

הכנסת העשרים וחמש

יוזם: חבר הכנסת אליהו רביבו

פ/25/3234

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – משלוח חשבונית לצרכן בדרך מקוונת), התשפ"ג–2023

תיקון סעיף 13ב 1. בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981,¹ בסעיף 13ב, אחרי סעיף קטן (ג) יבוא:

"(ד) קמעונאי גדול כהגדרתו בחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד–2014² (בסעיף קטן זה – קמעונאי גדול), יציע לצרכן לקבל חשבונית עבור עסקה בקובץ דיגיטלי; קובץ דיגיטלי כאמור יכול שישלח בהודעה ובה קישור לקובץ בדואר אלקטרוני או למספר טלפון נייד שימסור הצרכן; ואולם, בעסקת מכר מרחוק כהגדרתה בסעיף 14ג(ו) ישלח קמעונאי גדול לצרכן חשבונית בסמוך למועד החיוב או למועד מסירת הנכס, בצירוף למשלוח ובכתובת הדואר האלקטרוני שמסר הצרכן לקמעונאי הגדול, אלא אם כן בחר הצרכן לקבל את החשבונית באמצעות אחת מהדרכים האמורות בלבד."

דברי הסבר

חוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981, כנוסחו היום, אינו מגדיר את האופן שבו העוסק שולח חשבונית לצרכן עבור רכישה המתבצעת באינטרנט. עוסקים רבים בוחרים לפעול בדרכים עקלקלות לשליחת החשבונית, דרכים שיוצרות קושי רב עבור הצרכנים לעקוב אחר הוצאותיהם. אחת הבעיות המרכזיות בקניות באינטרנט היא חוסר היכולת של הצרכן להשוות בין המחירים והמבצעים אשר לפיהם ביצע את ההזמנה לבין המחירים בהם חויב בפועל, בטווח הזמן שבין ביצוע ההזמנה לבין ליקוט המוצרים לסל. זכותו הבסיסית של כל צרכן היא לקבל חשבונית מס מפורטת בגין רכישותיו. בזכות החשבונית, הצרכן יכול להוכיח את הרכישה (בין היתר לצורך החזרת והחלפת מוצרים, מימוש אחריות וכיוצא באלה), הוא יכול לוודא את המחיר, לוודא את תיקוף המבצעים ולתעד את הקנייה כחלק מהתנהלותו הכלכלית. על כן, החשבונית צריכה לכלול בין היתר את שם המוצר, את מק"ט המוצר, המחיר המקורי, את גובה ההנחה ואת המחיר לאחר ההנחה. למרות שמדובר בזכות בסיסית אין סטנדרט אחיד ביחס לאופן שליחת החשבוניות ברכישה דרך האינטרנט. לעתים, החשבונית נשלחת באופן נוח באמצעות קובץ המצורף להודעת דוא"ל, אך במקרים רבים, החשבונית נשלחת באמצעות קישור לאתר הקניות המקוונת; חיבור ל"איזור האישי" באתר או באמצעות הודעת sms לטלפון הנייד. במקרים הללו הלקוח נדרש לבצע מגוון רחב של פעולות בשביל

¹ ס"ח התשמ"א, עמ' 248.

² ס"ח התשע"ד, עמ' 438.

להגיע אל החשבונות שלו, למשל להקיש שם משתמש וסיסמא, מעבר בין מבצעים נוספים וניסיונות פיתוי לביצוע רכישות נוספות באמצעות שיווק אגרסיבי. כל אלה יוצרים קושי רב להגיע לחשבונות עצמה ואף נמנעת האפשרות להדפיס אותה או לשמור במחשב האישי.

מאז פרוץ מגפת הקורונה וכתוצאה מהמגבלות על המסחר נוצרה האצה דרמטית באימוץ הרגלי צריכה מקוונים והם נוגעים בכלל שכבות האוכלוסייה ובפרט בקרב אוכלוסיית המבוגרים. שיעור המשתמשים באינטרנט בחברה החרדית הכפיל את עצמו – אחוז הרוכשים באינטרנט מגיע לכ-15% מהאוכלוסייה החרדית וצפוי להמשיך לעלות. הרגלי הצריכה הטכנולוגיים בביצוע רכישות יומיומיות באינטרנט, החל מקניות מוצרי מזון ומוצרי צריכה יומיומיים, דרך מכשירי אלקטרוניקה, ביגוד, רהיטים ועוד, הפכו להרגלי צריכה סטנדרטיים של הציבור הרחב.

גם ברכישה בחנות פיזית כיום לקוחות רבים מעדיפים לקבל ולשמור את החשבונות באופן דיגיטלי (למשל משיקולי שמירה על הסביבה ולצמצום ניירת ופליטת גזי חממה), ויש קמעונאים מעטים שהחלו באופן וולונטרי לאפשר זאת למשל בדרך של משלוח SMS עם קישור לקובץ החשבונות. בדרך זו קל לאנשים רבים לשמור חשבונות ולאחזר אותן במקרה שנדרשת החלפת מוצר או זיכוי. קבלת חשבונות דיגיטליות גם ברכישה בחנות תאפשר לצרכנים להשוות מחירים בנוחות לכלל הרכישות הקודמות והעתידיות, במיוחד כאשר אפליקציות ייעודיות יאפשרו לקלוט בקלות את המידע האצור בחשבונות ולהשוותו למחירים של קמעונאים חלופיים. על פי נתוני ארגון אמון הציבור, כבר כעת יש מספר חברות המבקשות לקדם פיתוח אפליקציות כאלה, אשר החסם העיקרי בדרכן הוא העדר נגישות מספקת לקובצי החשבונות הדיגיטליות. אין ספק שתיתרון החוק המוצע יפתח אפשרויות אלה ויאפשר לגורמים נוספים להציע ערך מסוג זה לצרכן הישראלי. בחנויות פיזיות לא קיימת חובה לאפשר לצרכן לקבל את החשבונות באופן דיגיטלי, ולכן רוב הקמעונאים הגדולים אינם מאפשרים זאת, והצרכנים יכולים לקבל רק חשבונות נייר.

בעידן הדיגיטלי שבו אנו מצויים היום, ולאור השימוש המוגבר ברכישות באמצעות האינטרנט אין כל סיבה להכביד על הצרכן, הן ברכישות בחנויות פיזיות והן ברכישות מקוונות. לאור זאת, ראוי לאמץ גם סטנדרט צרכני התואם את זכותם הבסיסית של הצרכנים, באמצעות שליחת חשבונות עסקה כקובץ המצורף להודעת דוא"ל (או לנייד במקרה של רכישה בחנות פיזית). שיטה זו היא הדרך המיטבית והנוחה ביותר עבור הצרכן לעשות בחשבונות את השימושים הנדרשים לו במסגרת מימוש זכויותיו הצרכניות. יצירת סטנדרט אחיד של משלוח חשבונות יגביר את השקיפות ויסייע בהשוואת מחירים, יתרום לחיזוק התחרות ולהורדת יוקר המחיה.

לפיכך, מוצע לקבוע כי קמעונאי גדול יחויב להציע מסירה דיגיטלית של חשבונות, אך הצרכן יוכל לבחור אם ברצונו לקבל את החשבונות באופן זה או בנייר. בעסקת מכר מרחוק, יחויב הקמעונאי הגדול במשלוח חשבונות עסקה מפורטת באמצעות קובץ מצורף להודעת דוא"ל באופן מידי, וגם במשלוח חשבונות נייר עם מסירת הטובין שהוזמן, אלא אם כן בחר הצרכן לקבל את החשבונות באחת הדרכים כאמור בלבד.

הצעות חוק זהות הונחו על שולחן הכנסת העשרים וארבע על ידי חבר הכנסת ולדימיר בליאק וקבוצת חברי הכנסת (פ/3180/24) ועל שולחן הכנסת העשרים וחמש על ידי חברת הכנסת אימאן ח'טיב יאסין וקבוצת חברי הכנסת (פ/1225/25).

הצעת החוק לפ/1225/25 ולפיכך לא נבדקה מחדש על ידי הלשכה המשפטית של הכנסת.

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
י' באייר התשפ"ג (01.05.2023)