

נושא העבודה

החוק להגנת הצרכן

תאריך: 2.1.17

העבודה מוגשת בחסות העמותה של נוער שוחר משפט עברי

הקדמה אישית

מידי יום אנו נתקלים בלא מעט מקרים בהם אנו הצרכנים הישראלים מרגישים כי העסקאות שאנחנו מבצעים לא מתבצעות באופן הוגן ועסק שאנו רוכשים ממנו פריטים שונים מנסה לגבות מאתנו יותר כספים מהנדרש.

יתרה מזאת, ישנם מקרים שבהם אנו כצרכנים לא מודעים לזכויות המגיעות לנו ונפגעים בעקבות זאת.

אנו חיים בעולם מודרני שעסקים בו רבים שיודעים את זכויותיהם ואת האיסורים החלים עליהם, אך יש עסקים רבים שמנצלים את הציבור הרחב בגלל שהם אינם יודעים את זכויותיהם. כך אנו הצרכנים מפסידים יותר והחברות הגדולות מרוויחות על חשבוננו.

בחרתי בחוק להגנת הצרכן בנושא לעבודתי בעקבות סיפור אישי שקרה לי במהלך אחת העסקאות עם חברת "הוט". במהלך העסקה שביצעתי הרגשתי את החיסרון שאינני יודעת את מהות החוק, ואת זכויותי כצרכנית אשר מבצעת עסקה עם חברה כזאת גדולה. הרגשתי צורך להכיר את זכויותי לעומק על מנת להתמודד עם החברה שהפרה את זכויותי ולכן בחרתי לעסוק דווקא בנושא זה.

סיפור אישי

לפני מספר שנים הורי הבחינו במודעה בעיתון השייכת לחברת "הוט" במודעה היה מפורסם כי חברת הוט מציעה חבילה הכוללת גם אינטרנט ביתי וגם שירותי כבלים ב299 לחודש בלבד למשך 3 שנים.

לאחר שהורי פנו לחברה נאמר להם כי הדבר הינו נכון וישלח טכנאי הביתה במהלך שבוע הבא לחבר אותנו לחברה. הדבר אכן בוצע, הטכנאי הגיע וחיבר אותנו והכל התנהל כמתוכנן. במהלך השנה הראשונה סכום השירות עמד על 299 שקלים לחודש אך לאחר שנה הופתענו לגלות כי הסכום עלה בלי הודעה מוקדמת מראש ל 350 שקלים לחודש ללא כל תמורה נוספת.

בשיחה עם חברת הוט נאמר להוריי כי עוד במועד החיבור לחברה נאמר לנו שסכום השירות יעלה ל 350 שח לאחר השנה הראשונה. דבר שהיה שקרי למעשה.

כשאר הוריי ביקשו להתנתק מהחברה נאמר להם כי הם יחויבו לשלם דמי ביטול עסקה, דבר שלא נאמר להם בעת ביצוע העסקה.

לאחר מיילים וטלפונים רבים חברת הוט ראתה שאין היא יכולה לעבוד ככה על לקוחותיה. וביטלה לנו את העסקה ללא כל חיוב, בדיוק כמו שהוסכם בהתחלה.

לפי המקרה הנ"ל ניתן לראות שאנו הצרכנים חשופים לפגיעות רבות מצד חברות קפיטליסטיות ולכן אנו נדרשים להכיר את זכויותינו על מנת שנוכל להתגונן מפני תכנים שיווקיים אגרסיביים שבהם חברות קפיטליסטיות מושכות את הלקוח התמים בלא ידיעתו להשלכות העסקה לתווך ארוך.

במקרה של הוריי, פניתי לחברה דומה בכדי למזער את הנזק שנגרם להם, במקרים רבים ללקוחות/קורבנות של חברות קפיטליסטיות אלו אין מי שיגונן עליהם בפניהם, והם ממשיכים בעלויות מוגזמות.

לצורך כך ברצוני להציג את החוק להגנת הצרכן.

תוכן עניינים

3-2

הקדמה אישית

5-6

מבוא

המשפט העברי:

- 7 הקדמה, הונאה ואיסור ריבית
- 8 שמיטה ויובל, גאולת הקרקע, חזרת עובדים, שמיטת הארץ
- 9 צדקה ומיסוי

המשפט הישראלי:

- 10-12 פסקי דין
- 12-14 מאמר
- 15-16 **השוואה בין המשפט העברי למשפט הישראלי**
- 17 סיכום
- 18 ביבליוגרפיה
- 19 נספחים

מבוא

אנו הצרכנים חשופים לפגיעות רבות מצד העסקים הרבים שעומדים לרשותנו היום. כדי להגן על הצרכנים נקבע החוק להגנת הצרכן בו מופיעים תקנות וחוקים של חובות ואיסורים על העוסקים ביניהם היצרנים, היבואנים, הסוחרים וכל נותני השירות למיניהם.

הכללים נועדו על מנת להגן על הצרכנים ולמנוע את הטעייתם. כמו כן החוק נועד כדי שאנו הצרכנים נוכל לדעת איזו עסקה אנו מבצעים ומהן הזכויות שלנו.

במידה והצרכן נתקל במצב בו נגרם לו נזק כתוצאה מביצוע העסקה שנעשתה לא כחוק, הצרכן יכול לתבוע את העוסקים בבית משפט לתביעות קטנות ואף להגיש תובענות ייצוגיות כשאר הדבר מתאפשר בהתאם לדרישות החוק.

מטרת החוק להגנת הצרכן היא להשיב את מצב הניזוק לקדמותו ועל מנת לאפשר זאת החוק קובע לגבי פיצויים.

החוק מסמיך את הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן לפקח על ביצוע הוראות החוק ולטפל בתלונות שראה בהן הפרה של הוראות חוק זה או בפגיעות אחרות בצרכן.

השאלה בה נדון במהלך העבודה היא כיצד החוק להגנת הצרכן מגן על הצד החלש במגוון תחומים לאורך התקופות השונות, החל מהתקופה הקדומה ביותר שהיא התורה ועד ימינו היום. במהלך העבודה נעסוק בפתירת שאלה זו במספר היבטים- נעסוק במשפט העברי ובהתייחסותו לחוק להגנת הצרכן, נראה כיצד התורה מגנה על הצד החלש ואיזה פתרונות היא מציעה כדי לעזור לו להיות חלק מהחברה כולה.

בנוסף נראה בעבודה זו כיצד התורה מנסה לצמצם את הפערים החברתיים בין המעמדות על ידי עזרה לצד החלש.

נעסוק במשפט הישראלי ונביא דוגמאות מפסקי דין שונים הקשורים בנושא החוק להגנת הצרכן. דרך פסקי הדיו נראה כיצד חברות גדולות מפרות את זכויותיהם של הצרכנים ונראה מהי פסיקת בית המשפט בעניין זה.

ולבסוף נעסוק בהשוואה בין שני סוגי המשפט ונראה את ההבדלים שהתפתחו עם השנים.
בנוסף גם נראה כיצד הדברים שהיו בתורה אז באים לידי ביטוי בימינו היום.

המשפט העברי

במשפט העברי אנו לא נמצא את המושג "הגנת הצרכן" היות וזהו דבר שהתפתח בשנים האחרונות עקב הצורך להגן על הקונה שנתון בסיטואציות שונות בעת ביצוע העסקה. אבל, במשפט העברי אנחנו כן נוכל למצוא סיטואציות שונות שבאות להגן על האדם הקונה.

הונאה במחיר:

הונאה היא השפעה חברתית, בה אדם מנסה לשנות את תפיסתו או התנהגותו של אדם אחר, באמצעות טקטיקות שונות הכוללות ערמומיות, רמייה או ניצול. כבר בתורה אנו יכולים לראות שנאמר שההונאה היא דבר אסור – "וכי תמכרו ממכר לעמיתך או קנה מיד עמיתך אל תונו".¹ כלומר כבר בספר ויקרא אנו למדים שאסור למוכר או לקונה להונות את חברו.

בתורה לא נזכרת הגבלת רווחים, המחיר הוא דבר חופשי לפי ההיצע והביקוש. ההלכה מבטיחה כי המחיר יהיה הוגן. בהלכה ניתן לראות הבדל בין 2 סוגי מוצרים: דברים שיש בהם חיי נפש כמו מוצרי יסוד, מוצרים נוספים שבהם יש התערבות שלטונית במחיר. הסוג השני הוא מוצרים שאינם חיוניים לנפש ובהם אין התערבות במחיר. גביית מחיר גבוה מבלי שידוע לצד השני הוא אסור בגלל שדבר זה נמצא באיסור האונאה במחיר.

במקומות שונים בתורה ניתן לראות ציווים נוספים המשמשים גם הם כהגנה על החלש:

איסור ריבית- לפי התורה, ההלוואה היא מצווה, היא לא רק חסד אלא גם צורך חיוני לפיתוח השוק. על מנת של יוצר מצב שבו הלווה אינו עומד בהחזרת הכסף והוא יצטרך לשלם מעבר לסכום שקיבל יכול להיווצר מצב שהוא מפסיד את רווחיו בעקבות הריבית, וכך מהצד העמיד שהוא הצליח להגיע אליו בזכות בעל ההון הוא יחזור שוב למצבו הקודם בגלל הריבית. בעקבות הסיטואציה הנ"ל התורה באה ואוסרת הלוואה בריבית כדי שהפער בין שני הצדדים לא יגדל. בעצם איסור הריבית בא להגן על הצד החלש.

ויקרא כ"ה י"ד¹

שמיטה ויובל: מצוות היובל קובעת שפעם בחמישים שנה יש דינים מיוחדים על קרקעות בניהם- גאולת הקרקע, חזרת שדרות ושחרור עבדים. דינים מיוחדים אלו נועדו על מנת לשמור על הצד החלש.

גאולת הקרקע- הקרקעות אינן משמשות רק כהון אלא גם כדבר רגשי, לפי הלכת האבות העשירים יהיו עם קרקעות והעניים בלי. על מנת לצמצם את הפערים בחברה ולהגן על החלש, נקבע כי אם לאדם העני אין כסף, חברו בעל ההון יכול לקחת את הקרקע תחת חסותו, לדאוג לה בתנאי שהייתה אצלו שנתיים והוא נהנה ממנה. מצוות גאולת הקרקע אומרת שעד היובל, מוכר הקרקע יכול לקנות את הקרקע בחזרה והקונה יהיה חייב להחזיר לו אותה, כלומר האדמה חוזרת לעני.

חזקת קרקעות- פעם בחמישים שנה כל הקרקעות חוזרות לבעלים המקוריים שלהן ולמעשה הקנייה של הקרקע היא בעצם חכירה לחמישים שנה. המחיר של הקרקע נקבע תוך כדי התייחסות לכך שהקרקע תחזור לבעליה בשנת היובל. כלומר גם כאן ניתן לראות שמגנים על הצד החלש יותר ויש שיווין בין שני הצדדים.

חזרת עובדים: כאשר לאדם אין רכוש, אין לו קרקעות ואין לו ממה להרוויח הוא מוכר את עצמו והופך להיות עובדו של העשיר. לעבד הזה יש תנאים טובים יחסית, הוא נמכר למשך שש שנים והוא משתחרר בשנת היובל. בדוגמה זו ניתן לראות שהצד החלש משוחרר והוא גם מרוויח מתנאים טובים.

שמיטת הארץ- אחת לשבע שנים וגם בשנת יובל, מתרחשת שנת שמיטה. בשנה זו אסור לעבוד אותה, "ושבתה הארץ, שבת לה"².

זאת אומרת שבשנה זו כל מה שנשאר בשדה משנה שעברה פתוח לכל האוכלוסייה וכולם יכולים ליהנות מהיובל, כך גם העניים יכולים לקחת שיהיה להם כמו לכולם. גם בשמיטת הארץ ניתן לראות שמחזקים את הצד החלש ונותנים לו הזדמנות להיות כמו כולם.

² ויקרא כה', א'-ה'

צדקה ומיסוי- בכל השיטות הנ"ל נאמר שצריך לעזור לעניים, כך גם בצדקה ומיסוי- בתורה הצדקה היא חובה ויש שתי שיטות שעל פיהן ניתן לעזור לעניים. לפי השיטה הראשונה אפשר לקחת מיסים מהאוכלוסייה ואת חלקם להעביר לעניים. השיטה השנייה היא באמצעות צדקה זאת אומרת שבעלי ההון יתנו לעניים צדקה באופן ישיר ומזה הם יחיו. לשתי השיטות יש חסרונות ויתרונות. היתרונות של שיטת המיסוי הם- (1) כולם משתתפים ואילו בצדקה משתתפת רק אוכלוסייה קטנה. (2) זהו ערך חינוכי בגלל שכל המדינה תורמת בשביל העניים. החסרונות של שיטה זו הם שיש הרגשת כפייה בגלל שכולם מחויבים לתת.

היתרונות של שיטת הצדקה הם שהיא גמישה ושהיא נותנת הרגשה טובה למי שנותן את הצדקה. לעומת זאת קיימים גם חסרונות-יתכן כי הצדקה לא תספיק, בנוסף, עזרה ממשלתית כמו שיטת המיסוי מכובדת יותר מתרומות.

לפי כל ההלכות הנ"ל ניתן לראות שתמיד באים להגן ולחזק את הצד העני והחלש, לעזור ולתמוך כדי שיהיה שוויון בין הצדדים.

המשפט הישראלי

החוק להגנת הצרכן התפתח עם השנים בעקבות תהליך המודרניזציה. החוק להגנת הצרכן בא להגן על הצרכן בגלל שהוא חשוף לפגיעות רבות מצד העסקים והוא אפילו אינו מודע לכך שהוא צד נורא פגיע.

הבסיס לחוק הגנת הצרכן הינו מידע, המחוקק קובע בחוק להגנת הצרכן כי על העסק לגלות מידע, לבצע גילוי נאות ולהימנע מהטעיה. החוק להגנת הצרכן נותן אמצעים לצרכן במקרה של הטעיה. בנוסף המחוקק קובע כי הטעיה היא עבירה פלילית שדינה שנת מאסר.

בפרק זה נעסוק בהתייחסותם של שני פסקי דין שהתרחשו בשנים האחרונות.

פסק הדין הראשון עוסק בערעור על פסק דינו של בית המשפט המחוזי בחיפה שבגדרו נדחתה בקשת המערער לאשר את תביעתו כנגד המשיבה כתובענה ייצוגית. עניין הפרשה הוא שיעור דמי ביטול טיסה לגבי מספר כרטיסים.

הצדדים:

המערער: עו"ד ליאור צמד נ ג ד המשיבה: אל על נתיבי אוויר לישראל

להלן עיקרי העובדות העולות מתוך פסק דינו של בית המשפט המחוזי- באפריל 2011 הזמין המערער שני כרטיסי טיסה בעבורו ובעבור אשתו לברלין דרך אתר האינטרנט של חברת אל על. בשל נסיבות אישיות, נאלץ המערער לבטל את העסקה ועל מנת לעשות זאת הוא פנה אל המשיבה. המשיבה החזירה למערער את כספו, בניכוי דמי ביטול של 27 דולר בעבור כל אחד מכרטיסי הטיסה.

בעקבות המקרה הנ"ל, הגיש המערער לבית המשפט המחוזי תביעה בצירוף בקשה לאישורה כייצוגית. המערער טען כי המשיבה הפרה את החוק להגנת הצרכן, החוק קובע כי כאשר צרכן

מבטל עסקה עסקת מכר מרחוק בגלל שהתחרט על קיום העסקה, ראשי העוסק לגבות דמי ביטול על סך של 100 שקלים או 5% משווי העסקה לפי הנמוך מביניהם.³

המערער טוען כי המשיבה פעלה בניגוד לחוק כשאר גבתה דמי ביטול עבור כל אחד מכרטיסי הטיסה ולא עבור העסקה כולה. בנוסף המערער טוען כי המשיבה גבתה בפועל סכום של 27 דולר בגין כל כרטיס, החורג מן המותר, כאשר הוא עולה על 5% משווי העסקה.

המשיבה טענה כי נהגה לפי סעיף 14(ב)(1) לחוק, לדבריה, כל אחד מהכרטיסים מהווה עסקה עצמאית ולכן גבתה דמי ביטול עבור כל אחד מהכרטיסים. לטענתו השנייה של המערער, הודתה המשיבה כי שגתה בחישוב דמי הביטול אך מדובר בטעות נקודתית, והמערער לא הצליח להוכיח כי קיימת קבוצת צרכנים שנפגעו באורך דומה.

בית המשפט קבע שניתן לגבות דמי ביטול עבור הכרטיסים, בנוסף הוא קבע שניתן להתייחס לכל כרטיס כעסקה או עבור 2 הכרטיסים כעסקה.

נתייחס לפסק דין נוסף שהתקיים בבית המשפט העליון בשנת 2003. בפסק דין זה השתתפו הצדדים- יוסף בתני נ ג ד (1) בזק, חברה ישראלית לתקשורת בע"מ (2) המועצה הישראלית לצרכנות.

בפסק דין זה מדובר על כך שחברת בזק פרסמה שירות חיוג בין לאומי ואמרה שהיא תחייב את הלקוח רק עבור הזמן המדויק שבו עשה שימוש בשירות, העותר שהשתמש בשירות הגיש תביעה לפיצוי כספי כנגד החברה בזק בגלל שפועל שיטת החישוב שבזק נקטה הביאה לחיוב יתר של המשתמשים בשירות, דבר אשר לא הופיע בפרסומים שלה. העותר טען שהפרסום של חברת בזק היה פרסום שעלול להטעות את הצרכן.

החוק להגנת הצרכן מכיל בתוכו סעיף האוסר על הטעיה.⁴

³ סעיף 14(ב)(1) לחוק הגנת הצרכן

⁴ סעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן

סעיף זה אוסר את הטעיית הצרכן מצד העוסק. עוסק עובר על איסור זה גם אם אף אחד לא

הוטעה מהפרסום, שהוא עשה במעשה או מחדל עלול להטעות את הצרכן.

בנוסף לפסקי הדין נעסוק במאמר שעוסק בהסתרת מידע מהצרכן.

להלן המאמר:

לאחרונה פורסם בתקשורת כי חברת "טרה" הסירה מספר רכיבים בעלי ערך תזונתי ובריאותי מן הגבינה הלבנה והקוטג' מבלי ליידע על כך את הציבור. האם התנהגות מעין זו היא בבחינת מדיניות הוגנת כלפי הצרכנים?

בסקר שהזמינה המועצה הישראלית לצרכנות ענו 80% מבעלי הדעה כי הסרת רכיבים בעלי ערך תזונתי ובריאותי ממוצר מבלי ליידע את הציבור ומבלי לשנות את המחיר בהתאם מהווה חוסר הגינות, ו-61% היו מגיבים על חוסר הגינות כזה בהפסקת רכישת המוצר שלגביו הוסתר מהם המידע.

העלמת מידע מן הציבור או ערפולו באופן שמקשה על הצרכן להיחשף אליו או להבינו היא לצערנו דרך התנהלות שאיננה נדירה במגזר העסקי. כך לדוגמה חוסר האפשרות להשוות את מחירי שירותי חשבון העו"ש הבנקאי בין הבנקים השונים בגלל הצגת המחיר ע"י הבנקים בערבוביה של עמלות בשקלים וריביות באחוזים.

כך גם בשירותי המודיעין הטלפוני 144, שהשימוש בכוכבית המחייגת את המספר כרוך בתשלום שסכומו אינו ידוע לצרכנים, מאחר שהחברה לא מציינת אותו בתקליט הטלפוני המציע את השירות אלא רק באתר האינטרנט שלה. (מסקר אחר שהזמינה המועצה הישראלית לצרכנות עלה כי למעלה מ-90% מן המשתמשים בשירות הכוכבית לא ידעו מה מחיר השירות וחצי מהם הודיעו כי יפסיקו לעשות בו שימוש לאחר שנודע להם מחירו).

ועדיין זכורה לכל חברת "תנובה" שהכניסה בעבר סיליקון לחלב והסתירה מידע זה מן הצרכנים. בתביעה ייצוגית שהגישה המועצה הישראלית לצרכנות ביחד עם תופיק ראבי ז"ל שיקף הפיצוי שנפסק 38,5 מיליון ₪ את התייחסותו של בית המשפט להתנהלות כזו ולמשמעותה.

הסתרת מידע מן הצרכנים כדי למנוע מהם לקבל החלטות רכישה נבונות מהווה הפרת אמון כלפי הצרכנים וחוטאת לשורש ההתקשרות העסקית: הסכמה בין מוכר מוצר לקונה מוצר כשלשניהם גמירות דעת (הבנה ונכונות להיכנס להסכם מכר) ביחס לעסקה.

התנאי הבסיסי לכך הוא שכל פרטי העסקה ידועים ל-2 הצדדים. הדברים נכונים בוודאי ביחס לפרטים שידיעתם ע"י הצרכנים יש בה כדי להשפיע על רצונם להיכנס לעסקה בתנאים המוצגים להם ובעיקר במחיר הנדרש מהם.

ערכו של מוצר או שירות מבחינת הצרכן, וערכה של התמורה לכסף בעיניו – היחס עלות-תועלת -- הם שיקולים שאסור למנוע מצרכן לבחון ע"י הסתרת מידע מפניו. מי שנוהג כך, נוהג בחוסר יושר, בערמומיות פסולה ומעוות את משמעותו של הרצון החופשי בחיי המסחר.

שאלת מיליון הדולר היא מדוע מרשים לעצמם בתי-עסק לנהוג בדרך לא הוגנת כלפי הצרכנים. התשובה לצערנו טמונה בכותרת השאלה: מיליון הדולר.

דומה כי במבחן ההתנגשות בין ערך ההגינות לבין אינטרס "מקסום הרווחים" – אנשי עסקים רבים לא רואים כלל דילמה, ועושים כל שבאפשרותם כדי להגביר את רווחיהם על גב הצרכנים.

מעבר לנורמה הערכית הפסולה, יש כאן קוצר רואי מצד העוסקים הנוהגים כך ביחס לכדאיותה של התנהגות כזו. בעידן בו הצרכנים משתפים זה את זה בחוויותיהם הצרכניות, יוקעו עסקים כאלה בפומבי וייענשו ע"י הצרכנים בהחרמת מוצריהם

בקרב יעמוד לרשות הצרכנים גם כלי הערכה חדש: המועצה הישראלית לצרכנות ביחד עם מנהל מחקר וכלכלה במשרד הכלכלה נמצאים בשלבי פיתוח סופיים של מדד הגינות שבו ייבחנו גם ענפים משקיים שלמים וגם בתי עסק וחברות עסקיות. המועצה לצרכנות נאבקת זה שנים על זכותם של הצרכנים להגינות, ועתה עומד מאבק זה לעלות מדרגה ולאפשר לצרכנים להעניש עסקים לא הוגנים על אופן התנהלותם.

על פי סקר גיאוקרטוגרפיה עבור המועצה הישראלית לצרכנות, ענו 70% מן הצרכנים שנשאלו כי יעשו שימוש במדד ההגינות במסגרת שיקולי הקנייה שלהם.

בלי סודות" לא צריך להיות רק שם של תכנית טלוויזיה; זהו התנאי הבסיסי להגינות בחיי המסחר והוא צריך להיות נר לרגליהם של היצרנים והמשווקים בהציגם את מוצריהם ושירותיהם לצרכנים.

מתוך המאמר הנ"ל ניתן לראות עד כמה אנו הצרכנים חשופים לפגיעות רבות מצד העסקים הגדולים. במאמר נחשפנו לכך שחברות גדולות מורידות ערכים תזונתיים של מוצרים מסויימים ללא ידיעת הלקוח, ובנוסף הן לא נותנות כל תמורה לכך.

הבעיה העיקרית שעולה מן המאמר היא שהצרכן אינו מודע לכל הפעולות שהחברה מחייבת אותו בעבורן. כמו לדוגמה במאמר- חברת 144 אינה מודיע לצרכן כי החיוב דרכה עולה כסף, וכך הצרכן אינו יודע שהוא יחויב עבור שיחה זו. חברת 144 מציינים פרט זה רק באתר האינטרנט שלהם. דבר זה פוגע בחשיפת המידע לצרכן.

דוגמה נוספת העולה מתוך המאמר היא הסתרת מידע מצד החברה הגדולה "תנובה" שמוכרת לכולנו. לפני מספר שנים, תנובה הוסיפה לחלב סיליקון והיא לא ציינה זאת בפני הלקוח.

לסיכום, רוב החברות היום מציגות מידע שקרי, מטעה או שהן לא מציגות בכלל על מנת לא לפגוע ברווחים שלהן ולהפסיד לקוחות.

העלמת מידע מן הציבור או ערפולו באופן שמקשה על הצרכן להיחשף אליו או להבינו אסורה
בהחלט ואף יכולה להביא לתביעה פלילית ולעונשי מאסר.

השוואה בין המשפט העברי למשפט הישראלי

בפרק זה נעסוק בהשוואה בין ההלכות שצוינו במשפט העברי ונראה כיצד הלכות אלו מיושמות בימינו היום.

בעיית הריבית- במשפט העברי אסור היה להלוות בריבית על מנת שהצד החלש לא יפסיד עוד יותר בגלל הריבית ויוצר מצב שבו העני יחזור למצבו הקודם. לכן התורה אוסרת הלוואה בריבית כדי שלא יוצר פער בין שני הצדדים. בימינו היום רוב הדברים עובדים עם ריבית ומנסים לעקוף את איסור הריבית בתורה. ניתן לעקוף את איסור הריבית בדרכים שונות ובייחוד על ידי היתר עסקה. ההלוואות היום נעשות בצורה של עסקאות כדי שאף אחד מהצדדים לא יפסיד.

יובל- היובל שבתורה מתרחש פעם בחמישים שנה, בשנה זו הכול מתחיל מחדש, השדות חוזרות לבעלים המקוריים שלהם והעובדים משתחררים מבעלי ההון. ניתן ליישם הלכה זו גם בימינו היום בדרכים הבאות- בשנת היובל יעניקו הקלות מסוימות כמו הלה על העובד לעזוב את מקום עבודתו הנוכחי ולהעבירו למקום עבודה חדש מבלי שיפגע, בנוסף ניתנים גם הקלות בחובות, חנינת אסירים מסוימים על מנת שכולם ינסו לחזור לנקודת ההתחלה ולהתחיל הכול מחדש.

שירותים סוציאליים שניתנים לאזרח- בעבר המדינה הייתה מפרישה כסף בעבור אנשים עניים, היום יש הרבה ארגונים ושירותים סוציאליים שדואגים לצד החלש כמו ביטוח לאומי, פנסיה ועוד. ארגונים אלו עוזרים לממשלה לדאוג לצד החלש בחברה.

צדקה ומיסוי: בתורה הצדקה הייתה חובה וניתן היה לתת צדקה בשני אופנים, על ידי צדקה ישירה לעני או על ידי תשלום מיסים שהיו מופרשים לעני. היום האזרח יכול לבחור בתלוש המשכורת במה הוא מעוניין להשקיע את המיסים שלו. דבר זה נותן לאנשים יותר מוטיבציה לשלם מיסים וכך הם גם יכולים לתת לאנשים שלפי דעתם הכי צריכים את הכסף שלהם ולעזור להם.

שער המחירים והרווחים- בתורה נהגו לחלק את המוצרים לשני סוגים, כאלו שחיוניים לנפש

וכאלו שלא. ועל מוצרים אלו דאגו לפקח, כלומר לדאוג לכך שהמחיר לא יפגע בצרכן ויעלה בצורה מופרזת ללא ידיעתו. גם היום יש דאגה לפיקוח מחירים של מצרכים חיוניים לפי החוק ואפילו יש מוצרים שיש עליהם סבסוד כמו חלב לחם וכו'. כל אלה ועוד נועדו על מנת למנוע פערים רבים בין האוכלוסיות השונות.

סיכום

החוק להגנת הצרכן הוא חוק גדול ומורכב. בעבודה זו התייחסנו להלכות שונות בתורה שהדגישו לנו את הדרך בהם הם מגנים על הצד החלש יותר ומנסים לעודד את השוויון בין המעמדות ולצמצם את הפערים. כמו כן ראינו פסקי דין שונים שהחוק להגנת הצרכן בא בהם לידי ביטוי. ראינו עד כמה הצרכנים אינם יודעים מהם זכויותיהם ועד כמה הם חשופים לפגיעות רבות מצד חברות גדולות. בפסקי דין למדנו גם שהחוק להגנת הצרכן מגן גם על היצרן ולא רק על הצרכן על מנת שהוא לא יצא הצד המפסיד.

לסיכום, מעבודה זו למדתי על גישות שונות במשפט העברי ובמשפט הישראלי והבנתי כי החוק עומד לרוב לצד הצרכן.

רשימה ביבליוגרפית

<http://www.consumers.org.il/>

www.nevo.co.il

<http://www.mishpativri.org.il/>

<http://www.daat.ac.il/>

נספחים

ויקרא כ"ה י"ד

ויקרא כה, א'-ה

סעיף 14ה(ב)(1) לחוק הגנת הצרכן

סעיף 2א) לחוק הגנת הצרכן

