



אמון הציבור
לקידום הגינות בעסקים

איכות השירות בענף הסלולר 2017

דו"ח אמון הציבור

יוני 2018

מהפיכה רגולטורית בענף הסלולר

לאורך שנים ענף הסלולר אופיין כאוליגופול שגבה מחירי עתק והיווה סמל לשירות באיכות ירודה



במהלך העשור האחרון נקט משרד התקשורת בשורת צעדים שמטרתם להגביר את איכות השירות בענף ובעיקר את התחרות:

- ✓ הפחתת דמי הקישוריות
- ✓ הוספת מתחרים והגנה עליהם: מפעילים בעלי רשת, מפעילים וירטואליים
- ✓ ביטול חסמי מעבר לקוחות בין החברות (ניוד מספרים מהיר, ביטול הקשירה בין עסקת מכשיר לשירות, הגבלת משך הסכמים ועוד)
- ✓ חיזוק הגנות על הלקוחות: חובת מענה טלפוני מהיר, חובת חסימה של שירותי תוכן, שקיפות בחשבון ובעת שינוי בתנאי תוכנית ועוד



כתוצאה ממהלכים אלה התפתחה בשנים האחרונות תחרות עזה בענף ששינתה אותו ללא הכר - במקביל לירידה החדה במחיר השירות, ניכר שיפור דרמטי באיכות השירות של החברות

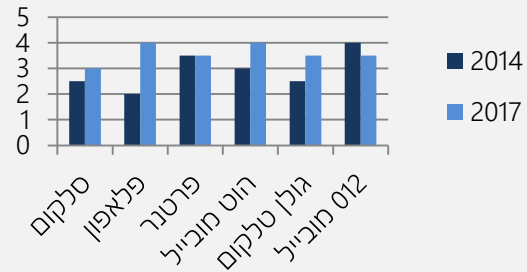


שיפור באיכות השירות לצרכן

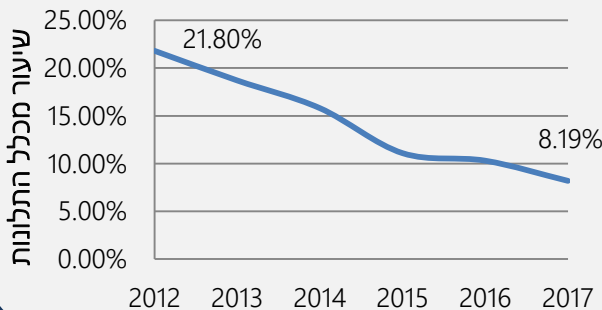
- כל החברות מלבד פרטנר שיפרו את ציון חברת פלאפון הציגה את השיפור המשמעותי ביותר
- מותג 012 מובייל היחיד שירד בציון



הציון הממוצע בדוח משנת 2015 היה 2.9 מתוך 5 בעוד שכיום הוא 3.6



ירידה משמעותית בהיקף התלונות בענף



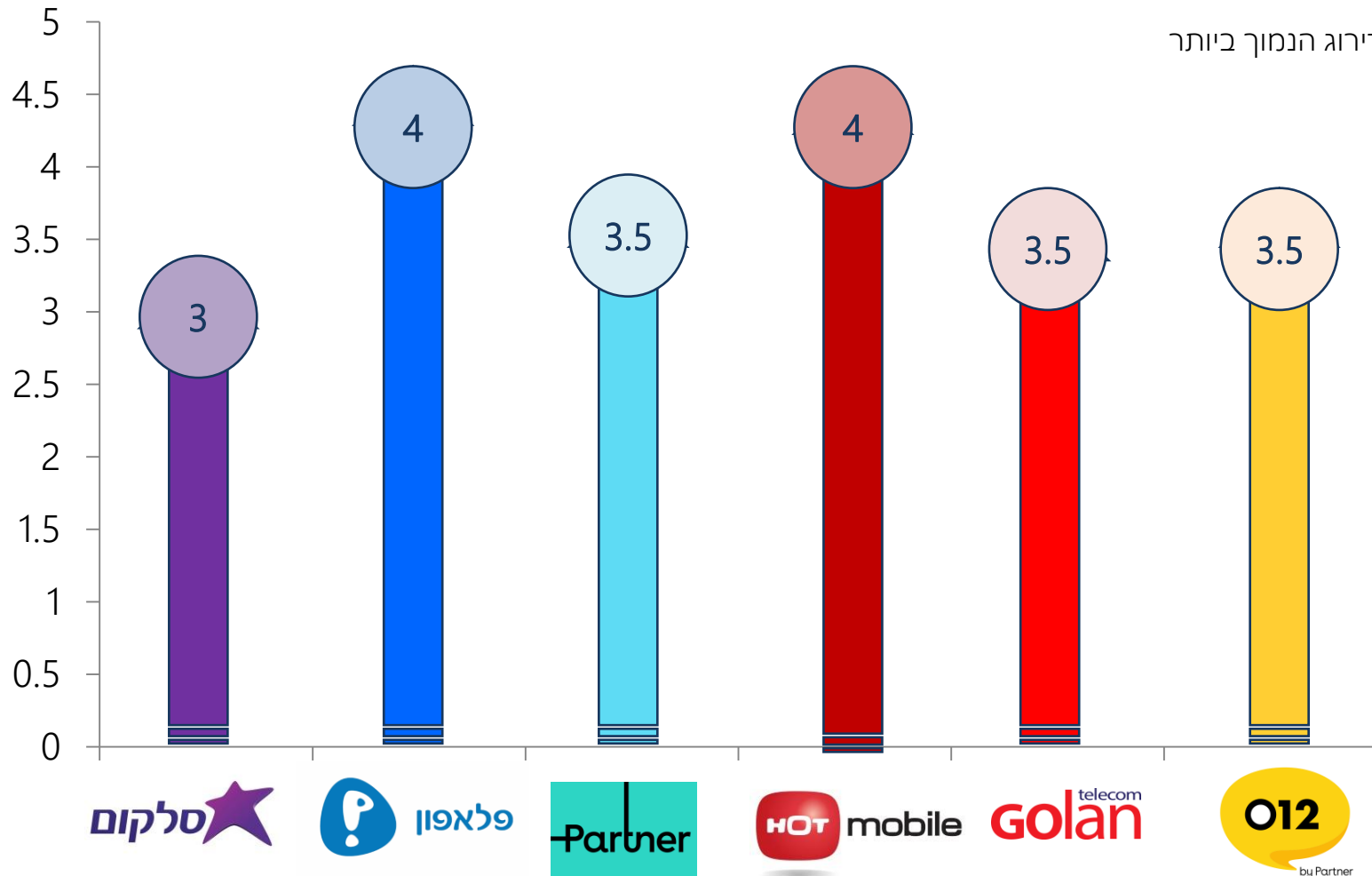
חל שיפור ניכר בטיפול החברות בתלונות וירידה חדה באחוז התלונות המשקפות טענות חמורות








דירוג החברות

5 - הדירוג הגבוה ביותר

1 - הדירוג הנמוך ביותר

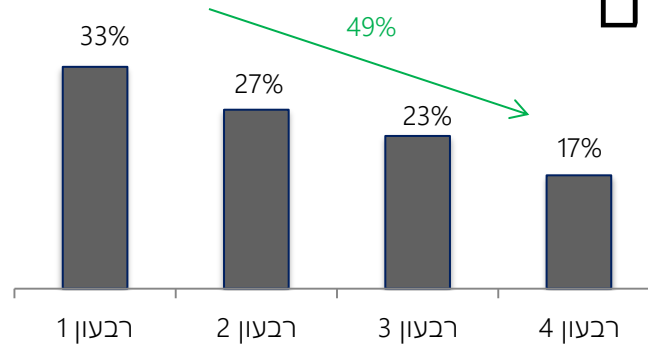


פרמטרים לדירוג החברות

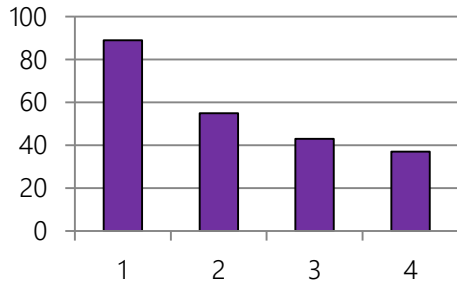
| טיפול מערכתי בתלונות* | בקרת לקוח סמוי | פעולות אכיפה כנגד העסק | תלונות חמורות | איכות טיפול פרטני בתלונות | תלונות ללא מענה | מהירות מענה | חוסר שביעות רצון מטיפול בתלונות | שינוי כמות תלונות ביחס לגודל העסק | |
|---|----------------|------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|-------------|---------------------------------|-----------------------------------|------------|
|  | 3.88 | יש | 5% | 2.79 | 1 | 7.6 | 61% | -59% | סלקום |
|  | 4.56 | יש | 2% | 2.56 | 0 | 5.1 | 54% | -76% | פלאפון |
|  | 5 | יש | 2% | 2.71 | 1 | 13.7 | 29% | -17% | פרטנר |
|  | 4.76 | אין | 2% | 2.61 | 0 | 11.5 | 50% | -31% | הוט מובייל |
|  | 3.92 | אין | 0% | 2.89 | 0 | 8.5 | 67% | -30% | גולן טלקום |
|  | 4.9 | אין | 0% | 2.84 | 0 | 17.2 | 38% | 17% | 012 מובייל |
|  | 4.5 | | 3% | 2.71 | 0.5% | 9.1 | 50% | -33% | ממוצע ענפי |

* פרמטר 'טיפול מערכתי בתלונות' מתייחס לשקלול של מספר פרמטרים: ציון הטיפול הפרטני בתלונות והשוני בין חציוני השנה, מהירות המענה לתלונות והשוני בין חציוני השנה, שינוי בהיקף התלונות באמון הציבור לאורך השנים ובין החציונים, שינוי בהיקף התלונות במשרד התקשורת וניתוח איכותני של אינדיקציות לטיפול מערכתי בתלונות

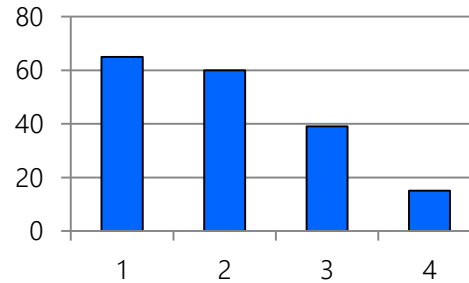
מגמות בהיקף תלונות בחלוקה לרבעונים



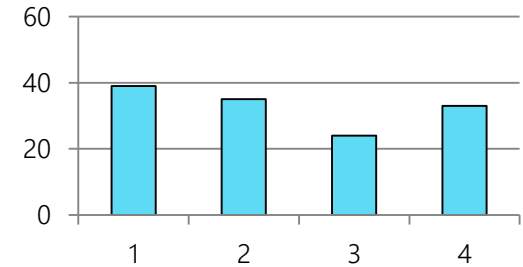
סלקום ↓ 58%



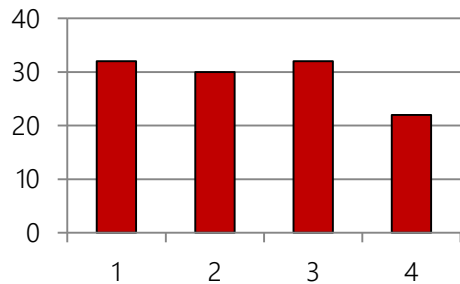
פלאפון ↓ 76%



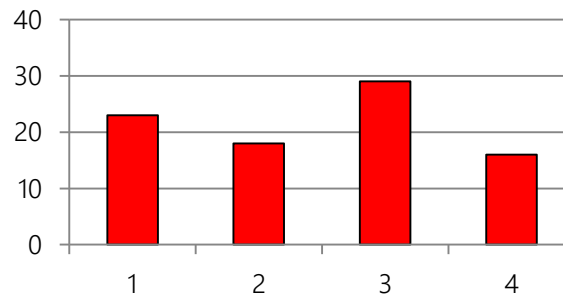
פרטנר ↓ 15%



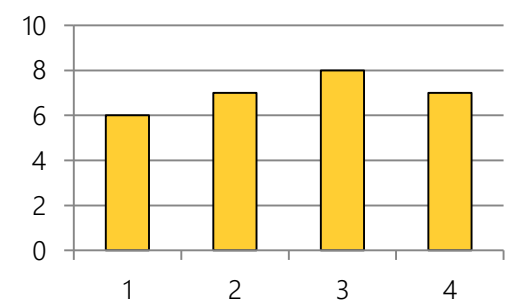
הוט מובייל ↓ 31%



גולן טלקום ↓ 30%

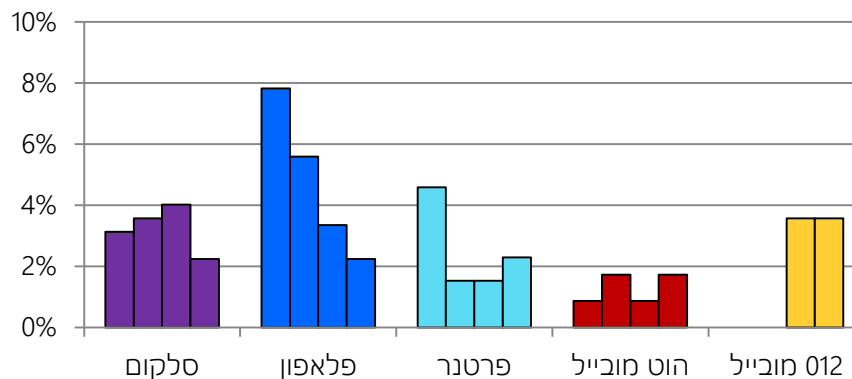
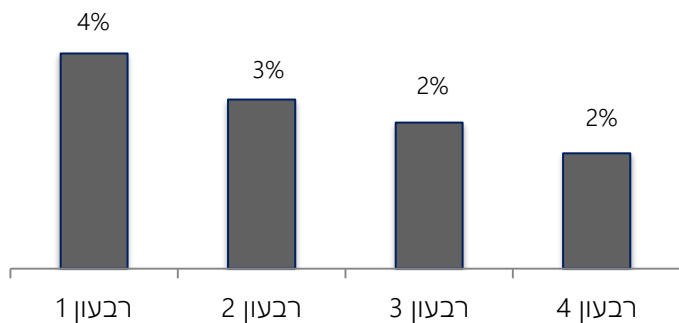


012 מובייל ↑ 17%



* אחוז העלייה/ירידה בהיקף התלונות מייצג את אחוז השינוי מרבעון 1 לרבעון 4

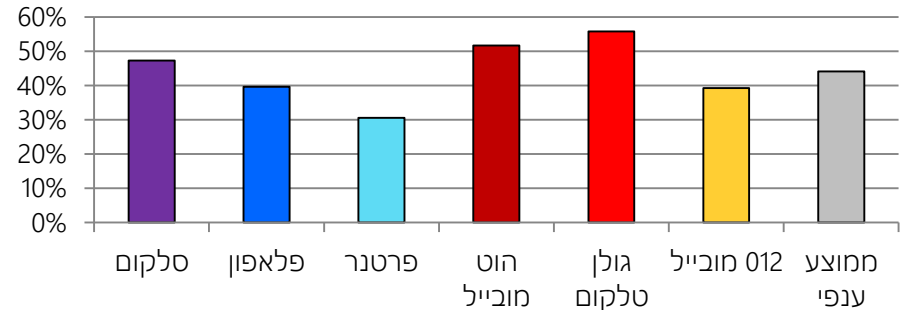
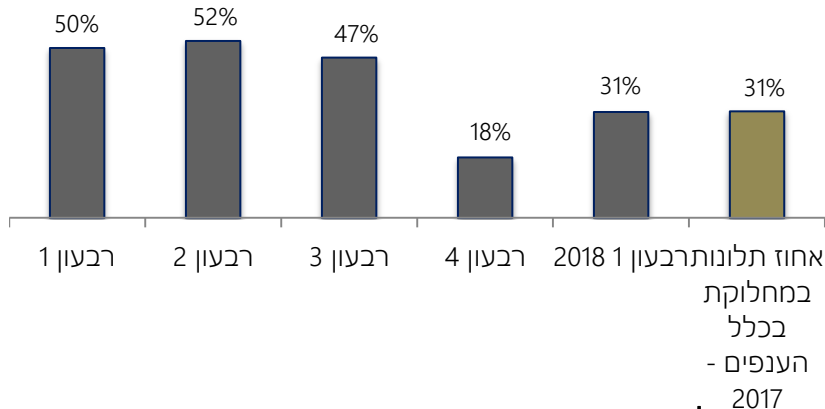
הטיפול בתופעת ציוד קצה "מתנה"



- תופעת ציוד קצה "מתנה" פחתה משמעותית - לאחר שנצרכה בתודעה הציבורית לפני כשנתיים כסמל לעוולה צרכנית, ניכר מאמץ משמעותי של החברות למנוע שימוש של משווקים בהבטחות אלה
 - ציוד קצה "מתנה" – אחד הגורמים למודעות נמוכה של צרכנים למחיר הציוד בעסקאות אלה הוא שהמידע על מחירו מסורבל וקשה לעכוב אחר רכיבים שונים בעסקה
- המלצה לחברות:
- יש להבהיר לנציגי המכירות את הדרישה לשקיפות מלאה וברורה לצרכן
 - מומלץ להימנע מעסקות מורכבות של "חיוב-זיכוי" הידועות כמבלבלות ועמומות
 - במקרים בהם נמצא עדיין מקרה של הבטחת "מתנה" בעסקה בעל פה, לא להסתתר מאחורי חתימה על הסכם ארוך אם אין תיעוד מוקלט וברור להסכמת הצרכן לתשלום על הציוד
- המלצה לצרכן:
- אין מתנות חינם. אם נאמר והובטח על ידי נציג החברה כי מדובר במתנה ללא עלות, אין לחתום על התחייבות בתשלום

תלונות במחלוקת עובדתית

סתירה הנוגעת לפרטי העסקה בין הצרכן לעסק ותיעוד לוקה בחסר של ההסכמות בין הצדדים



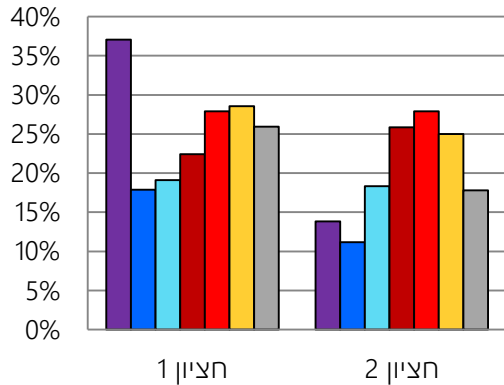
- **חיובים ללא הסכמת לקוח מהוות את מרבית התלונות במחלוקת עובדתית** – זהו הנושא העיקרי שמטריד צרכנים בענף, ומניתוח התלונות ניתן ללמוד כי כי בעיות עם חיובים הן אחד המניעים המרכזיים לניוד בין מפעילי סלולר
- **המצב הרגולטורי** - על פי תנאי הרישיון, על החברות לשמור מסמכים והקלטות הנוגעים לתנאי ההתקשרות עם המנוי עד שנה לסיום תקופת ההתקשרות. בנוסף, הנחיית הרשות להגנת הפרטיות קובעת כי לכל לקוח הזכות לעיין במידע לגביו. קרי, חברות הסלולר נדרשות לאפשר גישה למידע המוקלט לכל לקוח שדורש זאת ההמלצה לחברות:
- יש לשקף לצרכנים את התיעוד הקיים להסכמות ולהציע להעבירו לצרכן במקרי מחלוקת
- יש לתת את הדעת לתיעוד הסכמות בערוצים הדיגיטליים (צ'אט עם נציג, SMS ועוד) ההמלצה לצרכן:
- לא לחתום על מסמך שאינו מובן
- במקרי מחלוקת, דירשו גישה לתיעוד שבידי החברה להסכמות
- כשמדובר בהסכמות טלפוניות, במידה וישנה אפשרות להקליט השיחה הדבר יכול לסייע

נספחים

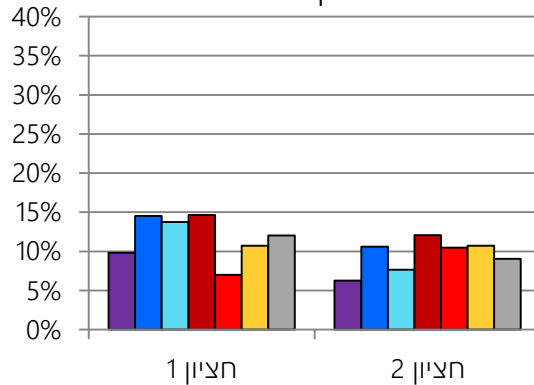
נספח א' - ליקויים מרכזיים בענף נתונים

■ סלקום
■ פלאפון
■ הוט מובייל
■ פרטנר
■ מובייל 012
■ (אחר)

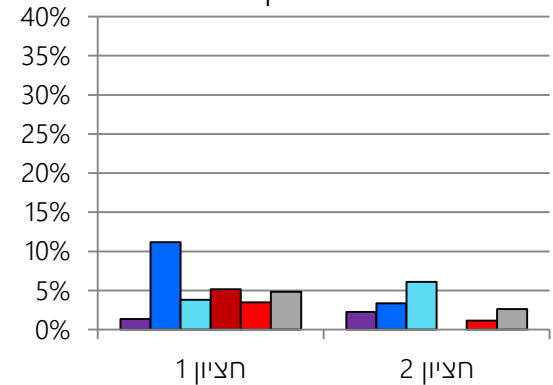
בעיות עם חיובים



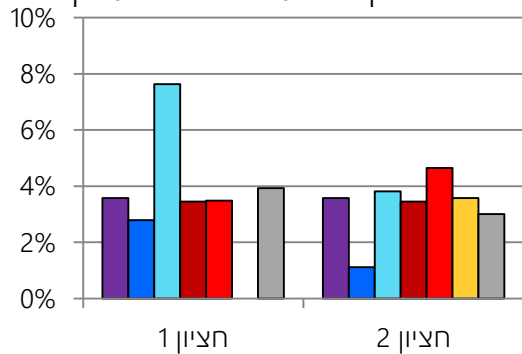
הטעייה ופער בין הבטחה למימוש



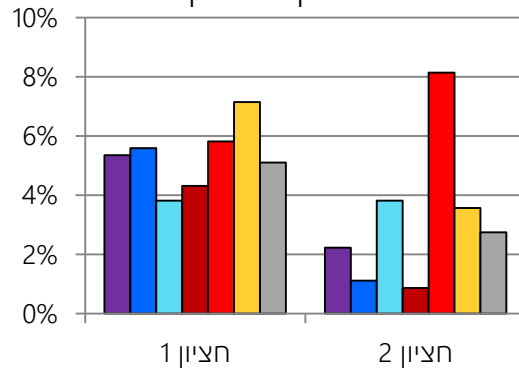
שירות טכני לקוי



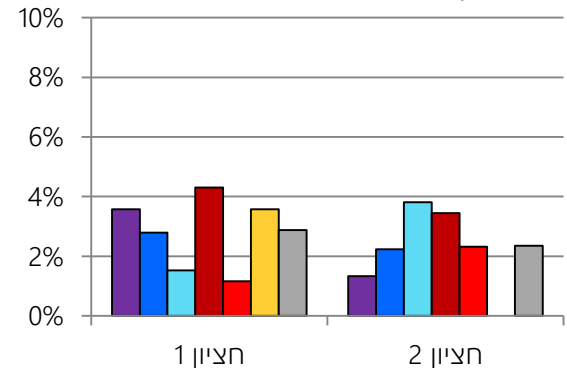
קושי בהתנתקות ובעיות בביטול עסקה



שירות לקוחות לקוי



בעיות בהליכי גבייה



נספח א' - ליקויים מרכזיים בענף בעיות בהליכי גבייה

- ברוב החברות בענף עדיין נצפה שימוש בעייתי בהליכי גבייה - בענף נעשה שימוש רב בהליכי גבייה. ניתוח המקרים שמגיעים לטיפול אמון הציבור מלמד על כשלים בבדיקה של תקינות חובות לפני הוצאתם לגבייה בידי עו"ד חיצוני
- ברוב התלונות שעסקו בהליכי גבייה חיצוניים, נמצא כי מדובר באחד מהמקרים:
 1. חוב המוכחש על ידי הצרכן (טענה לחיוב לא מוצדק או פער בין הבטחה למימוש)
 2. חוב שהצרכן אינו מתכחש לו אבל טוען שכלל לא הובא לידיעתו לפני שיצא לגבייה בידי עו"ד
 3. קושי של הצרכן להגיע להסדר תשלומים עם החברה, שבו הוא יוכל לעמוד

המלצה לחברות:

לקיים מנגנון פיקוח על תקינות דרישות חוב טרם הוצאתן להליכי גבייה חיצוניים (אשר לרוב מובילים לניפוח החוב והסלמת המחלוקת), לחתור להסדרי תשלום מותאמים לצרכן

המלצה לצרכן:

לא להתעלם מקיום החוב, גם אם ישנה מחלוקת על קיום החוב או מה הוא כולל. בפניות לחברה יש לתעד כל פנייה של ניסיון להסדרת החוב, או החלק ממנו שאינו במחלוקת. כדאי לפנות בהקדם האפשרי לקבלת סיוע מאמון הציבור.

נספח א' – ליקויים מרכזיים בענף דמי מעבר בין תכניות - המלצות לאור בקרת לקוח סמוי

- דמי מעבר ועלויות אחרות - גביית חיובים מעבר למחיר החבילה המשוקף לצרכן. העלויות הנוספות הנפוצות הן בגין דמי מעבר בין תכניות שונות בחברה, כרטיס סים והפעלתו ועלויות עבור תשלום בהוראת קבע

המלצה לחברות:

הצגת מכלול העלויות שיחולו על הלקוח באופן נהיר ושקוף, כבר בשלב ההצטרפות

המלצה לצרכן:

בעת מעבר בין חבילות או הצטרפות לחברה, יש לבדוק את מכלול העלויות הנוספות הכרוכות במעבר/הצטרפות

המלצה לרגולטור:

קביעת סטנדרטים ברורים בנוגע לאופן הצגת עמלות, עלויות מעבר וכדומה

נספח ב' – מתודולוגית הדירוג

פרמטרים לדירוג חברות הסלולר

- היקף תלונות ביחס לגודל העסק - בהתייחס לפדיון לשנה במלש"ח ביחס להיקף התלונות בשנה
- שיעור התלונות שלא נענו - אחוזי המענה של העסק לתלונות הנשלחות מטעם אמון הציבור
- שיעור התלונות שלא יושבו לשביעות רצון הצרכן מתוך כלל התלונות שהתקבל בהן מידע מהצרכן אודות שביעות רצונו מהטיפול
- שיעור התלונות שהינן בעלות אופי חמור - טענות המעידות על הפרת חוק מהותית ו/או על כשל שירותי או צרכני בוטה, ו/או טומנות בחובן נזק ממוני או סיכון גדול לצרכן
- בקרת לקוח סמוי באתרי החברות – דמי מעבר בין חבילות ועלויות הצטרפות
- רמת הטיפול הפרטני בתלונות - הציון הממוצע של טיפול העסק בתלונות בהתאם לסיווג איכות הטיפול בתלונה ומידת המוצדקות של התלונה:
 - איכות הטיפול המהותי בתלונה מסווג בהתאם לטיפול ראוי/ לא ראוי/ טיפול חלקי/ היעדר מענה/ מחלוקת עובדתית
 - מוצדקות התלונה: סיווג התלונה כמוצדקת/ לא מוצדקת/ במחלוקת עובדתית/ העדר מענה. מוצדקות התלונה נבחנת בשני היבטים:
 - האם הצטבר בידי הארגון מידע מספק לקבוע עמדה בעניין מוצדקת התלונה
 - המוצדקות לגופה - האם לעמדת הארגון תלונת הצרכן מוצדקת או לא. התלונה נבחנת לאור דרישות הדין ולאור מידע על השלכות בעיתיות ולא הגונות של פרקטיקות עסקיות שאינן הפרה מפורשת של הדין
- שיהוי ביישוב מחלוקות - משך ההמתנה הממוצע למענה לתלונות המתקבלות מהארגון. ימי המענה נספרים מיום שליחת המכתב לעסק, כאשר זמן המענה הנדרש הוא 14 יום. בדו"ח הדירוג משוקללים זמני המענה לכדי זמן מענה ממוצע. במקרה בו לא נתקבל כל מענה מהחברה לאמון הציבור, סווגה התלונה כתלונה בהעדר מענה

נספח ב' – מתודולוגית הדירוג

פרמטרים לדירוג חברות הסלולר

- הטיפול המערכתי בדפוסי ליקוי - באיזו מידה נותן העסק מענה עקרוני להפרות דין או תופעות צרכניות בעייתיות אשר נצפו אצלו, באופן שמפחית את הישנות ההפרות וצמצום התופעות הצרכניות המערכתיות. פרמטר זה נבחן בהתאם למספר קריטריונים:
 - הסתכלות על מגמות בכמות תלונות לאורך השנים 2015,2016,2017
 - מגמות במהירות המענה לתלונות
 - מגמות בציון איכות הטיפול בתלונות
 - נתוני איכותניים אודות אופן הטיפול בתלונות
 - דו"ח משרד התקשורת לשנת 2017 (חשוב לציין כי נלקחו מספר התלונות הכולל לנתח שוק, ולא מספר התלונות המוצדקות לנתח שוק, שכן הגדרות אמון הציבור למוצדקות התלונה שונות בתכלית מהגדרות משרד התקשורת)
- פעולות אכיפה כנגד העסק - מספר פעולות האכיפה כנגד העסק ביחס לגודלו ולמהותיות ההפרה. נעשתה הבחנה בין פעולה מהותית הקשורה בממשקים שבין החברה לצרכן, לבין פעולה בלתי מהותית שנוגעת יותר לעניינים מנהליים או ענייני דיווח מול הרגולטור

נספח ג' – מתודולוגית בקרת לקוח סמוי

דמי מעבר ועלויות הצטרפות

מטרת הבקרה:

1. לבחון את מידת השקיפות של החברות בפרסום המידע בדבר עלויות נוספות שעל הצרכן לשאת בהן ואינן חלק מהמחיר הכולל שהחברה מפרסמת -
 - בהצטרפות הכוונה היא לעלויות הסיים ועלויות הפעלת הסיים (אקטיבציה)
 - במעבר בין חבילות הכוונה היא לעלות דמי המעבר
2. לבחון את השפעת העלויות הנוספות על התשלום הכולל שהצרכן ישלם -
 - דמי מעבר בחבילות קצרות (עד 12 חודשים) - העמסת עלויות נוספות על התשלום החודשי
 - דמי מעבר בחבילות ארוכות (מעל 12 חודשים) - עלות ה"קנס" בניסיון להפחית עלויות
 - הוצאה חד פעמית בהצטרפות בכל החבילות - עלות נוספת על המחיר הגלוי של השירות

מתודולוגיה:

- בכל אחת מהחברות פלאפון, סלקום, פרטנר, הוט מובייל, גולן טלקום ו-012 מובייל דגמנו בין 2-4 תכניות שמפורסמות באתר החברה, המציעות לצרכן להצטרף לתכנית. לגבי כל תכנית דרגנו את הפרמטרים הן לגבי שקיפות המידע והן לגבי השפעת העלויות הנוספות על המחיר הכולל, ובהתאם נתנו לחברה ציון בכל פרמטר. הציון שניתן לכל חברה בכל פרמטר נע בין 1-5, כאשר 5 הוא הציון הטוב ביותר ו-1 הגרוע ביותר, להלן:
- 5 - שקיפות מלאה / אין השפעה על עלויות העסקה
 - 4 - שקיפות סבירה / השפעה שלילית מעטה על עלויות העסקה
 - 3 - שקיפות לוקה בחסר / השפעה שלילית על עלויות העסקה
 - 2 - ממצא שקיפות הדורש תיקון מיידי / השפעה שלילית מהותית על עלויות העסקה
 - 1 - אי עמידה בחוק באשר לשקיפות המידע / השפעה שלילית מהותית מאוד על עלויות העסקה

נספח ג' – מתודולוגית בקרת לקוח סמוי

דמי מעבר ועלויות הצטרפות

משקל הפרמטרים:

- היבט הגילוי הנאות הינו המהותי ביותר לצרכן ובהתאם הפרמטרים של שקיפות קיבלו משקל 80% מסך הציון בבדיקה
- מבין שתי בדיקות השקיפות יש חשיבות רבה יותר מנקודת מבטו של הצרכן לעלויות החד פעמיות בהצטרפות, שכן עלויות אלה הוא ישלם בכל מקרה. עלויות דמי המעבר יחולו רק במקרה של מעבר לתוכנית אחרת בחברה בסיום התוכנית (רלוונטי בעיקר בתוכניות קצרות), או בעת מעבר של הלקוח לתוכנית זולה יותר לפני תום התוכנית (רלוונטי בעיקר בתוכניות ארוכות). על רקע זה, בציון השקיפות ניתן משקל של 70% לציון בעניין עלות ההצטרפות ו- 30% לשקיפות בעניין דמי המעבר

שקיפות המידע בעניין עלות הסיים ועלות האקטיבציה:

- בתכניות שנבדקו אין עלויות סיים ואקטיבציה / המידע בעניין עלויות הסיים והאקטיבציה מופיע בעמוד הראשי של התכנית ובאופן בולט (5)
- המידע בעניין עלויות הסיים והאקטיבציה מופיע בעמוד הראשי של התכנית אך רק אחד הוצג מהם באופן בולט (4)
- הימצאות המידע בעניין עלויות הסיים והאקטיבציה בעמוד הראשי של התכנית אך לא באופן בולט (3)
- הימצאות מידע חלקי בנושא עלויות הסיים והאקטיבציה בעמוד הראשי של התכנית (2)
- אין מידע בעמוד הראשי של התכנית בדבר עלויות הסיים והאקטיבציה (1)

נספח ג' – מתודולוגית בקרת לקוח סמוי

דמי מעבר ועלויות הצטרפות

שקיפות המידע בעניין עלות דמי המעבר:

- בתכניות שנבדקו אין עלות דמי מעבר כלל / המידע בעניין עלות דמי המעבר מופיע בעמוד הראשי של התכנית ובאופן בולט ובנוסף נמצא בתכנית עיקרי העסקה (5)
- הימצאות המידע בעניין עלות דמי המעבר בעמוד הראשי של התכנית אך לא באופן בולט ובנוסף המידע נמצא בתכנית עיקרי העסקה (4)
- המידע בעניין עלות דמי המעבר לא נמצא בעמוד הראשי של התכנית אלא רק בתכנית עיקרי העסקה (3)
- המידע בעניין עלות דמי המעבר לא נמצא בעמוד הראשי של התכנית אלא רק "מוחבא" בתכנית עיקרי העסקה (2)
- המידע בעניין עלות דמי המעבר לא נמצא בעמוד הראשי של התכנית ולא בתכנית עיקרי העסקה (1)

השפעת עלויות ההצטרפות על כדאיות המחיר הכולל:

- אין השפעה כלל (5)
- תוספת של עד 49% לתעריף חודש ראשון – השפעה שלילית מעטה (4)
- תוספת של 50% - 99% לתעריף חודש ראשון – השפעה שלילית (3)
- תוספת של 100% - עד 199% לתעריף חודש ראשון – השפעה שלילית מהותית (2)
- תוספת של מעל 200% לתעריף חודש ראשון – השפעה שלילית מהותית מאוד (1)

נספח ג' – מתודולוגית בקרת לקוח סמוי דמי מעבר ועלויות הצטרפות

השפעת עלות דמי המעבר על תכניות קצרות - העמסת עלויות נוספות על התשלום החודשי:

- אין השפעה כלל (5)
 - עד 5% השפעה – השפעה שלילית מעטה (4)
 - עד 10% השפעה – השפעה שלילית (3)
 - עד 15% השפעה – השפעה שלילית מהותית (2)
 - מעל 15% השפעה – השפעה שלילית מהותית מאוד (1)
- השפעת עלות דמי המעבר על תכניות ארוכות - עלות ה"קנס" בניסיון להפחית עלויות:
- אין השפעה כלל (5)
 - תוספת של עד 49% לתעריף חודש אחד – השפעה שלילית מעטה (4)
 - תוספת של 50% - 99% לתעריף חודש אחד – השפעה שלילית (3)
 - תוספת של 100% - עד 199% לתעריף חודש אחד – השפעה שלילית מהותית (2)
 - תוספת של מעל 200% לתעריף חודש אחד – השפעה שלילית מהותית מאוד (1)

נספח ד' – בקרת לקוח סמוי

ממצאים

| פרמטר | הוט מובייל | סלקום | פרטנר | פלאפון | מובייל 012 | גולן טלקום |
|--|------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------------|
| שקיפות דמי מעבר | שקיפות סבירה (4) | שקיפות לוקה בחסר (2) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות סבירה (4) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות לוקה בחסר (3) |
| השפעת דמי מעבר בסוף עסקה אטרקטיבית יחסית (תוכניות קצרות) | אין השפעה (5) | לא רלוונטי (0) | לא רלוונטי (0) | השפעה שלילית (3) | לא רלוונטי (0) | השפעה שלילית (2) |
| השפעת דמי מעבר במהלך עסקה אטרקטיבית יחסית (תוכניות ארוכות) | אין השפעה (5) | השפעה שלילית (2) | השפעה שלילית (5) | לא רלוונטי (0) | השפעה שלילית (4) | השפעה שלילית מהותית (2) |
| שקיפות עלויות נוספות בהצטרפות | שקיפות מלאה (5) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות מלאה (5) | שקיפות מלאה (5) |
| השפעת עלויות נוספות על כדאיות מחיר מובלט | אין השפעה (5) | השפעה שלילית (4) | השפעה שלילית (5) | השפעה שלילית (5) | אין השפעה (5) | השפעה שלילית מהותית (2) |
| ממוצע כולל | 4.76 | 3.88 | 5 | 4.56 | 4.9 | 3.92 |
| משקל הליקויים המהותיים שנמצאו | 4.8% | 22.4% | 0.0% | 8.8% | 2.0% | 21.6% |

ככלל, ממצאי בדיקה ברוב החברות היו טובים. נמצא קשר בין איכות השקיפות של המידע על ההצטרפות ועל דמי המעבר לבין ההשפעה של עלויות אלה על כדאיות התוכנית: בסלקום וגולן טלקום שבהן נעשה שימוש גבוה יחסית בעלויות נלוות למחיר החודשי הגלוי, גם השקיפות של המידע על דמי המעבר נמצאה לוקה בחסר. ואילו בחברות 012 מובייל, הוט טלקום ופלאפון, שבהן היו עלויות נלוות מעטות, הגילוי של המידע היתה בולט וברור הרבה יותר (בפרטנר לא היו עלויות נלוות כלל)

נספח ה' – טיפול מערכתית בתלונות

ממצאים

| החברה | הערכת איכות הטיפול המערכתית בסוגיות שירות |
|------------|---|
| סלקום | אינדיקציות מעורבות, אך יש מגמת שיפור |
| פלאפון | אינדיקציה לטיפול מערכתית בכל המזדים |
| פרטנר | אינדיקציות מעורבות, אך יש מגמה שלילית |
| הוט מובייל | מגמה מעורבת |
| גולן טלקום | מגמה מעורבת |
| 012 מובייל | אינדיקציה לכשל בטיפול מערכתית בכל המזדים |