

תוכן עניינים

3	מבוא
4	תכליות דיני הגנת הצרכן
10	עסקה צרכנית מרחוק
11	התכליות הייחודיות של חוק שירותי תעופה
16	הפרשנות של סעיף 6(ה)(1) לחוק שירותי תעופה
20	הפרשנות הראויה – עמדה אישית
22	סיכום
24	רשימה ביבליוגרפית

מבוא

משבר הקורונה העלה לדיון את חובותיהן של חברות תעופה מול ציבור הנוסעים. לאורך משבר הקורונה, הנמשך כבר כשנתיים, חלו מעת לעת הגבלות על טיסות בינלאומיות שאילצו את חברות התעופה לדחות או לבטל לחלוטין טיסות. לקוחות רבים, בארץ ובעולם, מצאו את עצמם בדיונים מול חברת התעופה שממנה רכשו את הכרטיס, בדרישה להשבה של הסכום ששילמו עבור רכישת הכרטיס לטיסה שבוטלה ולתשלום פיצוי בגין עוגמת נפש ונזקים שנגרמו ללקוחות בעקבות ביטול הטיסות. אין ספק כי במקרה שבו הטיסה לא התקיימה בסופו של דבר בשל הגבלות הקורונה, מחויבת חברת התעופה להחזיר את מה ששולם לה על ידי הלקוח. השאלה שניתן לשאול היא, באילו נסיבות חייבת חברת התעופה לשלם גם פיצוי ללקוח מעבר להשבה של מה ששולם.

סעיף 6(א) לחוק שירותי תעופה¹ קובע כי נוסע שהונפק לו כרטיס טיסה ובוטלה הטיסה, יהיה זכאי לקבל ממפעיל הטיסה או ממארגן הטיסה את כל אלו: א. שירותי סיוע. ב. השבת תמורה או כרטיס חלופי, לפי בחירתו של הנוסע. ג. פיצוי כספי כאמור בתוספת הראשונה (הפיצוי שבתוספת נגזר ממרחק הטיסה שבוטלה). אולם סעיף 6(ה)(1) לחוק שירותי תעופה מעניק פטור לחברות תעופה במקרה שבו הטיסה בוטלה בשל נסיבות מיוחדות שלא היו בשליטת חברת התעופה וגם אם חברת התעופה הייתה עושה כל שביכולתה היא לא הייתה יכולה למנוע את ביטול הטיסה בשל אותן הנסיבות. השאלה המתעוררת היא, כיצד יש לפרש את הסעיף, ואימתי יש לקבוע כי חברת התעופה לא הייתה יכולה למנוע את ביטול הטיסה. האם יש להעניק לסעיף פרשנות מצומצמת שלפיה רק במקרים בהם לא הייתה שום היתכנות למניעת ביטול הטיסה יחול הפטור, או שיש לתת פרשנות רחבה יותר לפיה ייתכן שגם במקרים בהם הייתה החברה יכולה למנוע את ביטול הטיסה אלא שהדבר היה כרוך בעלויות רבות ובלתי סבירות גם אז יחול הפטור? בעבודה אראה כי בפסיקות שדנו בפרשנות הסעיף, בעיקר בערכאות נמוכות, יש חוסר אחידות בקשר לפרשנות הראויה לסעיף.

בעבודה אבקש לטעון כי למעשה אין רלוונטיות לשאלת הפרשנות של סעיף 6(ה)(1) לחוק שירותי תעופה, משום שנכון יהיה לבטל אותו לחלוטין. אטען כי סעיף זה מעניק יתרון לחברות התעופה על פני הצרכן, משום שבעוד שחברות התעופה נהנות מהפטור שבסעיף ואינן נדרשות לשלם פיצוי בנסיבות שבהן שבו לא היו יכולות למנוע את ביטול הטיסה, הרי שלצרכן אין פטור מקביל, וככל שהוא יבקש לבטל את העסקה לרכישת כרטיס הטיסה הוא יידרש לשלם דמי ביטול בגין ביטול העסקה (ככל שמדובר בעסקה שבוצעה מרחוק, וכיום רוב העסקאות לרכישת כרטיסי טיסה הן כאלה ומבוצעות באינטרנט). אטען כי דיני הגנת הצרכן, וחוק שירותי תעופה בתוכם, תכליתם הוא לצמצם את פערי הכוחות שיש בין הצרכן הפרטי לבין הפירמות, באמצעות מתן הגנות מיוחדות לצרכן, ומתוך הבנה כי לא מדובר ביחסים חוזיים רגילים בין שני צדדים שווים. על רקע זה אטען כי סעיף 6(ה)(1) לחוק שירותי תעופה, המעניק הטבה לחברות התעופה שאיננה קיימת במקביל אצל ציבור הצרכנים, נראה כבלתי מתאים ויש לבטלו. המשמעות האופרטיבית של המסקנה הזאת היא כי בכל מקרה שבו חברת התעופה היא זאת שמבטלת את הטיסה, היא תחויב בתשלום הפיצוי הסטטוטורי שבחוק, יהיו הנסיבות לביטול הטיסה אשר יהיו. חובת תשלום הפיצוי הסטטוטורי תהפוך להיות חלק מהשיקולים הכלכליים שחברות התעופה צריכות לשקול בעת שהן מחליטות על קיומה של טיסה מסוימת, והן צריכות לקחת בחשבון את הסיכון כי הטיסה תבוטל בשל הגבלות הקורונה וכי הם תידרשנה לשלם את הפיצוי הסטטוטורי, בדיוק כפי שצרכן שרוכש כרטיס טיסה לוקח בחשבון את הסיכון כי הוא לא יוכל להגיע לטיסה בשל הגבלות הקורונה.

¹ חוק שירותי תעופה (פיצוי וסיוע בשל ביטול טיסה או שינוי בתנאיה), תשע"ב-2012. (להלן: "חוק שירותי תעופה").

בפרק הראשון אדון באופן כללי בתכליות של דיני הגנת הצרכן. בפרק השני אדון בקצרה במאפיינים של עסקה מרחוק ובנימוקים להרחבת ההגנה הצרכנית בעסקאות כאלה. בפרק השלישי אדון בתכליות המיוחדות של חוק שירותי תעופה ושל העסקה הצרכנית בתחום שירותי התעופה הבינלאומית. בפרק הרביעי אדון בפרשנות שניתנה בפסיקה לפטור שבסעיף 6(ה)1 לחוק שירותי תעופה, ואראה את חוסר האחידות בפסיקה. בפרק החמישי אציג את דעתי האישית לפיה יש לבטל לחלוטין את סעיף 6(ה)1.

תכליות דיני הגנת הצרכן

ההתפתחות של דיני הגנת הצרכן החלה בשנות השישים של המאה הקודמת, בעקבות התפתחויות שהביאו להתעצמות התופעה הצרכנית, כגון הקמתן וגדילתן של פירמות העוסקות בשיווק, שינוי הרגלים של הציבור שהביא לעלייה בהיקף הצריכה וכדומה². בעקבות ההתפתחויות הללו החלה באותה תקופה לחלחל ההבנה כי יש להגן על ציבור הצרכנים שעומד מול הפירמות הגדולות. הבנה זו התמקדה בפערי הכוחות שישנם בין הפירמות לבין הצרכנים הפרטיים, ובחשש מפני ניצול לרעה של פערי הכוחות בידי הפירמות כנגד הצרכנים.

פערי הכוחות שבין הפירמות לבין הצרכן הפרטי הממוצע באים לידי ביטוי בכל שלביה של העסקה הצרכנית³. הם באים לידי ביטוי בשלב של טרום העסקה. בשלב זה הפערים באים לידי ביטוי בכך שהפירמות מחזיקות במידע רב יותר מזה של הצרכן הממוצע, והן יודעות טוב יותר ממנו אילו מוצרים ושירותים חלופיים ישנם בשוק, מי הן המתחרות שמציעות את החלופות הללו ובאילו מחירים, ומה איכות המוצר או השירות החלופי ביחס למוצר שלהן. לרוב לצרכן הממוצע אין את מלוא המידע הרלוונטי שישנו לפירמות הפועלות בשוק מסוים, ולכן יש חשש כי הוא יקבל החלטה צרכנית בלתי מושכלת שאיננה מבוססת על הערכה נכונה של כל החלופות הצרכניות האפשריות. הפירמות שמודעות לפערי הכוחות הללו, ולחוסר הידע שיש לצרכן בשלב של טרום העסקה, עלולות לנצל זאת כנגדו, ולשכנע אותו להתקשר בעסקה צרכנית שאיננה טובה עבורו, מבחינת המחיר או מבחינת איכות המוצר או השירות. לדוגמה: נציג מכירות של סוכנות ביטוח עשוי לשכנע לקוח פוטנציאלי לרכוש פוליסת ביטוח יקרה יחסית, תוך שהוא מציין בפניו כי זוהי הפוליסה הזולה ביותר שהלקוח יכול להשיג אצל סוכני הביטוח, אך מבלי שהוא מציין בפני הלקוח כי הוא יכול לרכוש פוליסה בתנאים דומים במחיר זול יותר אילו ירכוש ישירות מחברת הביטוח. הלקוח, בשל חוסר הידע שלו בקשר לשוק הביטוח, ישתכנע לרכוש את הפוליסה היקרה תוך שהוא מאמין כי הוא אכן רכש את הפוליסה הטובה ביותר עבורו מבחינת התנאים והמחיר, והוא איננו יודע שלמעשה הוא נוצל לרעה על ידי סוכנות הביטוח בשל חוסר הידע שלו בתחום הביטוח.

פערי הכוחות בין הפירמות לבין הצרכן הפרטי קיימים גם בשלב ההתקשרות בעסקה עצמה. רוב החוזים הצרכניים הם חוזים אחידים, שמאופיינים בכך שהם חוזים שנוסחו מראש על ידי הפירמה עבור שימוש חוזר ונשנה מול כל הלקוחות הפוטנציאליים. חוזים אחידים הם חוזים שמטבעם יש

² אמל ג'אברין, דיני מסחר אלקטרוני צרכני, (2015), בעמ' 77.

³ שם, בעמ' 77-72.