

הכנסת העשרים וארבע

יוזמים: חברי הכנסת
ולדימיר בליאק
נעמה לזימי
אופיר כץ
צבי האוזר
לימור מגן תלם

3180/24/פ

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – משלוח חשבונית לצרכן בדרך מקוונת), התשפ"ב–2022

1. תיקון סעיף 13ב בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981¹, 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 שיישלח 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."

דבר 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

¹ ס"ח התשמ"א, עמ' 248.

² ס"ח התשע"ד, עמ' 438.

המוצר, המחיר המקורי, את גובה ההנחה ואת המחיר לאחר ההנחה.

למרות שמדובר בזכות בסיסית, לא קיים 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 המקוונות; חיבור ל"איזור האישי" באתר או באמצעות הודעת sms לטלפון הנייד. במקרים הללו, הלקוח נדרש לבצע מגוון רחב של פעולות בשביל להגיע אל החשבונית שלו, כמו למשל להקיש שם משתמש וסיסמא, מעבר בין מבצעים נוספים וניסיונות פיתוי לביצוע רכישות נוספות באמצעות שיווק אגרסיבי. כל אלה יוצרים קושי רב להגיע לחשבונית 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 החשבוניות 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 החשבונית. בדרך זו קל לאנשים רבים לשמור חשבוניות ולאחזר אותן במקרה שנדרשת החלפת מוצר או זיכוי. קבלת חשבוניות דיגיטליות גם ברכישה בחנות תאפשר לצרכנים להשוות מחירים בנחות לכלל הרכישות הקודמות והעתידיות, במיוחד כאשר אפליקציות ייעודיות יאפשרו לקלוט בקלות את המידע האצור בחשבוניות ולהשוותו למחירים של קמעונאים חלופיים. על פי נתוני ארגון אמון הציבור, כבר כעת יש מספר חברות המבקשות לקדם פיתוח אפליקציות כאלה, אשר החסם העיקרי בדרך הוא העדר נגישות מספקת לקובצי החשבוניות הדיגיטליות. אין ספק שתיקון החוק המוצע יפתח אפשרויות אלה ויאפשר לגורמים נוספים להציע ערך מסוג זה לצרכן הישראלי. בחנויות פיזיות לא קיימת חובה לאפשר לצרכן לקבל את החשבוניות באופן דיגיטלי, ולכן רוב הקמעונאים הגדולים אינם מאפשרים זאת, והצרכנים יכולים לקבל רק חשבונית 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 חשבונית עסקה כקובץ המצורף להודעת דוא"ל (או לנייד במקרה של רכישה בחנות פיזית). שיטה זו הינה הדרך המיטבית והנוחה ביותר עבור הצרכן לעשות בחשבונית את השימושים הנדרשים לו במסגרת מימוש זכויותיו הצרכניות. יצירת סטנדרט אחיד של משלוח חשבוניות יגביר את השקיפות ויסייע בהשוואת מחירים, יתרום לחיזוק התחרות ולהורדת יוקר המחיה.

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

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים

והונחה על שולחן הכנסת ביום

כ"ט בשבט התשפ"ב (31.01.2022)