

## ראשי פרקים:

3	מבוא
3	1. סכסוכים צרכניים מהם?
4	1.1 הצדדים לסכסוכים צרכניים והשפעת פערי הכוחות
5	2. המנגנונים הקיימים ליישוב סכסוכים צרכניים
7	3. ההליך החלופי המשופר המוצע
7	3.1 יישוב סכסוכים מקוון מהו?
8	3.2 התאמתו של הליך יישוב סכסוכים מקוון לסכסוכים צרכניים ויתרונותיו
9	3.3 החלופה המשופרת של גיש-בור (MED-ARB) מקוונים
10	4. סיכום ומסקנות

## מבוא:

אחת המהפכות בתחום יישוב סכסוכים, שפרצו עם המהפכה הטכנולוגית, הוא התולדה של מגנון ייחודי ליישוב סכסוכים- יישוב סכסוכים מקוון- ODR. מדבור במגנון שיש בו לתת מענה הולם לסכסוכים צרכניים שמתפרצים ברשת האינטרנטית, כאשר השיטה זכתה לשבחים ונמצאה מתאימה ליישוב סכסוכים צרכניים ברשת, ויישוב סכסוכים צרכניים בכלל. בין היתרונות הרבים והבולטים שהשיטה מציעה, ניתן למנות את הגברת הנגישות לצדק, ההתגברות על המרחק הפיזי של המתדיינים, מהירות ההליכים וגדלת האפשרויות של בעלי המקצוע. כמו כן, עם השנים הוקמו מגנונים משופרים של השיטה, לצורך התמודדות עם האתגרים שהיא הציבה, ביניהם; גישה היברידית של גישור ובוררות (גיש-בור) מקוונים, שיש בו להוביל לפתרון סופי ומחייב ולהתגבר על הכשלים של השיטות השונות ליישוב הסכסוכים כאשר הם מיושמים בנפרד.

במסגרת עבודה זאת אבחן מהם סכסוכים צרכניים, בכלל זה; מאפייני הסכסוך ופערי הכוחות של הצדדים. אדון בגישות הקיימות של יישוב סכסוכים צרכניים וכן בקשיים ותת האכיפה של הסכסוכים הצרכניים בישראל, ובניסיונות של מערכת המשפט הישראלית להתגבר על מכשולים אלו, ולאזן את פערי הכוחות בין הצרכנים לעסקים. בסוף העבודה אדון בהלך של יישוב סכסוכים מקוון, כהליך חלופי מומלץ שמאפשר להתמודד עם האתגרים והחסרונות של הגישות הקיימות לניהול סכסוכים צרכניים, וכן אדון בהליך המשופר של השיטה, הוא ההליך ההיברידי של גיש-בור המקוון, שיש בו לתת מענה הולם ליישוב סכסוכים צרכניים ברשת וסכסוכים צרכניים בכלל.

### 1. סכסוכים צרכניים מהם?

חוק הגנת הצרכן מגדיר "צרכן" כ "מי שקונה נכס או מקבל שירות מעוסק במהלך עיסוקו לשימוש שעיקרו אישי, ביתי או משפחתי" ו"עוסק" כ "מי שמוכר נכס או נותן שירות דרך עיסוק, כולל יצרן".<sup>1</sup> בהתאם לכך, הרי שסכסוכים צרכניים בתוך הקהילה, הם סכסוכים המתגלעים בין צרכנים לבין עסקים, בגין שירות או ממכר אותו הם רוכשים באופן ישיר, בניגוד לרכישה מקוונת באמצעות האינטרנט. מדובר בסכסוכים שהם שכיחים למדי, ונוגעים לעיתים קרובות, לטיב המוצר או השירות, בכלל זה פגם במוצר, איכות המוצר או השירות, הטעיה, תרמית, ניצול מצוקה, וכד'. מרבית הסכסוכים נוגעים לזכויותיהם של הצרכנים, אשר נחשבים לצד החלש בסכסוכים אלו, ומשך דורשים הגנה מפני פעולותיהם של הספקים והעוסקים, אשר נחשבים לצד החזק.

#### 1.1 הצדדים לסכסוכים צרכניים והשפעת פערי הכוחות

סכסוכים צרכניים, ככלל, מאופיינים מטבעם ביחסים של פערי כוחות, כאשר לרוב הצרכנים הינם חלשים, חסרי ניסיון, משאבים וידע, ומהעבר השני ניצבים בעלי העסקים והיצרנים, שלרוב הם בעלי משאבים, כוח כלכלי וניסיון רב. פערי הכוחות האלו, בין הצרכנים לבעלי העסקים, באים לביטוי במספר רבדים; האחד, נחיתות מול העוסקים בשלב גיבוש הנורמה החקיקתית, שתיים, נחיתות בשלב החווי, באמצעות החוזים האחידים שמטיב עם העסקים ונכפה על הצרכנים, ושלישי, נחיתות בשלב מימוש הזכויות כאשר לרוב

<sup>1</sup> חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981, סעי' 1.

הצרכן בוחר לוותר על זכויותיו בשל שיקולים של עלות-תועלת.<sup>2</sup> בהתאם לכך, הרי שפערי הכוחות בין הצדדים, משפיעים לרעה על מעמדם של הצרכנים ועל השוויוניות בין הצדדים, כמו גם על האפשרויות האמיתיות של הצרכנים להרגיש מובטחים ולממש את הזכויות שלהם, במקרה של פגיעה, באמצעות פנייה לבתי המשפט לצורך אכיפת זכויותיהם, דבר שגורר אחריו תת-אכיפה בתחום, כפי שיפורט בפרקים הבאים.<sup>3</sup>

מערכת המשפט הישראלית הכירה בפערי הכוחות העצומים בין הצדדים לסכסוכים צרכניים, כאשר דיני הגנת הצרכן, בכללם חוק הגנת הצרכן (להלן: "החוק"), נחקקו במטרה להגן על הצרכניים מפני ניצול לרעה של העסקים והיצרנים ומתוך ניסיון לאזן את פערי הכוחות בין הצדדים, וזאת באמצעות דרכים שונות, בכלל זה; לעודד את הצרכנים לעמוד על זכויותיהם, קביעת נורמות והטלת חיובים ואיסורים על העוסקים והיצרנים, ועוד.<sup>4</sup> כמו כן, החוק קבע שורה ארוכה של חיובים ואיסורים החלים על היצרנים והעוסקים, ביניהם; איסור הטעיה ומצוקה, איסור הפעלת השפעה בלתי הוגנת, חובת גילויי כלפי הצרכן, בכללה גילויי מדיניות החזרת טובין, אחריות להטעיה, ועוד.<sup>5</sup> בנוסף לחיובים ואיסורים אלו, החוק מאפשר "אכיפה מנהלית" נגד בעלי עסקים, במסגרתה ניתן להטיל התראה מנהלית או עיצומים כספיים על בעלי עסקים במקרים בהם העסקים מפריס את החובות המוטלות עליהם על פי החוק.<sup>6</sup> עוד קובע החוק, כי הפרת החובות והאיסורים החלים על העסקים והיצרנים יש בהם לחייב אותם בפיצויים כלפי הצרכן, כאשר במקרים מסוימים מוסמך בית המשפט לפסוק גם "פיצויים לדוגמא" לטובת הצרכן.<sup>7</sup>

כמו כן ומכוח סעיף 19 ו-19א לחוק, הוקמה הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן, במטרה להגן על הצרכנים ולהגן על זכויותיהם מכוח החוק. גוף נוסף שהוקם לצורך שמירה על זכויות הצרכנים, היא "המועצה הישראלית לצרכנות", שהוקמה בשנת 2008 מכוח חוק<sup>8</sup>, אשר מטרתה לקדם צרכנות נבונה ולהגן על האינטרסים של הצרכנים. מדובר בגוף ששם לו למטרותיו, בין היתר הן; לטפל בתלונות צרכניות נגד עסקים, לייצג את הצרכנים מול בעלי העסקים, לסייע לצרכנים בהגשת תביעות לבית משפט במקרים הנדרשים, בכלל זה תביעות ייצוגיות, ובאופן כללי לפעול לשיפור תהליכי האסדרה והאכיפה של דיני הגנת הצרכן.<sup>9</sup>

אף על פי כן, ועל אף החקיקה שקודמה, פערי הכוחות בין צרכנים לעסקים לא הצליחו להצטמצם, דבר שהוביל לאוזלת יד של המערכת המשפטית הקונבנציונאלית בטיפול ראוי בסכסוכים אלו, כפי שיפורט בפרק הבא.

<sup>2</sup> עידן יהודה "האומנם אין מוצא? על יישוב סכסוכים צרכניים בדרכים חלופיות", **המשפט כא**, 247 (2015), בעמ' 249-250.

<sup>3</sup> שם.

<sup>4</sup> שם, עמ' 248; וגם חוק הגנת הצרכן, לעיל הע"ש 1.

<sup>5</sup> שם, פרק ב'.

<sup>6</sup> שם, פרק ה' 1 לחוק.

<sup>7</sup> שם, סעי' 31 ו-31 א'.

<sup>8</sup> **חוק המועצה הישראלית לצרכנות**, תשס"ח-2008.

<sup>9</sup> [www.consumers.org.il](http://www.consumers.org.il)