה לגלות לצרכן כל פגם בנכס. ז. האחריות על ההטעיה היא על היצרן, היבואן, המוכר, המפרסם ואחרים.

ח. המפרסם עובדות והערכות במודעה יצטרך להוכיח את אמיתותן. חובת הראיה על נכונות העובדות תהא על המפרסם.

ט. הוטל איסור לפרסם פרסומת הנראית כידיעה עתונאית.

י. מונה ממונה על הגנת הצרכן שבין שאר תפקידיו לפקח על פרסומת מטעה וסמכותו היא:

- 1) לדרוש הפסקת פרסומים באמצעות בית-משפט;
- 2) לקבל התחייבויות וערובות לא לפרסם פרסומת מטעה;
- 3) לדרוש מהמפרסם תיקון לפרסומת.

יא. הסנקציות הפליליות לפרסומת מטעה הן חמורות עד שנה מאסר ו/או 5,000 ש"ח קנס.

יב. צרכן שרכש מוצר תוך הסתמכות על פרסומת מטעה יוכל לבטל את העסקה ואף לקבל פיצויים אם נגרם לו נזק.

יג. ארגון צרכנים שהופיע בשם צרכן בנושא של פרסומת מטעה יוכל לקבל פיצויים מהמפרסם שהטעה את הציבור.

לאור הסמכויות הרבות הקיימות בחוק לפיקוח על הכנסות ולמניעת פרסומת מטעה או לא הוגנת, הרי כל שנתר הוא לקוות שחוק זה יופעל והדבר תלוי במידה רבה בעירנותם של הצרכנים שיעירו את תשומת לב ארגוני הצרכנים והממונה להגנת הצרכן בדבר ליקויים בפרסומת. רק אם הציבור יתלונן ויגיב על פרסומת מטעה יש סיכוי שתופעה שלילית זו תלך ותצטמצם.



תיקונים בחוק הגנת הצרכן

במשך הזמן הוכנסו בחוק הגנת הצרכן ובתקנותיו תיקונים חשובים שעיקרם הינם:

1. הצרכן זכאי לתשלום ריבית בשל אחר באספקת נכס עבורו שולמה מקדמה.
2. הוכנס אסור על ניצול חולשתו הגופנית או היכולת של הצרכן גם אם תנאי העסקה היו סבירים.
3. קיימת חובה לאפשר לצרכן לעיין היטב בחוזה לפני חתימתו וכן למסור לו את ההעתק לאחר החתימה.
4. הוכתבה הגדרת עסקת רכילות כך שהיא כוללת גם עסקאות שליד מקום העבודה, הלימודים, השרות הצבאי או בקרבתם.
5. רוכל חייב למסור לצרכן פרטים בדבר שמו, מענו ומספר עוסק מורשה שלו.
6. צרכן שהוטעה זכאי לבטל את העסקה תוך שבועיים מיום העסקה או מיום מסירת הממכר, לפי המאוחר ובמקרים מיוחדים רשאי בית המשפט לבטל את העסקה גם אחרי תקופה זו.

פרסומת

ספח של וואגס פאקארד (עתונאי אמריקאי, מרצה באוניברסיטה ניויורק) "המשכנעים הסמויים" המנתח את דרכי הפרסומת בארה"ב, מראה עד כמה "שיקוליו" של הקונה האמריקאי מגוחכים וחסרי הגיון, בעטייה של פרסומת זו. הצרכן אינו קונה לרוב מה שנחוצ לו לנחיתתו ולתועלתו, אלא מה שהוא רואה אצל "השכן", מוצרים המסמלים עליה במעמד, או העונים על דרישות האופנה, או המשופעים באביזרים התורמים לרושם חיצוני, שאין בו כל ערבות לטיב ואיכות.



לצערנו בשנים האחרונות, גם לישראל חודרת השקפות אלו יותר ויותר. רכישות נעשות מטעמים של יוקרה וחיקוי במקום למילוי צרכים חיוניים. רכישות אלו ובכללם מוצרי יבוא בדרך כלל, יקרים ומגבירים את האינפלציה, פוגעים במשק וגורמים לעלויות מחירים. גם בארץ קיימת התופעה שדווקא מוצרים יקרים נמכרים יותר ממוצרים זולים וזאת בשל ההשקפה המוטעית שמה שיקר יותר, טוב יותר!

היקף הפרסומת בארץ

אנו מוקפים פרסומת ראוותנית. הכל בנוי סביב הקריאה לצרכן: "רכוש אותי". הפצת הפרסומת נעשית באמצעי התקשורת למיניהם, באמצעות הדואר, בחלונות הראווה, על עמודי הדבקה ברחובות, בשילוט בדרכים ובשלטים באוטובוסים ובבתי קולנוע. אין ספק שפרסומת ראוותנית אלו מגבירות את תאוות הקניה הלא מחושבת של הצרכן ואם תעיינו בהם בקפדנות לא תמצאו פרטים מהותיים שעל המוצר עצמו, אלא בדרך כלל היא משקפת תמונה צבעונית יפה ומושכת בלוויית דברי שבח סתמיים, שאין בהם תועלת ממשית לצרכן – כך שמטרת הפרסומת אינה מתכוונת למסור פרטים על המוצר, אלא רק ל עודד ולהגביר את מכירתו.

סוגי הפרסומת

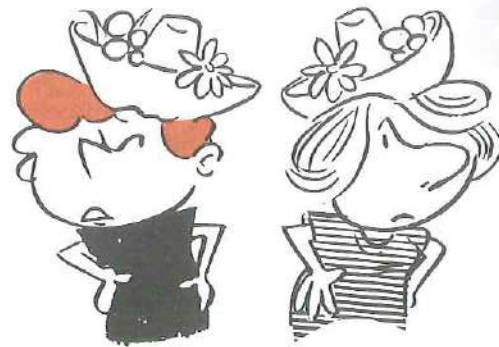
להלן כמה מסוגי הפרסומת:

א. פרסומת "מדאגיה"

הרבה פרסומות מטרות לעורר "דאגה" וספקות כדי להמריץ את הצרכן לקנות את המוצר.

הצרכן שואל את עצמו:

- האם אני שמן מדי?
- האם ילדי מקבל את האוכל הטוב ביותר?
- האם בגדי ילדי יפים כמו בגדי ילדי השכנים?
- האם אני שייך לדור "הג'ינס"?
- האם אני שותה את משקה ה"צעירים"?
- מה יאמרו חברי על הריהוט הישן שבביתי?
- האם אין אני חייב להחליף את מכונית הישנה? ואפשר להוסיף לרשימה זו עד בלי סוף.



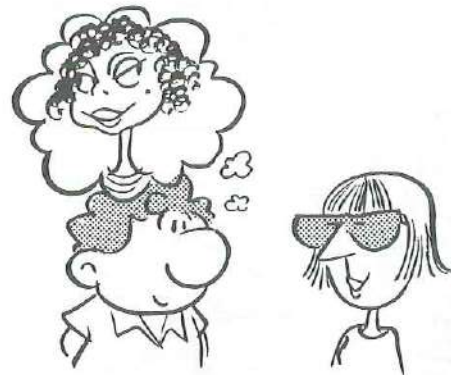
ב. צורת חיים

ישנן פרסומות המלוות מוצרים מסויימים כדי להפוך אותם מעין קרש קפיצה לרמת חיים גבוהה. אם אתה קונה כלי מטבח יקרים אלו, או את הריהוט הזה או את המכונה הזאת אתה הופך להיות חבר במועדון אקסקלוסיבי. "לא כל אחד קונה... אינו כל אחד". דבר זה יוצר אשלייה אצל הצרכן אם הוא קונה את המוצר הנבחר והאקסקלוסיבי הזה, אז הוא יוכל להיות "חבר" במועדון החברה הגבוהה.

ג. פרסומת המפעילה את הדמיון

פרסומות רבות מפעילות את הדמיון. להלן דוגמאות מפרסומות אלו:

- אם תעשן סיגריה מסויימת אזי תיראה "גברי"!
- הבחורה תיראה מושלמת בכל המצבים האפשריים כיוון שהיא משתמשת במוצר מסויים.
- המנהל הצעיר והנמרץ המתקרב לפסגה עם חיוך - נראה עם תיק מתוצרת מסויימת.



הצרכן אינו מודע בדרך כלל לעובדה שהפרסומת לא מדברת למוחו כי אם לדמיונו. פרסומות אלו אינן מספקות כל מידע לצרכן, ומפתות אותו לרכוש מוצרים שכלל אין הוא זקוק להם. מודעות לשיטות הפעולה של הפרסומת יכולה לסייע לחיסון הצרכן מפניהן.

ד. פרסומת אינפורמטיבית - מידע

החנניות העוסקות בתחביבים ובספורט, מפרסמות מודעות בירחונים מיוחדים ובהם פרטי פרטים על תכונותיו המדוייקות של המוצר כדי לתת לקונה ידע מפורט מה כדאי לרכוש. בארץ פרסומת זו אינה מפותחת עדיין, וחבל כיון שזו פרסומת אמיתית - מסירת אינפורמציה ולא דחף לקנות ללא ידיעה. כדוגמא ניתן להביא כתבי עת לצלום שבהם אינפורמציה על מצלמות שונות, שם מסבירים את ההבדל בין מצלמה אחת לרעותה כדי שידעו מה ההבדל בבין המוצרים. במידה דומה מפרסמים פרטים רבים על מכוניות בכתבי עת למכוניות. הפרטים נחוצים מאד לצורך החלטה לקנות, אך פרסומת מסוג זה עדיין אינה נפוצה בארצנו.



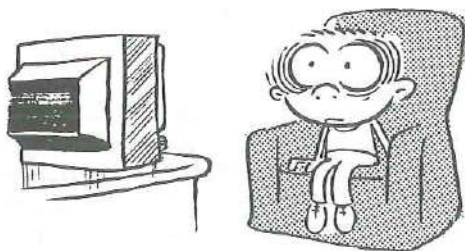
ארגוני הצרכנים בישראל ובעולם עורכים סקרים עצמאים ואמינים על מוצרים שונים, על מנת לתת את המידע הנדרש באופן אובייקטיבי וכדי להדריך את הצרכן בקניותיו. סקרים ובדיקות השוואתיות אלו מאפשרים הדרכה נאותה לצרכן, ומשמשים עזר כנגד הפרסומת הראוותנית שאינה מלמדת מאומה על תכונותיו של המוצר הנמכר, אך גם בתחום זה ארגוני הצרכנים בעולם ובמיוחד בישראל טרם הספיקו להדביק את קצב הפרסומת הראוותנית מסוג זה, אשר מפרסמיה



פרסומת ילדים - למבוגרים בלבד

פרופ' סיני דויטש

חוב הילדים מאמינים, בדרך כלל, לפרסומת, ואין הם מבינים כלל, כי פרסומת היא יותר מאשר העברת מידע בלבד. הדברים אמורים בעיקר לגבי פרסומת בטלוויזיה. כך עולה מעשרות מחקרים ופרסומים, שנערכו בארצות הברית, ועדות לדברים מצאנו גם במחקר, שנערך ב-1978 במכון לתקשורת באוניברסיטה העברית בירושלים, ושבדק את השפעתה של פרסומת בטלוויזיה על ילדים בכיתות ג' - ד'.



בעיית הפרסומת לילדים מטרידה את ארגוני הצרכנים ברחבי העולם, וארגונים בארצות הברית אף מנהלים זה שנים מאבק נגד פרסומת מזיקה לילדים. הנושאר הגיע אלינו מעט באיחור, אולם יש להקדיש לו את תשומת הלב הראויה. הממונה על הגנת הצרכן במשרד התמ"ס העביר לרשות להגנת הצרכן בהסתדרות הצעה ובה שמונה עקרונות להגבלת הפרסומת, המיועדת לילדים.

הרעיון לפנות לילדים, כצרכנים, ישירות צמח בארצות הברית לאחר מלחמת העולם השנייה, בעקבות התפתחותן של רשתות הטלוויזיה. בסוף השבוע הארוך, כשהילדים היו חופשיים מלימודים, הקדישו להם רשתות הטלוויזיה שעות שידור רבות. החברות המסחריות לא יכלו להתעלם מן ההזדמנות הנפלאה שנפלה ביזן, והחלו "להפציץ" את הילדים בפרסומת מסחרית בכמות אדירה - כ-10 דקות בכל שעת שידור.

יתכן שכל החברות מייצרות את "המוצר הטוב ביותר" "היחיד מסוגו"?

ח. לא למהר - אנו מייעצים לערוך השוואות, לבחון בעיקר את הפרטים של המוצר לפני שמקבלים החלטה ובמיוחד אם המוצר יקר.

אריזות ופרסומת

הודות להתפתחויות במכירות והפיכת המסחר למסחר המוני התפתחו גם האריזות. פעם מכרו הכל במשקל - אך כיום מרבית המוצרים נמכרים באריזות. לאריזה יש יתרון חשוב לשמירת ההיגיינה אולם לעיתים מגזימים בצורת האריזה וזאת על חשבון תוכן האריזה.

קיימת סכנה, שבשל האריזה המושכת ירכוש הצרכן מוצר שאינו נחוץ לו כלל. כמו כן קיימת סכנה שהצרכן ירכוש את המוצר באריזה היפה יותר ולא את המוצר הטוב יותר.

לעיתים אריזה גדולה יותר מכילה כמות קטנה יותר של המוצר מאשר אריזה קטנה. תופעה זו נפוצה למדי בבונבונירות.

אריזה יפה, מהווה, איפוא, סוג נוסף של פרסומת ויש להתייחס אליה בזהירות כמו שיש לבדוק כל פרסומת אחרת.

אם הצרכן אינו רוצה להיות מופתע בשובו לביתו מגילוי התוכן הכמעט ריק של האריזה מוטב שיבדוק לפני הרכישה מה מכיל תוכנה.



מטילים את הוצאותיה, בסופו של דבר, על שכמו של הצרכן.

כיצד להתמודד עם הפרסומת?

ההסברים דלהלן יסייעו במידה מסוימת לצרכן להתמודד עם שיטות הפרסום המתוחכמות לפני שניגשים לרכוש מוצר:

- א. להיות ספקניים; כי הפרסומת מגלה בדרך כלל רק התכונות הטובות וגם התכונות האלו לא תמיד קיימות; והשאלה היא מה בדבר הליקויים שבמוצר?
- ב. להיות סקרניים. שאלו את עצמכם מה בעצם לא נאמר. מה שלא נאמר הוא בגדר ספק.
- ג. האם הפרסומת מכוונת להשפיע על רגשותיכם. אם כן, אזי כדאי שתהיו מודעים לכך ולנסות ולהחזיק מעמד.
- ד. השתמשו בהגיון. האמנם זו "תגלית חדשה"? זכרו; בדרך כלל החברות הקטנות אינן מסוגלות לגלות תגליות חדשות שאינן ידועות לחברות הגדולות שכן אין להן את האפשרויות הכספיות הדרושות לפיתוח מוצר או מכשיר חדש.
- ה. אם כוונת הפרסומת היא להביאכם לחנותו של המוכר, כדאי שתחשבו פעמיים לפני שאתם הולכים לשם כי לאחר שתגיעו ימצא כבר המוכר את הדרך המתאימה לשכנע אתכם.
- ו. האם מוצריו של היצרן הם אמיתיים על סמך הנסיון שצברתם אתם, שכניכם וארגוני הצרכנים בעבר.
- ז. השוו בין הפרסומות של אותו מוצר. האמנם

"תחונה" של הטלוויזיה כאמצעי פרסום אינו מצטמצם לכמות הפרסומת - האפשרות לפנות לילדים כבר בגיל רך, עוד טרם למדו לקרוא ולכתוב; שכן די בכך שישמעו את שבחי המוצר ויראו אותו על המסך הקטן, כדי שיתבעו מהוריהם למחרת לקנות להם את המוצר הממולץ.

המפרסמים לא נרתעו מאמצעים פסיכולוגיים כדי להפעיל לחץ על הילד הקטן, כולל השימוש בכוכבי ספורט ובכוכבי קולנוע מפורסמים, שדבריהם - יש בהם כדי לעורר אצל הילדים הזדהות מיידית עמו. דיונים, שהתקיימו בוועדת הסיניט של ארצות הברית ב-1975,

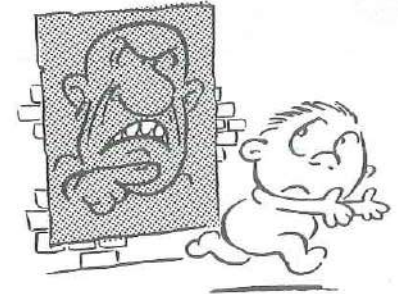
הבהירו, כי הטלוויזיה הצליחה לשנות הרגלי אכילה של ילדים, ולכוון את "תאבונם" למוצרים מתוקים, חסרי ערך תזונתי. כמו כן הצליחה הפרסומת לתת "דחיפה" בלתי-מבוטלת לעסקי הצעצועים - דבר שעורר לא פעם חיכוכים ומריבות של ממש בקרב משפחות רבות, שהתקשו לעמוד בתביעות ילדיהן. קרה אף שנגרמו לילדים נזקים, בשל אייבטיחותם של צעצועים רבים.

סקר קטן, שערכה הרשות להגנת הצרכן, העלה, כי בישראל אין בחוב עיתוני הילדים פרסומת; גם כאשר היא ישנה, חובה מתייחסת למשחקי מחשבים ולמחשבים לימודיים, ומופנית בעיקר לילדים בגיל 13-14, שהם, בנושא זה, קו-הגבול (לפי המלצות ICC) בין ילד למבוגר.

גם בתכניות רדיו לילדים אין פרסומת. כיוון שעדיין אין אצלנו פרסומת בטלוויזיה, אפשר היה לומר, שאין הדברים, שנדונו לעיל, נוגעים לנו כלל. אולם נראה, שלא ירחק היום, והנגע יגיע גם אלינו - כאשר יקום ערוץ שני - ורצוי להתמודד עם הבעיה שעה אחת קודם; מה גם שפרסומת בעתונות וברדיו היא כבר דבר מקובל זה שנים, ואף אם

אינה פונה ישירות לילדים – יש בה כדי למשוך את תשומת ליבם אליה, ולגרום להם להדהות, כיוון שגם היא נעזרת ב"כוכבים" – ספורטאים, זמרים, שחקנים – ובאחרונה יותר – ויותר בילדים.

כדי להקדים רפואה למכה, הציעו, כאמור, הממונה על הגנת הצרכן במשרד התמ"ס שמונה עקרונות בסיסיים להגבלת הפרסומות לילדים, והרי הן להלן:



- א. פרסומת לא תנצל את אמונם (תמימותם) של ילדים, או את חוסר נסיונם, ולא תפגע בחושי הנאמנות שלהם.
- ב. פרסומת, המכוונת לילדים, לא תכלול הצהרה, או מוצג חזותי, אשר עלולים לגרום להם נזק נפשי, מוסרי או גופני, ותימנע מתיאור מצבים, שעלולים לסתור אמות מידה מקובלות של התנהגות חברתית.
- ג. פרסומת לא תכלול – אלא אם יש לכך סיבה מוצדקת מבחינה חינוכית וחברתית – כל מוצג חזותי, או תיאור של הרגלים מסוכנים, או תיאור של מצבים, אשר מראים התעלמות מכללי בטיחות.
- ד. פרסומת לא תאמר, במפורש או במרומז, שאם ילדים לא יקנו מוצר שנכלל בפרסומת, או שלא יחזיקו בו, יהיו נחותים לעומת ילדים אחרים, או שהוריהם יחשבו כמקפחים אותם.
- ה. פרסומת לא תכלול פנייה ישירה לילדים, כדי שישכנעו אחרים לקנות את המוצר המפורסם.
- ו. יש לשים לב במיוחד, בפרסומת לילדים, לא להטעות ילדים לגבי תכונות המוצר המתפרסם, אופיו וביצועו. אם דרושות תוספות לצורך ההפעלה (סוללות, או קנייה נוספת בעתיד), יש לציין זאת במפורש.
- ז. פרסומת לא תתעלם ולא תפחית מהכישורים,

הדרושים כדי להשתמש במוצר. כאשר תוצאות השימוש במוצר נראות, חייבת הפרסומת להציג מה יכול ילד-ממוצע רגיל, שלו מיועד המוצר, להפיק ממנו.

ח. במקום, שבו מצויין המחיר, אין להוסיף הערכות, כגון המלה "בלבד", אלא אם כן מדובר בהנחה מיוחדת. שום פרסומת לא תציין, או תרמוז, כאילו המוצר הוא בהישגידה של כל משפחה.

הצעות אלה הינן, למעשה, תרגום כמעט-מילולי של הצעות הלשכה הבינלאומית למסחר (ICC), כפי שהתקבלו בפגישת חבריה ב-12 במרץ 1981. הלשכה מגדירה, בהצעתה, כילד "מי שטרם מלאו לו 14 שנים", ופרסומת מוגדרת בצורה הרחבה ביותר, כך שתכלול שידורי-רדיו, שידורי-טלוויזיה, פרסומת בעיתונות וגם פרסומת על-גבי אריזה, מכר בנקודות ועוד.

ההצעות שלעיל יפות כעקרונות לפרסום הוגן, אך נראה, כי אין בהן תשובה לסכנה, הטמונה בפרסומת לילדים.

הבה נתייחס, לדוגמא, לעיקרון הראשון, לפיו "לא תנצל פרסומת את אמונם (תמימותם של ילדים)". קשה למצוא מודעה, המופנית לילדים, שאינה מנצלת את תמימותם, ראשית, מחקרים מצביעים על כך, שילדים קטנים אינם מבחינים בין מידע ופרסומת, ולגביהם, בעצם, כל המתפרסם הוא בבחינת מידע.



אי-לכך אין לכל הכללים משמעות לגביהם; שכן האם מסוגל ילד קטן להיות ספקן לגבי הנאמר בפרסומת? האם הוא בכלל יכול לעמוד מבחינה רגשית בפני הצעותיה הקוסמות?

האם יש ביכולתו לעמת זה מול זה את יתרונותיו של המוצר ואת חסרונותיו; ולהבחין בליקויים? דומני, כי גם אין הוא מסוגל לשקול את אמינות הפרסום, את תקינות המוצר, והאם אין הוא מסכן את בריאותו.

אני סבור, כי ההצעות של לשכת-המסחר הבינלאומית מקורן בלחץ כלל-עולמי להגביל את הפרסומת לילדים. אולם יש לזכור, כי יוזמי העקרונות הללו הם ארגוני-הסוחרים ולא ארגוני-הצרכנים, ויש להתייחס לכך בבחינת "כבדהו וחשדהו"; שכן הטלת איסורים על פרסומת קלוקלת לילדים עשויה לפתוח לפניהם את השערים לפרסומת "רגילה", שמן הטעמים שכבר מניתי לעיל – גם בה רב הנזק מהתועלת. חוששני, שחקיקת חוק בנדון לא תיטיב את המצב; להיפך, יש בה כדי לתת הכשר להרחבת הפרסומת ולהפצתה.



הבעיה החמורה ביותר בתחום זה, שעליה אין לשכת-המסחר הבינלאומית, ואף לא הממונה על הגנת הצרכן, נותנים את הדעת בהצעותיהם, ושלדעתי, יש לאסור את קיומה, היא – "עבודה" על רגשותיהם של הילדים הרכים באמצעות הבטחת פרסים והצטרפות להגרלות, הצפונים באיסוף אריזות, או נקודות; שכן הדבר מביא ללחץ של הילדים על הוריהם, לרכוש מוצרים (בעיקר מוצרי-מזון), שלא זקוקים להם, ואשר עלולים אף לגרום נזק בריאותי (חטיפים, לדוגמא).

נראה לי, כי שורשי-הרע הוא בעקיפת ההורים ובפנייה ישירה לילדים כאל "צרכנים" – במובן השלילי של המונח; שכן הילדים הרכים כלל אינם מבינים את משמעותו של הכסף, את הקושי שבהשגתו ואת הצורך לחסוך אותו. כמו-כן, כפי שכבר צויין לעיל, אין ביכולתם להעמיד זה מול זה את הטוב ואת הרע ולבחור בין שניהם.

אי לכך חייבים לאסור, באמצעות חוק, פרסומת לילדים בטלוויזיה, (כאשר הענין יעלה על-הפרק – יש לאסור בכלל פרסומת בטלוויזיה), כדי למנוע לפחות את נזקי-הפרסום מילדים, שטרם קוראים עיתוני-ילדים. נראה לי כי יש אף לעמוד על כך, שתוכן הפרסומת וחזותה יהיו מופנים למבוגרים בלבד, ולא לילדים – עצמם.

אם יוסדרו הנושאים הללו, הרי לא תהיה גם סיבה להתנגד לשמונת העקרונות, שתועלתם משנית, אך בצמוד לאיסורים שהועלו, אין בהם כל נזק.

בינתיים הוגשה הצעות חוק לתיקון חוק הגנת הצרכן ובה פרק הדין בפרסומת לילדים.

7 מדריך משפטי לקניות ולשירותים

פרופ' סיני דויטש

א. מדריך משפטי לקניית מוצרים

כל משפחה בישראל רוכשת מוצרים בנייקימא, העולים ממון רב כדוגמת מקררים, מכונות כביסה וטלוויזיות. טעות ברכישה של מוצרים אלה ודומיהם, עלולה להתגלות בשלב מאוחר יותר כטעות יקרה מאוד. צרכן אשר ינקוט באמצעי זהירות המומלצים להלן, קיים לגביו סיכוי טוב יותר שלא ישים את כספו על קרן הצבי. איסוף מידע על המוצר.



השוואת מחירים ומוצרים

המחירים שונים בין חנות לחנות וההבדלים ניכרים. כמו כן כדאי לאסוף מידע על המוצר. מידע זה ניתן להם ברשות להגנת הצרכן בהסתדרות.

מקום הקניה

רצוי לרכוש את המוצר בחנות או במגרש מכירות מסודר. קניית "מציאות" בהזדמנויות מפוקפקות

עלולה לסבך את הקונה ולמנוע ממנו הגנה כאשר תתעוררה בעיות

הזכות לקבלת תעודת אחריות

- העדף את המוצר אשר לו מצורפת תעודת אחריות.
- וודא מיהו נותן האחריות ומי חתום על התעודה.
- בדוק את היקף האחריות בתקופת האחריות הרשומה בתעודה והאם היא תואמת את הבטחות המוכר.
- יש לבדוק אלו חלקים מבוטחים, שכן יש מקרים שרק חלקים שוליים מבוטחים או חלקים שאינם נוטים להתקלקל.
- אחריות כזו אינה שווה הרבה.
- מצא אם בתעודה ישנם סעיפים המטילים עליך חובות כבדים של השתתפות בהוצאות, הובלה, חלקים ועוד. לעתים יתברר לך שהאחריות יקרה מדי.

הזכות לקבלת שירות

יש להעדיף רכישת מוצר שלגביו מובטה שירות סדיר וחלקי חילוף ולהזהר בעיקר בעת קניית מוצרים מתוצרת חוץ. מחסור בחלקים עלול להשבית את המוצר. בנושא זה בחרה לחלוטין העדפה של רכישת מוצר "כחול לבן".



פרסומת

עם חקיקת חוק הגנת הצרכן הרי שקיים איסור מוחלט על הטעיה בפרסום. עם זאת יש לזכור שעדיין תיתכן פרסומת שאיננה אמת והאפשרות להתלונן על כך לא תפתור את בעיותיו של הצרכן שנפגע תוך הסתמכות על הפרסומת המטעה, משום כך יש לבדוק לפני הרכישה אם יש אמת בפרסום. כמו כן יש למצוא קבלת אבירים שונים המובטחים בפרסומת (לעיתים הבדל במחיר עלול לבוע מהעדר אבירים או מדרישה לתשלום עבורם).

פרט דרישותיך מהמוצר

המוכר אמור להיות המומחה והיועץ שלך בעת רכישת המוצר. יש להדגיש איפוא למוכר את מטרת הרכישה. ללא פירוט – הדרישה, יוכל המוכר מאוחר יותר לטעון שלא הסבירו לו למה התכוונו.

סיום הרכישה

לאחר שערכת השוואת מחירים, בדקת את תעודות האחריות והחלטת לרכוש מוצר כלשהוא יסיים את הרכישה מיד ושלם מקדמה קטנה כהוכחה שהרכישה בוצעה.

הזכות לקבוע מועד מסירת המוצר

דרוש את קביעת תאריך ההספקה בכתב, עדיף תאריך מאוחר אך מפורט בכתב מאשר הבטחה סתמית ללא מועד מסויים.

הובלת המוצר

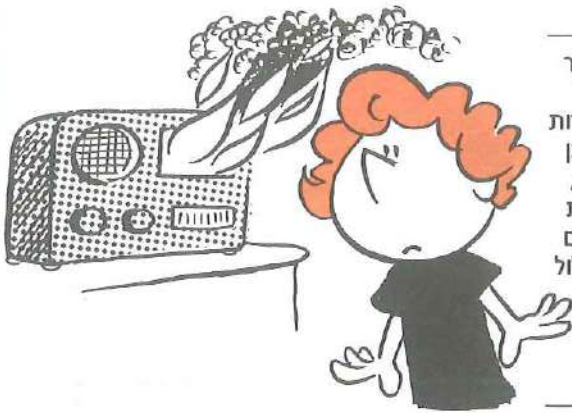
מומלץ לבקש מהמוכר הבטחה בכתב שההובלה נעשית באחריותו וזאת עד לקבלת הסחורה בביתך, ובדיקת תקינות המוצר.

בדיקת המוצר

יש לבדוק בזמן קבלת המוצר אם המכשיר תקין, שלם ופועל כהלכה ואם זהו המכשיר שהזמנת.

זכויות נלוות של הקונה

בכל רכישה יש לצרכן זכויות נוספות המתייחסות



לעצם קבלת הסחורה, כמו למשל:

- זכות לאבירים של המוצר לפי הנוהג.
- זכות למסמכים – הוראות שימוש ותעודת אחריות.
- חשבון וקבלה.

תשלום בשיקים

כמוהו כתשלום במזומן רק לעתים נדירות ניתן לבטל שיק ולביטול אין תוקף אם השיק הועבר לצד ג'. אם בכל אופן שילמת מראש את מחיר המוצר רשום על השיקים את המלים "לא סחיר". מסירת השיק ללא כיסוי מהווה עבירה פלילית. לכן צרכן הרוצה להבטיח את תקינות המוצר כדאי שיבדוק אותו ולא יסמוך על כך שהתשלום הוא בשיקים ולא במזומן. את מסירת השיקים רצוי לבצע בעת קבלת המוצר ולא בעת ביצוע העסקה.

מקום התשלום האחרון

במידה שמוצר כמו ארון קיר או מזגון, דורש התקנה בבית, מומלץ לסכם בכתב שהתשלום האחרון יתבצע אחרי ההתקנה בבית הצרכן.

תשלום מראש

הימנע מלשלם חלק גדול מהמחיר מראש. הצרכן חייב להגן על עצמו מפני אפשרות שסוחר ייקלע לקשיים כספיים. דרוש איפוא ערבות בנקאית על הסכום ששילמת.

הגינות הצרכן

אין זכויות בלי חובות. כצרכנים עלינו לדרוש מעצמנו התנהגות הולמת:

א. אל תטרד את המוכר כאשר אין בכוונתך לרכוש את המוצר.

ב. דאג שלהתחייבויותיך יהיה כיסוי.

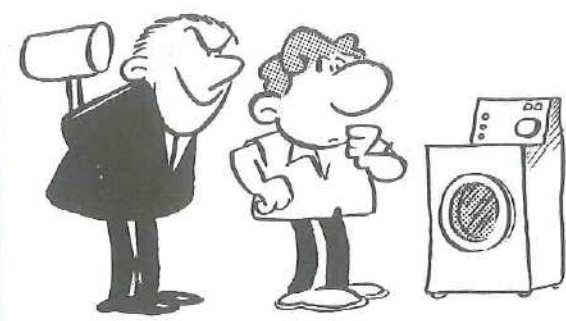
פעולות כאלה גורמות נזק למסחר ופוגעות בסופו של דבר בצרכן ע"י ייקור המוצר בשל הוצאות תפעול מיותרות וערעור האמון לגבי קבלת שיקים ושטרות.

ב. מדריך משפטי לקבלת שירות

כל צרכן זקוק מפעם לפעם לקבלת שירותים חשובים מטכנאים ובעלי מקצועות כמו צבעים, משפצים, שרברבים, בעוד שהציבור זהיר, לפחות במידת מה, ברכישת מוצרים הרי שלגבי רכישת שירותים חסרה זהירות זו. הדרכה משפטית על זכויותי יכולה להיות לעזר רב לצרכן כדי למנוע מאוחר יותר טענות ותלונות.

מיהו נותן השרות

התקשרות עם נותן שירות אנונימי אינה רצויה. כמו כן יש שירותים הדורשים רישוי.



קבלת שירות ממי שאין לו רישיון מעודדת הפרת חוק ופוגעת בסופו של דבר בטיב השירות שהצרכן מקבל.

פרסומת מטעה

נתקלנו במקרים רבים בהם הפרסומת מבטיחה שירות זול וטוב יותר ובמציאות אין לכך כיסוי. לעתים מתברר כי הסיבה למחיר הנמוך הוא שהשירות אינו מלא.

השוואת מחירים

עדיין לא מקובל שהצרכן הישראלי ישווה מחירים של נותני שירות וזאת למרות שההבדלים בין נותני שירות אחד למשנהו הם גדולים למדי. בדיקה מוקדמת של המחיר יכולה לחסוך כסף רב ואף להביא לתחרות של ממש בין נותני השירות. יש לברר אם מחיר השירות כולל אחריות עבור התיקון (ראה להלן) ובמקרים של מוצרים מטלטלים – אם המחיר כולל הובלה.

פרט דרישותיך בכתב

הסבר במדויק דרישותיך לגבי מהות התקלה או מהות העבודה. רצוי לפרט את דרישותיך בכתב (ובעיקר כאשר מדובר בשירות יקר) על מנת שלא ניתן יהיה לטעון מאוחר יותר שהדרישה לא הוסברה דייה ועל ידי כך להתחמק מאחריות. במקרה של הזמנה טלפונית, יש לברר שמו של מקבל ההזמנה.

הסכם בכתב

כאשר השירות הנדרש הוא יקר כמו תיקוני אינסטלציה, שירות במוסכים, שיפוץ מוצרים

בני-קיימא (מקור, מכונת כביסה וכו') יש לקבל הערכת מחיר בכתב עם פירוט מדויק של מרכיבי המחיר, טיב החלקים המתחלפים (ראה סעיף חלפים), בדרך זו ניתן למנוע אייבנות, התחמקות מהבטחות ולהשוות מחירים. גם אם נדרש הצרכן לשלם עבור ההערכה, התוצאות כדאיות. רצוי לראות ולהתעניין בעבודות אחרות שביצע נותן השירות.

זמן המתנה לטכנאי

קבע בבירור את יום בואו של הטכנאי לביקור. שמור על זכויותיך. קיימים תקדימים וחברה חוייבה לשלם פיצויים עבור זמנו של צרכן שבזבז בהמתנת שווא לבואו של טכנאי.



חלקי חילוף

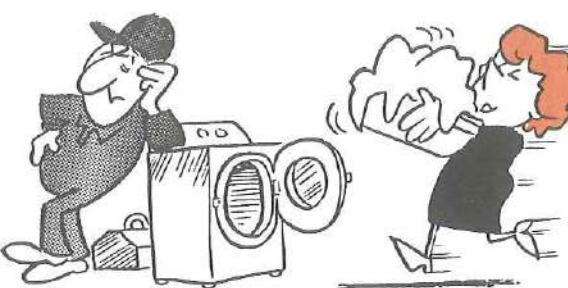
וודא מראש טיבו של החלק המוחלף. בפניך האפשרות לבחור בין חלק מקורי הזהה לחלק המוחלף, חלק תחליפי הדומה בתכונותיו לחלק המוחלף או חלק משופץ.

אחריות

העדף פקק שירות המוכן לתת אחריות בכתב לתיקון העבודה. כדאי לוודא מי נותן את האחריות (חלקית או כללית). רצוי לדרוש בתעודת האחריות שיקבע תוך כמה זמן מיום בקשת השירות הוא יסופק.

מועד קבלת השירות

לגבי שירותים מסוימים (הספקת גז, אחזקה מתקני גז, מכונות כביסה, מקררים, תנורי-הסקה



ביתיים וטלוויזיות) קובעים צווי הפיקוח שיש לספק שירות תוך זמן קצוב. לגבי שאר המוצרים עדיין לא יצאו צווים, רצוי להסדיר זאת בתעודת האחריות או בחוזה השירות.

תשלום מראש

אל תשלם חלק ניכר ממחיר השירות מראש. הדבר עלול לפגוע בסיכויים לקבלת שירות בזמן. אם נותן השירות ייקלע לקשיים כספיים, עלול הצרכן להישאר ללא השירות המבוקש וללא כספו. הנסיין מראה שתשלום מלא מראש פוגע במוטיבציה של נותן השירות (במקרים של עבודה מתמשכת, קבע את מועד התשלומים בהתאם להתקדמות העבודה). * אם בכל אופן שילמת מראש את מחיר השרות דרוש ערבות בנקאית על הסכום ששילמת.

תשלום בשיקים

בנושא התשלום בשיקים, הזהרנו את הציבור פעמים רבות ולמרות זאת ממשיכים הצרכנים לשלם עבור מוצרים או עבור שירותים בשיקים דחויים לפני קבלת המוצר או סיום ביצוע העבודה. זכור! רק לעתים נדירות ניתן לבטל שיק. תשלום בשיקים כמוהו כתשלום במזומן. אם הסכמת על הסדר תשלומים, מסור השיקים לנותן השירות רק אחרי סיום העבודה ובדיקתה. * אם החלטת למסור שיקים דחויים לפני קבלת השרות רשום עליהם את המלים "לא סחיר".

תשלום אחרון

רצוי שהתשלום האחרון או מסירת השיקים הדחויים, יבוצע עם סיום השירות ואם השירות נעשה בבית הצרכן שהתשלום ייעשה שם.

8 תקינה

רות קרינגל

תקן מה?

תקן של מוצר הוא מסמך, שמפורטות בו הדרישות הטכניות החלות על מצרך מסוים, על מנת שיתאים ליעודו. התקן מתייחס לתכונות השונות של מוצר כגון: חומר, מבנה, תהליך ייצור ותפעול, סימון, אריזה וכיוצא באלה. קיימים גם תקנים לנושאים שאינם מוצרים כגון: יחידות מידה, שרטוטים, הגדרות מונחים, שיטות בדיקה, כללי תכנון, סמלים גראפיים ועוד. התקנים הישראליים, כרוב התקנים בעולם, הם תקנים מרצון, ועל הציבור להגביר את השימוש בהם, מתוך הבנה והכרה, שהם משרתים את היצרן והצרכן כאחד, ומועילים לכלכלה הלאומית. אולם, לגבי מוצרים מסויימים – בתחומי המזון והחשמל למשל – אי הקפדה עלולה לסכן את בריאות האדם או את בטיחותו, ואז קיימים תקנים שהם בגדר חובה. שר התעשייה והמסחר ראוי על-פי החוק להכריז על תקן ישראלי כעל "תקן רשמי", ובמקרה כזה אסור לייצר, למכור, לייבא או לייצא מוצר אלא אם כן התאים לתקן הרשמי. את קטלוג התקנים הישראליים, שמופיעים בו שמות כל התקנים שפורסמו עד כה ומספריהם אפשר לרכוש בספריית מכון התקנים הישראלי.

כיצד נקבע תקן?

הכנת התקנים הישראליים נעשית בוועדות תקינה, שבהן לוקחים חלק כל הגורמים הנוגעים בדבר: יצרנים, ארגוני הצרכנים, נציגי ממשלה, גופי מחקר ומדע וכדומה. שיתוף כל הגורמים האלה אמור להעשות כדי למצוא את האיזון הטוב ביותר בין האינטרסים המנוגדים שלהם, לתועלת המשק כולו. ועדות התקינה כפופות ל-15 ועדות מרכזיות ענפיות, המכוונות כל אחת בתחומה, את עבודת ועדות התקינה, תהליך הכנת התקן מתחיל כאשר מופנית למכון בקשה להכנתו של תקן חדש. הבקשה נבדקת, ואם היא מאושרת, מעבדת ועדת התקינה נוסח הצעת תקן, וחושפת אותו לביקורת הציבור. את הנוסח הסופי של



הצעת התקן מאשרת הוועדה המרכזית, אולם רק לאחר שמנכ"ל המכון חותם עליו, מקבל התקן מעמד של תקן ישראלי.

מי הם נציגי הצרכנים?

הרשות להגנת הצרכן מיוצגת במוסדות המכון ובוועדות התקינה השונות, רוב ועדות התקינה מאויישות ע"י מתנדבי הרשות המקבילים הדרכה ונמצאים בקשר שוטף עם המחלקה לאיכות המוצר והתקינה ברשות.

תפקידו של נציג הצרכנים הוא לשמור על זכויותיו של המשתמש במוצר – היינו הצרכן – והוא נמצא במאבק מתמיד עם הגורמים האחרים המאיישים את הוועדות כמו נציגי היצרנים, יבואנים ומשווקים על-מנת להגיע לתקן שיקבע רמת איכות סבירה של המוצר.

ברב הועדות אין איזון בין הגורמים המיוצגים בוועדות אם מן הסיבה הנובעת מן הקשי בגיוס ומימון מתנדבים רבים לאיוש 500 ועדות התקינה – והן בגלל המגמה לדחוק את רגלי הצרכנים מתוך שיקולים אינטרסנטים של מכון התקנים והיצרנים המהווים רב בוועדות הקובעות.

מהי חשיבות התקינה?

התקינה מאפשרת ייצור זול יותר של מוצרים על ידי סיוע בצמצום מספר הדגמים והטיפוסים של מצרכים שונים המצויים בשוק. התקינה משרתת את בטיחות הציבור ואת בריאותו על ידי קביעת דרישות לגבי איכותם של מוצרים מבחינת הבטיחות והבריאות, התקינה מגינה על הצרכן מפני מוצרים פגומים על ידי קביעת דרישות מינימליות לתכונות המוצרים.

הצרכן ההגון

עד כאן עסקנו בזכויות של הצרכן, אך לצרכן יש גם חובות שהעיקריות שבהן, היא לשלם את חובותיו בזמן, לדאוג לכיסוי לשטחת ושיקים שהוא נותן. אי-עמידה בהתחייבותיו פוגעת בכל ציבור הצרכנים ומערערת את יחסי האמון בין נותן השירות ומקבלו – דהיינו הצרכן.



בדיקת השירות והודעה על פגם

עם סיום השירות, יש לבדוק במקום ביצוע התיקון ולפני השלמת התשלום, אם אין פגמים גלויים ואת פעולתו התקינה של המוצר. יש להודיע על גילוי הפגם בהקדם, אי-הודעה במועד עלולה לגרום לסיבוכים מיותרים.

קבלה

דרוש קבלה מפורטת עבור ביצוע העבודה.

חווה אחיד

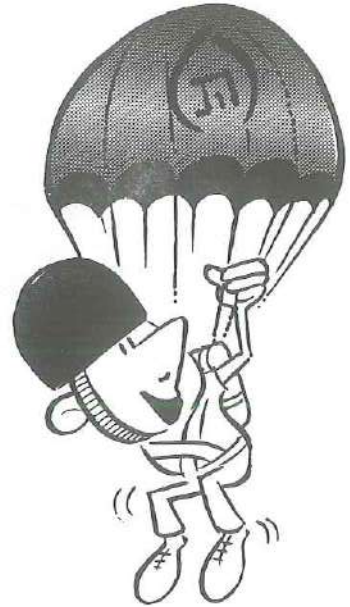
חלק מהשירותים מוזמנים על גבי טפסים אחידים, הנטייה של הצרכן היא לחתום עליהם ללא בדיקה יתרה של תוכנם. כדאי שתדע שהחווה מחייב גם אם לא קראת אותו. לכן, מן הראוי שתקרא אותו. במידה ונתקלת בחווה/טופס אחיד שיש בו סעיפים הנראים לך בלתי הוגנים – הפנה תשומת לב ארגוני הצרכנים לך!

כך נכתוב שק בצורה נכונה:
* הוסף את המילים "לא סחיר"
** מחק את המילה לפקודת

כרטיס תשלום (check) עם הוספת המילה "לא סחיר".

כרטיס התשלום מכיל את המידע הבא:

- שם המוסד (במקרה זה: **בנק הפועלים**)
- מספר הכרטיס (כאשר הוספה המילה "לא סחיר")
- מספר החשבון (במקרה זה: **327707**)
- מספר סניף (במקרה זה: **3263800**)
- מספר חשבון (במקרה זה: **2648433**)



תקינה מקדמת את היצוא על ידי תיאום הדרישות של התקנים הביולוגיים בארצות שהתקינה מפותחת בהן. התקינה משפרת את התקשורת בין אנשים על ידי יצירת מערכת סמלים וסימנים מוסכמים.

תו תקן מהו?

תו התקן קבוע על פי החוק כסמל המציין מוצרים העונים לדרישות התקנים הישראליים. היצרן רשאי לסמן את מוצריו בסימן תו התקן, רק לאחר שקיבל אישור לכך ממכון התקנים הישראלי. האישור ניתן אחרי שהוכח כי מבנה המוצר וסדרי ייצורו מבטיחים את התאמתו לתקן, ואחרי שנקבעו סדרי ההשגחה הקבועה על הייצור; הבדיקה נעשית על ידי מהנדסי המכון המבקרים במפעל, בודקים את מערכת הייצור, ונוטלים דוגמאות מן המוצרים לבדיקה במעבדות המכון.

כדי לוודא, שהמוצר ממשיך להתאים לדרישות התקן, מפקח המכון על המפעל גם לאחר מתן ההיתר. כל עוד זכאי המפעל לסמן את מוצריו בתותקן, ממשיך המכון ובודק מעת לעת את עמידות המוצר בדרישות התקן ואת תהליך הייצור במפעל.

סימן השגחה מהו?

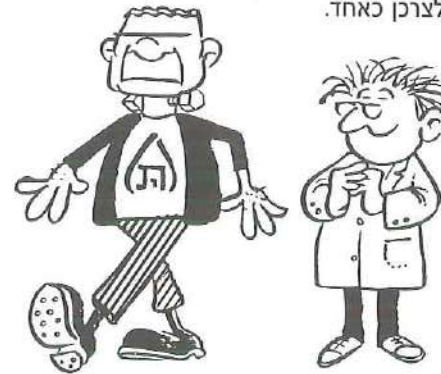
כשמתבקש המכון לפקח על ייצורו של מצרך, שאין עדיין תקן החל עליו, מוציא המכון מפרט טכני, החל על אותו מצרך. אם התאים המוצר לדרישות המפרט, רשאי היצרן, על פי היתר שנותן המכון, לסמנו בסימן השגחה.

המשמעות של סימן השגחה זהה כמעט לזו של תותקן פרט לכך, שתותקן ניתן על סמך התאמה לתקן, בעוד שסימן השגחה ניתן על סמך התאמה למפרט.

כל המוצרים, הנושאים סימן תותקן וסימן השגחה, וכן שמות יצרניהם, מתפרסמים בחוברת מיוחדת הנקראת: "מצרכים הנושאים תותקן או סימן השגחה".

מהם היתרונות בשימוש בסימן תותקן או בסימן השגחה?

התקן הוא פרי שיקול, נסיון ועבודה משותפת של מומחים, תוצאה של סקירה ומחקרים. הוא מבוסס על ידע שהצטבר בארץ ובארצות העולם המפותחות במשך שנים רבות, וכולל דרישות שקולות ובדוקות להבטחת טיב המוצר. תכונות אלה עושות את התקן כלי עזר ליצרן ולצרכן כאחד.



הצרכן שיקפיד לרכוש מוצרים המסומנים בתותקן או בסימן השגחה יינה מן:-

- ערובה, שרמת הבטיחות של המוצר ואיכותו טובות, שכן הוא נמצא מתאים לדרישות התקן או המפרט.
- כתובת, שאפשר לפנות אליה במקרה של

אי הסכמה עם הספק באשר לטיב המוצר, שכן, משנתן המכון את אישורו לסימון המוצר בתותקן או בסימן השגחה, תפקידו לסייע בבדיקת תלונות המתייחסות לטיב המוצרים.

מבנה המכון

מכון התקנים הישראלי פועל כתאגיד סטטוטורי, על פי חוק התקנים שנחקק בשנת 1953.

המועצה הכללית של המכון היא הגוף העליון האחראי לפעילותו ובה נציגי מוסדות מדע, ממשלה, רשויות מקומיות, אגודת האינג'נירים והארכיטקטים וארגוני יצרנים וצרכנים. המועצה בוחרת את ראש המכון ושני סגניו ואת הוועד הפועל של המכון.

הוועד הפועל אחראי לפעולה השוטפת של מכון התקנים והוא הבוחר את מנכ"ל המכון.

מבחינה מקצועית מחולק המכון לכמה יחידות:

האגף לתקינה, האחראי להכנת התקנים הישראליים, מפרטי המכון ומפרטים אחרים לפי הזמנה. במסגרת האגף פועלת ספריית תקנים, המעמידה לרשות המעוניינים אוסף של תקנים ישראליים וזרים. וכן מצוי בו מרכז מידע טכני ליצואנים.

האגף לתקינה מקיים את הקשר עם ארגוני התקנים הבין-לאומיים, שהמכון חבר בהם.

האגף לתעשייה

שבמסגרתו פועלות המעבדות לאלקטרו-טכניקה, אנרגיה, הידרואוליקה, טקסטיל, כימיה ומזון, מכונאות ומתכות יקרות.



השירותים, שמספקות המעבדות, עומדים לרשות הציבור המעוניין והם כוללים בדיקות התאמה של מוצרים שונים לתקנים (הן לצורך קבלת היתרים לסימון המוצרים בתותקן, והן לצורך יבוא המוצרים ויצואם), ובדיקות מיוחדות בהתאם להזמנת לקוחות, תעודות הבדיקה של המכון משמשות מסמך מהימן בין מזמיני סחורות לבין ספקיהן.



האגף לבניין, שבמסגרתו פועלות מעבדות מרכזיות לקרקע, בנייה וחומרי בנין. מעבדות אלה בודקות את איכות הבניה, התאמתם של החומרים לבנייה לתקן, ועורכות בדיקות של יציקות בטון, תשתית, כבישים וכדומה באתרי בנייה שונים.

שיתוף פעולה בין מכון התקנים למשרד השיכון והרשויות המקומיות מאפשר פיקוח על הבנייה הציבורית והפרטית ברחבי הארץ, ולשם כך הוקמו סניפים של מכון התקנים בירושלים ובבאר-שבע. כן פועלות במסגרת האגף לבניין מספר תחנות ומעבדות שדה המפוזרות באזורים שונים בארץ.

היחידה להבטחת איכות, משמשת זרוע מבצעת של מינהלת תותקן, האחראית למתן היתרים ליצרנים לסמן את מוצריהם בתותקן.

היחידה מפעילה את מערכת תו התקן ועוסקת בתיאום פעולותיה ובריכוזן.

כן מטפלת היחידה בהקמת מערכות בקרת איכות במפעלים ובפיקוח עליהן.

היחידה לתיאום מחקרים, העורכת מחקרים שימושיים לצרכי תקינה, קביעת שיטות בדיקה ופיתוח מוצרים.



10 כללים לצרכנות נכונה

1. תכנן את קניותיך מראש.
2. השווה את מחיר המוצר במספר מקומות בטרם תקנה והקדש תשומת לב למשקלו ולטיבו.
3. קנה רק בחנות המציגה מחירים כחוק.
4. רכוש רק מוצר ששם היצרן מופיע עליו.
5. העדף מוצר הנושא תו־תקן מוסמך, המבטיח איכות ובטיחות.
6. לפני חתימה על חוזה, דרוש לעיין בו.
7. שלם את מחיר המוצר עם אספקתו. במידה והינך נדרש לשלם מראש ובצ'קים דחויים רשום עליהם את המילים "לא סחיר".
8. החזר מוצר פגום למוכר, כי לא אתה הוא החייב לשאת בנוזק.
9. דרוש קבלה על קניות ושירותים.
10. המנע מקניות מקריות ברחוב, או מגורמים לא מוסמכים הבאים לביתך.



רשימת סניפי הרשות להגנת הצרכן במועצות הפועלים

04*978213	-	מ. הגליל פקיעין	.33	057*923041	-	אופקים	.1
04*979106	-	מעלות	.34	059*72131	-	אילת	.2
057*88422	-	מצפה־רמון	.35	063*65853	-	אליכין עמק־חפר	.3
04*924123	-	נהריה	.36	03*343311	-	אפעל	.4
08*405484	-	נס־ציונה	.37	08*524111	-	אשדוד	.5
08*406002	-			051*26226	-	אשקלון	.6
065*70016/7	-	נצרת	.38	057*463011	-	באר־שבע	.7
065*71527	-	נצרת־עילית	.39	063*88113	-	בנימינה	.8
057*942371	-	נתיבות	.40	03*784121	-	בני־ברק	.9
053*332488	-	נתניה	.41	02*912991	-	בית־שמש	.10
04*912105	-	עכו	.42	03*864121	-	בתיים	.11
04*910167	-	עכו־שילוב	.43	065*86238	-	בית־שאן	.12
065*91501	-	עפולה	.44	063*381547	-	בקה אלגרביה	.13
057*957054	-	ערד	.45	063*88108	-	גבעת־עדה	.14
063*71710	-	פרדס־חנה	.46	03*318698	-	גבעתיים	.15
03*914035	-	פתח־תקוה	.47	057*551121	-	דימונה	.16
069*71637	-	צפת	.48	052*24276	-	הוד־השרון	.17
053*690507	-	קדימה	.49	052*554791	-	הרצליה	.18
04*722860	-	קרית־ביאליק	.50	063*90172	-	זכרון־יעקב	.19
051*881046	-	קרית־גת	.51	063*24885	-	חדרה	.20
069*40727	-	קרית־שמונה	.52	03*5034191	-	חולון	.21
03*9369623	-	ראש־העין	.53	04*641781	-	יפה	.22
03*9665969	-	ראשון־לציון	.54	08*437123	-	טבריה	.23
08*470272	-	רחובות	.55	08*437123	-	יבנה	.24
08*222172	-	רמלה	.56	067*50417	-	יבנאל	.25
03*737735	-	רמת־גן	.57	067*66385	-	כפר־דבוריה	.26
03*720151 מ"פ	-			053*688810	-	כפר־יונה	.28
069*61038	-	רמת־הגולן	.58	052*25261	-	כפר־סבא	.29
03*5403039	-	רמת־השרון	.59	04*987988	-	כרמיאל	.30
04*832522	-	רמת־שי	.60	08*224971	-	לוד	.31
052*25281	-	רעננה	.61	065*40334	-	מגדל־העמק	.32
03*282211	-	תל־אביב	.62				

ההסתדרות הכללית של העובדים בארץ־ישראל, הועד הפועל,
הרשות להגנת הצרכן בהסתדרות
ארלזורוב 93, ת"א טלפונים: 263217, 03*263582
הרשות להגנת הצרכן שומרת לעצמה את כל
זכויות היוצרים של חוברות "ייעוץ בקניות"