

ניצול צרכנים והגנה על זכויות הצרכן של אנשים זקנים בישראל¹

מיכל סגל² ושגית מור³

מטרתו העיקרית של המאמר היא להרחיב ולהעמיק את הידע של גורמים מקצועיים המשרתים צרכנים זקנים, כגון עובדים סוציאליים, מתנדבי **שירות הייעוץ לאזרח הוותיק ומשפחתו** ועובדי סיעוד המגיעים לביקורי בית תקופתיים, בדבר המאפיינים הייחודיים של ניצול צרכני של אנשים אלה. המאמר נחלק לארבעה חלקים. בחלק הראשון מוצג הרקע החברתי והתיאורטי הכולל את אלה: סקירת המאפיינים הבריאותיים והחברתיים הייחודיים של צרכנים זקנים שבינים הסיכון שייפלו קורבן להונאה צרכנית גבוה מזה של צרכנים צעירים; הסבר על ההבניה החברתית השלילית של צרכנים זקנים, הנתפסים בעיני בעלי עסקים ונותני שירותים כקבוצת מטרה להונאות צרכניות וכלכליות. החלק השני מציג את סוגי העסקאות שצרכנים זקנים מעורבים בהם ואת דפוסי הניצול הצרכני המאפיינים עסקאות אלה. החלק השלישי מציג את אמצעי ההגנה העומדים לרשותם של צרכנים זקנים, ביניהם גופים צרכניים (עמותות אמן הציבור, המועצה הישראלית לצרכנות, עמותת המשפט בשירות הזקנה) ורשויות אכיפה האמונים על הגנת זכויותיהם הצרכניות, וסוקר את המידע המצוי בנוגע ליעילותם של גורמים אלה בהגנה על אותן זכויות. בחלק הרביעי מובאות המלצות לשינוי מדיניות, המופנות לגורמים מקצועיים, למעצבי מדיניות ולשחקנים במערכת המשפט, שתכליתן לסייע לצרכנים זקנים להתמודד עם ניצול צרכני ולאפשר להם למצות את זכויותיהם הצרכניות.

מילות מפתח: ניצול צרכני, צרכנים זקנים, נגישות למערכת בתי המשפט, זקנה

- 1 המחברות מבקשות להודות לקוראים האנונימיים על הערותיהם החשובות והמחכימות.
- 2 החוג לעבודה סוציאלית, המכללה האקדמית תל-חי.
- 3 הפקולטה למשפטים, אוניברסיטת חיפה.

ביטחון סוציאלי 109, פברואר 2020: 87-116
נשלח לפרסום ב-23.4.19, התקבל ב-22.10.19

1. מבוא

בזמנים הרלוונטיים למועד החתימה, המנוחים היו זוג קשישים, מעל גיל ה-80, אשר חיו בגפם. המנוחה לא דיברה עברית רהוטה, ואף הייתה כבדת שמיעה, ולצורך הבנת החוזה והשפה המשפטית הכתובה בו, מן הראוי היה לתרגם ולהסביר לה אותו. [...] מדובר באישה קשישה, ועולה בבירור כי עופר [סוכן המכירות] ניצל את ה"מומנטום" בכך שהייתה לבדה בביתה והחתיים אותה על ההסכם. מתמונת הנסיבות עולה כי הנתבעת פעלה בדרכים פסולות, דרכים מחושבות ושיטתיות, תוך ניצול מצוקה וחולשה של התובעת. מדובר בהתקשרות בתנאים אבסורדיים [ת"א (חי') 15617/05 עזבון קלס צילה נ' א.ב. מוקד מדיקל שירותי בריאות ולחצני מצוקה בע"מ, עמ' 4, בנבו, 2001].

ציטוט זה לקוח מפסק הדין במשפט שהתנהל נגד חברת מוקד מדיקל שירותי בריאות ולחצני מצוקה בע"מ, ובו מתוארת הדרך שבה סוכנים מנצלים את גילם ואת בדידותם של אנשים זקנים. סיפורם של הצרכנים הזקנים, כפי שמתואר בפסק הדין, הוא דוגמה אחת מני רבות להקשרים הייחודיים שבהם אנשים זקנים עשויים להיזקק לדיני הגנת הצרכן. אף שדיני הצרכנות חלים על כלל הצרכנים, לרבות אנשים זקנים, ורואים בהם קבוצה פגיעה שיש להגן על זכויותיה, נמצא שצרכנים זקנים הם קבוצה חברתית ייחודית, המועדת ביתר שאת לתרמיות צרכניות וכלכליות. סעיף 19 בדירקטיבה האירופית בדבר נהגים מסחריים בלתי הוגנים, שהתקבלה ב-11 במאי 2005, מציין מאפיינים, כמו גיל, חולשה פיזית או חולשה נפשית, ההופכים צרכנים פגיעים במיוחד לנוכח התנהלות מסחרית לקויה:

Where certain characteristics such as age, physical or mental infirmity or credulity make consumers particularly susceptible to a commercial practice or to the underlying product and the economic behavior only of such consumers is likely to be distorted by the practice in a way that the trader can reasonably foresee [...](Directive 2005/29/EC, 2005)

בדומה לאירופה, גם בישראל נועדו ההגנות שהעמיד המחוקק במסגרת החוק העיקרי המגן על זכויותיהם הצרכניות של צרכנים – חוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (ס"ח 281; להלן: "חוק הגנת הצרכן") – להגן על צרכנים שלתפיסת המחוקק הם צרכנים מוחלשים (זקנים, קטינים ואנשים עם מוגבלויות), ולכן נזקקים להגנות מיוחדות במסגרת החוק, כפי שנרחיב בהמשך.

תופעת הניצול הכלכלי של אנשים זקנים נחקרה בישראל בעיקר בהקשר של ניצול כלכלי בידי בן משפחה, חבר בקהילה או מטפל (גוינט ישראל, 2002; דורון, 2009; לבנשטיין,

איזיקוביץ, בנד וינטרשטיין ואנוש, 2009), ולא בהקשר של ניצול צרכני בידי בעלי עסקים או נותני שירותים.⁴ עם זאת, גורמים מקצועיים המשרתים צרכנים זקנים – עובדים סוציאליים, מתנדבי שירות הייעוץ לאזרח הוותיק ומשפחתו ועובדי סיעוד המגיעים לביקורי בית תקופתיים⁵ – חווים את המציאות היומיומית של אנשים זקנים שרומו בידי בעלי עסקים או נותני שירותים ואת ההשפעה השלילית של תרמית זו על מצבם הבריאותי, הנפשי והכלכלי.

נסקור להלן את הספרות התיאורטית והאמפירית העוסקת בתחום זה, כדי להעמיק ולהרחיב את הידע של גורמים מקצועיים על ההיבטים הייחודיים של תופעת הניצול הצרכני של אנשים זקנים. מטרת המאמר היא לספק לגורמים המקצועיים מעין מורה נבוכים שיסייע להם להבין את הקשיים שעומדים בפניו של צרכנים. מסקנותיו יכללו המלצות לגורמים מקצועיים ולמעצבי מדיניות בדבר הצורך לבנות תוכניות ספציפיות שיותאמו לצורכיהם הייחודיים של צרכנים זקנים ויגדילו את ההגנה על זכויותיהם הצרכניות.

למאמר ארבעה חלקים: החלק הראשון מתמקד בהשפעתם של שינויים קוגניטיביים, מנטליים וחברתיים על צרכנים זקנים ועל התמודדותם עם ניצול צרכני; החלק השני בוחן את מאפייני הניצול הצרכני של אנשים זקנים וסוקר את סוגי העסקאות שהם מעורבים בהן בדרך כלל; החלק השלישי מציג את האמצעים העומדים לרשות הצרכנים הזקנים ורשויות האכיפה לצורך הגנה על זכויותיהם הצרכניות ואת יעילותם של אמצעים אלה; בחלק הרביעי מוצגות בקצרה המלצות על שינוי מדיניות, המופנות לגורמים מקצועיים ולמעצבי מדיניות ואשר תכליתן לסייע לצרכנים זקנים להתמודד עם ניצול צרכני ולמצות את זכויותיהם הצרכניות.

2. השפעת שינויים קוגניטיביים, מנטליים וחברתיים על צרכנים זקנים ועל התמודדותם עם ניצול צרכני

ניצול ממוקד של אנשים זקנים בידי בעלי עסקים ונותני שירותים נובע ממאפיינים הייחודיים לאנשים אלה ומהתפיסות החברתיות באשר לאותם מאפיינים. כך, לדוגמה, בתדריך שפרסם משרד המשפטים האמריקני בנוגע לניצול צרכני של אנשים זקנים צוינו

4 זוהי אחת ההגדרות של ניצול צרכני של אנשים זקנים בידי בעלי עסקים ונותני שירותים: "Illegal or improper use of an elder's funds, property, or assets" (*The national elder abuse incidence study: Final report*, 1998).

5 להלן "הגורמים המקצועיים".

מספר סיבות שבגינן הם עלולים להיפגע מניצול כלכלי יותר מאשר אנשים צעירים, ובהן תפקוד קוגניטיבי ירוד, גיל, בידוד חברתי, פחד ועוד (Johnson, 2014). בחלק זה נסקור את השינויים הקוגניטיביים, המנטליים והחברתיים העשויים להתחולל אצל צרכנים זקנים ואת דרכי הרמייה שנוקטים גופים מסחריים – תופעת הניצול הצרכני שלהם.

שינויים קוגניטיביים ומנטליים בתקופת הזקנה

קוגניציה היא "מכלול התהליכים המנטליים (כגון תפיסה, זיכרון, חשיבה, דימוי) הקשורים ברכישת ידע, בעיבודו, בארגונו ובשימוש בו" (מילון רב מילים, 2019), ותהליכים קוגניטיביים הם תהליכים עצביים הקשורים ברכישת ידע, בעיבודו וביישומו (אייל, 2003).

עם העלייה בגיל גדל הסיכוי ללקות בדמנציה, מחלה שבה נפגעים התפקודים הקוגניטיביים והמנטליים, בין השאר הזיכרון, יכולת החשיבה ועוד.⁶ מעריכים ששכיחות הדמנציה בקרב בני 65 ומעלה עומדת על כ-10%, ובקרב בני 85 ומעלה היא גדלה פי שלושה, ל-30% (משרד הבריאות, 2019). אחת המחלות השכיחות ביותר, העוללות להוביל לדמנציה, היא מחלת האלצהיימר. מגיל 85 ומעלה עולה שכיחותה ב-50% (Luck, Luppá, Briel, & Riedel-Heller, 2010). לכן מטבע הדברים השינויים הקוגניטיביים הכרוכים בדמנציה משמעותיים במיוחד אצל זקנים המשתייכים לקבוצת הזקנים מאוד, מעל גיל 85 (Degnen, 2007),⁷ והם המועדים ביותר ליפול קורבן להונאה צרכנית (Gamble, Boyle, & Lei Yu, 2014; Yoon, 2005). כך, לדוגמה, במחקר שנערך בארצות הברית בשנת 2012 על הונאה צרכנית בקרב אנשים זקנים, כפי שנרחיב בהמשך, נמצא ש-49% מבני ה-80 ומעלה העידו שנפלו קורבן להונאה שכזו (Holtfreter, Reisig, Mears, & Wolfe, 2014).

אחד השינויים הקוגניטיביים הבאים לידי ביטוי אצל אנשים זקנים הוא ירידה בזיכרון על סוגיו השונים.⁸ כשחלה ירידה בזיכרון לטווח ארוך (long term memory), אין האדם הזקן יודע להצביע במדויק על מקור המידע שרכש; למשל: הוא עשוי שלא לזכור אם מקור המידע בכתבה שקרא בעיתון או בשיחה שערך. או, לחלופין, כשבמהלך עסקה צרכנית מעמיסים עליו נתונים רבים בזה אחר זה, הוא מתקשה לזכור אותם ולשאול שאלות הבהרה בנוגע אליהם (Park et al., 1996); כשחלה ירידה בזיכרון האפיזודי (episodic memory), האדם הזקן מתקשה לשחזר חוויות ואירועים שקרו בעברו הקרוב (Nyberg, 1996). (Bäckman, Erngrund, Olofsson, & Nilsson, 1996).

6 מתוך אתר משרד הבריאות.

<https://www.health.gov.il/Subjects/Geriatrics/Dementia/Pages/Background.aspx>

7 נהוגה הבחנה של הגיל הכרונוולוגי בתוך תקופת הזקנה: "זקנים צעירים" (young old), בני 75 ומטה; "זקנים זקנים" (old-old), בני 75 ומעלה; "זקנים מאוד" (very old), בני 85 ומעלה.

8 במאמר זה, כשמדובר באנשים זקנים החווים ירידה קוגניטיבית, הירידה מקושרת למחלות דמנטיות ולא לזקנה כשלעצמה.

אפשר לומר שהשינויים הקוגניטיביים משפיעים בדרכים שונות על קבלת ההחלטות של צרכנים זקנים, שחלה אצלם ירידה בזיכרון ובתפקודים הקוגניטיביים בעקבות מחלות דמנטיות. נמצא קשר בין ירידה קוגניטיבית לבין ירידה באוריינות הפיננסית, ובעקבותיהן גוברת נטייתו של האדם הזקן לחפש מקורות חיצוניים שישיעו לו בניהול כספיו. עוד נמצא קשר בין ירידה בזיכרון האפיזודי לירידה בהתמצאות במספרים, והמשמעות היא שאנשים המתמודדים עם ירידה קוגניטיבית נוטים יותר ליפול קורבן להונאה כספית (Gamble, 2014; Yoon, 2005). במחקר שערך בשנת 2012 בארצות הברית ה-Certified Financial Planners Board of Standards נמצא ש-56% מהלקוחות של יועצים פיננסיים מוסמכים הם אנשים זקנים שהיו קורבנות להונאה כספית, וההפסד הממוצע של אותם אנשים מוערך ב-50,000 דולר לאדם (Senior Financial Exploitations Study, 2012).

כמו כן נמצא שהירידה בזיכרון ובתפקודים הקוגניטיביים משפיעה על יכולתם של אנשים זקנים (בהשוואה לאנשים צעירים) לחפש מידע על המוצר שהם רוכשים, ועלולה לגרום להם להתמהמה בקבלת החלטות בנוגע לרכישתו ולהיתלות במי שמתחזה למומחה (Mata, 2007; Yoon, 2005). זאת ועוד, ירידה בזיכרון יכולה להפוך צרכנים זקנים חשופים יותר למידע מטעה שנמסר להם בניסיון לנצלם. לדוגמה: טכנאי תיקון מוצרי חשמל יכול לנסות לגבות מהצרכן הזקן מחיר מופקע בטענה שזה המחיר שסיכמו עליו מראש. הצרכן הזקן נוטה להאמין לטענה זו יותר מהצרכן הצעיר, ולכן הוא ישלם בסופו של דבר את המחיר המופקע בעבור תיקון המכשיר (Jacoby, Bishara, Hessels, & Toth, 2005). לבסוף, במחקר שנערך במדינת וירג'יניה שבארצות הברית ובחן את מאפייני תופעת הניצול הכלכלי של אנשים זקנים, באמצעות ראיונות עם 71 אנשים זקנים שנוצלו כלכלית, הוצגו מקרים של זקנים עצמאים שנוצלו, משום שבעלי העסקים זיהו אצלם את הירידה בזיכרון (Jackson & Hafemeister, 2010, p. 149).

מלבד השינויים שתוארו לעיל, בתקופת הזקנה קורים גם שינויים מנטליים שעלולים להשפיע על יכולתם של צרכנים זקנים להתמודד עם ניצולם הצרכני. הם מושפעים, יותר מצעירים, ממניפולציות שיווק באמצעות מסרים רגשיים (Mata 2007; Yoon, 2005), וגם בוטחים יותר מצעירים באנשים זרים, כי הם נוטים להבחין פחות ברמזים המעידים על אי אמיונות (Castle et al., 2012). במחקר שערכו פסיכולוגים באוניברסיטת סטנפורד נבחנה ההשפעה של מצבים רגשיים על שיקול דעת של צרכנים ברכישת מוצרים ששווקו בדרכי מרמה דרך השוואה בין אנשים צעירים (בני 30-40) לאנשים זקנים (בני 65-85). במחקר נמצא שהתרגשות וכעס הגבירו את הנכונות של צרכנים זקנים, יותר מזו של צרכנים צעירים, לרכוש מוצרים ששווקו להם בדרכי מרמה (Kircanski et al., 2016). כלומר: המחקר חידד את ההבנה שבמצב של רמייה מכוונת אנשים זקנים נוטים להיות מושפעים ממצבם הנפשי יותר מאשר צעירים.

מצבים חברתיים בתקופת הזקנה

תהליך ההזדקנות מביא עימו התמודדות עם מצבים חברתיים חדשים: פרישה מעבודה והצורך למלא את החלל שנוצר בעקבותיה; התפוגגות הקשרים החברתיים שנוצרו במסגרת העבודה; צמצום המשפחה הגרעינית עם עזיבת הילדים הבוגרים את הקן המשפחתי; הצורך לרקום קשרים חברתיים חדשים; אובדן בני זוג וחברים קרובים; ירידה במצב הבריאות (ליטוויץ, 2003). בהקשר הצרכני, כשאנשים זקנים מבינים שהם נתונים לניצול צרכני, התמיכה החברתית ולחלופין תחושת הבדידות עשויות להשפיע על נכונותם לבקש עזרה (Cross, 2016). כעת נבקש אפוא לבחון היבטים של המצב החברתי בזקנה המשפיעים על ניצולם הצרכני של אנשים זקנים: בדידות, רשת חברתית ותמיכה חברתית.

על פי הסקר החברתי משנת 2017, תחושת הבדידות בקרב אנשים זקנים בישראל נפוצה מזו שבקרב כלל האוכלוסייה, ושיעור האנשים החשים שאין להם על מי לסמוך בעת משבר או מצוקה גבוה בקרב זקנים מזה שבכלל האוכלוסייה (ברודסקי, שנוור וברא, 2017). בין המדינות שהשתתפו בפרויקט SHARE (Survey of Health Ageing and Retirement in Europe)⁹, ישראל מובילה בשיעור האנשים הזקנים החשים בדידות לעיתים קרובות.

בהקשר הצרכני, בדידות עשויה להשפיע על ההסתברות שאנשים זקנים המתגוררים לבד ייחשפו לתרמיות צרכניות וכלכליות (Cross, 2016; Jacoby et al., 2005). זאת ועוד, אנשים זקנים ממעמד סוציו-אקונומי נמוך או כאלה שאינם שולטים בשפה העברית חשים בדידות גדולה יותר (שיוביץ-עזרא, 2011). תמיכה חברתית עשויה להשפיע על התמודדותם של צרכנים זקנים עם ניצולם הצרכני. כך, למשל, תמיכה חברתית מגדילה את יכולתם של אנשים זקנים לפנות בעת מצוקה לגורם שהם יכולים להיעזר בו (רגב, 2011; Segal, Doron, & Mor, 2019). יתר על כן, במחקר על רשתות חברתיות התגלה שככל שהרשת החברתית צפופה וחזקה יותר, כך שיעור מיצוי הזכויות גבוה יותר (Moffitt, 2003).

לסיכום, צרכנים זקנים חווים שינויים מנטליים וחברתיים, ולעיתים גם קוגניטיביים, בשל העלייה בשכיחותן של מחלות מסוימות עם העלייה בגיל, ושינויים אלה יכולים להשפיע על הקלות שבה אפשר לנצל אותם. יתר על כן, ייתכן שקבוצות הצרכנים הזקנים המוחלשות ביותר – ממעמד סוציו-אקונומי נמוך, אינם דוברים עברית, אנשים בודדים או אנשים מגיל 85 ומעלה – יהיו מטרה "קלה" יותר לתרמיות צרכניות מאשר כלל האוכלוסייה הזקנה.

3. היקף תופעת הניצול הצרכני של אנשים זקנים ומאפייניה

כעת נבקש לענות על השאלות האלה: האם בהשוואה לכלל אוכלוסיית הצרכנים צרכנים זקנים הם קבוצת מטרה לתרמיות צרכניות וכלכליות? האם שיעור האנשים הזקנים הנופלים קורבן להונאה צרכנית גבוה משיעורם בכלל האוכלוסייה? מדוע צרכנים זקנים אינם מדווחים על ניצול צרכני?

לאור מאפייניהם הייחודיים של אנשים זקנים ולאור דעות קדומות וסטריאוטיפים הרווחים עליהם בקרב בעלי עסקים ונותני שירותים, הם הופכים קבוצת מטרה לתרמיות צרכניות וכלכליות (Cross, 2016). למשל: במסגרת מחקר שנערך במדינות אריזונה ופלורידה בארצות הברית בשנת 2012 התבצע סקר טלפוני בקרב 1,000 אנשים בני 60 ומעלה כדי לבחון את שכיחות ההונאה הצרכנית בקרבם. 60% מהעונים דיווחו שבשנה שקדמה לעריכת הסקר עברו ניסיון להונאה צרכנית (Holtfreter et al., 2014). זאת ועוד, במחקרים שבחנו הונאה צרכנית בסוגים שונים של עסקאות צרכניות, כמו טלמרקטינג, השקעות ומשחקי מזל, נמצא שאנשים זקנים נוטים ליפול קורבן להונאה צרכנית בתחומים אלה יותר מאנשים צעירים (Cross, 2016; Devvy, Shoshana, & Beals, 2012).

בישראל אין בנמצא מחקרים על היקפה של תופעת הניצול הצרכני של אנשים זקנים, ולכן קשה להעריך את שכיחותה ולהכריע חד-משמעית אם צרכנים זקנים נופלים יותר מצרכנים צעירים קורבן להונאה צרכנית. יש הטוענים ששיעור האנשים הזקנים הנופלים קורבן להונאה צרכנית אף גבוה מהשיעור המשותף במחקרים, משום שמחקרים אלה מתבססים על דיווח של נפגעי ההונאה לרשויות האכיפה, ואילו אנשים זקנים נוטים לדווח על פגיעות כאלה פחות מאנשים צעירים (Cross, 2016; Jackson & Hafemeister, 2010).

לדוגמה: במחקר שנערך באוניברסיטת קורנל נמצא שמספר מקרי ההתעללות באנשים זקנים בניו יורק גבוה פי 24 ממספר המקרים המדווחים לרשויות האכיפה ולשירותי הרווחה (Under the radar: New York State elder abuse prevalence study, final report, 2011), ועל פי מחקר שערך בשנת 2011 ארגון הגמלאים האמריקני (American Association of Retired Persons; AARP), לא דיווחו 75% מהאנשים מעל גיל 55 לרשויות הרלוונטיות, שנפלו קורבן להונאה צרכנית (Pak & Shadel, 2011).

בישראל, בסקר שערך מכון גיאוקרטוגרפיה בשיתוף עם עמותת אמון הציבור, נמצא ששיעור נמוך (37%) מהצרכנים הזקנים שנוצלו בידי בעלי עסקים במהלך עסקה צרכנית דיווחו על כך לגורמים הרלוונטיים – 18% בלבד מהם פנו אל בית העסק, והשאר פנו לגורמים אחרים: המשטרה, ארגונים אזרחיים, בתי המשפט; כ-4% פנו לטיפול של עורך דין (בעיקר בני משפחה שנפגעו מהעסקה המרכזית שהאדם הזקן היה מעורב בה); ורק כ-2% פנו לרשתות החברתיות ולתקשורת (עמותת אמון הציבור, 2015).

אם כך, מדוע אין צרכנים זקנים מדווחים לבני משפחתם ולרשויות הרלוונטיות על הונאה צרכנית? סיבה אחת היא שלעיתים אין הם מבינים שנפלו קורבן להונאה כזו, משום שחסר להם הידע הפיננסי הנדרש (Lazarus, 2016); סיבה אחרת היא מנעד התגובות שלהם לניצולם הצרכני, שבעטיין הם נמנעים מלדווח על כך. אחת התגובות הנפוצות היא האשמה עצמית. במחקרים נמצא שאנשים זקנים שנפלו קורבן לניצול כלכלי מאשימים בכך את עצמם ולא את אנשי המכירות שנקטו כלפיהם שיטות מכירה ושיווק נכלוליות (Cross, 2015, 2016; Debbie & Deem, 2000; Deevy, 2012; Dessin, 2003; Jamie, 2000; Segal et al., 2019). תגובה אחרת שלהם היא בושה וחשש להתגלות לפני בני משפחתם בחולשתם – הם חוששים שבני המשפחה יפגינו כלפיהם יחס פוגע ומזלזל ויפנו לעומתם אצבע מאשימה (סינדרום "האשמת הקורבן"). זאת ועוד, פעמים רבות כשבני המשפחה מגלים שההורה נפל קורבן לניצול צרכני, חל היפוך תפקידים, וההורה הופך להיות "הילד הננזף" (Wallace & Roberson, 2014).

דפוסי ניצול צרכני בעסקאות שבהן מעורבים צרכנים זקנים

כעת נבחן את דפוסי הניצול הצרכני של אנשים זקנים באמצעות הצגה של שיטות מכירה בלתי הוגנות שבעלי עסקים ונותני שירותים נוקטים בעסקאות שונות: רוכלות, מכר מרחוק, מתן שירותי רפואה ושיווק יחידות נופש. לאחר שנציג בקצרה את המאפיינים של כל אחת מהעסקאות, ננסה לבחון את הסיבות לכך שצרכנים זקנים מועדים יותר ליפול קורבן להונאה צרכנית בעסקאות אלה. יש להדגיש שבמסגרת המאמר הנוכחי ההתמקדות היא בהצגת דפוסי הניצול הצרכני ולא בהגדרות המשפטיות של עסקאות אלה.

עסקת רוכלות

טכניקת המכירה המאפיינת את עסקת הרוכלות מכונה "מדלת לדלת". בשיטה זו איש המכירות עובר מבית לבית ומנסה למכור לצרכן מוצרים או שירותים. אנשי מכירות אלה מגיעים לביתו של האיש הזקן ו"מתנחלים" בו, לעיתים לשעות ארוכות, כשהם מפעילים עליו לחצים לא סבירים לרכוש את המוצר, ובכך פוגעים בזכויותיו הכלכליות.

לנוכח מכלול של נסיבות – הימצאותם של צרכנים זקנים בביתם רוב שעות היממה, נכונותם להכניס אליו אנשי מכירות צעירים ואי ידיעת זכויותיהם הצרכניות – עסקת הרוכלות מבחינת בעלי העסקים היא קרקע פורייה לניצול בדידותם ולהפעלת אמצעי לחץ, ובהם איומים עקיפים או ישירים, העמסת מידע ומניפולציה רגשית (Cross, 2016).

יתרה מזאת, לעיתים אנשי המכירות פעילים דווקא במקומות המאוכלסים באנשים זקנים, ומנצלים לרעה את התפיסה החברתית-התרבותית שלהם ולפיה יש לנהוג בנימוס ובהכנסת

אורחים כלפי הפוקדים אותם (דויטש, 2002). ואם לא די בכך, לעיתים הם מתנהגים באופן המרמז שלא יעזבו את בית הזקן, עד שלא יחתום על החוזה המבוקש.

דוגמה לתופעה רחבה של ניצול אנשים זקנים בידי סוכני מכירות המצליחים לגבות מהם מחירים מופרזים במסגרת עסקת רוכלות מובאת בפסק הדין **איזק נ' ג.ק. מערכות מתקדמות לניקוי בע"מ** (ת"ק (חי') 21150-09-09 **איזק נ' ג.ק. מערכות מתקדמות לניקוי בע"מ**, נבו 2009). פסק הדין ניתן בתביעה שהגישה אישה בת 80 שרכשה שואב אבק תמורת 13,100 ש"ח. טענתה העיקרית של התובעת בנימוק רצונה לבטל את העסקה הייתה טענה לגיטימית ולפיה היא סובלת מבעיות בפרקי הידיים, ולכן אין ביכולתה להשתמש בשואב האבק. בפסק הדין מתאר בית המשפט את המניפולציה השיווקית שנקטו נציגי המכירות כלפי התובעת:

השניים הבטיחו לתובעת, אישה כבת 80 אשר קשייה לנוע ניכרים בה, כי השימוש בשואב האבק של הנתבעת יקל עליה ויאפשר לה לשמור את ביתה נקי. התובעת, אשר העידה כי קשה היה לה אף לאחוז מטאטא בשל כאבים בפרקי ידיה, קיבלה את דבריהם והאמינה שאכן תוכל באמצעות שואב האבק, לשמור את ביתה נקי (עמ' 5).

עסקת מכר מרחוק

בעסקת מכר מרחוק (טלמרקטינג) פונים לצרכן באמצעות הטלפון. גם בעסקה מסוג זה אנשי המכירות נוקטים שיטת שיווק אגרסיבית ומניפולציות פסולות כדי למכור את מוצריהם לצרכנים זקנים. שיטת המכירה בעסקה מסוג זה נשענת על "מודל הפיתוי": מפתים את הצרכן לרכוש את המוצרים המוצעים לו דרך מתנה או הנחה גדולה חד-פעמית שאפשר לקבל בעת ביצוע הרכישה בלבד; לחלופין, לעיתים הצרכן מקבל לביתו מוצרים שלא הזמין, והוא מחויב בגינם.

עסקאות טלמרקטינג הן ההטעיות הנפוצות ביותר בארצות הברית (Cross, 2015). בדוח שהפיק משרד המשפטים האמריקני מתוארות פרקטיקות הונאה שנקטות בעסקאות טלמרקטינג שבהן מעורבים צרכנים זקנים: הם מקבלים שיחת טלפון, ובה מודיעים להם שזכו באפשרות לרכוש מוצר יקר בעלות מוזלת מאוד, ומבקשים מהם להעביר תשלום בעבורה; בפועל הם לא מקבלים את מה שהובטח להם או שהם מקבלים מוצר חסר ערך תמורת הסכום ששילמו. נציגי המכירות מתקשרים אליהם שוב ושוב כדי לשכנע אותם לרכוש את מוצריהם. זאת ועוד, הם נמצאים מול דובר שהוא בגדר "נעלם"; אין הם יודעים עם מי הם מדברים מעבר ל"נציג החברה", וייתכן שתקשורת מסוג זה מקילה על אנשי המכירות לרמות אותם, כי קל לאין ערוך לרמות מישהו שלא רואים פנים מול פנים אותו ואת מצוקתו (Johnson, 2014).

בישראל, כ-17% מכלל הפניות שהתקבלו ברשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן בשנים 2013-2011 נגעו, על פי נתוני הרשות, למכר מרחוק ולעסקאות טלפונית (זעירא, 2014). באותו עניין, סקר שערך מכון גיאוקרטוגרפיה העלה ש-9% מכלל הפגיעות שצרכנים זקנים דיווחו עליהן בשנת 2015 היו בתחום המכירות הטלפוניות (עמותת אמון הציבור, 2015). גם סיכום פניות הציבור לשנת 2016 של המשרד לאזרחים ותיקים העלה, ששיעור גבוה מהתלונות שהגיעו למשרד עוסק בניצול צרכנים זקנים באמצעות עסקאות מכר מרחוק (המשרד לאזרחים ותיקים, 2016).

עסקה בתחום שירותי הבריאות

תלונות רבות של צרכנים מצביעות על ליקויים בפעילות ענף זה, ובכלל זה ניצול חולשתם ומצוקתם של אוכלוסיית הקשישים והפעלת מניפולציות שיווקיות פסולות עליהם. הבעיות הצרכניות המרכזיות המאפיינות את הענף נובעות מא-סימטריה בין הצדדים לחוזה. מחד גיסא עומדים עסקים בעלי ידע משפטי, המצוידים במערכת שיווק אגרסיבית, ומאידך גיסא עומד ציבור קשישים, חלש ותלוי, כאשר לרוב נסיבות העסקה הן בעת מצוקה קשה של הקשיש ולעיתים בשעה שהוא מאושפז בבית חולים.

ציטוט זה לקוח מתוך דברי ההסבר להצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – עסקה בעניין רכישת שירותי רפואה דחופה), התשס"ט-2009 (ה"ח 248, 3), והוא מתאר את תופעת הניצול הצרכני של אנשים זקנים הנזקקים לשירותי רפואה דחופים, למשל לחצני מצוקה.

מדוח שפרסמה המועצה הישראלית לצרכנות אפשר ללמוד על היקף התופעה של ניצול אנשים זקנים בהקשר של שיווק שירותי רפואה דחופים. הדוח מציג את דרכי השיווק האגרסיביות שנוקטות החברות המספקות שירותים אלה: סירוב לאפשר לקשישים להתייעץ עם בן משפחה, הפעלת לחץ לחתום על חוזה בו ביום והבטחה שהחתימה אינה מחייבת ושלאפשר להודיע על ביטול העסקה גם לאחר החתימה (המועצה הישראלית לצרכנות, דוח תלונות, 2013).

על פי דוח המועצה הישראלית לצרכנות לשנת 2013 גדל מספר הפניות למועצה בנושא בריאות בשנת 2013 ב-19% לעומת שנת 2012 (המועצה הישראלית לצרכנות, דוח תלונות, 2013). כמו כן מצוין באותו דוח שרוב הפניות הקשורות לשירותי רפואה דחופה הן של אנשים זקנים. גם מדוח פניות הציבור לשנת 2013 של המשרד לאזרחים ותיקים עולה שהבעיות בנושא צרכנות הן בעיקר בתחום לחצני המצוקה (המשרד לאזרחים ותיקים, 2013).

עסקה לרכישת יחידות נופש

בעלי העסקים רואים בצרכנים הזקנים קבוצת מטרה לסוג זה של עסקאות, מכיוון שהם נתפסים כבעלי זמן פנוי ליציאה לנופש וכבעלי הון עצמי שיאפשר להם לרכוש יחידות נופש. בעסקאות מסוג זה, בעסקאות רוכלות וטלמרקטינג, ננקטות שיטות שיווק אגרסיביות (דויטש, 2002, עמ' 292). לעיתים הצרכנים הזקנים רוכשים יחידת נופש שאינה מתאימה לרצונותיהם או לצורכי הבריאות שלהם, ואין הם יכולים לממש את הזכות להשתמש בה, אבל נאלצים לשאת בנטל הכלכלי ולשלם תשלומים חודשיים גבוהים בעבור הוצאות התחזוקה שלה (לינדר-גנץ, 2007).

אם כן, נראה שצרכנים זקנים הם אוכלוסיית יעד להונאות צרכניות בתחומים הרלוונטיים למציאות חייהם: עסקאות רוכלות, עסקאות מכר מרחוק, עסקאות בתחום מתן שירותי רפואה ועסקאות לרכישת יחידות נופש. אפשר לומר שההונאה בעסקאות אלה נשענת על ניצול מכוון של החולשות המאפיינות אוכלוסייה זו, עקב שינויים קוגניטיביים, מנטליים וחברתיים. שינויים אלה יכולים להגדיל את הסיכון של אנשים זקנים ליפול קורבן לניצול צרכני (Cross, 2016).

לדוגמה, בעסקאות טלמרקטינג ורוכלות, אנשי מכירות מנצלים את בדידותם של אנשים זקנים ואת הימצאותם בבית רוב שעות היממה או את מגבלת הניידות שלהם, כדי לרקום עימם קשר אמפתי (באמצעות התעניינות בשלומם ויצירת תחושה של אכפתיות ודאגה מצד איש המכירות). הצרכן הזקן המבקש להפיג את בדידותו עלול להתפתות למתק השפטיים שלהם וליפול ביתר קלות קורבן להונאה צרכנית (Cross, 2016; Dessin, 2003; Jackson & Hafemeister, 2010; Jacoby et al., 2005). זהו דפוס ניצול מכוון, שתועד גם בספרות, וביתר הרחבה במחקר המתאר את הדרך שבה מכשירים אנשי מכירות בארצות הברית לאתר ולהונות צרכנים זקנים בכוונת מכוון (DiLiema, Yon, & Wilber, 2016).

בעסקה בתחום שירותי בריאות מעורבים צרכנים זקנים, הנזקקים יותר לשירותי בריאות כלליים ולעיתים גם לשירותים מיוחדים בשל מצבים רפואיים מורכבים. ואכן שיעור הוצאות הבריאות מתוך כלל ההוצאות גבוה באוכלוסייה הזקנה מזה שבאוכלוסייה הכללית, (ברודסקי ועמיתים, 2017). ייתכן שהגידול בביקוש לשירותי בריאות מגדיל את מספרם של אנשים זקנים שמעורבים בעסקאות אלה. אנשי מכירות מנצלים את חולשתם הבריאותית באמצעות הפעלת מניפולציות רגשיות, למשל הטענה של המוכר שסירוב לרכוש את המוצר יפגע בבריאותו של הצרכן הזקן (Irving Police, 2019).

לבסוף, באשר לעסקאות לרכישת יחידות נופש, צרכנים זקנים שפרשו לגמלאות הם בעלי הון עצמי המאפשר להם לרכוש יחידות נופש, ולכן מעורבים יותר בעסקאות מסוג זה. לעיתים העדר הידע הפיננסי והמשפטי בקרבם עלול להביא להונאה כספית שלהם, כשהנחת המוצא של בעלי העסקים ונותני השירותים היא שאפשר לגרום להם להוציא כספים בקלות ושהסיכוי שהם יבטלו את העסקה או יתקפו אותה בדיעבד נמוך (Dessin, 2003).

בהקשר זה סבר המחוקק שקבוצת הצרכנים הזקנים – יחד עם קבוצות מוחלשות אחרות, כמו קטינים, חסרי ישע ואנשים עם מוגבלות – היא קבוצה חברתית ייחודית הזקוקה להגנה מיוחדת. נסקור להלן את האמצעים העומדים לרשותם ולרשות הגופים הצרכניים ורשויות האכיפה, כדי להגן על זכויותיהם הצרכניות, לאחר שרימו או הונו אותם.

4. אמצעי ההגנה על הזכויות הצרכניות העומדים לרשות הצרכנים הזקנים ורשויות האכיפה

צרכנים זקנים יכולים לנקוט שתי דרכי הגנה עיקריות על זכויותיהם הצרכניות שנפגעו: פנייה לערכאות משפטיות ופנייה לגורמי אכיפה או לגופים האמונים על ההגנה על זכויותיהם.

פנייה לערכאות משפטיות

צרכנים זקנים יכולים להגיש לבתי המשפט תביעה נגד בעלי עסקים או נותני שירותים שניצלו אותם. אבל חסמים שונים מונעים אותם מלעשות זאת.

היכולת של אדם למצות את זכויותיו המוקנות לו בחוק תלויה ביכולתו להשתמש בכלי המשפטי ובכלל זה לפנות לבית המשפט לקבלת סעד (מור, 2016). המחקר בתחום מיצוי הזכויות עוסק בשאלה אם כל מי שזקוק לסיוע במיצוי זכויותיו אכן מקבלו (פז-פוקס, 2009). רמת מיצוי הזכויות של אוכלוסיות ויחידים תלויה במשתנים רבים ומגוונים – אישיים, חברתיים, תרבותיים, פסיכולוגיים וסוציו-אקונומיים – וכן במאפייניה של מערכת המשפט עצמה (אלבשן, 2005; מור, 2016). כך, לדוגמה, גורמים חברתיים עשויים לקבוע אם יתפוס האדם את העוול שנגרם לו כ"בעיה משפטית", שתניע אותו בסופו של התהליך לפעול למיצוי זכויותיו הצרכניות (Albiston & Sandefur, 2013; Felstiner, Abel, & Austin, 1980-1981).

בהקשר הצרכני, ההשקעה הכלכלית הנדרשת מהצרכן לשם הגשת תביעה צרכנית (אובדן ימי עבודה, מימון שכר טרחת עורך דין, תשלום אגרה לבית המשפט) לא תמיד מתיישבת עם עלות המוצר או השירות שרכש (דויטש, 1981). במקרים רבים הצרכן נאלץ להתמודד עם בעל עסק רב עוצמה המסוגל לממן שכר טרחת עורך דין על בסיס מתמשך; לעומת הצרכן, לבעל העסק יש אינטרס לגייס את כל משאביו הכלכליים לדחיית התביעה הצרכנית שהוגשה נגדו או להגעה לפשרה בתיק, כדי לשמר את המוניטין העסקי שלו ולמנוע תביעות צרכניות דומות בעתיד (Genn, 1999). יתרה מזאת, לעיתים קרובות יש לבעל העסק ידע מקצועי ומשפטי בתחום הצרכנות הנובע, בין השאר, מעצם השימוש המרובה שלו במערכת

המשפט ("שחקן חוזר") (בכר וקליין, 2007), ואילו הידע המקצועי של הצרכן בתחום זה דל בהשוואה אליו.

כדי לסייע לצרכנים להתמודד עם הקשיים העומדים לפניהם בבואם להגיש לבתי המשפט תביעה משפטית בתחום הצרכנות, הוקם בית המשפט לתביעות קטנות, שנועד, בין השאר, לסייע לצרכן לממש בדרך זולה ויעילה את זכות הגישה לערכאות (בכר וקליין, 2007, עמ' 332, 334; דויטש, 1981, עמ' 357-358). כדי להסיר את החסם הכרוך בייצוג משפטי, נקבע שההליך המשפטי בבית המשפט לתביעות קטנות יתנהל, ככלל, ללא ייצוג של עורכי דין ושייצוג כאמור יתאפשר "רק ברשות בית המשפט ומטעמים מיוחדים שיירשמו" (סעיף 63א) לחוק בתי המשפט (נוסח משולב) התשמ"ח-1982).

כדי להסיר את החסם הכלכלי הנוגע לאגרות משפט נקבע שהאגרה בבית המשפט לתביעות קטנות תהיה נמוכה מהאגרה הכרוכה בהגשת תביעה לבתי המשפט השלום, המחוזי או העליון. למשל: תביעה לסכום כסף קצוב המוגשת לבית משפט השלום כרוכה בתשלום אגרה בסך 2.5% מהסכום הנתבע כערכו בעת הגשת התובענה ולא פחות מ-758 ש"ח (נכון ליום 1.1.2019). ואילו האגרה הכרוכה בהגשת תביעה לבית המשפט לתביעות קטנות עומדת על 1% מהסכום הנתבע ולא פחות מ-50 ש"ח (אתר השירותים והמידע הממשלתי, 2019). עלות נמוכה זו מגדילה את הכדאיות הכלכלית של הגשת תביעה צרכנית. בשנת 2008 הורחבה סמכותו של בית המשפט לתביעות קטנות, והועלה סכום התביעה המרבי שאפשר להגיש לבית המשפט מ-17,800 ש"ח ל-33,900 ש"ח (צו בתי המשפט (שינוי סכום התביעה בתביעות קטנות), התשס"ח-2008 (ק"ת 6702).¹⁰ בכך חוזק מעמדו כגורם המסייע במימוש זכויות צרכניות.

במחקר שנערך בישראל נמצא, שברובם המכריע של פסקי הדין שפורסמו בתביעות שבהן היו מעורבים צרכנים זקנים פסק בית המשפט לטובתם (סגל, 2018). ממצא זה מתיישב עם ממצאי מחקר קודם, ולפיהם בהליכים משפטיים שבהם מעורבות חברות ביטוח פוסק בית המשפט לתביעות קטנות בשיעור גבוה של המקרים לטובת הצרכן (בכר וקליין, 2007).

עם זאת, הצרכנים אינם ממהרים להגיש תביעות, לבית המשפט בכלל ולבית המשפט לתביעות קטנות בפרט. כך, לדוגמה, במחקר שבחן את עמדותיהם של אנשים זקנים בישראל כלפי מערכת החוק ובתי המשפט התברר, שהם מחזיקים עמדות שליליות כלפיה בכלל, וכלפי נגישות אליה בפרט (סגל, מור והנטמן, 2014). חיזוק לכך אפשר למצוא במחקר אחר שמצא שהתביעות הצרכניות שצרכנים זקנים מגישים לבתי המשפט מעטות ביחס לכלל האוכלוסייה (סגל, 2018).

אם כן, יש להניח שהסבירות שהצרכנים הזקנים ימצו את זכויותיהם הצרכניות באמצעות הגשת תביעה לבית המשפט אינה גבוהה, בעיקר לאור מורכבות ההליכים המשפטיים והימשכותם וכן בשל אי מודעותם לכך שבית המשפט לתביעות קטנות הוקם כדי לסייע לצרכנים להגיש תביעות צרכניות בעלויות נמוכות (סגל, 2018). גם למצב הכלכלי של האוכלוסייה הזקנה בישראל ולשיעור העוני הגבוה בקרבה לעומת כלל האוכלוסייה¹¹ יש השפעה על ההחלטה לשאת בהוצאות הכלכליות הכרוכות בהגשת תביעה צרכנית, אשר יכולה להיות חסם כלכלי המונע את נגישות המערכת למיעוטי הכנסה.

פנייה אל גופים האמונים על ההגנה על זכויות צרכניות

שני הגופים העיקריים שהסמיך אותם המחוקק לטפל בהגנה על זכויותיהם של צרכנים הם המועצה הישראלית לצרכנות והרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן במשרד הכלכלה. החשיבות של הגדרת המעמד המיוחד של גופי הצרכנות משתקפת בדיונים שנערכו לקראת חקיקת חוק הגנת הצרכן בשנת 1980:

אנחנו סבורים שזה לא ייתכן שחוק אשר בא להתיימר להגן על הצרכן לא יקבע כללים ברורים בקשר למעמד ארגוני הצרכנים. החוק הזה מתעלם כלל מהמושג ארגון צרכני: מה הוא? איך הוא רשאי לקום? מה החובות? כל מסכת הבעיות הקשורות בנושא זה. אנחנו חושבים שזה המקום המתאים ביותר שהוא יכלל. זה נושא חיוני גם במערכת היחסים בין יצרנים, סוחרים לבין הצרכן הבודד. [...] אנחנו חושבים שרצוי והכרחי לפעול בכיוון זה (פרוטוקול ישיבה 234 של ועדת הכלכלה, הכנסת התשיעית, בעמ' 7, 1980).

המועצה הישראלית לצרכנות

המועצה פועלת על פי חוק המועצה הישראלית לצרכנות, התשס"ח-2008 (ס"ח 2179). על פי סעיף 1 לחוק היא פועלת "באופן עצמאי, בלא תלות, לטובת הצרכן". תפקידיה הכלליים הם קידום החינוך וההסברה בתחום המשפט הצרכני וייזום הצעות חקיקה בתחום הצרכני (סעיף 2 לחוק המועצה הישראלית לצרכנות). לצד אלה הגדיר המחוקק למועצה שני תפקידים מהותיים שתכליתם לסייע לצרכן לממש את זכויותיו הצרכניות: להגיש בקשה לבית המשפט לאישור תובענה ייצוגית (סעיף 2 לחוק המועצה הישראלית לצרכנות); לייצג תובעים בבית המשפט לתביעות קטנות, אף שההליך המשפטי בבית המשפט לתביעות

11 בישראל, משפחות שבראשן עומדים אנשים בני 65 ומעלה מונות 21% מכלל המשפחות באוכלוסייה, אבל 23% מכלל המשפחות העניות (ברודסקי, שגור ובאר, 2017). זאת ועוד, על פי דוח ה-OECD שיעור העניים מקרב המבוגרים בישראל גבוה מ-20%, בהשוואה למוצע 12.8% בשאר הארצות המתפתחות החברות ב-OECD. OECD (2013), *Pensions at a glance*.

קטנות אמור להתנהל ללא ייצוג של עורכי דין (צו שיפוט בתביעות קטנות (ארגונים מייצגים) התשל"ז-1977 (ק"ת 1161).

לצד אלה מטפלת המועצה הישראלית לצרכנות באופן שוטף בתלונות של צרכנים, ובחלק מהמקרים פונה בשמם לבעלי עסקים שלא במסגרת הליך משפטי. למשל: אם יפנה אליה צרכן זקן בתלונה של תרמית צרכנית, היא תשלח לבעל העסק מכתב ובו דרישה להפסיק לאלתר את מעשה המרמה ולהשיב לצרכן את הכספים שגבו ממנו בניגוד לחוק הגנת הצרכן. אם ייענה בעל העסק לדרישה, בכך יסתיים תהליך מיצוי הזכויות הצרכניות.

הכוח המשמעותי של המועצה הישראלית לצרכנות בהגנה על הצרכן הוא בייזום הליכים משפטיים. למרות זאת, משיקולים תקציביים המועצה ממעטת לעשות זאת. כך, למשל, היא ממעטת בהגשת תובענות ייצוגיות, ובשנים 2009-2012 הגישה שש תביעות ייצוגיות בלבד. החשש העיקרי שלה הוא מפסיקת הוצאות משפט שיושתו עליה אם תידחה תביעתה, משום שהוצאות אלה יקוזזו מתקציבה השנתי (מבקר המדינה, 2013). ובאותו עניין, במחקר שנערך בישראל ובחן את מאפייני ההליכים המשפטיים בתחום הצרכנות שבהם מעורבים צרכנים זקנים נמצא, שברוב המקרים של פסקי הדין שנבדקו (96.8%) ארגוני הצרכנים אינם נוכחים בהליכים אלה (סגל, 2018), אף ששר המשפטים העניק למועצה אישור מיוחד לייצג צרכנים בבית המשפט לתביעות קטנות.

אמנם כדי לקדם את ההגנה על זכויות הצרכן ואת זכות הגישה לערכאות, המועצה מפעילה את פרויקט "תביעות קטנות", שבמסגרתו הצרכן מקבל סיוע בניסוח כתב תביעה לשם הגשתו לבית המשפט לתביעות קטנות (רז-חיימוביץ, 2016), אבל בדוח הפעילות שפרסמה בשנת 2017 צוין שהיא "גיבשה, ניסחה וליוותה 700 תביעות קטנות עבור צרכנים" (המועצה הישראלית לצרכנות – **דוח פעילות לשנת 2017**, עמ' 25, 2018), ואין נתונים על שיעור הצרכנים הזקנים מכלל הצרכנים שסייעה להם המועצה.

ייתכן גם שצרכנים זקנים אינם מודעים לקיומם של ארגוני צרכנים שאפשר לפנות אליהם במקרה של הפרת הזכויות הצרכניות. חיזוק להשערה זו אפשר למצוא בדוח הני"ל שפרסמה המועצה, ועל פיו רק 8% מכלל הפונים למועצה הם בני 65 ומעלה,¹² וכן גם בסקר שערכה עמותת אמון הציבור (2015), שבו נמצא ששיעור נמוך (18%) מהצרכנים הזקנים שנוצלו בידי בעלי עסקים דיווחו על כך לגורמים הרלוונטיים, ובהם ארגונים אזרחיים; ועוד חיזוק נמצא במחקר אחר ולפיו הצרכנים הזקנים אינם מודעים לקיומם של גורמים שאפשר לפנות אליהם במקרה של ניצול צרכני (סגל, 2018).

12 לעומת זאת, 55% מהפניות הן של צרכנים בני 18-39, ו-37% מהפניות של צרכנים בני 40-64. להרחבה ראו המועצה הישראלית לצרכנות, דוח פעילות לשנת 2017. (2017). http://www.consumers.org.il/files/2017/moatza_2017.pdf

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

עם חקיקת חוק הגנת הצרכן ב-1981, הוקמה בתוך משרד התעשייה והמסחר דאז הרשות להגנת הצרכן, כדי לטפל בכל הכרוך בהגנה על זכויות הצרכן. כיום הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן נמצאת באחריות משרד הכלכלה. יש לה תפקיד חשוב בחינוך, בהסברה ובהפצת הידע הרלוונטי להגנה על זכויותיהם של צרכנים. זאת ועוד, יש לה מעמד של רשות עצמאית ולעומד בראשה מוקנות סמכויות רחבות, וביניהן הסמכות לאכוף את חוק הגנת הצרכן, הכוללת חקירה ותפיסת מסמכים, והסמכות לקבל מבעלי העסקים התחייבות מגובה בערבות כספית להימנע מעבירת צרכנות. הצרכן יכול להגיש לרשות תלונה על ניצול צרכני¹³, ולרשות עומדות שתי דרכי אכיפה עיקריות של חוק הגנת הצרכן: פלילית ומנהלית (הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן, 2019).

אכיפה פלילית

סעיף 23 לחוק הגנת הצרכן קובע אילו הם הסעיפים בחוק שהפרתם יכולה לגרור הטלת עונש. כך, למשל, הטעיית הצרכן וניצול מצוקתו נכללים ברשימת ההוראות העונשיות שהפרתן עלולה להטיל על העוסק קנס או מאסר של שנה. כדי להגן בעיקר על זכויותיהם של צרכנים זקנים, החמיר המחוקק את הענישה בעבירות המכוונות כלפיהם. למשל: בעל עסק המפר את הוראות החוק, בנוגע לעסקה מתמשכת בתחום שירותי הבריאות ולעסקת רוכלות (עסקאות שבהן מעורבים על פי רוב צרכנים זקנים), דינו קנס גבוה פי שבעה מן הקנס הנקוב בסעיף 61(א)(2) לחוק העונשין התשל"ז-1977 (נכון ל-3 בפברואר 2019 גובה הקנס בסעיף זה הוא 14,400 ש"ח). בדרך זו הביע המחוקק את רצונו למנוע מהחברות המעניקות שירותי רפואה דחופים לנצל את חולשתם של צרכנים זקנים הנזקקים לשירותים אלה.

דוגמה אחרת בהקשר זה עולה מקביעת המחוקק בחוק הגנת הצרכן, ולפיה עבירה צרכנית המכוונת אל קבוצת הצרכנים הזקנים היא עבירה בנסיבות מחמירות, שבעקבותיה הוחמר העונש הקבוע בחוק על מקרים שבהם "העבירה נעברה או הייתה מכוונת כלפי קשישים" (סעיף 23א לחוק הגנת הצרכן).

13 אפשר להגיש תלונה דרך אתר הרשות. להרחבה ראו אתר הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן (2019), פנייה לרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן.
https://www.gov.il/he/service/filing_a_complaint_to_fair_trade_authority.

אכיפה מנהלית

כדי לאכוף ביעילות את חוקי הגנת הצרכן, נכנס לתוקף ב-1 בינואר 2015 תיקון 39, הגברת סמכויות האכיפה המנהליות של הממונה על הגנת הצרכן (חוק הגנת הצרכן (תיקון מס' 39), התשע"ד-2014, ס"ח 622). אחת ממטרותיו היא להרתיע עוסקים מביצוע עבירות צרכנות כלפי צרכנים זקנים. במסגרת התיקון הורחבו תחומי האכיפה של הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן, וכעת היא יכולה לנקוט עיצומים כספיים כבדי משקל (7,000-45,000 ש"ח) ולמצות את הדין עם העוסק המפר את הוראות החוק.

גובה הקנס מדגיש את חומרת העבירה בעיני המחוקק; למשל: לרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן סמכות להטיל על בעל עסק, שהוא תאגיד, עיצום כספי בגובה 45,000 ש"ח, אם "התקשר עם הצרכן לתקופה העולה על שנה, בעסקה מתמשכת בעניין שירותי רפואה שהיא עסקה לתקופה קצובה" (סעיף 22ג(ב)(12) להגנת הצרכן), או להטיל על בעל עסק עיצום כספי בסך 25,000 ש"ח, אם החוזה למתן שירותי רפואה בעסקה מתמשכת לא נכתב בשפה העברית או בשפה שבה המידע נמסר לצרכן או אם טופס הגילוי הנאות לא נמסר לצרכן; בעסקאות מסוג זה מעורבים בעיקר צרכנים זקנים. התיקון לחוק ביקש להתמודד עם הקושי לאכוף את חוק הגנת הצרכן במישור האזרחי באמצעות הרחבת האפשרות הנתונה בידי הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן להטיל עיצומים כספיים גבוהים, כדי להרתיע עוסקים מלהפר את החוק.

במהלך השנים מתח מבקר המדינה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן ביקורת נוקבת בשל מדיניות של תת-אכיפה פלילית של חוק הגנת הצרכן. על פי נתונים שהתפרסמו בדוח מבקר המדינה לשנת 2013 היה שיעור האכיפה הפלילית בשנים 2010-2012 זעום, ושיעור גבוה מהעבירות שבגינן הוגשו כתבי אישום, ובעיקר בנוגע ל"חובת הצגת מחירים על טובין והמחיר המחייב", הן עבירות צרכניות "קלות". זאת ועוד, מכיוון שרוב הקנסות המנהליים שהוטלו היו נמוכים, האכיפה המנהלית אינה מרתיעה את בעלי העסקים (מבקר המדינה, 2013).

קשה למצוא נתונים אמפיריים על היקף פעילות הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן בנושא הגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים. כך, לדוגמה, בדוחות שהגישה הרשות בשנים 2011-2018 אין מידע על מספר התלונות שבהן מתועד גיל המתלוננים או מידע המאפשר לחשב את שיעור התלונות של צרכנים זקנים מכלל התלונות המוגשות לרשות.¹⁴

14 דוחות מפורסמים באתר הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן.
https://www.gov.il/he/departments/publications/reports/pfta_annual_reports

גופים אחרים

יש עוד ארגונים הפועלים ללא כוונת רווח לקידום זכויות הצרכנים הזקנים. אחד מהם הוא עמותת **אמון הציבור**, ארגון ללא כוונת רווח שהוקם בשנת 2006 כדי לקדם תחרות הוגנת בין עסקים והתנהלות הוגנת של בעלי עסקים ולחזק את האכיפה. בחומר המפורסם באתר האינטרנט של העמותה אין אזכור של שיעור הצרכנים הזקנים הפונים לעמותה בבקשה למתן עזרה מתוך כלל הפונים אליה (אמון הציבור, 2019).

ארגון אחר הוא **המשפט בשירות הזקנה**, עמותה הפועלת לקידום ההגנה על זכויותיהם הצרכניות, בין השאר, של אנשים זקנים (עמותת המשפט בשירות הזקנה, 2019). העמותה פרסמה דוח מקיף על פעילותה בשנים 2002-2012. הדוח סוקר את פעילות העמותה בהגנה על אנשים זקנים מפני ניצול כלכלי, בעיקר מידי בני משפחה או מטפלים, ואין נתונים באשר לפניות אליה בנוגע לניצול צרכני של בעלי עסקים או נותני שירותים (שם, 2012). עם זאת, לפי הנתונים המפורסמים באתר העמותה, היא עסקה בעבר בהעלאת מודעות בקרב צרכנים זקנים להסכמים בלתי חוקיים בתחום לחצני מצוקה ושירותים רפואיים, ומעניקה להם סיוע וידע משפטי בנוגע לניצול והונאה בידי חברות עסקיות.

אפשרות אחרת המוצעת לנפגעי ניצול צרכני היא פנייה לייצוג משפטי בחינם של משרד המשפטים, בהתאם לחוק הסיוע המשפטי, התשל"ב-1972 (ס"ח 95). עם זאת, דוח סיכום הפעילות של הסיוע המשפטי לשנים 2016-2017 עוסק בעיקר בייצוג משפטי של אנשים זקנים בנושא אפוטרופסות וכשרות משפטיות, ואין הוא מתייחס כלל לייצוג משפטי של אנשים זקנים בתחום הצרכנות. זאת ועוד, ייצוג משפטי בחינם מטעם המדינה ניתן רק לאלה שעברו את מבחן הזכאות הכלכלית של הסיוע המשפטי.¹⁵

לסיכום, נראה שלגופים הצרכניים תפקיד חשוב בהגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים, באמצעות הכלים האזרחיים והפיליליים העומדים לרשותם, וכן בהעלאת מודעות בקרבם בנוגע לזכויותיהם הצרכניות ובפיתוח תוכניות מניעה וחינוך צרכני לאוכלוסייה הזקנה. עם זאת, למרות ריבוי הגופים הצרכניים נראה שצרכנים זקנים שנחשפו להונאה צרכנית אינם תופסים אותם כגופים ש"טבעי" שיטפלו במקרים אלה. הסיבה לכך מנקודת מבטנו היא שצרכנים זקנים אינם יודעים על הגופים הצרכניים האמונים על ההגנה על זכויותיהם הצרכניות.

¹⁵ "בחינת גובה ההכנסה של מגיש הבקשה ומשפחתו. יחיד או משפחה עד שלוש נפשות שגובה הכנסתם עד 67% מהשכר הממוצע במשק (השכר הממוצע במשק עומד כיום על 10,581 ש"ח). לכל נפש נוספת יש תוספת של 6%. בענייני מעמד אישי לא נבדקת הכנסת בן או בת זוג." אוחזר מאתר הסיוע המשפטי https://www.gov.il/he/service/legal_aid_application

5. סיכום והמלצות לשינוי מדיניות

בכל הנוגע למאפייניהם של צרכנים זקנים ולהשפעתם על היבטים צרכניים התמונה הנגלית לעינינו היא שכבוצה חברתית מובחנת הם קבוצת מטרה לניצול ולמעשי מרמה בתחום הצרכנות. מעשים אלה נעשים לא באקראי, אלא בכוונת מכוון, מתוך מודעות למאפייני החולשה הייחודיים של קבוצה זו: ירידה ביכולות פיזיות וקוגניטיביות והתמודדות עם הקשרים חברתיים מיוחדים, המקשות עליהם להתמודד עם פגיעה צרכנית.

לאור הגידול בשיעור האוכלוסייה הזקנה בקרב כלל האוכלוסייה (ברודסקי ועמיתים, 2017), סביר שיגדל גם מספרם של הצרכנים הזקנים שיהיו מטרה להונאות צרכניות. זאת ועוד, הניסיון שצוברים בעלי העסקים ונותני השירותים מאפשר להם לשכלל את יכולתם להונות צרכנים זקנים בשני היבטים: התמחות באיתורם ושכלול שיטות השיווק והמכירה שנוקטים כדי לרמות אותם; הרחבת הידע המשפטי שלהם בעקבות השתתפותם בהליכים משפטיים שבהם מעורבים צרכנים זקנים.

בה בעת צרכנים זקנים שנגרם להם עוול צרכני יכולים למצות את זכויותיהם בדרכים מגוונות: הגשת תביעה לבית המשפט בתחום הצרכנות וגם פנייה לגופים הצרכניים ולגורמי אכיפה. עם זאת, כפי שעולה מהסקירה במאמר הנוכחי, יעילותם של גורמים אלה בהגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים מוטלת בספק.

לאור האמור לעיל נבקש להציג בפרק זה המלצות לשינוי מדיניות בשתי זירות: הזירה של קהילת הצרכנים הזקנים, שבנוגע אליה ניתנות המלצות לגורמים מקצועיים ולגופים הצרכניים היכולים לסייע לצרכנים זקנים להתמודד עם ניצולם הצרכני ולמצות את זכויותיהם; הזירה המשפטית, שבנוגע אליה ניתנות המלצות למערכת המשפטית בדבר ניהול הליכים משפטיים שבהם מעורבים צרכנים זקנים.

קהילת הצרכנים הזקנים

חינוך צרכני – בניית תוכניות למניעת ניצול צרכני ולהטמעת ידע צרכני בקרב צרכנים זקנים והכשרת גורמים מקצועיים העומדים בקשר עימם

על קובעי המדיניות הציבורית להקצות משאבים לפיתוח תוכניות המיועדות לגורמים מקצועיים העומדים בקשר עם צרכנים זקנים, כדי להכשירם בשני מישורים: המישור האחד הוא זיהוי סימנים המעידים על ניצול צרכני. בהקשר זה חשוב גם להתייחס למאפיינים מסוימים של צרכנים זקנים, כמו בידוד חברתי, גיל (בעיקר 80 ומעלה) ומצב סוציו-אקונומי, העלולים לסמן אותם כמטרה "קלה" יותר לניצול צרכני. המישור האחר הוא מניעה – הכשרת הגורמים המקצועיים בתחום ההגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים, כדי שיוכלו להקנות להם את הידע הנדרש ולסייע להם להימנע מניצול צרכני.

מלבד מתן מידע משפטי פורמלי באשר להגנות על צרכנים בכלל ועל צרכנים זקנים בפרט, המצויות בחוק הגנת הצרכן, תוכניות חינוך שמטרתן מניעת ניצול צרכני של האוכלוסייה הזקנה צריכות לספק כלים אחרים למיצוי ולמימוש זכויותיהם הצרכניות של צרכנים זקנים, כולל כלי התמודדות עם חסמים רגשיים המונעים מהם לעשות זאת. בהקשר זה ראוי לשלב בתוכניות כאלה מפגשים עם איש מקצוע, שיסייע לצרכנים זקנים לרכוש את הכלים הנדרשים להתמודדות עם תגובותיהם לניצול צרכני – בושה והאשמה עצמית.

עוד רצוי במסגרת תוכניות אלה להעמיק את הידע של הצרכנים הזקנים על מערכת בתי המשפט בכלל, ועל בית המשפט לתביעות קטנות בפרט, וללמדם את ההליכים הכרוכים בהגשת תביעה משפטית. ראוי גם להעמיק את היכרותם עם השחקנים המרכזיים במערכת בתי המשפט. בהקשר זה אפשר לערוך סיור בבית המשפט שיכלול היכרות עם הצוות המקצועי, החל בנציגי השירות וכלה בשופטים, כדי לשכך את חששותיהם מההליכים המשפטיים ולשנות את תפיסתם את בית המשפט כמקום מנוכר ומאיים (בן-אליעזר ודורון, 2011; סגל, 2018).

תמיכה בקבלת החלטות צרכניות גם היא כלי שראוי לפתח בעידן זה של שינויים בתחום הכשרות המשפטית. בשנת 2016 תוקן חוק הכשרות המשפטית והאפורטרופסות, התשכ"ה-1965, ונוסף לו מנגנון תמיכה בקבלת החלטות כחלופה לאפורטרופסות. בלב מנגנון זה נמצא הרעיון של מינוי תומך בקבלת החלטות שיסייע לאדם הזקן באיסוף המידע ובעיבודו, בקבלת החלטה ובמימושה (טולוב וקנטר, 2014). על הכשרתם של תומכים בקבלת החלטות לכלול התוודעות למורכבות המאפיינת את התחום הכלכלי והצרכני ולהיותם של אנשים זקנים מטרה קלה להונאות צרכניות ומתן כלים לסייע בידם לקבל החלטות צרכניות מושכלות. לצד זאת יש לבחון פיתוח של הכשרת תומכים ייעודיים בתחום של קבלת החלטות כלכליות ובכלל זה החלטות צרכניות.

מיפוי צרכיה של קבוצת הצרכנים הזקנים וניהול מאגר נתונים של תלונותיהם

כפי שעולה ממאמר זה, בעלי העסקים ונותני השירותים תופסים את קבוצת הצרכנים הזקנים כקבוצת יעד להונאות צרכניות, ואולם לרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן אין נתונים על שיעור האנשים הזקנים מתוך כלל המתלוננים הפונים אליה. לכן כדי לעמוד על היקף תופעת הניצול הצרכני של אנשים זקנים ולהבין את צורכיהם הייחודיים, על הרשות ועל המועצה הישראלית לצרכנות צריכות למפות את הפונים אליהן בתלונות בנושא צרכנות, ולאסוף נתונים על גיל הפונה, על נושא התביעה ועל זהות בעל העסק.

המיפוי יאפשר לגורמים הרלוונטיים לזהות את הנטייה לפשיעה חוזרת של בעלי העסקים ונותני השירותים כלפי צרכנים זקנים, ובהתאם לכך להגדיל את הפיקוח על אלה הרואים בקבוצת הצרכנים הזקנים קבוצת מטרה להונאות צרכניות, ובמידת הצורך להגביר את השימוש בכלי האכיפה העומדים לרשותם.

עוד ראוי, לתפיסתנו, שהמועצה הישראלית לצרכנות והרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן יתייחסו אל קבוצת הצרכנים הזקנים כקבוצה בעלת מאפיינים ייחודיים. לשם כך עליהן להשתמש במאגר הנתונים על תלונות של צרכנים זקנים, שייבנה כפי שהוצע לעיל, כדי להבין את התופעה ולבנות תוכניות לחינוך ומניעה בתחום הצרכנות שיותאמו לצרכיה הייחודיים של האוכלוסייה הזקנה. כך יתאפשר לספק לצרכנים הזקנים מידע באשר לזכויותיהם הצרכניות ולצייד אותם בכלים הנדרשים להתמודדות עם ניצול צרכני.

כמו כן יש לחבר בין כל הגורמים העוסקים בהגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים באמצעות גוף מתכלל שיקיף גורמים מדיסציפלינות שונות. משימותיו יהיו למגר את התופעה של ניצול צרכני של אנשים זקנים, להגביר את שיתוף הפעולה בין הגורמים השונים ואת שיתוף הידע שבידם באשר למצבם של צרכנים זקנים ולייעל את הטיפול המשפטי במקרים של הפרת זכויות צרכניות ולספק לצרכנים זקנים את התמיכה הנדרשת בעת התמודדותם עם ניצול צרכני.

הזירה המשפטית

לאור המחקרים שהוצגו במסגרת מאמר זה, ולפיהם אנשים זקנים תופסים את מערכת בתי המשפט כמאיימת וכבלתי נגישה ומחזיקים כלפיה עמדות שליליות, בפרט בנוגע לנגישות אליה (סגל ועמיתים, 2014), ראוי שההליכים המשפטיים יותאמו לצרכנים זקנים ולמאפייניהם הייחודיים. החסמים שהם פוגשים עשויים להיות מסוגים שונים: חסמי גישה, חסמים הנוגעים ליכולת השימוש בכלי המשפטי וחסמים מהותיים הנוגעים לתוכנם של הכללים המשפטיים (מור, 2016, עמ' 55-56). מכאן נגזרות ההמלצות האלה:

- (1) חסם הגישה המרכזי המונע מצרכנים זקנים להגיש תביעה הוא גובה האגרות. אגרות המשפט הן חסם כלכלי הסוגר את המערכת מפני מיעוטי הכנסה (רבין, 2001). לאור המידע באשר למצב הכלכלי של צרכנים זקנים מומלץ אפוא להעניק פטור מאגרה לאזרחים ותיקים המקבלים קצבת השלמת הכנסה.
- (2) בהתאם למסקנות המחקר שבחן את חווייתם של אנשים זקנים במפגש עם בתי המשפט, מומלץ להכשיר מתנדבים שיפעלו בהנחיית בית המשפט כדי לסייע לצרכנים זקנים להתמודד עם חששם מההליכים המשפטיים ולהגיש תביעה משפטית בתחום הצרכנות (בן-אליעזר ודורון, 2011; סגל, 2018).
- (3) במקרים המתאימים ראוי שבית המשפט ישקול לנתב סכסוכים צרכניים שבהם מעורבים אנשים זקנים להליכים חלופיים, כמו הליכי גישור (דורון והלפרין, 2010). בהחלטה לעבור מערוץ משפטי לערוץ של גישור יש להתחשב ברצונם ובכונותם של צרכנים זקנים להשתתף בהליך מסוג זה, במידת תרומתו לרווחתם הנפשית של נפגעי תרמית צרכנית ובמידת הפשיעה החוזרת של בעלי העסקים המעורבים בתביעה המשפטית. כלומר: אם מדובר בעברייני צרכנות המנצלים שוב ושוב צרכנים זקנים,

הליך הגישור אינו יכול להחליף הליכים משפטיים, לאור החשיבות לנקוט אמצעים שיפגעו במוניטין שלהם וירתיעו בעלי עסקים אחרים ממעשי מרמה.

4) במישור הכללי המהותיים על בתי המשפט לפרש את חוק הגנת הצרכן באופן ההולם את תכלית החקיקה. לכן במקרים המגיעים לדיון בבית המשפט עליו להפעיל כלפי בעלי העסקים קריטריונים מחמירים, ולשים את הדגש על פרקטיקות המכירה הפסולות שנקטו ולא על מצבו המנטלי של הצרכן הזקן. למרות השינויים הקוגניטיביים והמנטליים בתקופת הזקנה ולמרות המצב החברתי של התמעטות הקשרים החברתיים, לעיתים עד כדי בדידות, והשפעתם על הצרכן הזקן, על הדיון להתמקד בהתנהגותם של העוברים על החוק, בזיהוי דפוסי הניצול הצרכני של אנשים זקנים ובמניעת ניצול זה.

לסיכום: החברה הישראלית נמצאת בתהליך של שינוי, גדילה והזדקנות. אוכלוסיית הזקנים (גיל 65 ומעלה) במדינת ישראל גדלה מאוד מאז שנת 1995, אז מנו 4.8% מכלל האוכלוסייה במדינה, ונכון לסוף שנת 2016 הם מונים 11.3% (ברודסקי ועמיתים, 2017). אנו מקוות שקובעי המדיניות לא יתעלמו מצרכיה של האוכלוסייה הזקנה, יקצו משאבים לפיתוח תוכניות מניעה וחינוך העוסקות בניצול כלכלי של צרכנים זקנים ויתאימו את המערכת המשפטית לצורכיהם הייחודיים, כפי שתואר במאמר זה. והיטיב לתאר זאת הסופר סמי מיכאל: "אני סוקר את השלט 'מפני שיבה תקום', שנתלה על קירות הכרמלית שחיברה את העיר התחתית בחיפה עם הכרמל, ולימים התנוסס באוטובוסים בכל הארץ. אפשר שחלק מהחברה הישראלית הטמיע את האמירה הזאת, אך מוסדות המדינה, למן הכנסת והממשלה ועד המערכת הפיננסית, האם אכן קמים מפני שיבה?"

מקורות

אייל, נ' (2003). כוח הידיעה וחולשת הזיכרון – קוגניציה וזקנה. בתוך א' רוזין (עורך), **הזדקנות וזיקנה בישראל** (עמ' 409-466). ירושלים: אשל – האגודה לתכנון ופיתוח שירותים למען הזקן בישראל.

אלבשן, י' (2005). **זרים במשפט – נגישות לצדק חברתי בישראל**. תל-אביב: הקיבוץ המאוחד.

אתר אמון הציבור (2019). אוחזר מ-

emun.org/?gclid=EAIaIQobChMI3enlldjc4wIVi-J3Ch26mA8vEAAYASAAEgKt6PD_BwE

אתר הסיוע המשפטי (2019). אוחזר מ-

gov.il/he/service/legal_aid_application

בן-אליעזר, א' ודורון, י' (2011). חווייתם של זקנים במפגש עם בתי המשפט. **גרונטולוגיה**, לח(1), 71-89.

בכר, ש' וקליין, א' (2007). פרדוקס הייצוג בבית המשפט לתביעות קטנות? על תביעות ביטוח, פערי כוחות וכף רגלו של השופט. **הפרקליט**, נ, 327-401.

ברודסקי, ג', שנוור, י' ובאר, ו' (2017). **קשישים בישראל שנתון סטטיסטי 2017**. אוחר מ-
brookdale.jdc.org.il/wp-content/uploads/2018/12/shnaton-2017.pdf

גוינט ישראל, אשל (2002). **דוח הוועדה לבחינת הצרכים בתחום המניעה והטיפול בהתעללות בזקנים, ניצולם והזנחתם**. ירושלים: אשל – האגודה לתכנון ופיתוח שירותים למען הזקן בישראל.

עמותת המשפט בשירות הזקנה. (2012). **דוח העשור: דוח זכויות הזקנים בישראל – דוח העשור הראשון 2002-2012**: הישגים ואתגרים. אוחר מ-
elderlaw.org.il

דויטש, ס' (1981). בית המשפט לתביעות קטנות כמגן הצרכן. **עיוני משפט**, ת, 345-381.

דויטש, א' (2002). **מעמד הצרכן במשפט**. שריגים-ליאון: נבו.

דורון, י' (2009). על הקשר בין ניצול כלכלי של זקנים ובין הכשרה מקצועית. **דורות**, 116, 33-32.

דורון, י' והלפרין, ד' (2010). "אפשר גם אחרת": גישור כחלופה ליישוב סכסוכים בזקנה, **מחקרי משפט**, כו, 489-463.

המועצה הישראלית לצרכנות (2013). **דו"ח תלונות לשנת 2013**. אוחר מ-
www.consumers.org.il/files/2014/complaints_report_2013.docx.

המועצה הישראלית לצרכנות (2018). **דוח פעילות שנת לשנת 2017**. אוחר מ-
consumers.org.il/files/2017/moatza_2017.pdf

המשרד לאזרחים ותיקים (2013). **סיכום פניות הציבור לשנת 2013**. אוחר מ-
<https://tinyurl.com/sn9dbpy>

המשרד לאזרחים ותיקים (2016). **סיכום פניות הציבור לשנת 2016**. אוחר מ-
<https://tinyurl.com/svdouoo>

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון) – עסקה בעניין רכישת שירותי רפואה דחופה), התשס"ט-
2009 (ה"ח 248, 3).

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן. (2019). **פנייה לרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן**. אוחר מ-
מ-

gov.il/he/service/filing_a_complaint_to_fair_trade_authority.

זעירא, ג' (2014). **תכניות במדינות שונות להגברת הביטחון האישי של קשישים מפני פשיעה מצד אנשים הזרים להם**. ירושלים: הכנסת, מרכז המחקר והמידע. אוחר מ-
knesset.gov.il/mmm/data/pdf/m03405.pdf

חוק בתי המשפט (נוסח משולב) התשמ"ח-1982, ס"ח 2010.

חוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (ס"ח 281).

חוק הגנת הצרכן (תיקון מס' 39), התשע"ד-2014, ס"ח 622.

חוק המועצה הישראלית לצרכנות, התשס"ח-2008, ס"ח 2179.

חוק הסיוע המשפטי, התשל"ב-1972, ס"ח 62.

חוק הכשרות המשפטית והאפטרופסות, התשכ"ה-1965, ס"ח 380.

חוק העונשין התשל"ז-1977, ס"ח 226.

טולוב, י', קנטר, א' (2014). של מי החיים שלי? המאבק להשבת האוטונומיה והכשרות המשפטית לאנשים עם מוגבלויות. **מעשי משפט**, ו, 45-65.

ינאי, א' וגרב, ש' (2012). צדק מאחה: סוגיות בהיוועדות קטין עובר חוק עם נפגע העבירה, **חברה ורווחה**, (2)32, 261-277.

לבנשטיין, א', איזיקוביץ, צ' ובנד וינטרשטיין, ט' ואנוש, ג' (2009). הסקר הארצי הראשון בתחום התעללות בזקנים והזנחתם, כמסד נתונים וכמנוף לשינוי. **גרונטולוגיה**, (3-2)36, 16-36.

לוי-וינריב, א' (2014). עוקץ הקשישים: הסיפור מאחורי קריסת בית ההשקעות אקזיט. **גלובס** (18.5.14). אוחר מ-
globes.co.il/news/article.aspx?did=1000939129

ליטווין, ה' (2003). הזקן והחברה בישראל: מערכות תמיכה חברתיות. בתוך א' רוזין (עורך), **הזדקנות וזקנה בישראל** (עמ' 640-660). ירושלים: אשל – האגודה לתכנון ופיתוח שירותים למען הזקן בישראל.

לינדר-גנץ ר' (2007). עוקץ 5 כוכבים. **הארץ** (15.3.07). אוחר מ-
haaretz.co.il/misc/1.1394657.

מבקר המדינה. (2013). **דוח שנתי 64א**. אוחר מ-
mevaker.gov.il/he/Reports/Pages/113.aspx

מור, ש' (2016). משפט נגיש לכול: הזכות לנגישות ונגישות למשפט – ביקורת מוגבלות. **חוקים**, ח, 15-83.

מילון רב מילים (2019). אוחזר מ-

ravmilim.co.il/haerr.asp

משרד הבריאות (2019). **מהי דמנציה**. אוחזר מ-

health.gov.il/Subjects/Geriatrics/Dementia/Pages/Background.aspx

פז-פוקס, א' (2009). מדוע זכויות עלי-ספר נשארות עלי-ספר? נגישות לזכויות חברתיות – רקע תיאורטי. בתוך ג' גל ומ' אייזנשטדט (עורכים), **נגישות לצדק חברתי בישראל** (עמ' 29-78). ירושלים: מרכז טאוב.

צו בתי המשפט (שינוי סכום התביעה בתביעות קטנות), התשס"ח-2008 (ק"ת 6702).

צו שיפוט בתביעות קטנות (ארגונים מייצגים), התשל"ז-1977 (ק"ת 1161).

סגל, מ', מור, ש' והנטמן ש' (2014). עמדותיהם של זקנים כלפי מערכת החוק ובתי המשפט במדינת ישראל: סוגיות בנגישות, אמון וגילנות. **גרונטולוגיה וגריאטריה, מא(3)**, 51-70.

סגל, מ' (2018). **חוק הגנת הצרכן התשמ"א-1981 וההגנה על זכויותיהם הצרכניות של אנשים זקנים** (חיבור לשם קבלת תואר "דוקטור לפילוסופיה"). חיפה: אוניברסיטת חיפה.

סגל-רייך, מ' ושינדלר, מ' (2015). אפקט הפרפר: מפרקטיקה של אפטרופסות בזקנה אל קבלת החלטות נתמכת באמצעות עריכת דין לשינוי חברתי. **מעשי משפט, ז**, 129-147.

עמותת אמון הציבור (2015). **ארץ אוכלת קשישיה**. אוחזר מ-

haaretz.com/st/inter/Global/magazine/Haaretz/Emun_Azibur_1.15/index.html

עמותת המשפט בשירות הזקנה (2019). אוחזר מ-

elderlaw.org.il

פרוטוקול ישיבה 234 של ועדת הכלכלה, הכנסת ה-9, עמ' 7 (11.5.1980).

רבין, י' (2001). זכות הגישה לערכאות – מזכות רגילה לזכות חוקתית. **המשפט, ה**, 217-233.

רגב, ע' (2011). טוב שכן קרוב מאח רחוק: קשרים חברתיים בגיל מבוגר. **הגיל החדש, 11**, 8-11.

רז-חיימוביץ, מ' (2016). תביעות קטנות דרך המועצה לצרכנות: פיצויים ב-1.15 מיליון ש"ח. **גלובס** (10.2.16). אוחזר מ-

<https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001102157>

שויביץ-עזרא, ש'ד (2011). בדידות לעת זקנה: בחינת התופעה בישראל ובארצות הברית. **חברה ורווחה, לא(1)**, 91-111.

- ת"א (חי) 15617/05 עזבון קלס צילה נ' א.ב. מוקד מדיקל שירותי בריאות ולחצני מצוקה בע"מ (פורסם בנבו, 5.9.2001).
- ת"ק (חי) 21150-09-09 איזק נ' ג.ק. מערכות מתקדמות לניקוי בע"מ (פורסם בנבו, 15.12.2009).
- Albiston, C. & Sandefur, R. (2013). Expanding the empirical study of access to justice. *Wisconsin Law Review*, 101-120.
- Castle, E., Eisenberger, N. I., Seeman, T. E., Moons, W. G., Boggero, I. A., Grinblatt, M. S., & Taylora, S. E. (2012). Neural and behavioral bases of age differences in perceptions of trust. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States*, 109(51), 20848-20852.
doi:10.1073/pnas.1218518109.
- Cross, C. (2015). No laughing matter: Blaming the victim of online fraud. *International Review of Victimology*, 21(2), 187-204.
doi:10.1177/0269758015571471.
- Cross, C. (2016). 'They're very lonely': Understanding the fraud victimisation of seniors. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 5(4), 60-75.
- Debbie, L. & Deem, S. (2000). Notes from the field: Observations with the Forgotten Victims of personal financial crime. *Journal of Elder Abuse Neglected*, 12(2), 48-33.
- Deevy, M., Shoshana, L., & Beals, M. (2012). *Scams, schemes & swindles: A review of consumer financial fraud research*. Retrieved from longevity.stanford.edu/wp-content/uploads/2017/01/Scams-Schemes-Swindles-FINAL-On-Website.pdf.
- Degen, D. (2007). Minding the gap: The construction of old age and oldness amongst peers. *Aging Study*, 21(1), 69-80.
doi:10.1016/j.jaging.2006.02.001.
- Dessin, C. (2003). Financial abuse of the elderly: Is the solution a problem? *McGeorge Law Review*, 34, 267-320.
- DiLiema, M., Yon, Y., & Wilber, K. (2016). Tricks of the trade: Motivating sales agents to con older adults. *Gerontologist*, 56(2), 335-344.
doi:10.1093/geront/gnu039.
- Directive 2005/29/EC of The European Parliament and of The Council of 11 May 2005. (n.d.). Retrieved from

- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>.
- Felstiner, W., Abel, R., & Austin, S. (1980-1981). The emergence and transformation of disputes: Naming, blaming, calming. *Law & Society Review*, 15(3-4), 631-654.
- Gamble, J. K., Boyle, P., & Lei Yu, D. (2014). *The causes and consequences of financial fraud among older Americans* (CRR Working Paper no. 2014-33). Chestnut Hill, MA: Center for Retirement Research at Boston College. Retrieved from http://crr.bc.edu/wp-content/uploads/2014/11/wp_2014-13.pdf.
- Genn, H. (1999). *Paths to justice: What people do and think about going to law*. Oxford: Hart.
- Holtfreter, K., Reising, M. D., Mears, D. P., & Wolfe S. E. (2014). *Financial exploitation of the elderly in a consumer context*. Retrieved from ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/245388.pdf.
- Irving Police. (2019). *Door-to-door sales*. Retrieved from cityofirving.org/858/Door-to-Door-Sales.
- Jackson, S. L. & Hafemeister, T. L. (2010). *Financial abuse of elderly people vs. other forms of elder abuse: Assessing their dynamics, risk factors, and society's response*. Retrieved from ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/233613.pdf.
- Jacoby, L. L., Bishara, A. J., Hessels, S., & Toth, J. P. (2005). Aging, subjective experience, and cognitive control: Dramatic false remembering by older adults. *Journal of Experimental Psychology. General*, 134(2), 131-148. doi:10.1037/0096-3445.134.2.131.
- Jamie, B. (2000). Forgotten victims of personal financial crimes. *Journal of Elder Abuse Neglected*, 12(2), 49-73. doi: 10.1300/J084v12n02_06.
- Johnson, K. D. (2014). *Financial crimes against the elderly*. Washington, DC: Office of Community Oriented Policing Services, U.S. Department of Justice. Retrieved from <https://cops.usdoj.gov/ric/Publications/cops-w0768-pub.pdf>.
- Kircanski, K., Notthoff, N., Shadel, D., Mottola, G., Carstensen, L. L., & Gotlib, I. H. (2016). *Heightened emotional states increase susceptibility to fraud in older adults*. Stanford University: Stanford Center on Longevity. Retrieved from SSRN: doi:10.2139/ssrn.2815652.

- Lazarus.,D. (2016). Did wells fargo target seniors with its bogus-account scheme? *Chicago Tribune*. Retrieved from chicagotribune.com/business/ct-wells-fargo-seniors-fake-account-scandal-20160927-story.html.
- Luck, T., Luppia, M., Briel, S., & Riedel-Heller, S. G. (2010). Incidence of mild cognitive impairment: A systematic review. *Dementia and Geriatric Cognitive Disorders*, 29, 164-175.
- Mata, R. (2007). Understanding the aging decision maker. *Human Development*, 50(6), 359-366.
doi:10.1159/000109836.
- Moffitt, R. (2003). *The role of non-financial factors in exit and entry in the TANF Program*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/5141376_The_Role_of_Nonfinancial_Factors_in_Exit_and_Entry_in_the_TANF_Program.
- Nyberg, L., Bäckman, L., Erngrund, K., Olofsson, U., & Nilsson, L. G. (1996). Age differences in episodic memory, semantic memory, and priming: Relationships to demographic, intellectual, and biological factor. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*, 4, 234-240.
- OECD (2013). Pensions at a glance, 2013. Retrieved from oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/pensions-at-a-glance-2013_pension_glance-2013-en.
- Pak, K. & Shadel, D. (2011). *AARP Foundation National Fraud Victim Study*. Retrieved from assets.aarp.org/rgcenter/econ/fraud-victims-11.pdf.
- Park et al. (1996). Mediators of long-term memory performance across the life span. *Psychology and Aging*, 11(4), 621-637.
- Segal, M., Doron, I., & Mor, S. (2019). Consumer fraud: Older people's perceptions and experiences. *Journal of Aging & Social Policy*, 31(2), 1-20.
- Senior Financial Exploitations Study (2012). *Certified financial planner bord of standards*. Retrieved from cfp.net/docs/news-events---supporting-documents/senior-americans-financial-exploitation-survey.pdf?sfvrsn=0.
- SHARE – Survey of Health, Ageing and Retirement in Europe (2019). Retrieved from share-project.org.

The National Elder Abuse Incidence Study: Final Report (1998). The National Center on Elder Abuse. Retrieved from https://acl.gov/sites/default/files/programs/2016-09/ABuseReport_Full.pdf.

Under the Radar: New York State Elder Abuse Prevalence Study, final report. (2011). Retrieved from ocfs.ny.gov/main/reports/Under%20the%20Radar%2005%2012%2011%20final%20report.pdf.

Yoon, C. L. (2005). Cognition, persuasion and decision making in older consumers. *Marketing Letters*, 16(3-4), 429-441.

Wallace, H. & Roberson, C. (2014). *Victimology: Legal psychological and social perspective*. London: Pearson Education.

