

נושא העבודה

# הגנת הצרכן

תאריך: דצמבר 2015

העבודה מוגשת בחסות העמותה של

נוער שוחר משפט עברי

## הקדמה:

בעבודתי נעסוק בדיני הגנת הצרכן.

בחרתי בנושא זה משום שזהו נושא שאנו נתקלים בו רבות במהלך חיינו וחשוב שכל אדם ידע את זכויותיו בתור צרכן וידע אם נעשות עימו עוולות בעת עסקה מסוימת.

רבים מאיתנו נתקלים בזמן הרכישה באי הבנות בקשר למוצר שבכוונתנו לרכוש בדרך שימוש, ביעילותו, באיכות המוצר או באמיתות הדברים שנכתבים על גב האריזה של המוצר.

אני חושבת שהנושא הזה חשוב משום שישנם הרבה אי הבנות בין הצרכן למוכר והמון דברים לא מובהרים מספיק בכדי שתהיה באפשרות הצרכן לדעת מה עומד מולו.

ישנם גופים דרקונים וחברות גדולות שמנצלים את כוחם ודורכים על האזרח החלש שאין ביכולתו לעשות דבר בנידון.

## **תוכן עניינים:**

מבוא.....ע"מ

חוק הגנת הצרכן-מטרותיו.....ע"מ 5

מי הוא הצרכן?.....ע"מ 8

**מבוא:**

הנושא בו עבודתי תעסוק הוא חוק הגנת הצרכן.  
הנושא בו בחרתי להתעמק מתוך חוק זה הוא נושא ההטעיה.  
חשבתי כי חשוב לבדוק את נושא זה בכדי שהצרכן ידע את אשר מגיע לו ואת זכויותיו  
המשפטיות כאשר נעשית כנגדו עוולה.

ארצה לבדוק תחילה מה נחשב להטעיה על פי החוק, מי הם הצדדים בעסקה שמתקיימת, מהן האפשרויות של הצרכן כאשר הוא מוטעה ואיזה פיצוי הוא יכול לקבל.

בפרק הראשון אדבר על החוק במשפט הישראלי. מי הם הצדדים, מזו הטעיה ומהן האפשרויות שיש לצרכן והכל על פי המשפט הישראלי.

בפרק השני אדבר על החוק במשפט העברי.

מה נהגו לעשות בימי המקרא וכיצד התמודדו עם דברים הקשורים בעסקה.

בפרק השלישי אשווה בין המשפט הישראלי למשפט העברי.

אבדוק אם יש נקודת דמיון ואף הבדל בין המשפטים והאם התחולל שינוי במשפט מהימים הקדומים ועד היום.

אני מקווה להקיף בעבודתי בצורה הטובה ביותר את הנושא ולהפיק מהעבודה תועלת גם בחיי האישיים כשאצטרך.

**פרק ראשון- החוק במשפט הישראלי:**

בפרק זה נדון במטרותיו של [חוק הגנת הצרכן](#)<sup>1</sup> במשפט הישראלי, מה החוק מנסה למנוע ואילו עקרונות הוא מגלם.

"מטרתו של [חוק הגנת הצרכן](#) היא להגן על הצרכן מפני מעשי מרמה, עושק והטעיה ולהבטיח כי בעשותו עסקה יעמוד לרשות הצרכן מידע, מלא ככל האפשר, על טיב העסקה ועל פרטיה. ההנחה העומדת בבסיסו של החוק הינה כי בהינתן מידע מלא והוגן, יוכל הצרכן לכלכל את צעדיו ולהתקשר בעסקה מיטיבה ורצויה"<sup>2</sup>.

ישנן מספר רב של תכליות לחוק זה :

• **צמצום פערי כוח בין הצדדים**- בשל המודעות לכך שבנושא הגנת הצרכן קיים חוסר שוויון בין עמדות המיקוח של הצדדים זוהי תכלית חשובה של החוק. הצדדים שנמצאים בעמדות המיקוח הם : המוכר (העוסק) שמספק את המוצר או השירות ומנגד הצרכן שרוכש את אותו מוצר או שירות. בגלל שפער זה ידוע המחוקק פוסק פעמים רבות לטובת הצרכן. תכלית זו נועדה לשם הגנה על ערך ההגינות<sup>3</sup>.

• **חיזוק האוטונומיה האישית**-תכלית זו מסתכלת על זכותו של כל צרכן לבחור במוצר או בשירות מסוים מבלי שיופעלו עליו לחצים וזכותו לקבל אינפורמציה רלוונטית לגבי אותו מוצר או שירות. דיני הגנת הצרכן צריכים לשמר את חופש הבחירה של הצרכן ולהגן עליו<sup>4</sup>.

• **רעיון הריבונות הצרכנית**-רעיון זה בא מתוך התפיסה כי על הצרכנים להכתיב ביקוש למוצרים. כאשר ייצרו צורך מלאכותי, יסופקו לצרכנים מוצרים או שירותים שהם אינם צריכים או שיוקר המוצר או השירות לא מאפשר את רכישתם. דבר זה מוביל לא רק לפגיעה לא מוצדקת בצרכנים אלא גם בזבוז של משאבים כלכליים. אך ייצור של מוצרים שלא תואמים לצורכי הצרכנים קיים במקומות בהם השלטון מתערב ומכתיב את הייצור של המוצרים שלא תואמים בוודאות לצורכי הצרכנים אלא תואמים לצורכי השלטון.

יש לתת לצרכן להפעיל את שיקול דעתו וכך לגבש את העדפותיו מתוך מגוון האופציות הקיימות. מתוך תפיסה זו אפשר להבין כי רעיון הריבונות הצרכנית מאפשר לצרכן לטעות

<sup>1</sup> תשמ"א-1981

<sup>2</sup> ראה להלן: פס"ד דליה אזוב נ' עיריית ירושלים-נספחים-ע"מ

<sup>3</sup> מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 27

<sup>4</sup> מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 28

כשמחליט מה חפץ לרכוש, אך כאן המדינה צריכה להתערב כדי למנוע טעייה של צרכן או ניצול של חולשה<sup>5</sup>.

**•הגנה על הזכות לרווחה לזכויות חברתיות-** תכלית זו מדברת על הגנה על איכות החיים של הצרכן. התכלית רואה בחוק הגנת הצרכן כהגנה על זכויות היסוד החברתיות<sup>6</sup>.

**•קידום ההגינות המסחרית-** תכלית זו מראה את הצד השני עליו מגן חוק הגנת הצרכן והוא העוסק. החוק בא להגן על עוסקים הוגנים מפני עוסקים שלא נוהגים כדין וכתוצאה מכך יש להם יתרון. כשעוסק פועל בדרך פסולה יוצא מכך שהעוסק שפועל בהגינות מפסיד. כיוון שהעוסק יפגע אם הוא יפעל הגינות כלפי הצרכן (ועוסק אחר לא ינהג כך) זה יגרום לו לחקות את התנהגותו הפסולה של העוסק האחר (משום שרואה שיש לו יתרון על פניו). תגובת שרשרת זו תביא לא רק לנזק לצרכן (שלא יקבל שירות אמין) אלא גם נזק בכך שעוד ועוד עוסקים יחקו את אותה דרך. האינטרס של העוסק הוא שעוסקים ינהגו באופן הוגן במהלך העסקה מבלי לנצל יתרונות מול הצרכנים מתוך תפיסה זו ניתן לראות כי מסתכלים על איכות העיסוק. חשיבות איכות העיסוק לא באה כדי שהצרכן יפיק מכך תועלת אלא כדי לאזן באופן הוגן בין העוסקים. אנו רואים שעל פי תכלית זו החקיקה לא רק מגנה על הצד החלש(הצרכן) אלא גם על העוסק ההוגן שעלול להיפגע ממעשיו של העוסק שלא נוהג כהוגן. אפשר לומר שחופש התחרות מקדם את ההגנה על הצרכנים אך גם ההגנה על הצרכנים מקדמת תחרות הולמת בין עוסקים<sup>7</sup>.

**•הגנה על אמינות השוק המקומי-** כאשר יש יחסים של אמון בין עוסק לצרכן זה מצביע על תקינות הפעילות של המשק והכלכלה המקומית-וזהו אינטרס ציבורי. אם תהיה רמה נמוכה של אמינות במוצרים ובשירותים מקומיים יקרה מצב בו הציבור יעדיף מוצרים ושירותים לא מקומיים ובכך יפגע המשק המקומי. חוסר אמינות בכלכלה המקומית נובע מעוסקים לא אמינים. לא רק שנפגעת האמינות אלא גם נפגע האמון ברשויות המדינה ומופנית אצבע מאשימה כלפיהן משום שמתפקידן לפקח על אמינות זו. ככל שרמת האמינות נמוכה כך גם אפשר לראות שהפיקוח הוא לא אפקטיבי. למרות שתפקיד הרשויות לפקח על האמינות לא ניתן להאמין כי באפשרותם לעקור את הבעיה משורשה.

<sup>5</sup> מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 28

<sup>6</sup> מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 30

<sup>7</sup> מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 30

מתוך ידיעה זו החקיקה מבקשת לחזק נורמות עסקיות תקינות, לא בגלל שיש להגן על הצרכן ( כי הוא נמצא בעמדה חלשה) אלא משום שזו נורמה יסודית של הגינות עסקית שחשובה לא רק בכדי להגן על עוסקים אלא גם על מנת להבטיח כלכלה אמינה.<sup>8</sup>

**•שמירה על האמון בסדר החברתי-בעיה עיקרית שקיימת במצבו של הציבור היא שיש חוק אך לא אוכפים אותו ודואגים למימוש.** לצרכן יש זכות משפטית אבל היא לא מוגנת בפועל וזה גורם לצרכן להרגיש חוסר שוויון שבא מהשלטון. השלטון, שלא אוכף את החוק-משלם כסף לציבור כתחליף להגנה המשפטית. כשאין אכיפה של החוק זה פוגע גם יתר על כן בשלטון החוק שאומר שלא רק מספיק שיהיו חוקים אלא גם צריך לאכוף אותם. כאשר הצרכן לא זוכה לממש את זכויותיו המשפטיות ונאלץ לוותר בעל כורחו עליהם זה גורם לו לחשוב שהחוק מדבר רק על הצדדים החזקים (העוסקים) ואין לו מקום בחוק, וזה עלול להשפיע בצורה שלילית על האופן בו הצרכן רואה את מערכת המשפט ותפקודה. יש לציין כי החובה למנוע פגיעה באמינות השוק ובסדר החברתי התקין אינה רק מופנית לעוסק אלא גם לצרכן. אם הצרכן מחזיק בדעה אידיאולוגית מסוימת עליו לרכוש מוצרים ושירותים בהתאם לגישתו האידיאולוגית ולהימנע מרכישת מוצרים ונכסים שנוגדים את גישתו (למשל: הצרכן לא יקנה מוצר שנוסה על בע"ח). גם אם הם יותר זולים מוטלת עליו חובה מוסרית לנהוג כך בכל רכישה ורכישה (גם אם כרוכה בכך פגיעה אישית). החובה של הצרכן שנאמרה לעיל מתעוררת בהקשר של "חרם צרכני" כלפי עוסקים הפוגעים באינטרסים צרכניים (למשל עוסקים שמעלים מחירים או מספקים מוצרים באיכות נמוכה). צרכנים שלא ישתתפו בחרם פוגעים בסולידריות חברתית שכל מטרתה למחוק תופעות של חוסר הגינות במסחר ומפריס את חובתם כלפי החברה בהשתתפות בתיקון עוולות המתרחשות בה.<sup>9</sup>

### **עסקה והצדדים בה : עוסק=המוכר/צרכן=הקונה**

<sup>8</sup> ראה להלן: מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 34

<sup>9</sup> ראה להלן: מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 36

בחלק זה של העבודה נגדיר את האנשים שחוק מדבר עליהם, מי הם שני הצדדים בעסקה הצרכנית.

סעיף 1 לחוק (שהוא סעיף ההגדרות) מגדיר צרכן ויצרן כך:

"צרכן", במצרך - מי שקנה אותו מצרך, או רכשו באופן אחר, לכל מטרה שהיא פרט ליצור או למכירה; 'יצרן', במצרך - אדם העוסק, בין בעצמו ובין על ידי אחרים, בייצורו של המצרך או בשינויו מבחינת הצורה, הטיב, האיכות או מכל בחינה אחרת שהיא, או העוסק באריזתו או במזיגתו, או המייצר או המגדל תוצרת חקלאית, חיה או דוממת, או. גורם לייצורה או לגידולה;".

**"עיסקה"** – מכירת נכס או מתן שירות

**"צרכן"** – מי שקונה נכס או מקבל שירות מעוסק במהלך עיסוקו לשימוש שעיקרו אישי, ביתי או משפחתי; (שלא למטרות עסקיות).

**"עוסק"** – מי שמוכר נכס או נותן שירות דרך עיסוק, כולל יצרן;<sup>10</sup>

כדי שתתקיים עסקה צרכנית צריכים להיות שני צדדים לעסקה: עוסק וצרכן.

עסקה צרכנית לא יכולה להתקיים בין צרכן לצרכן או בין עוסק לעוסק.

מן הסתם קיימים פערים אינפורמטיביים ופערי כוח בין שני הצדדים עד כדי כך שיש מצבים בהם אי אפשר לכרות חוזה משום שאין לצרכן ידע רלוונטי כדי להבין את מהות הפעולה שהוא עושה. לצרכן הסביר אין מספיק פרטים, ולכן העסקה בין הצרכן לעוסק לא יכולה להיקרות חוזה.<sup>11</sup>

כאשר עוסק פועל במהלך עסקה צרכנית באופן פסול חוק הגנת הצרכן מעניק זכויות לצרכן

אשר נפגע בעסקה זו. החור, כאמור, כולל בתוכו שני צדדים: אדם שלא רק נחשב לעוסק

אלא גם שעסקה מסוימת נעשתה במהלך עסקו (בעסק שלו), וצרכן, האדם שרוכש נכס או

<sup>10</sup> ראה להלן: סעיף 1 בחוק הגנת הצרכן.

<sup>11</sup> ראה להלן: מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 57



מקבל שירות למטרות כמו: שימוש אישי, ביתי או משפחתי. בגלל הצדדים הקבועים החוק אומר כי יש לקבוע מערכת הסדרים מיוחדת כשיש פער גדול באופי הפעילות של שני הצדדים, שצד אחד הוא בעל רקע וידע עסקי לעומת הצד השני שאין לו את הרקע והידע הזה. חוק הגנת הצרכן סוגר את הפערים הללו בעזרת הסעיפים 2(האיסור להטעיה וניצול) ו-3 (האוסר על השפעה בלתי הוגנת על הצרכן ועושה), סעיפים אלו יבוארו בהמשך.

למרות שהסבירות היא כי אכן יהיו פערים בין הצדדים ישנם מקרים בהם לעוסק אין יתרון אינפורמטיבי. החוק אומר שהעסקה שהעוסק מקיים נערכת במהלך עסקו אך זה לא מחייב שזה יהיה עסקו המרכזי או היחיד, יש מצב שזה עסקו הצדדי והוא לא כל כך בקיא בשוק באותו תחום ובגלל זה הידע שיש לו בנוגע לתחום לא בהכרח יותר טוב מהידע שיש לצרכן וכתוצאה מכך אין פערים אינפורמטיביים בין העוסק לצרכן.

אותו מקרה יכול גם לקרות בקשר לצרכן. החוק מציין את ייעודו של הנכס ("שימוש אישי, ביתי או משפחתי") אך הוא לא שולל את האפשרות שהצרכן יהיה גם עוסק ואפילו מאותו תחום שממנו רכש נכס או שירות. זה אפשרי שסוחר יחשב לצרכן לפי החוק והעסקה עימו תיחשב לעסקה צרכנית כאשר הוא רוכש ממקום אחר את אותו הדבר שהוא סוחר.<sup>12</sup>

בכדי שהצרכן יהיה בטוח כי רכישתו מוגנת הוא צריך לוודא שהמוכר עוסק ומבין במכירת נכסים מאותו סוג שהצרכן רוצה לרכוש, ושהמכירה (העסקה) נעשתה במהלך עיסוקו (במהלך העסקים, עיסוקו המרכזי, כל זמן שהוא בעסק). לדוגמה: אדם שעובד כממין דואר ועבודה צדדית נוספת היא מכירת מכוניות משומשות-נקבע כי המכירה של המכוניות, למרות שזה לא עיסוקו המרכזי והעיקרי, נחשבת למהלך עיסוקו.

כדי שמישהו יחשב לעוסק יש לבדוק את מהות פעולותיו.

למשל בפס"ד סובול נ' אוניברסיטת חיפה (שיובא בהמשך)<sup>13</sup> הסטודנט תובע את אוניברסיטת חיפה בגין הטעיה לפי חוק הגנת הצרכן בכך שהאוניברסיטה גבתה תשלום על שכר הלימוד וכללה בתוכו בנוסף גם דמי שירות. התובע מבקש להתייחס אל

<sup>12</sup>ראה להלן: מעמד הצרכן במשפט-אורנה דויטש-ע"מ 58

<sup>13</sup> ראה להלן: פס"ד סובול נ' אוניברסיטת חיפה- נספחים-ע"מ

האוניברסיטה כגוף דו מהותי {מהות א': מוסד להשכלה גבוהה(השכלתי), מהות ב': גביית דמי שירות(כלכלי)} ולקרוא לה עוסק. במקרה זה הסטודנט אינו צודק, אוניברסיטה היא מוסד השכלתי ולא כלכלי. גביית תשלומים מן הסטודנטים, לא משנה מה מטרתן, היא חלק בלתי נפרד מפעילותה של האוניברסיטה כמוסד להשכלה גבוהה, והם קשורים לפעילות של הקניית הידע האקדמי. יש להסתכל על התשלום לאוניברסיטה כאחיד ולא להבדיל כל תשלום לגופו, ולהשתית עליו את הטענה שגביית תשלום כזה מביאה את האוניברסיטה לגדר המונח "עוסק" כמשמעו בחוק הגנת הצרכן. תכלית קיומה ומהותה של האוניברסיטה היא הקניית השכלה גבוהה ויצירת ידע באמצעות מחקר אקדמי.

### **ניצול והטעייה:**

הדרך השכיחה ביותר בהם עוסקים מבצעים הטעיות כלפי צרכנים היא פרסום בכלי התקשורת. בהרבה מאוד פרסומים יש מסרים שעשויים להטעות צרכנים שמסתמכים על אותם פרסומים כשהם מתלבטים אם לקנות מוצר מסויים מעוסק כזה או אחר<sup>14</sup>. במצבים

---

<sup>14</sup>א' דויטש- דיני הגנת הצרכן- ע"מ 385 - 386

שבהם צרכנים טוענים כי הם הוטעו באמצעות מסר פרסומי הנוגע למוצר שרכשו, העוסקים יכולים לטעון כי הם ממשים את חופש הביטוי שלהם ולכם הם זכאים להגנה מיוחדת. מצד שני, אם הפרסום הוא כל כך מטעה כך שהוא פוגע בציפייה הבסיסית של הצרכן שמסתמך על אותו מידע מטעה, הטענה של העוסקים שהם ממשים את חופש הביטוי שלהם נחלשת, בייחוד כשנפגעת זכות בסיסית של צרכן או אדם אחר<sup>15</sup>.

כמו שכבר נאמר, אחת המטרות של חוק הגנת הצרכן היא לצמצם את הפערים שיש בין יצרנים ועוסקים לצרכנים<sup>16</sup>. אחת מהדרכים להילחם בפערים האלה היא על ידי מניעה של הטעויות וניצול שנעשות כלפי צרכנים על ידי עוסקים ויצרנים. להלן אפרט את הדרכים בהם חוק הגנת הצרכן מנסה למנוע ניצול והטעיה של צרכנים.

סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן<sup>17</sup> מנסה למעשה למנוע פרסומים מטעים והטעויות צרכנים. סעיף 2 מטיל איסור על הטעיה וניצול מצוקה בכל מה שקשור לעניין או פרט מהותי בעסקה או בנכס (כלומר המוצר<sup>18</sup>). כל מה שקשור לאיכות המוצר או השירות אותם עוסק מוכר לצרכן במסגרת אותה עסקה, מועד ההספקה או מתן השירות, דרך השימוש במוצר והתועלת שניתן להפיק מימנו, שדם הנכס או שמו המסחרי, תאריך התפוגה של המוצר, המחיר וכו'. פרטים נוספים עליהם מדבר הסעיף נוגעים ליצרן או לעוסק ולמקום ייצור המוצר וההרשאה שיש לייצור אותו מוצר ולמכירתו. על עוסק לפרט גם על תנאי השירות ותנאים לביטול העסקה. לדעתי הסעיף הזה מכוון לכך שלצרכן יהיה יותר מידע על העסקה שהוא עושה וזו תהיה דרך אחת לצמצם את הפערים בינו לבין היצרן או העוסק.

סעיף 4 לחוק הגנת הצרכן<sup>19</sup> גם הוא מטיל חובה על העוסקים והצרכנים לגלות פרטים ומתמקד בפרטים הנוגעים לפגם במוצר או לאיכות המוצר או כל דבר שעשוי להשפיע על הערך האמיתי של אותו מוצר שנמכר לצרכן. גם אם יש למוצר איזה תנאי החזקה מיוחדים שבלי התנאים האלה המוצר או האיכות שלו עלולים להיפגם חובה על העוסק או

<sup>15</sup>א' דויטש-דיני הגנת הצרכן-ע"מ 389

<sup>16</sup>.א' דויטש- דיני הגנת הצרכן- ע"מ 28

<sup>17</sup>ראה להלן: סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן.

<sup>18</sup>ס' 1 לחוק הגנת הצרכן.

<sup>19</sup>ס' 4 לחוק הגנת הצרכן.

היצרן לגלות את הדבר לצרכנים. במידה והעוסק או היצרן עומדים בתנאים של ס' 4 תהיה להם הגנה מטענה של צרכן שיטען לאיכות פגומה של המוצר.

סעיף 206 לחוק הגנת הצרכן מתייחס למצב של הטעה שנעשית דרך אריזת המוצר. הסעיף מציין כי אם צרכן הוטעה כך שעיצוב המוצר או אריזתו הם שגרמו להטעיה, הרי שהעוסק יחשב ככזה שהטעה את הצרכן לפי סעיף 2 לחוק.

סעיף 7 לחוק הגנת הצרכן מנסה למנוע מצב של הטעיה שנעשית דרך פרסומות וקובע כי גם הטעיה שעונה להגדרת סעיף 2 לחוק ונעשית דרך פרסומת, תחשב להטעיה לפי החוק.

מצב נוסף איתו מנסה חוק הגנת הצרכן להתמודד הוא ניצול הצרכן והשפעה בלתי הוגנת שהעוסק מפעיל על צרכן כדי לשדל או להכריח את הצרכן לבצע עסקה. סעיף 3 לחוק הגנת הצרכן נותן מענה על מצב של ניצול והפעלה של השפעה בלתי הוגנת שמפעיל יצרן או עוסק על צרכן<sup>21</sup>. ס' 3 נוקב במספר מצבים שייחשבו להשפעה בלתי הוגנת או לניצול. אם העוסק נותן לצרכן תחושה שהוא לא יכול לעזוב את מקום העסק או יגביל את היכולת שלו לעזוב או יבקר את הצרכן בביתו במטרה למכור לו את המוצר למרות שהצרכן כבר הסביר לעוסק מספר פעמים שהוא לא מעוניין במוצר או אם העוסק יאיים או ינסה להפחיד את הצרכן או את בני משפחתו כדי לגרום להם לקנות את המוצר זה ייחשב להפרה של סעיף 3 לחוק. מצבים נוספים שייחשבו לניצול והפעלה של השפעה לא הוגנת על הצרכן הם כאשר הצרכן לוקה במוגבלות נפשית או גופנית מסויימת או שהוא אינו בקיא בשפה של המוכר או שהעוסק מבטיח לצרכן שיזכה בפרס מסויים אם ירכוש את המוצר.

### **הסעדים בגין ניצול והטעיה:**

חוק הגנת הצרכן נותן מענה גם למצב בו כבר בוצעה הטעיה או הפעלה של השפעה בלתי הוגנת כלפי צרכן והוא מעניק לצרכן שני כלים להתמודדות עם

<sup>20</sup>סעיף 6 לחוק הגנת הצרכן  
<sup>21</sup>סעיף 3 לחוק הגנת הצרכן

מצבים בהם הוא הוטעה או נוצל. למעשה כל מצב בו עוסק עובר עבירה לפי חוק הגנת הצרכן יכולה להיחשב לעבירה פלילית או לעוולה נזיקית<sup>22</sup>.  
 סעיף 23 מדבר על מספר עבירות שייחשבו פליליות ומחלק אותם כך: עבירות עליהם עוסק או אדם יקבל קנס או מאסר של שנה ועבירות עליהם עוסק או אדם יקבלו קנס בלבד. בכל הקשור לניצול הטעיה ופרסום מטעה, קובע סעיף 23 כי קנס או מאסר של עד שנה יוטלו במצבים הבאים: עוסק שעשה דבר אשר עלול להטעות צרכן לפי סעיף 2 לחוק או הפעיל השפעה לא הוגנת על צרכן לפי סעיף 4 לחוק או פירסם פרסומת מטעה בניגוד להוראה של ס' 7 לחוק. סעיף 23 ממשיך וקובע כי על עוסק יוטל קנס (ולא מאסר) במידה והוא לא גילה על פגם במוצר או באיכותו כמפורט בסעיף 4 לחוק או הטעה את הצרכן בקשר לשם המוצר בניגוד לסעיף 7ב.

במצבים בהם עוסק עושה דבר שעשוי להטעות מספר רב של צרכנים בניגוד להוראות סעיף 2 או במצב בו עוסק מפעיל בשפעה בלתי הוגנת על מספר רב של צרכנים, קובע סעיף 23א<sup>23</sup> כי זה יחשב לעבירה בנסיבות מחמירות. במצב של עבירה על חוק הגנת הצרכן בנסיבות מחמירות דינו של העוסק יכול להיות מאסר שלוש שנים או קנס גבוה במיוחד.

סעיף 31 לחוק קובע דרך נוספת שצרכן יכול לפעול נגד יצרן או עוסק שהטעה או ניצל אותו וזה דרך מסלול של תביעה נזיקית. כלומר במצב בו צרכן הוטעה או נוצל הוא יוכל לתבוע פיצויים כספיים במסגרת של תביעה נזיקית נגד העוסק. זה למעשה מסלול שמשלים את הוראות סעיף 23 ו-23א לחוק שמתמודד עם עבירה לפי חוק הגנת הצרכן במסלול אזרחי במקום פלילי.

## **פרק שני- חוק הגנת הצרכן במשפט העברי**

בחלק זה של העבודה אעסוק במשפט העברי.

### **הטעיה במשפט העברי:**

<sup>22</sup>סעיפים 23 ו-31 לחוק הגנת הצרכן.

<sup>23</sup>סעיף 23א לחוק הגנת הצרכן.

המשפט העברי מתייחס להטעיה של צרכן ומחלק את המצבים של הטעיית צרכן לשניים<sup>24</sup>. החלק הראשון מתייחס למצב בו צרכן הוטעה בתום לב על ידי עוסק. כלומר אותו עוסק לא ידע שהוא באמת מטעה את הצרכן. החלק השני מתייחס למצב בו העוסק מטעם את הצרכן במזיד ובמכוון. בניגוד למצב בו עוסק מטעה בתום לב, כאשר עוסק מטעה צרכן במכוון הוא ייחשב כעובר על איסור.

בספר ויקרא נכתב כך: "וכי תמכרו ממכר לעמיתך או קנה מיד עמיתך אל תונו איש את אחרינו" (ויקרא כה, יד)<sup>25</sup>. מהפסוק הזה בין היתר ניתן ללמוד על חוק הגנת הצרכן במשפט העברי. אומנם הפסוק מתייחס רק למצב של הונאה בשווי המוצר, אבל האיסור על הטעיה והונאה של צרכן חל על כל הטעיה או הונאה שמתבצעת ע"י עוסק כלפי צרכן, שכן גם גניבת דעת אסורה לפי התורה ולכן גם הונאה או רמאות שמבצע עוסק לא בהכרח רק בקשר לשווי המוצר אסורים<sup>26</sup>.

במצבים בהם העוסק מטעה את הצרכן שלא במכוון קובע המשפט העברי כי מדובר במקח טעות. כלומר העסקה בטלה מכיוון שאין משמעות לכוונה של העוסק היות ובמבחן התוצאה הצרכן הוטעה ושיקול הדעת שהוא הפעיל כשקנה את המוצר היה לקוי.

בדומה לחוק הגנת הצרכן, הקובע בסעיף 2, כי הטעיה מתקיימת "במעשה או במחדל", אף לפי ההלכה הטעיה יכולה להיגרם על ידי כך שהעוסק לא הודיע לצרכן דבר שהיה צריך להודיע. המשפט העברי מתייחס לפגם במוצר תחת הכותרת של "טענת מום"<sup>27</sup>, כלומר מום במוצר. הרמב"ם מתייחס למום במוצר כך: "היה יודע שיש בממכרו מום- יודיעו ללוקח"<sup>28</sup>. מדברי הרמב"ם מבינים כי הוא למעשה מטיל חובה על עוסק להודיע ללקוח או לצרכן כי יש מום או פגם מסויים במוצר אותו הוא מוכר לו ובמידה ולא הודיע לו- המקח בטל, כלומר העסקה בטלה.

<sup>24</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני

<sup>25</sup> ספר ויקרא, פרק כו', פסוק יד'

<sup>26</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני

<sup>27</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני

<sup>28</sup> תפני לרמבם

בשולחן ערוך יש התייחסות דומה לגישתו של הרמב"ם: "אסור לרמות בני אדם במשא ומתן או לגנוב דעתם, כגון אם יש מום במקחו צריך להודיעו ללוקח"<sup>29</sup>. השולחן ערוך למעשה חוזר על דברי הרמב"ם ואומר כי יש להודיע על מום בעסקה או במוצר ללוקח, כלומר לצרכן, שכן אסור לרמות בני אדם במשא ומתן ואסור לגנוב את דעתם (לרמות אותם).

חכמי המשפט העברי אף קבעו כי עוסק שמוכר מוצר פגום כמוצר שלם בלי לדווח לצרכן, עובר על איסורים הלכתיים שונים. יש גם שקבעו כי גם עם ערך המוצר לא יורד כתוצאה מהפגם עדיין חלה חובה על העוסק לדווח על אותו פגם לצרכן שקונה את המוצר<sup>30</sup>. יש גם שמחמירים יותר ואומרים שגם אם העוסק לא ידע על אותו פגם במוצר אבל הוא היה יכול לדעת על אותו פגם העסקה תהיה מבוטלת והוא יחשב כמי שהטעה.

באופן כללי ההלכה אוסרת גם מקרים בהם מוכר מספר את כל האמת על המוצר אבל עדיין מבצע מעשים שעלולים להטעות צרכן. לדוגמה, מצב בו מוכר ידע על פגם והוא מדווח על הפגם אך הוא מדווח על הפגם באופן שיש בו כדי להטעות את הצרכן. התלמוד מביא דוגמה של מוכר שמספר על פגם שיש בפרה שהוא מנסה למכור לצרכן ומוסיך עוד כמה פגמים שלא קיימים. במצב הזה הקונה חושב שהמוכר הגזים עם הפגמים שפירט ולכן הוא קונה את הפרה. בהלכה נפסק שלא בגלל כל פגם במוצר רשאי הקונה לבטל את העסקה, אלא רק במקרה בו קיימת הטעיה גדולה, זאת אומרת שהמוכר ציין פגמים גדולים מאוד במוצר שלא נמצאו ע"י הצרכן ולעומת זאת הצרכן כן מצא פגמים קטנים יותר במוצר. התלמוד קובע שגם מצב כזה יש בו כדי להטעות את הצרכן<sup>31</sup>.

### **גניבת דעת ורמאות:**

כפי שנאמר, המשפט העברי לא רק אוסר הונאה או הטעיה שמובילה להפסד כספי אלא גם רואה בחומרה מצבים של רמאות וגניבת דעתו של הצרכן גם אם לא נגרם לא נזק כספי

<sup>29</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני.

<sup>30</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני.

<sup>31</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני.

כתוצאה מאותו מעשה רמאות<sup>32</sup>. התוספתא קבעו בהקשר הזה: "שבעה גנבים הם. הראשון שבכולם – גונב דעת הבריות"<sup>33</sup>. כלומר מהתוספתא עולה כי ההלכה רואה באדם שמרמה מישהו (גונב דעתו) את הסוג החמור והגרוע ביותר של הגנבים. התוספתא גם מטיל איסור על מעשי רמייה במקח וממכר<sup>34</sup>.

מנגד, ישנם מקורות אחרים שמהם עולה כי דברי שקר שסוחרים רגילים להשתמש בהם כדי לשבח את המוצר שהם מוכרים וכדי לשכנע אנשים יכולים לא להיחשב להטעיה וזאת רק במצב שאדם זהיר לא היה מאמין להם ולא מקבל ברצינות את הדברים שלהם. במצב כזה קובעים מקורות המשפט העברי כי אין בשקרים האלה כדי לשמש עילה של הטעיה או הונאה מצד המוכר. לבסוף הם מציינים כי שקרים כאלה אסורים אבל רק מבחינה דתית ומוסרית<sup>35</sup>.

### סוגים שונים של הטעיה:

שגיאה! מקור ההפניה לא נמצא. **המידה, המשקל, הצורה והמרכיבים של הנכס:** מפסוקי המקרא, דברי חז"ל והפוסקים עולה כי להחסיר מהמידה או מהמשקל של המוצר זה חמור ביותר.<sup>36</sup> ספרות נרחבת נכתבה על גדרי האיסור.

על פי הרמב"ן צרכן שקיבל פחות מהמידה או מהמשקל שסוכם במקח- הצרכן עובר על איסור הונאה ("לא תונו")<sup>37</sup> ולפי הרמב"ם עובר הצרכן במקרה זה על איסור גניבה<sup>38</sup>.

### שגיאה! מקור ההפניה לא נמצא.

### ב) העלמת סיכונים הכרוכים בשימוש בנכס:

"לא ימכור אדם לחבירו סנדל של [בהמה] מתה בכלל של חיה שחוטת מפני שני דברים: אחד מפני שמטעהו, ואחד מפני הסכנה"<sup>39</sup>. מתלמוד זה מבינים כי על פי ההלכה אסור

<sup>32</sup> אנציקלופדיה תלמודית, כרך ו, עמ' רכו.

<sup>33</sup> ראה להלן: תוספתא בבא קמא, פרק ז, הלכה ח.

<sup>34</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני

<sup>35</sup> הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-ד"ר יובל סיני

<sup>36</sup> ראה להלן: רמב"ם, הלכות גניבה, פרק ז; שולחן ערוך, חושן משפט, סימן רלא.

<sup>37</sup> ראה להלן: ויקרא כה, יד-טו.

<sup>38</sup> רמב"ם, הלכות גניבה, פרק ז, הלכה ב.

<sup>39</sup> חולין צד ע"א. ומפרש שם רש"י כי מדובר בסנדל של עור בהמה שמתה מאליה, ואין עורה חזק כשל בהמה שחוטת. רש"י אף מפרש את הסכנה בדבר: "שמא מחמת נשיכת נחש מתה והארס נבלע בעור".



למוכר להסתיר את הסכנות שיש במצרך שמוכר. רש"י מביא לדוגמה: שלא יסתיר שהבהמה ננשכה ע"י נחש משום שארס הנחש ימצא בתוך גוף הבהמה. מדברי הפוסקים אף עולה שהקונה מוצר וגילה שהשימוש בו כרוך בחשש בריאותי או בטיחותי ושבגללו נמנעים בני אדם מלקנותו, הרי רשאי הקונה לבטל את המקח אפילו אם הוא שילם עבור המוצר.

#### (א) הטעיה בשינוי מקום הייצור של הנכס:

על פי ההלכה גם מקום הייצור גם נכלל כגניבת דעת. כדברי בעל ערוך השולחן: "ושתי מיני אונאות יש, האחת אונאה בגוף הסחורה עצמה, שמוכר אותה בחזקת סחורה טובה ממקום פלוני, ובאמת היא סחורה ממקום אחר." **"זאת אומרת:** ישנן שתי סוגי הונאות, אחת במוצר עצמו והשנייה שהמוכר אומר שייצר את המוצר במקום אחד אך באמת במקום אחר.

#### (ב) המחיר:

במשפט העברי נקבע איסור ההונאה במחיר<sup>40</sup>. שתי משמעויות ניתנו בידי חכמי המשפט העברי לאיסור הונאה: האחת היא התרופה הממונית הנותנת הגנה לצרכן הנפגע, בצורת החזרת הסכום שנתאנה או בביטול המקח; והמשמעות האחרת היא האיסור, הקובע נורמה של התנהגות<sup>41</sup>. לעניין התרופה הממונית יש להבחין בין הונאה שהיא יותר משישית, שהמוכר עשוי לעמוד בפני ביטול העסקה כולה, ובין הונאה בשיעור קטן (פחות משישית), שבה נקבע כי אין תוצאות ממוניות להונאה. חכמי המשפט העברי קצבו זמן לתביעה האונאה (בדומה לסעיף 32 בחוק הגנת הצרכן שאף הוא נותן מועד קצוב של שבועיים לביטול מחר שנעשה). כתב אחד מגדולי הדיינים בדורנו, הרב י" בלויא, "שאם יודע המוכר בלקוח זה שדרכו לעמוד על המקח עד שמוזיל לו, מותר לו להעלות מתחלה המחיר ולאחר המיקוח יתן

<sup>40</sup> ראה להלן: ויקרא כה, יד-יז; רמב"ם, הלכות מכירה, פרק יב, הלכה א; שולחן ערוך חושן משפט, סימן רכז, הלכה א.

<sup>41</sup> רמב"ם, הלכות מכירה, פרק יב, הלכה א; שולחן ערוך חושן משפט, סימן רכז, סעיף א.

לו כפי שוויו, ואין בזה משום גניבת דעת או מרמה.<sup>42</sup> זאת אומרת שאם המוכר רואה כי עומד מולו לקוח שיתמקח עימו בנוגע למחיר המוצר הוא יכול להעלות את מחיר המוצר בתחילת המיקוח ולהוריד אותו למחירו האמיתי בסופו והוא לא יחשב כגונב דעת או מרמה.

### ג) תנאי אחריות לנכס:

אם מוכר מטעה צרכן בקשר לתנאי האחריות, יש באפשרות הצרכן לבטל את המקח (וזאת לומדים מדבריו של הרב הילדסהיים)<sup>43</sup>. הרמב"ם הפוסק: "כל שהסכימו עליו בני המדינה שהוא מוס שמחזירים בו מקח זה, מחזירים בו...". ומדייק מדברי הרמב"ם הרב הילדסהיים, "שאין הכוונה דווקא שקיים חיסרון בגוף המוצר או חיסרון חיצוני, אלא הכוונה גם לרבות כל סיבה שעלולה לגרום לקונים להחזיר את המוצר". ולמסקנה הוא כותב: כשלא קיימת תעודת אחריות על מוצר מסוים והצרכן חפץ בכך, למרות שבעת הקנייה לא קיים מוס באביזרי המוצר או במראהו החיצוני, מכל מקום יתכן נפגע מכך שאין תעודת אחריות בעתיד, ועובדה זו יכולה להוות סיבה לחלק מהקונים להימנע מלרכוש את המוצר.

### ד) הטעיה בעיצוב הנכס או באריזתו:

על פי ההלכה, אסור ליצרן לייפות את האריזה של המוצר ועל ידי כך להטעות את הרוכש לגבי הטיבו האמיתי של המוצר, כפי שנפסק להלכה: "אין מפרכסין... את הבהמה ולא את הכלים הישנים כדי שיראו חדשים"<sup>44</sup>. לא מייפים את הבהמה או את הכלים כדי שיראו טובים וחדשים.

### ה) סנקציות ופיקוח:

כל העובר על אחד מהכללים שנאמרו לעיל ביחס לגוון ההטעיות האפשריות צפוי לעונשים מסוגים שונים, ומתפקידן וחובתן של הרשויות האחראיות לפקח ולאכוף הוראות אלו.

<sup>42</sup> פתחי חושן, הלכות גניבה ואונאה, פרק טו, סעיף ז, אות כב, עמ' תלג.

<sup>43</sup> הילדסהיים, מסחר וצרכנות כהלכה, כתר – מחקרים בכלכלה ומשפט על-פי ההלכה ד, ירושלים תש"ס.

<sup>44</sup> רמב"ם, הלכות גניבה, פרק ח, הלכה כ.

**ואלו דברי הרמב"ם:** חייבין בית דין להעמיד שוטרים בכל מדינה ומדינה ובכל פלך ופלך, שיהיו מחזרין על החנויות ומצדקין את המאזניים ואת המידות ופוסקים השערים. וכל מי שנמצא עמו משקל חסר או מידה חסרה או מאזניים מקולקלין – יש להם רשות להכותו כפי כוחו ולקנסו כפי ראות בית דין לחזק הדבר. וכל מי שמפקיע את השער ומוכר ביוקר – מכין אותו וכופין אותו ומוכר בשער השוק<sup>45</sup>.

### **חוק הגנת הצרכן במשפט הישראלי והעברי**

בחלק זה נערוך השוואה בין דיני הגנת הצרכן במשפט הישראלי למשפט העברי וננסה למצוא נקודות דמיון ואף הבדלים. נתחיל בנקודות השוואה: המשפט העברי קבע איסורים בדרכי המסחר על יסוד האיסור

---

<sup>45</sup> רמב"ם, הלכות גניבה, פרק ח, הלכה כ

לרמות ולגנוב דעת, בדיוק כמו בסעיף 2 לחוק שמונה 21 עניינים הנחשבים כעניין מהותי בעסקה. בדומה לחוק הגנת הצרכן, הקובע בסעיף 2, כי הטעיה מתקיימת "במעשה או במחדל", אף לפי ההלכה הטעיה יכולה להיגרם על ידי כך שהעוסק לא הודיע לצרכן דבר שהיה צריך להודיע. נקודה חשובה נוספת: בדומה לחוק הגנת הצרכן המטיל על העוסק חובת גילוי לצרכן על פגמים וכדומה (סעיף 4), אף המשפט העברי הטיל חובת דיווח על הפגם. דבר מהותי משותף נוסף שקיים גם במשפט הישראלי וגם במשפט העברי הוא מקום הנכס, על פי סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן הדבר יחשב להטעיה ולפי המשפט העברי לגניבת דעת. סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן קובע כי אף "המידה, המשקל, הצורה והמרכיבים של הנכס" הוא בכלל הנושאים המהותיים בעסקה שחלה עליהם איסור הטעיה. כך גם לפי המשפט העברי. (האיסור להשתמש במידות ומשקלות חסרים נתפס כחמור). בהמשך לכל הנוגע במידה המשקל והצורה של הנכס נמצא הבדל בין החוק הישראלי למשפט העברי והוא שאם הצרכן קיבל פחות מהמידה או המשקל או שסוכם עם הצרכן, הרי הצרכן עובר על איסור הונאה (על פי רמב"ן) ואיסור גניבה (על פי רמב"ם). דבר נוסף שסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן כולל הוא כי אף גילוי "הסיכונים הכרוכים בשימוש שניתן לעשות בנכס" הוא בכלל הנושאים המהותיים בעסקה שחלה עליהם איסור הטעיה, ואף לפי ההלכה אסור למוכר להעלים שמצרך מסוים מסוכן לבריאות. עוד נקודת דמיון היא שחוק הגנת הצרכן, קובע כי "תנאי אחריות לנכס או לשירות" נחשב כהטעיה בעניין מהותי לעסקה. נראה כי כך הוא הדין גם לפי המשפט העברי, כאשר המוכר הטעה את הקונה בעניין תעודת אחריות הרי שלקונה שמורה הזכות לחזור בו. בסעיף 3 לחוק הגנת הצרכן מדובר על השפעה בלתי הוגנת שהעוסק מקיים על הצרכן, ומוזכר גם כי אסור לנקוט באמצעי הפחדה או איום ואף המשפט העברי שם על כך דגש: "ולא יהא מפחיד אדם באמרו: תבואה מועטת בעולם".

סעיף 6 לחוק כולל איסור בהטעיה גם בעיצוב הנכס או אריזתו, וגם דין זה בהלכה.

בדומה לסעיף 32 בחוק שנותן מועד קצוב (שבועיים) לביטול עסקה בגלל הטעיה, כך גם המשפט העברי קצב זמן לתביעת הונאה.

נקודת הבדל שנייה שנמצאה היא שחוק הגנת הצרכן כולל בהטעיה איסור בשינוי המחיר אך לא ברור אם גם לפי המשפט העברי קיים איסור שכזה. וכפי שנאמר כבר בהקשר זה

"שאם יודע המוכר בלקוח זה שדרכו לעמוד על המקח עד שמוזיל לו, מותר לו להעלות מתחלה המחיר ולאחר המיקוח ייתן לו כפי שוויו, ואין בזה משום גניבת דעת או מרמה" לאחר השוואה בין המשפט הישראלי למשפט העברי ניתן להסיק ולהבין כי הבעיות השורות בהגנת הצרכן העסיקו את חכמי ההלכה מכל התקופות ואף ראינו מהן הדרכים בהן הלך המשפט העברי כדי להגן על הצרכן. ניתן ללכת בעקבותיהם ש חכמי ישראל בפתרון כמה מן הבעיות המטרידות כיום את החברה.

## **סיכום:**

כעת כשסיימתי את עבודת החקר אני חושבת שהנושא שבחרתי היה מעניין וחשוב וכי הוא תרם לי הבנה של הדברים המגיעים לכל צרכן וצרכן.

הצלחתי למצוא חומרים מעניינים על הנושא בייחוד בספרה של אורנה דויטש- מעמד הצרכן במשפט, במאגר המשפטי נבו ומאמרים שמצאתי שם.

מסקנותיי בעקבות העבודה הם :

שהחוק במשפט הישראלי לא שונה בצורה משמעותית מאיך שנהגו פעם.

חוק הגנת הצרכן מגן בצורה ברורה מובהקת ומאוד חזקה על הצרכן מכל הפינות הקשורות להטעיה ונותן לו כלים רבים והגנות מרובות.

לדעתי בגלל שהחוק מגן בצורה כל כך חזקה על הצרכנים ועל עוסקים הוגנים אין פתח לעוסקים להתנהג בצורה בלתי הוגנת כלפי צרכנים.

**ביבליוגרפיה:**

אתרים:

בס"ד

(1) משרד הכלכלה-

<http://www.economy.gov.il/Trade/ConsumerProtection/Pages/default.aspx>

(2) נבו המאגר המשפטי- <http://www.nevo.co.il>

ספרים :

(3) ספרה של אורנה דויטש-מעמד הצרכן במשפט.

מאמרים :

(4) הטעיה צרכנית לאור מקורות המשפט העברי-מאת ד"ר יובל סיני.

(5) הגנת הצרכן במשפט העברי-נחום רקובר.

נספחים :

פסקי דין :

סובול נ' אוניברסיטת חיפה :

ביהמ"ש דחה בקשה לאישור תובענה ייצוגית שהגיש סטודנט נגד האוניברסיטה בעילת

הטעייה לפי חוק הגנת הצרכן. נקבע כי פעילותה של האוניברסיטה וכל הקשור בה, אינה כזו שבגינה ניתן לראות באוניברסיטה עוסק.

---

בקשה לאישור תובענה ייצוגית שהגיש סטודנט נגד האוניברסיטה בגין איחוד גביית דמי השירותים לאוניברסיטה עם דמי הרווחה המיועדים לאגודת הסטודנטים באופן שלא מאפשר להימנע מתשלום דמי הרווחה. התובענה הוגשה בעילת הטעייה לפי חוק הגנת הצרכן (להלן "החוק") וכי איחוד התשלומים מהווה תנאי מקפח בחוזה אחיד. עיקר הדיון נסב בשאלת היות האוניברסיטה "עוסק" כהגדרתו בחוק הגנת הצרכן.

בית המשפט המחוזי דחה את הבקשה ופסק כי:

אין כל יסוד להבחנה שהמבקש עושה בין פעולותיה של האוניברסיטה בהקניית השכלה גבוהה ובמחקר אקדמי לבין פעולתה בגביית תשלומים שונים. גביית תשלומים מן הסטודנטים, תהיה אשר תהיה מהותם, היא חלק בלתי נפרד מפעילותה של האוניברסיטה כמוסד להשכלה גבוהה, והם קשורים לפעילות של הקניית הידע האקדמי. אין כל בסיס להבחין בתשלום אחד מכלל התשלומים הקשורים לפעולתה כמוסד להשכלה גבוהה, ולהשתית עליו את הטענה שגביית תשלום כזה מביאה את האוניברסיטה לגדר המונח "עוסק" כמשמעו בחוק. יתכן שהמצב היה שונה במקרה שהאוניברסיטה הייתה גובה תשלומים במסגרת פעילות עסקית הנבדלת מפעילותה העיקרית, כגון השכרת שטחים לצרכים מסחריים. תכלית קיומה של האוניברסיטה היא הקניית השכלה גבוהה ויצירת ידע באמצעות מחקר אקדמי. פעילות זו, וכל הקשור בה עצמה, אינה יכולה להיחשב כפעילות שבעטיה ניתן לראות באוניברסיטה עוסק.

---

מעבר לצורך, חוק החוזים האחידים איננו מקנה ללקוח עילת תביעה עצמאית כנגד ספק זולת עילה למתן הצהרה שתנאי מסוים בחוזה הוא תנאי מקפח, וככזה הוא בטל, ואין כל הוראה המאפשרת הגשת תביעה ממין זה.

החלטת השופט: המבקש ישלם לאוניברסיטה הוצאות משפט ושכר טרחת עורכי דין בסכום כולל של 35,000 ₪ בצירוף מע"מ. בקביעת סכום זה נתתי את הדעת לכך שמוסד התובענות הייצוגיות הוא חשוב ואין זה מן המידה לרפות את ידיהם של מי שמבקשים להגן על אינטרס הכלל באמצעות הגשת תובענה ייצוגית. אלמלא כך, הייתי רואה לחייב



את המבקש בסכום גבוה במידה ניכרת.

ניתנה היום, ט' תמוז תשס"ט, 01 יולי 2009, בהעדר הצדדים.

דליה אזוב נ' עיריית ירושלים :

המערערת קיבלה דרישה לתשלום שישה דוחות חניה בגין ביצוע עבירות לפי חוק עזר לירושלים. המערערת הגישה תביעה אזרחית למתן סעד הצהרתי שעיקרו הצהרה כי העירייה לא יכולה לגבות את הקנס משום שדוחות החניה לא נמסרו לה כפי שצריך (לפי תקנת סדר הדין הפלילי), תשל"ד-1974, שעניינה חזקת מסירה בעבירות קנס. המערערת ביקשה לאשר את התובענה כתובענה ייצוגית לפי חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-

1981 ולחלופין לפי תקנה 29 לתקנות סדר הדין האזרחי, תשמ"ד-1984. [הבקשה נדחתה](#), ומכאן הערעור.

בית-המשפט העליון פסק:

הליך התובענה הייצוגית הוא הליך יוצא-דופן, החורג מהתלם הרגיל של בירור מחלוקות וסכסוכים. הליך זה יוצר מעשה-בית-דין בין קבוצת התובעים והנתבעים, אף שלא הכול יזמו אותו ואפילו לא נטלו בו חלק. הוא עשוי להביא לקיפוח תובעים ונתבעים כאחד. הליך התובענה הייצוגית משמש לעידוד הגשת תביעות במקרים שבהם שיעור הנזק שנגרם לכל ניזוק בנפרד הוא כה מזערי, עד כדי חוסר כדאיות אישית בהגשת תביעה, ואילו שיעור הנזק לקבוצה כולה הוא גדול. יש בתביעה הייצוגית כדי להגן על אינטרס היחיד שנפגע אף שאינו מממש את זכותו להגיש תביעה. עם זאת מבקשים הדינים המתייחסים לתובענה הייצוגית להגן על הצדדים מפני ניצול קיומו של ההליך לרעה.

מטרתו של [חוק הגנת הצרכן](#) היא להגן על הצרכן מפני מעשי מרמה, עושק והטעיה ולהבטיח כי בעשותו עסקה יעמוד לרשות הצרכן מידע, מלא ככל האפשר, על טיב העסקה ועל פרטיה. ההנחה העומדת בבסיסו של החוק הינה כי בהינתן מידע מלא והוגן, יוכל הצרכן לכלכל את צעדיו ולהתקשר בעסקה מיטיבה ורצויה.

במקרה זה אין בידי המערערת עילת תביעה במסגרת [חוק הגנת הצרכן](#). למרות סממנים מסוימים של שירות צרכני הכרוכים בנושא החניה, הרי שאין הסוגיה הזאת חלק מן הפן הצרכני של השירות. זאת ועוד, אין לראות במשיבה, הפועלת מכוח סמכותה הציבורית, "עוסק" על-פי [חוק הגנת הצרכן](#) (לא ניתן לראות בעיריית ירושלים עוסק), וממילא אין לראות במבקשת "צרכן" על-פי חוק זה (לא ניתן לראות בדליה אזוב צרכן).

במקרה זה, מאחר שהמערערת מבקשת להרחיב את גדריה של תביעתה לכדי תובענה ייצוגית, עליה לעמוד בנטל ההוכחה ובמידת ההוכחה להראות שקמה לה עילת תביעה אישית, ממשית ומוצקה, וכי עילה זו משותפת לכלל חברי הקבוצה העתידים להיכלל בתובענה באופן המצדיק אישורה כתובענה ייצוגית. במקרה זה

לא עלה בידי המערערת להוכיח קיומו של מכנה משותף לקבוצה המצדיק את אישור תביעתה כתובענה ייצוגית.

תקנה 44א [לתקנות סדר הדין הפלילי](#) עניינה חזקת מסירה הניתנת לסתירה. התקנה קובעת חזקה שדבר דואר רשום נתקבל אצל הנמען, אף ללא חתימה על אישור המסירה, תוך חמישה-עשר ימים מיום המשלוח. חזקה זו ניתנת לסתירה רק אם הוכיח הנמען כי ההודעה לא נתקבלה מסיבות שאינן תלויות בו. חזקה זו הינה ככל חזקות שבדין. היא נסמכת על ניסיון החיים ועל ההנחה שמסמך – ובפרט מסמך שנשלח בדואר רשום – התקבל אצל הנמען.

במקרה זה לא הוכיחה המערערת, ולו לכאורה, קיומה של עילה להתערבות שיפוטית בתקנה 44א. התקנה על פניה אינה פוגעת בזכויות או בעקרונות היסוד של השיטה ואינה חורגת ממתחם הסבירות. לא זו בלבד, אלא שהתקנה אף קובעת הסופה את האפשרות לסתור את חזקת המסירה באופן המאזן בין התכלית שלשמה הותקנה התקנה לבין זכויותיו של החייב.

המשיבה החליטה לפטור את המערערת מדמי הוצאות משפטיות.

