

האוניברסיטה העברית ירושלים
בית הספר למדיניות ציבורית

השפעת הגילוי הנאות של סוכני ביטוח

על בחירת החיסכון הפנסיוני

עבודת גמר לתואר מוסמך במדיניות ציבורית

בהנחיית

פרופ' אביה ספיבק, המחלקה לכלכלה, אוניברסיטת בן גוריון בנגב
פרופ' יוסי זעירא, המחלקה לכלכלה, האוניברסיטה העברית ירושלים

מגישה : נירית גדסי

ת.ז. 04346454-4

ספטמבר, 2010

תמצית המאמר

צרכנים רבים מתקשים לקבל החלטה רציונלית לגבי מוצרי החיסכון הפנסיוני המורכבים כל כך ונאלצים להסתמך על סוכן הביטוח כגורם מקצועי מייעץ. הצרכנים אינם מודעים בדרך כלל לניגוד העניינים בו מצוי הסוכן כתוצאה מתמריצים המייצרים עבורו העדפה לביטוח מנהלים. המדיניות הרווחת להתמודדות עם ניגוד עניינים של גילוי נאות עשויה להוביל לתוצאות הפוכות, כפי שעולה ממחקרים קודמים. בשאלון עמדות שהופץ באינטרנט עם כ-400 עונים נמצא הבדל מובהק סטטיסטית בין הדימוי של ביטוח המנהלים כמוצר יוקרתי, המהווה הטבה כלכלית לבעלי השררה והעצמה, לבין הדימוי "העייף" של קרן הפנסיה, המקושרת במידה רבה לזקנה, מוות ומחלות. פער זה בתפיסות המוצרים מסייע לסוכן הביטוח לשווק ביטוחי מנהלים. בניסוי בקרב 151 סטודנטים באוניברסיטת בן גוריון בנגב והמכללה החרדית האקדמית בירושלים נמצא כי גילוי נאות תמציתי הכולל מידע על עמלות סוכן הביטוח דווקא הגדיל את העדפת הנבדקים לביטוח מנהלים, בעיקר בקרב נבדקים חסרי השכלה כמותית. ממצאי הניסויים מדגימים את הבעייתיות בגילוי הנאות כפתרון לסוגייה של ניגוד אינטרסים, ובאופן נרחב יותר, מצביעים על החשיבות שבהסתמכות על בדיקות אמפיריות של התנהגות בבחינת גולציה מוצעת. בדיקות אלה יכולות להצביע האם מדיניות הגילוי הנאות מועילה כלל ולסייע בהבניית גילוי נאות משופר במקרים שנמצא שיש בכך תועלת.

תודות

אני מודה מקרב לב למנחים שלי, פרופ' אביה ספיבק ופרופ' יוסי זעירא על ההכוונה והסיוע בכתיבת המאמר. אני חבה תודה גדולה לפרופ' דויד לייזר מהמחלקה לפסיכולוגיה באוניברסיטת בן גוריון בנגב על עזרתו הרבה, הערותיו ועצותיו המועילות בעריכת הניסוי, עיבוד הנתונים וכתיבת המאמר. תודה כנה מגיעה גם לגבי נועה באשר מהמחלקות לפסיכולוגיה וכלכלה באוניברסיטת בן גוריון על עזרתה בעריכת הניסוי ועיבוד הנתונים.

תוכן עניינים

4.....	א. מבוא.....
7.....	ב. רקע תיאורטי.....
11.....	ג. השערות המחקר.....
13.....	ד. מהלך הניסוי.....
16.....	ה. תוצאות.....
26.....	ו. דיון.....
28.....	ז. סיכום ומסקנות.....
30.....	ח. מקורות.....
33.....	ט. נספחים.....

א. מבוא

החיסכון הפנסיוני – החיסכון לגיל הפרישה – עשוי להיות סכום הכסף הגדול ביותר אשר יהיה ברשותנו במהלך חייו, ולמרות זאת רובנו מקדישים להחלטה בנוגע אליו זמן מועט יחסית להחלטות אחרות (שלם, 2008). על מנת לסייע לצרכנים להתכונן לירידה הצפויה ברמת ההכנסות לאחר גיל הפרישה נערכו לאחרונה מספר שינויים בחקיקה כך שכל עובד חייב לחסוך לגיל הפרישה ויוכל למשוך כספים אלה בצורה של קצבה בלבד.¹

מוצרי החיסכון הפנסיוני העומדים כיום בפני הצרכן הם קופת גמל, קרן פנסיה וביטוח מנהלים. שלושתם מאפשרים לחסוך סכום כסף ולקבלו כקצבה חודשית לאחר גיל הפרישה מעבודה. בקרן פנסיה וביטוח מנהלים מופרשים חלק מכספי החוסך לצורך כיסויים ביטוחיים למקרה מוות או נכות.² העדר כיסויים ביטוחיים מובנים לצד החיסכון בקופות הגמל הופך אותן לפחות אטרקטיביות ולפיכך הדיון מכאן ואילך יתמקד בקרנות הפנסיה וביטוחי המנהלים.

מוצרי החיסכון הפנסיוני הינם מוצרים מורכבים שלצרכן קשה להבינם במלואם. החלטה לגבי החיסכון הפנסיוני מחייבת שקלול פרמטרים רבים, חשיבה לטווח ארוך מאוד (אדם ממוצע עובד כ-40-35 שנה עד גיל הפרישה מעבודה) והבנה של מושגים מקצועיים ערטילאיים כגון מקדם המרה, איזון אקטוארי ואחרים. בנוסף, החלטה לגבי החיסכון הפנסיוני כרוכה גם בקושי פסיכולוגי לעסוק בנושאים של זקנה ומוות, נושאים שאנו מעדיפים להדחיק בגיל צעיר יותר.

בעקבות זאת, צרכנים רבים מתקשים לקבל החלטה רציונלית לגבי החיסכון הפנסיוני ונוקטים בשיטות המתבססות על כללי אצבע שונים או נהירה אחר "העדר" כדי להקל על עצמם בבחירה, בעוד שאחרים נעזרים בבני משפחה וחברים (שלם, 2008; Benartzi & Thaler, 2007). הקושי בבחירת החיסכון הפנסיוני מאלץ רבים להסתמך באופן כמעט בלעדי על סוכן הביטוח כגורם מקצועי המסייע בבחירת המוצר המתאים עבור הצרכן.

חלק מכללי האצבע עליהם נשענים הצרכנים בבואם לבחור את החיסכון הפנסיוני שלהם מבוססים, בין היתר, על תדמית המוצרים השונים. תדמית זו נובעת במידה רבה מאופן התפתחות המוצרים לאורך השנים. קרנות הפנסיה הוקמו החל משנות ה-40 של המאה הקודמת כמועדונים

¹ צו הרחבה לביטוח פנסיוני מקיף במשק לפי חוק הסכמים קיבוציים, התשי"ז-1957 אשר נחתם ע"י שר התעשייה המסחר והתעסוקה בסוף 2007, ותיקון מס' 3 לחוק הפיקוח על שירותים פיננסיים (קופות גמל), התשס"ה-2005. גיל הפרישה מכוח חוק גיל פרישה, התשס"ד-2004 עומד כיום על 64 לאישה ו-67 לגבר.

² להרחבה על מאפייני מוצרי החיסכון הפנסיוני ניתן לקרוא באתר משרד האוצר בכתובת: <http://www.pensia.mof.gov.il>

סגורים של ארגוני עובדים שונים או מעסיקים גדולים ולכן צירפו חברים באמצעות ארגונים אלה בלבד. חברות הביטוח החלו לשווק ביטוחי חיים בישראל בשלהי שנות ה-50 של המאה הקודמת, בעיקר לאנשים אשר לא היו חברים בקרנות הפנסיה (שורצמן, ח"ת). בהמשך שונה שם המוצר מ"ביטוח חיים" ל"ביטוח מנהלים" על מנת לשוות לו תדמית יוקרתית יותר. הנוהג שרווח עד השנים האחרונות לתגמל בכירים על ידי הפרשות לביטוח מנהלים סייע להשרשת תדמית זו.

ההנחה הרווחת בשוק החיסכון הפנסיוני היא כי ברמות שכר נמוכות ובינוניות, עבור החוסך הממוצע קרן פנסיה עדיפה על ביטוח מנהלים (למשל: אנטלר, ח"ת; בר, 2010). ראשית, דמי הניהול ועלות הכיסויים הביטוחיים בקרן הפנסיה נמוכים משמעותית מאלה של ביטוח המנהלים ולכן מותירים חלק גדול יותר לחיסכון עצמו. שנית, קרן פנסיה נהנית מסבסוד ממשלתי על 30% מנכסי הקרן המקנה תשואה מובטחת של 4.86% על נכסים אלה. שלישית, הצטרפות לקרן הפנסיה אינה כרוכה כיום בחיתום רפואי אשר עלול להכשיל אנשים בעלי היסטוריה רפואית בעייתית מלרכוש ביטוח מנהלים.

במשך עשרות שנים היו סוכני הביטוח המשווקים הבלעדיים של ביטוחי מנהלים, בעוד שקרנות פנסיה שווקו כאמור ישירות למעסיקים גדולים וארגוני עובדים. בעקבות רפורמת בכר בשנת 2005 הותר לסוכני ביטוח לשווק גם קרנות פנסיה וקופות גמל (בכר ואחרים, 2004). כיום סוכני ביטוח הם ערוץ ההפצה העיקרי של מוצרי חיסכון פנסיוני. לחברות הביטוח וקרנות הפנסיה, החסרות מערכי הפצה ישירים, תלות גבוהה בסוכני הביטוח כגורמי הפצה של מוצרי החיסכון הפנסיוני (בר, 2010).

עמלות סוכני הביטוח נגזרות בדרך כלל מגובה דמי הניהול שמשלם הצרכן ומהיקף החיסכון שלו, בתוספת עמלות חד-פעמיות שונות, פרסים והטבות משתנות. הסוכנים מקבלים עמלות גבוהות יותר בביטוח מנהלים בהשוואה לקרנות הפנסיה (בר, 2009, 2010, 2010ג). זאת בשל דמי הניהול הגבוהים יותר בביטוחי מנהלים, אשר מאפשרים העברת חלק גדול יותר לסוכן (בר, 2010), כתוצאה מההתפתחות ההיסטורית של הענף ובשל כוח המיקוח הגדול של הסוכנים מול חברות הביטוח, הנובע מהתלות בהם כאמור. מערכת תמריצים זו אינה שקופה בפני הצרכן ומובילה לניגוד עניינים בין האינטרסים של הסוכן לאינטרסים של הצרכן (ארלוזורוב, 2010; בר, 2009, 2010; פאר, 2010; שפורר, 2010). עקב כך, נראה שסוכני הביטוח ממשיכים להתמקד בשיווק ביטוחי מנהלים, על אף שקרן הפנסיה עדיפה עבור מרבית הצרכנים (בר, 2010; שפורר, 2010).

תנאים שונים שנקבעו בחקיקה,³ לפיהם צריך סוכן הביטוח ליידע את הצרכן על הזיקה שלו לחברת הביטוח באופן כללי, אינם מספקים וצרכנים רבים כלל אינם מבינים כי עמלת הסוכן משולמת מתוך כספי החיסכון שלהם (בר, 2009; שורץ, 2010). תנאים אלה אינם מבהירים לצרכן את מהותו של ניגוד העניינים בו מצוי הסוכן ומקשים עליו לשקלל מידע זה בתהליך קבלת ההחלטות. הצרכן הממוצע חסר את הידע המקצועי הדרוש לצורך הערכת ניגוד העניינים של סוכן הביטוח והפחתה בערך המלצתו בהתאם.

באמצעות שני ניסויים, המאמר מנסה לעמוד על האופן שבו גילוי נאות לגבי עמלות סוכן הביטוח ישפיע על בחירת החיסכון הפנסיוני על ידי הצרכנים. לשם כך, אבקש לבדוק ראשית האם לביטוח מנהלים אכן יש תדמית שונה מלקרן הפנסיה. שנית, אנסה לבדוק האם סוכן הביטוח מצליח לשכנע את הצרכן לבחור ביטוח מנהלים על אף שאינו עדיף על קרן הפנסיה. ההשערה היא כי הצגת גילוי נאות לגבי עמלות הסוכן תפחית את נטית הצרכנים לבחור בביטוח מנהלים על אף שכנועי הסוכן.

בהמשך המאמר יתואר הרקע התיאורטי לתהליכי קבלת ההחלטות תוך הסתייעות ביועץ⁴ ולשימוש בגילוי נאות ככלי מדיניות לטיפול בבעיות של ניגוד עניינים וא-סימטריה במידע. לאחר מכן יסקרו שני הניסויים שנערכו, האחד באינטרנט והשני באוניברסיטת בן גוריון בנגב ובמכללה החרדית ירושלים, ותוצאותיהם. לסיכום, אנסה לעמוד על השלכות אפשריות של תוצאות הניסוי על המדיניות הרצויה להתמודדות עם ניגוד העניינים של סוכני הביטוח ועל חשיבות השימוש במחקרים אמפיריים לצורך שיפור המדיניות הנבחרת.

³ ראו פירוט בהערה מספר 11 להלן.

⁴ השימוש במילה יועץ לאורך הרקע התיאורטי מתייחסת לכל סוג של יועץ, סוכן או איש מכירות המסייע לצרכן בתהליך בחירת המוצר, בהתאם לחובה החלה גם על סוכן הביטוח על פי חוק.

ב. רקע תיאורטי

תהליך קבלת החלטות רציונלי מבוסס על שקלול המידע הקיים לצורך קבלת החלטה. לשם כך יש צורך בנתונים אותם ניתן לבחון כבסיס לקבלת ההחלטה, מוטיבציה לבצע בחינה כזו ויכולת לבחון את הנתונים. כאשר הנתונים זמינים וקיימות מוטיבציה ויכולת לבחון אותם, אנו מעדיפים לקבל את ההחלטה באופן אנליטי-רציונלי, לאחר בחינת הנתונים. אך בהעדר אחד מהשלושה, אנו נוטים לקבל את החלטה מבלי לבחון את הדברים, בהתבסס על סימן או תחושה כלשהם לגבי אחת מאפשרויות הבחירה העומדות לפנינו (Petty & Cacioppo, 1986). גם כאשר בחינה רציונלית של הנתונים מסתיימת באדישות כלפי אפשרויות הבחירה נקבל את ההחלטה על בסיס הערוץ הרגשי ולא זה הרציונלי-אנליטי (Petty & Cacioppo, 1986).

לעיתים קרובות, מעורב בתהליך קבלת ההחלטה גורם נוסף המייעץ או מנסה להשפיע על ההחלטה המתקבלת (Bonaccio & Dalal, 2006). אנו נוטים להעזר בגורם מייעץ בשל קושי לדחות עצות הניתנות כעזרה, על מנת לשפר את הנימוקים להחלטה ואת איכות ההחלטה המתקבלת, וכן כדי לחלוק באחריות לתוצאת ההחלטה, בעיקר כאשר היא נושאת בחובה סיכונים גבוהים (Harvey & Fischer, 1997; Yaniv, 2004a; Yaniv, 2004b). נמצא כי התייעצות עם גורם אחד לפחות עשויה לסייע לשיפור איכות ההחלטה (Gardner & Berry, 1995; Sniezek, Schrah, & Dalal, 2004; Yaniv, 2004b), ואילו התייעצות עם מספר גורמים יכולה לתרום לשיפור משמעותי עוד יותר (Yaniv, 2004a).

למרות הרצון להתייעץ ועל אף השיפור הצפוי באיכות ההחלטה, אנו נוטים להעדיף בסופו של דבר את דעתנו אנו ולתת משקל פחות להמלצת היועץ (Gardner & Berry, 1995), ללא קשר לטיב ההמלצה (Yaniv, 2004b). זאת בשל תחושת עליונות עצמית (Bonaccio & Dalal, 2006), או משום שקל לנו יותר להבין את הנימוקים שהיוו את הבסיס לעמדתנו והנימוקים של היועץ פחות נהירים לנו (Harvey & Fischer, 1997; Yaniv, 2004a, 2004b; Yaniv & Kleinberger, 2000). נטיה זו חזקה יותר בקרב אנשים בעלי ידע בתחום נשוא ההחלטה, כיוון שהם נוטים לייחס לדעתם משקל גדול יותר ולהפחית בערך העצה שקיבלו (Van Swol & Sniezek, 2005; Yaniv, 2004b).

אנשים בעלי ידע או ניסיון פחותים משל היועץ נוטים להסתמך יותר על עצתו (Harvey & Fischer, 1997; Sniezek & Buckley, 1995; Sniezek et al., 2004; Van Swol & Sniezek, 2005)

להם יותר לבסס את הנימוקים לעמדתם האישית (Yaniv, 2004b). באופן דומה, אנו נוטים להישמע יותר לעצות מיועצים בגיל מבוגר או בעלי השכלה, ניסיון חיים או ידע רחב יותר משלנו (Feng & MacGeorge, 2006). עצה נתפסת כבעלת ערך רב יותר ופחות כהתערבות כאשר ניתנת על ידי יועץ מומחה (Goldsmith & Fitch, 1997; Yaniv, 2004a) והיא משפיעה עלינו יותר מעצה של יועץ הדיוט (Bonaccio & Dalal, 2006).

בהתאם לכך, כאשר נושא ההחלטה מורכב ומסובך יותר, תגבר הנטייה לקבל את עצת היועץ (Gino & Moore, 2007; Schrah, Dalal, & Sniezek, 2006). אך ככל שהפער בין המלצת היועץ לעמדה המקורית שלנו גדול יותר, נייחס לה בדרך כלל משקל נמוך יותר (Yaniv, 2004b; Yaniv & Milyavsky, 2007). התנהגות זו רווחת יותר בקרב בעלי ידע רחב משום שהם נוטים לייחס את הפער בין הדעות דווקא לטעות בהערכת היועץ (Shiller, 2001; Yaniv, 2004b).

הנטייה להישמע לעצת היועץ גוברת גם כאשר אנו פונים מיוזמתנו לבקש את העצה (Bonaccio & Dalal, 2006) או כאשר ניתן תמריץ לקבלת החלטה נכונה (Sniezek et al., 2001; Sniezek & Van Swol, 2001; al., 2004). תשלום עבור עצת היועץ מגביר את המחויבות שלנו כלפיה, בעיקר אם התשלום ניתן לפני מתן העצה משום שנתפס כעלות שקועה (Gino, 2008; Sniezek et al., 2004).

יועצים רבים סובלים מניגוד עניינים מובנה בתהליך עבודתם, אשר אינו גלוי לצרכן בדרך כלל. מטרתם המוצהרת היא לסייע לצרכן בבחירת המוצר המתאים לו ביותר, אך התגמול שלהם מצד החברה שאת מוצריה הם משווקים בנוי באופן כזה שמתמרץ מכירת מוצרים מסוימים על פני אחרים גם אם אינם מתאימים בהכרח לצרכן (Inderst & Ottaviani, in press; Jackson & Burlingame, 2007). באופן דומה, צרכן הנעזר בהמלצת סוכן הביטוח לצורך קבלת החלטה לגבי החיסכון הפנסיוני שלו אינו מודע בדרך כלל למכלול השיקולים של סוכן הביטוח במתן ההמלצה, המושפעים גם ממבנה התמריצים שלו.

גישה רגולטורית נפוצה דוגלת בכלי של מתן גילוי נאות (Disclosure) כדי לצמצם את הא-סימטריה במידע ולסייע לצרכן לקבל החלטה רציונלית (למשל: Cain, Loewenstein, & Moore, 2005; Greenwald, 2007; Pogrud Stark & Choplin, 2010; Sage, 1999). השימוש הנרחב בגילוי הנאות

נובע בין היתר מעלות היישום הנמוכה ומחוסר הרצון של הרגולטור לבצע קביעות ערכיות באמצעות כלים אחרים (Pappalardo, 1997).⁵ אך לגילוי נאות עשוי להיות אפקט הפוך מהמצופה. הגילוי אינו פותר בהכרח בעיות של ניגוד עניינים ועשוי אף להחריף את הבעיה (Cain et al., 2005; Li & Madarasz, 2008; Poggrund Stark & Choplin, 2010).

אמנם, בסקרי דעת קהל שונים נמצא כי צרכנים רבים קוראים את הגילוי הנאות הנמסר להם, כאשר אלה לרוב צרכנים מתוחכמים יותר (Durkin, 2006). אך, נראה כי הנורמה החברתית הרווחת היא שאין כל טעם לקרוא גילוי נאות, מאחר שממילא מרבית העסקאות מבוססות על חוזים אחידים שלא ניתן כמעט להשפיע עליהם, וכן שגדולים הסיכויים שהצרכן לא יבין את הגילוי ויבזבז את זמנו לריק (Poggrund Stark & Choplin, 2010).

חסמים נוספים המקשים על שימוש בגילוי נאות לייעול קבלת ההחלטות הם: גילויים ארוכים ומורכבים מדי הכוללים מונחים מקצועיים רבים וניסוחים משפטיים פתלתלים; קושי להעריך את הסיכונים הנובעים מהמידע הכלול בגילוי מעבר לניסיון החיים המוגבל של הצרכן עצמו (הטיית הזמינות – Availability heuristic);⁶ נטיה להתפס לנתון בולט כהצדקה להחלטה שהתקבלה בשל קושי להתמודד עם עומס המידע בגילוי; נטיה להעריך את ערך העסקה על בסיס נתונים המוצגים בגילוי גם אם אין ביניהם קשר מעשי (הטיית העיגון – Anchoring heuristic);⁷ קושי להתעלם מנתונים שגויים או מוטים שהוצגו בפנינו על אף הידיעה על אי-מהימנותם; ונטיה לפרש את הגילוי כחיזוק חיובי לעמדה המוקדמת שלנו או לעמדה של היועץ, תוך התעלמות ממידע סותר המופיע בגילוי והסתפקות בהסברים חלקיים לשאלות שמעלה הגילוי. זאת גם בשל נטיה לסמוך על היועץ ולהאמין לכנות כוונותיו (Cain et al., 2005; Lacko & Pappalardo, 2004; Poggrund Stark & Choplin, 2010; Sage, 1999).

ממחקרים שונים עולה כי גילוי נאות עלול להוביל לחשדנות מוקדמת כלפי היועץ ולהימנעות משימוש בשירותיו כתוצאה מכך (Lacko & Pappalardo, 2004; Sage, 1999). יחד עם זאת, חוקרים

⁵ כלים אחרים המשמשים להגנה על הצרכן הם לדוגמה תוכניות חינוך להעשרת הידע הצרכני בתחומים שונים או רגולציה ישירה על מאפייני המוצרים עצמם (Pappalardo, 1997).

⁶ מבוסס על המונח שנטבע במאמר Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.

⁷ מבוסס על המונח שנטבע במאמר Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.

אחרים מצאו כי צרכנים כלל אינם מפחיתים בערכו של ייעוץ הנגוע בניגוד עניינים, גם כאשר ניגוד העניינים גלוי בפניהם (Cain et al., 2005). מתן גילוי נאות עשוי אף לעודד את היועץ ולספק לו לגיטימציה מוסרית לתת ייעוץ מוטה אף יותר, לאחר שאולץ לחשוף בפני הלקוח את ניגוד העניינים בו הוא מצוי ולכאורה מילא את חובתו כלפיו (Cain et al., 2005).

כאמור, צרכנים רבים כלל אינם קוראים כלל את הגילוי הנאות וסומכים על היועץ שיבחר עבורם את המוצר המתאים ביותר (Poggrund Stark & Choplin, 2010). "עצימת עיניים" זו עשויה לנבוע מקושי לקבל החלטה בין אפשרויות שאינן ברורות לנו או שאינן נעימות בעינינו כאשר אנו מעדיפים שמישהו אחר יבחר במקומנו (Botti & Iyengar, 2004), או מנטיה לא מוצדקת להאמין ליועץ או איש המכירות שלפנינו (Cain et al., 2005; Poggrund Stark & Choplin, 2010).

Lacko and Pappalardo (2004) בדקו את ההשפעה של גילוי נאות על התגמול של מתווכי משכנתאות בקרב מדגם מייצג של רוכשי משכנתאות בארה"ב. הם מצאו כי הגילוי הנאות עשוי לבלבל את הצרכן ולהסיט את מוקד תשומת הלב לתגמול המתווך מהעיסוק בפרטי המוצר – הלוואת המשכנתא. ממחקרם עולה כי הגילוי יצר הטיה להלוואה היקרה יותר או העדפה להלוואות ישירות, שאינן באמצעות מתווכים ולכן אינן כוללות גילוי עמלות, גם אם הן פחות אטרקטיביות עבור הצרכן. ממצאים אלה היו עקביים גם בשימוש בכמה נוסחים של גילוי נאות אשר גובשו על ידי מומחים.

במחקר המשך של Lacko and Pappalardo (2007) נערכה השוואה בין נוסחים שונים של גילוי נאות לגבי מאפייני משכנתאות הנמכרות בארה"ב. המחקר השווה את הגילוי הנאות המבוסס על הדרישות הרגולטוריות הקיימות לגילוי נאות שפותח במיוחד לצורך המחקר. נמצא כי הגילוי הנאות החדש שיפר באופן משמעותי את ההבנה של הצרכנים את מבנה העלויות של המשכנתא המוצעת, בעיקר במשכנתאות מורכבות יותר. כך שניתן להבנות גילוי נאות משופר שיסייע לצרכנים לקבל החלטה מושכלת.

חוקרים רבים ניסו לעמוד על מאפייני הגילוי הנאות ולאפיין גילוי נאות יעיל, המאפשר לצרכן קבלת החלטות רציונלית. הם מצאו כי שיפור הגילוי הנאות עשוי לתרום לשיפור תהליך קבלת ההחלטות של הצרכן (Cude, 2005; Lacko & Pappalardo, 2007; McCoy, 2007; Weil, Fung,) (Graham, & Fagotto, 2006). ממחקרים אלה עולה כי הגילוי הנאות האידיאלי צריך להיות נגיש

וקריא עבור הצרכן הממוצע. זאת על ידי שימוש בשפה פשוטה ובהירה ככל האפשר, פונט גדול, כותרות מודגשות, רווחים בין פסקאות, הצגה גרפית נוחה (למשל בטבלה או בנקודות) והדגשת המידע החשוב ביותר בתחילת הגילוי באופן ברור וחד-משמעי (Cude, 2005; Greenwald, 2007; Lacko & Pappalardo, 2007; McCoy, 2007; Pogrud Stark & Choplin, 2010).

על הגילוי לאזן בין כמות המידע הנדרש לצרכן לצורך קבלת החלטה רציונלית לבין אורך סביר של הגילוי על מנת לשמור על בהירות ופשטות (Greenwald, 2007; Lacko & Pappalardo, 2007; Pogrud Stark & Choplin, 2010). יש לצמצם ככל האפשר בשימוש במונחים מקצועיים או לפחות להסביר אותם כדי שהגילוי יהיה מובן לצרכן ההדיוט (Greenwald, 2007; Lacko & Pappalardo, 2007; Pogrud Stark & Choplin, 2010; Sage, 1999; Weil et al., 2006). כדי שהגילוי הנאות יהיה אפקטיבי על הצרכן להבין את ההשפעה של ניגוד העניינים בו מצוי היועץ על המלצתו ולהיות מסוגל לקבל החלטה המשקללת את ההטייה של היועץ ומתקנת אותה (Cain et al., 2005).

גם למועד מסירת הגילוי הנאות יש חשיבות וגילוי שנמסר לצרכן לפני ביצוע העסקה או לפני יצירת התחייבות כלשהי לביצוע העסקה נמצא יעיל יותר (Barron, Leider, & Stack, 2008; McCoy, 2007). ככל שהגילוי נמסר בשלב מאוחר יותר, כך הזמן, העלות הכספית והמאמץ שהושקעו בעסקה הופכים לעלות שקועה שקשה לצרכן לוותר עליה (McCoy, 2007; Pogrud Stark & Choplin, 2010). גילוי שנמסר במקום ובזמן הרלבנטיים לקבלת ההחלטה, והוא נגיש ומובן לצרכן כאמור לעיל, מגדיל את הסיכוי שהצרכן יעשה בו שימוש ויטמיע את המידע הכלול בו בתהליך קבלת ההחלטה (Weil et al., 2006).

ג. השערות המחקר

מסקירת הספרות לעיל עולה כי מרבית המחקרים בתחום הגילוי הנאות עסקו בגילוי נאות לגבי מאפיינים של מוצר או שירות כלשהו ורק מחקרים ספורים עסקו בגילוי נאות של גורם מייעץ או מתווך בנוגע לניגוד עניינים שהוא מצוי בו. מאמר זה מתמקד בגילוי נאות של עמלות סוכן הביטוח כמשפיע על הבחירה של הצרכן, אך מתייחס גם להשפעה של מאפייני המוצר עצמם על בחירה זו. המאמר מבקש להרחיב את היריעה להשלכות האפשריות על מדיניות לטיפול בניגודי עניינים במצב של א-סימטריה במידע בין הצרכן לגורם המתווך.

המבנה והמאפיינים הייחודיים של שוק החיסכון הפנסיוני בישראל מובילים כאמור להתמקדות בבחירה בין קרן פנסיה לביטוח מנהלים. המורכבות של מוצרי החיסכון הפנסיוני מקשה על הצרכנים לבצע השוואה עניינית ביניהם ולכן תדמית המוצר זוכה לחשיבות כה גדולה בתהליך קבלת ההחלטה (Petty & Cacioppo, 1986; Poggrund Stark & Choplin, 2010).

השערה 1: לביטוח מנהלים יש תדמית חיובית יותר מלקרן פנסיה.

סוכן הביטוח הוא איש מכירות המצוי בניגוד עניינים בין חובתו על פי חוק להמליץ ללקוח על המוצר המתאים לו ביותר לבין מערכת התמריצים הקיימת המכוונת אותו למוצר מסוים ללא קשר לטובת הלקוח (בר, 2010). סוכן הביטוח מנצל את התדמית החיובית של ביטוח המנהלים על מנת לשכנע את הצרכנים לבחור במוצר זה, ממנו הוא זוכה לעמלה גבוהה יותר. לפיכך, למרות שקרן פנסיה היא מוצר עדיף עבור מרבית האוכלוסייה, ההנחה היא שמרבית הנבדקים שיחשפו להמלצת הסוכן יבחרו בכל זאת בביטוח מנהלים.

השערה 2: לקוחות סוכן הביטוח נוטים לבחור ביטוח מנהלים על פני קרן פנסיה.

הלקוח אינו מודע בדרך כלל למערכת התמריצים הקיימת עבור סוכן הביטוח ורואה בסוכן גורם מקצועי אובייקטיבי. הצגת גילוי מפורש על היקף העמלות שמקבל הסוכן בכל אחד מהמוצרים, עשויה לסייע ללקוח לקבל החלטה רציונלית בבחירת החיסכון הפנסיוני המתאים לו ביותר. בהתאם לכך, נצפה שהצגת גילוי נאות לגבי העמלה שמקבל סוכן הביטוח עבור כל אחד מהמוצרים שהוא משווק תפחית את אמון הלקוח בהמלצת הסוכן, וכתוצאה מכך תגדיל את הנטיה להעדיף קרן פנסיה על פני ביטוח מנהלים.

השערה 3: גילוי נאות לגבי עמלות סוכן הביטוח גורם ללקוחות להעדיף קרן פנסיה על פני ביטוח מנהלים.

ההבדל בהעדפת המוצרים עשוי להתבטא בבחירת מוצר אחד על פני האחר, אך גם במידת השכנוע העצמי של הלקוח בבחירה שביצע, קרי ברמת הביטחון שלו בבחירתו. לפיכך, נצפה כי סוכן הביטוח יחזק את הביטחון העצמי של מי שבחר ביטוח מנהלים, אך יערער את הביטחון העצמי של מי שבחר בכל זאת קרן פנסיה. באופן דומה, נצפה כי הגילוי הנאות, המרחיב את המידע הזמין ללקוח לצורך קבלת ההחלטה, יביא לעליה ברמת הביטחון העצמי של הלקוח בבחירתו, בדגש על מי שבחר קרן פנסיה. שונות קטנה יותר בין הנבדקים בתוך כל קבוצה עשויה להצביע על רמת ביטחון עצמי גבוהה יותר, ולמעשה על השפעה גדולה יותר של הטיפול שניתן לאותה קבוצה.

ד. מהלך הניסוי

לצורך המחקר נערכו שני ניסויים. הניסוי הראשון בחן תפיסות ועמדות כלליות לגבי שתי תוכניות החיסכון הפנסיוני: ביטוח מנהלים וקרן פנסיה, ואילו הניסוי השני ביקש לבחון את השפעת הגילוי הנאות על בחירת החיסכון הפנסיוני לאור המלצת סוכן הביטוח.

ניסוי 1 – 393 נבדקים ענו על שאלון עמדות שהופץ באינטרנט⁸ ובו התבקשו לציין עד 10 אסוציאציות חופשיות לכל אחד מהמושגים "ביטוח מנהלים" ו"פנסיה", כאשר סדר המושגים שונה באופן אקראי. לאחר מכן, התבקשו הנבדקים לדרג את שני המושגים הללו על 11 סולמות של דיפרנציאלים סמנטיים שהוגדרו בין צמדי ערכים: מסוכן-בטוח; יוקרתי-פשוט; יציב-תנודתי; מלחיץ-מרגיע; נותן כיסוי מלא-נותן כיסוי מוגבל; מתקדם-מיושן; זול-יקר; מניב תשואה גבוהה-עשוי להגיע להפסד; טיפש-חכם; מקובע-גמיש; מרגש-משעמם.

כל דיפרנציאל סמנטי כלל שש דרגות מקצה לקצה כדי שלא לאפשר לעונים להצמד לנטיה הטבעית לבחור את הדרגה האמצעית. קצוות הדיפרנציאל סומנו בשמות הערכים לעיל ודרגות האמצע סומנו באמצעות חיצים כך שלא ניתן ערך גבוה יותר לקטגוריה אחת על פני השניה, אלא סדר אורדינלי בלבד. השאלון מצורף כנספח א.

ניסוי 2 – הניסוי נערך בקרב 151 סטודנטים לתואר ראשון באוניברסיטת בן גוריון בנגב (n=128) והמכללה החרדית האקדמית ירושלים (n=23) ובו התבקשו הנבדקים לבחור את תוכנית החיסכון הפנסיוני המועדפת עליהם מבין שתי תוכניות: ביטוח מנהלים וקרן פנסיה. תמורת השתתפות בניסוי עד סופו שולמו לנבדקים באוניברסיטת בן גוריון בנגב 30 ₪ וכן הוגרלו ארבעה פרסים של 100 ₪ בין הנבדקים שבחרו את התוכנית הנכונה,⁹ כך שלנבדקים היה תמריץ לנסות ולהתמודד עם הנתונים בכנות. במכללה החרדית ירושלים ניתן קרדיט עבור ההשתתפות בניסוי כחלק מדרישות החובה בקורס שלמדו הנבדקים.

הנבדקים חולקו לשלוש קבוצות אשר נבדלו ביניהן בתנאי הניסוי: קבוצה א (n=44) קיבלה הסבר כתוב בלבד לגבי שתי התוכניות; קבוצה ב (n=44) קיבלה את ההסבר בכתב בדומה לקבוצה א ולאחר מכן צפתה בסרטון בו סוכן ביטוח (שחקן מקצועי) סקר את שתי התוכניות והמליץ על

⁸ השאלון הופץ במייל באמצעות רשת חברים, ברשת הפייסבוק וכן באתרי פורומים שונים. השאלון נערך בסיוע גבי נועה באשר ופרופי דויד לייזר מהמחלקה לפסיכולוגיה באוניברסיטת בן גוריון בנגב.
⁹ טפסי הניסוי נוסחו כך שניתן היה להגדיר תשובה נכונה, כפי שיוסבר בהמשך.

ביטוח המנהלים ; קבוצה ג (n=63) קיבלה הסבר בכתב וצפתה גם היא בסרטון, בדומה לקבוצה ב, אך בתחילת הסרטון הוצג לה גילוי נאות לגבי הסוכן ולאחר הסרטון קיבלה נתונים בכתב בנוגע לעמלת הסוכן בכל אחת מהתוכניות.

ההסבר בכתב כלל יתרונות וחסרונות של כל אחת משתי התוכניות והוצג בעמוד אחד זה לצד זה, כך שניתנה העדפה מסוימת לקרן הפנסיה. העדפה זו באה לידי ביטוי הן מבחינה ויזואלית והן בתוכן הדברים, ונועדה לבודד את השפעת סוכן הביטוח על בחירת התוכנית על ידי הנבדקים.¹⁰ להסבר בכתב צורף עמוד נתונים ובו דוגמא מספרית להמחשת גובה ההפרשה של העובד והמעביד לחיסכון, חלוקת ההפרשה בין מרכיבי החיסכון, דמי הניהול, עלות הכיסוי הביטוחי, והיקף החיסכון הצפוי בתדירות חודשית על פני שנתיים מתחילת החיסכון. גובה ההפרשה בשתי התוכניות היה זהה, כדי להמחיש את ההבדל ביניהן. בקבוצה ג נכללה בהמחשה זו גם העמלה החודשית של הסוכן בכל אחת מהתוכניות, כאשר העמלה שהוצגה היתה גבוהה משמעותית בביטוח המנהלים.

טפסי הניסוי, המצורפים כנספח ב, נוסחו על בסיס המסמכים שנדרש סוכן הביטוח להעביר ללקוח על פי חוק כחלק מתהליך השיווק,¹¹ אך פושטו וקוצרו במידה ניכרת בכדי למקד את הנבדקים בנתונים המהותיים (Cude, 2005; Greenwald, 2007; Lacko & Pappalardo, 2007; McCoy, 2007; Pogrund Stark & Choplin, 2010). החוק אינו מחייב את סוכן הביטוח לחשוף בפני הלקוח את נתוני העמלות שלו במישרין והם נוספו בניסוי על מנת לחשוף בפני הנבדקים את מערכת התמריצים הקיימת עבור הסוכן. העמלות הוצגו בצורה ברורה על מנת לחדד את השפעת הגילוי הנאות על

¹⁰ נתוני קרן הפנסיה הוצגו בצד הימני של העמוד ונתוני ביטוח המנהלים הוצגו משמאל, כך שסדר הקריאה מימין לשמאל יוביל את הנבדקים לקרוא קודם את נתוני קרן הפנסיה. לכל אחת מהתוכניות הוצגו שלושה יתרונות ושלושה חסרונות, אך היתרונות של קרן הפנסיה נוסחו בצורה ברורה ופשוטה בעוד שיתרונות ביטוח המנהלים נוסחו בצורה יותר מסורבלת וכללו מונחים מקצועיים וקשים יותר להבנה. היתרונות של קרן הפנסיה עסקו בעיקר בצד הכספי והיוו תמונת ראי הפוכה לחסרונות של ביטוח המנהלים.

¹¹ סעיף 21 בחוק הפיקוח על שירותים פיננסיים (עיסוק בייעוץ פנסיוני ובשיווק פנסיוני), התשמ"ה-2005 (להלן: חוק הייעוץ הפנסיוני) קובע כי סוכן הביטוח נדרש למסור ללקוח גילוי נאות לגבי היותו סוכן ביטוח, הזיקה שלו לגופים המוסדיים השונים והעדפתו את המוצרים הפנסיוניים של גופים אלה וכל עניין מהותי אחר הנוגע לשיווק הפנסיוני. חוזר "גילוי נאות בביטוח חיים" (חוזר ביטוח מספר 2004/4) שנכנס לתוקף בראשית שנת 2005 מחיל על סוכן הביטוח חובה למסור ללקוח טופס גילוי בעת שיווק פוליסת ביטוח חיים (לרבות ביטוח מנהלים). הגילוי הנאות המפורט בחוזר כולל את פרטי הלקוח, הסוכן, פרטי תוכניות הביטוח של הלקוח כולל גובה ההפרשה, דמי הניהול וחלוקת הפרמיה בין רכיבי החיסכון והביטוח, ואורכו כשני עמודים לפחות. חוזר מסמך הנמקה (חוזר סוכנים ויועצים מספר 1-10-2009) מפרט את מבנה מסמך ההנמקה שעל סוכן הביטוח למסור ללקוח בהתאם לסעיף 14 בחוק הייעוץ הפנסיוני ונכנס לתוקף רק בראשית 2010. מסמך ההנמקה כולל פירוט נתוני הלקוח, טבלת השוואה בין התוכנית הקיימת של הלקוח לתוכנית המומלצת על ידי הסוכן, לרבות סימון התוכנית בה מקבל הסוכן את העמלה הגבוהה יותר, פירוט היתרונות והחסרונות של התוכנית המומלצת וכן טבלה המפרטת את הגופים המוסדיים שמשווק סוכן הביטוח לפי גובה התגמול שקיבל מהם הסוכן או לפי היקף השיווק שביצע למוצריהן. אורכו של מסמך ההנמקה המומלץ כשני עמודים. סוכני ביטוח רבים מוסרים ללקוח גם מסמך המרכז את מאפייניו השונים אותם נדרש הסוכן לברר כחלק משיחת השיווק בהתאם לסעיף 12 בחוק הייעוץ הפנסיוני.

הנבדקים בקבוצה ג.

הנבדקים בכל הקבוצות התבקשו למלא שאלון קצר לצרכים סטטיסטיים אשר כלל גם התייחסות לתוכנית קיימת של חיסכון פנסיוני במידה וקיימת כזו. בדיקת התוכנית הקיימת נועדה לאתר נטייה של הנבדקים לבחור בתוכנית דומה לזו שברשותם, ללא כל קשר לתנאי הניסוי. לאחר שהוסבר לנבדקים מהלך הניסוי והרקע לניסוי, מבלי לחשוף את תפקיד הסוכן בניסוי, הם התבקשו לעיין בהסבר הכתוב הכולל את היתרונות והחסרונות של כל תוכנית. בקבוצה א עיינו הנבדקים גם בעמוד ההמחשה המספרית וענו על שתי שאלות בלבד: **איזו תוכנית בחרת?** – הנבדקים סימנו את אחת משתי התוכניות; **האם אתם בטוחים שהתוכנית שבחרתם היא התוכנית הטובה ביותר עבורכם?** – הנבדקים סימנו את תשובתם על סולם בין 1=כלל לא בטוח לבין 6=בטוח לגמרי.

לאחר שעיינו בעמוד היתרונות והחסרונות של התוכניות צפו הנבדקים בקבוצות ב ו-ג בסרטון באורך כ-6.5 דקות בו סוכן ביטוח הישוב במשרדו הסביר להם במילותיו על ההבדלים בין שתי התוכניות ולבסוף המליץ להם לבחור בביטוח המנהלים. סוכן הביטוח בסרטון התייחס לאותם מאפיינים של התוכניות שפורטו בהסבר בכתב אך סדר הדברים שונה מעט על מנת לאפשר רצף הגיוני, אמין ורהוט לדבריו. בקבוצה ג נפתח הסרטון בשקופית "רשמית" מטעם משרד האוצר בה נאמר כי סוכן הביטוח בסרטון הינו סוכן מורשה והוא משווק תוכניות של מספר חברות שצוינו בשקופית (מצ"ב כנספח ג). כמו כן נאמר בשקופית כי הסוכן חייב ליידע את הלקוח כי הוא מקבל עמלה מהחברה של התוכנית שבחר הלקוח. גם שקופית זו עוצבה על בסיס הדרישות החוקיות הקיימות מסוכני ביטוח.¹²

לאחר הצפייה בסרטון עיינו הנבדקים בקבוצות ב ו-ג גם בעמוד ההמחשה המספרית (בקבוצה ג כולל הצגת עמלות הסוכן) והתבקשו לענות על שתי השאלות שהוזכרו לעיל, בדומה לקבוצה א. בנוסף התבקשו הנבדקים לענות על שלוש שאלות נוספות: **האם שיניתם את דעתכם בעקבות דבריו של סוכן הביטוח?** – הנבדקים בחרו בין האפשרויות "כן" ו"לא"; **האם אתם חושבים שלסוכן הביטוח העדפה לחברה כלשהי?** – הנבדקים בחרו בין ארבע אפשרויות: חברת הביטוח, קרן הפנסיה, שתי החברות או אף חברה; **מאיפה לדעתכם משולמת עמלת הסוכן?** – הנבדקים התבקשו לענות במלל חופשי. שאלות אלה הוצגו בעמודים נפרדים מעמוד השאלות הקודמות על

¹² ראו התייחסות לסעיף 21 בחוק הייעוץ הפנסיוני בהערה הקודמת.

מנת שלא לחשוף את כיוון השאלות מלכתחילה והנבדקים התבקשו לענות על השאלות לפי הסדר ולא לחזור לאחור.

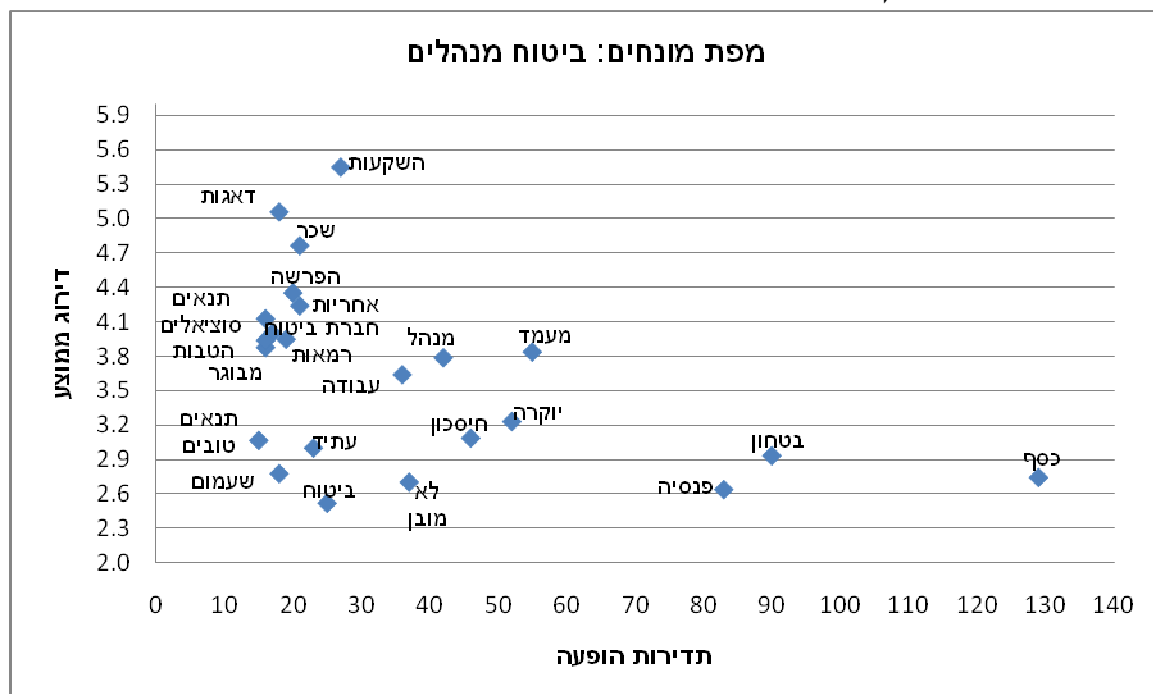
ה. תוצאות

ניסוי 1

מתוך 393 נבדקים 32% היו גברים, 53% נשים והשאר לא השיבו על שאלה זו. הגיל הממוצע של הנבדקים עמד על 27.7 ($SD=7.1$) עם כ-14.4 שנות לימוד בממוצע ($SD=1.9$). האסוציאציות שכתבו הנבדקים עבור כל אחד מהמושגים "ביטוח מנהלים" ו"פנסיה" קובצו לקבוצות מונחים בעלי דמיון סמנטי. קבוצות המונחים דורגו בהתאם לשכיחות הופעתן וסדר האזכור שלהן.

מבין המונחים המקושרים לביטוח מנהלים הופיע המונח "כסף" בתדירות הגבוהה ביותר (אוזכר 129 פעמים) ודורג בממוצע במקום 2.7 מתוך 10.¹³ מונחים נוספים שהופיעו בתדירות גבוהה בקשר לביטוח מנהלים היו "בטחון" (90 פעמים: דירוג 2.9); "פנסיה" (83: 2.6); "מעמד" (55: 3.8); ו"יוקרה" (52: 3.2).

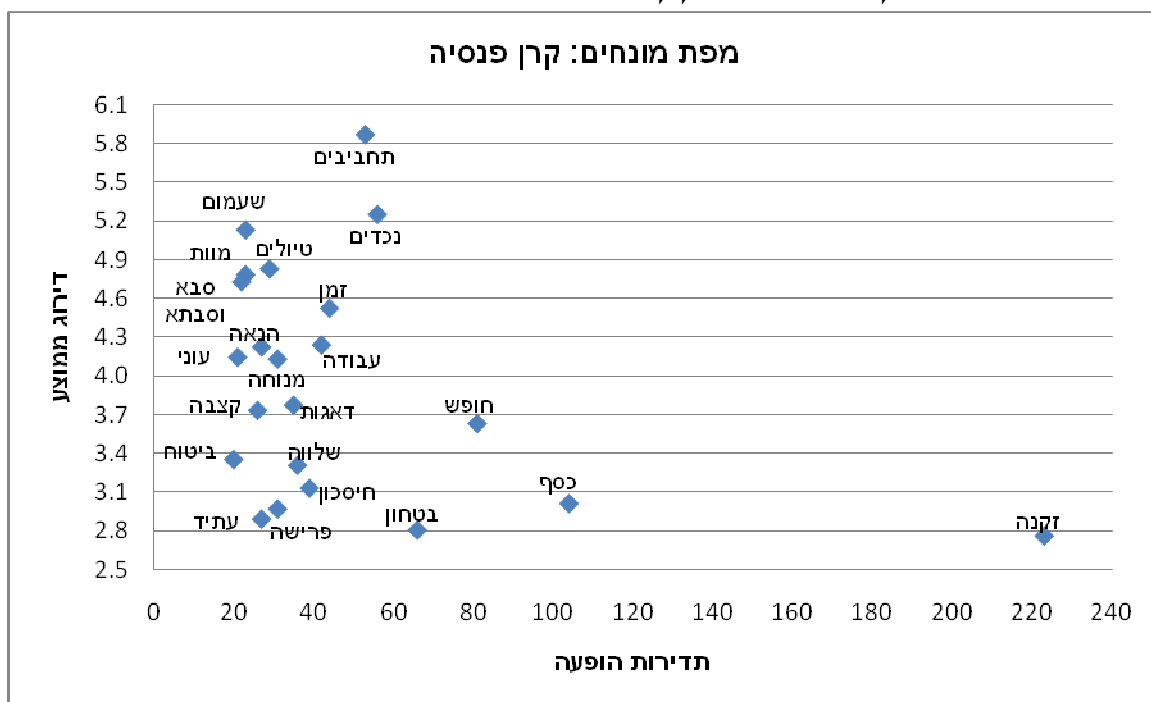
איור 1: מפת מונחים הקשורים למושג "ביטוח מנהלים"



¹³ דירוג נמוך מצביע על חשיבות גבוהה.

לפנסייה קישרו הנבדקים את המונח "זקנה" בתדירות גבוהה במיוחד של 223 פעמים ובדירוג ממוצע 2.8 מתוך 10. המונחים הבאים בתור הופיעו בתדירות נמוכה הרבה יותר: "כסף" (104: 3.0); "חופש" (81: 3.6); "בטחון" (66: 2.8); ו"נכדים" (56: 5.3).

איור 2: מפת מונחים הקשורים למושג "קרן פנסייה"



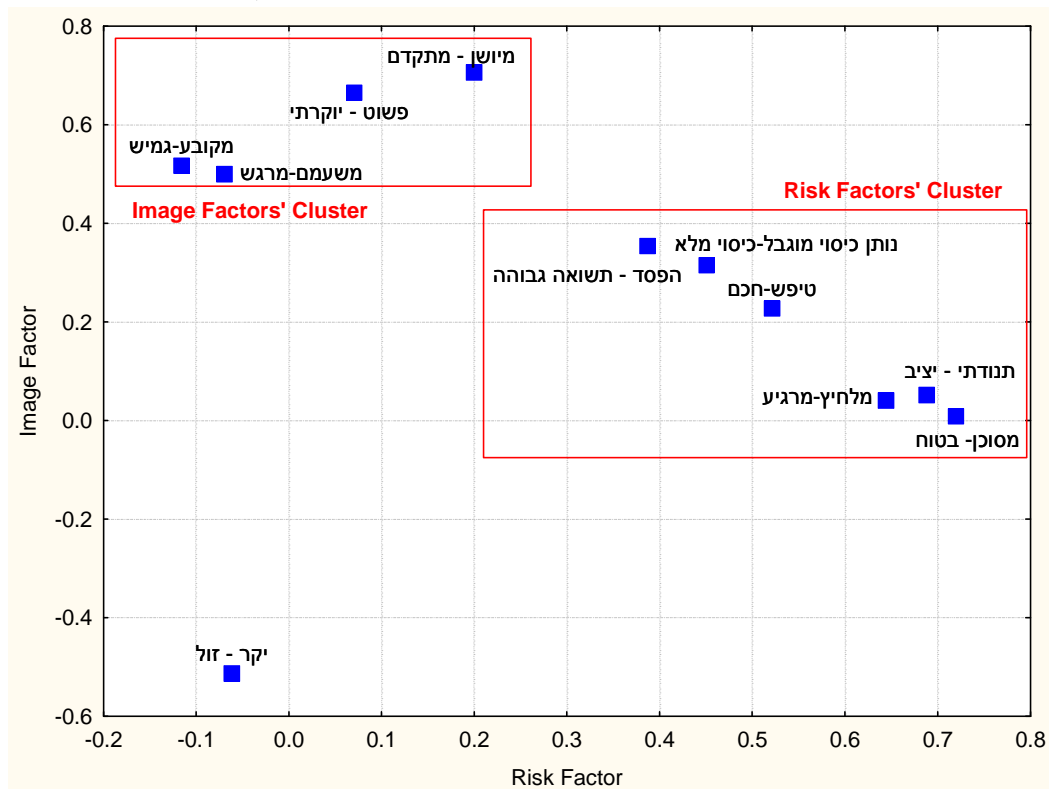
חלק מהמונחים הוזכרו בקשר לשתי התוכניות, אך לעיתים דורגו במיקום שונה או הופיעו בתדירות שונה. כך למשל, המונח "זקנה" הופיע 223 פעמים בקשר לקרן פנסייה ובדירוג 2.8, אך רק 13 פעמים בקשר לביטוח מנהלים בדירוג נמוך יותר (4.0). המונח "מוות" הופיע יותר בקשר לקרן פנסייה (23 פעמים, לעומת 9 פעמים בקשר לביטוח מנהלים), וכך גם המונחים "דאגות" (35 לעומת 18 פעמים בביטוח מנהלים) "מחלות" (12 לעומת 5 פעמים בביטוח מנהלים). יחד עם זאת, קרן פנסייה גם קושרה בתדירות גבוהה יותר למונחים חיוביים כגון "חופש" (81: 3.6 לעומת 5: 8.2 בביטוח מנהלים), "הנאה" (27: 4.2 לעומת 2: 7.5 בביטוח מנהלים) ו"שלוה" (36: 3.3 לעומת 13: 5.6 בביטוח מנהלים).

כאשר בוחנים את המונחים שאוזכרו ביחס לתוכניות החיסכון הפנסיוני לפי שדות נושאים ניתן לזהות הקשרים רחבים יותר שבהם מיקמו הנבדקים את כל אחת מהתוכניות. קרן הפנסייה מזוהה כאמור עם מונחים שליליים סביב נושא הזקנה-מוות-מחלות-בדידות אך בה בעת גם עם הנאות החיים לאחר הפרישה מעבודה עם מונחים כגון חופש-תחביבים-מנוחה-טיולים. נושא נוסף

המקושר באופן בולט לקרן הפנסיה הוא המשפחה עם מונחים כגון נכדים-משפחה-ילדים-סבא וסבתא-הורים. ההקשרים הבולטים בביטוח המנהלים לעומת זאת היו נושא הכסף ויוקרת המוצר עם מונחים כגון כסף-השקעות-שכר-רווחה וכן מעמד-יוקרה-מנהל-קידום-קביעות-עצמה-הצלחה. נושא היוקרה-מעמד בלט מאוד בהקשר לביטוח מנהלים בשימוש במגוון רחב של מונחים בנושא. שדה מונחים נוסף שהוזכר בביטוח מנהלים וקשור גם הוא לנושא עסק במונחים המהללים את המוצר וקשורים ל"מצליחנות" כגון אחריות-רציני-הי טק-שאיפה-התחייבות-כדאי.

הדיפרנציאלים הסמנטיים בחלק השני של שאלון העמדות קובצו באמצעות ניתוח גורמים (Factor Analysis) לשני אשכולות גורמים מרכזיים: "תדמית" ו"סיכון". אשכול גורמי הסיכון כולל את הדיפרנציאלים: מסוכן-בטוח; תנודתי-יציב; מלחיץ-מרגיע; נותן כיסוי מוגבל-כיסוי מלא; עשוי להגיע להפסד-מניב תשואה גבוהה; וטיפש-חכם. אשכול גורמי התדמית כולל את הדיפרנציאלים: פשוט-יוקרתי; מיושן-מתקדם; מקובע-גמיש; ומשעם-מרגש. ניתן לזהות חלוקה זו באיור 3. הדיפרנציאל יקר-זול נתפס על ידי הנבדקים באופן דו-משמעי (יקר/זול במונחי עלות המוצר או במונחי התוצאה המתקבלת עבור החוסך) ומופיע באיור 3 כאשכול נפרד.

איור 3: ניתוח גורמים של הדיפרנציאלים לתיאור החיסכון הפנסיוני



* ככל שהדיפרנציאל מדורג גבוה יותר על הסקאלה של כל אחד מאשכולות גורמי הסיכון או התדמית כך השפעתו על אשכול גורמים זה גבוהה יותר.

הדיפרנציאלים שנמצאו כבעלי ההשפעה הגדולה ביותר על אשכול גורמי הסיכון היו: מסוכן, תנודתי, מלחיץ וטיפש. הדיפרנציאלים שנמצאו כבעלי ההשפעה הגדולה ביותר על אשכול גורמי התדמית היו: מיושן, פשוט, מקובע ומשעמם. סדר הדיפרנציאלים שהוזכרו מעיד על גודל ההשפעה שלהם על אשכול הגורמים הרלבנטי.

לוח 1: הקשר בין הדיפרנציאלים לאשכולות הגורמים

דיפרנציאל סמנטי	אשכול גורמי סיכון	אשכול גורמי תדמית
מסוכן-בטוח	0.719496	0.008644
פשוט-יוקרתי	0.070556	0.665303
תנודתי-יציב	0.688071	0.051393
מלחיץ-מרגיע	0.644268	0.040775
נותן כיסוי מוגבל-כיסוי מלא	0.450505	0.315464
מיושן-מתקדם	0.200104	0.706296
יקר-זול	-0.061569	-0.513479
עשוי להגיע להפסד-תשואה גבוהה	0.387149	0.354266
טיפש-חכם	0.521464	0.227522
מקובע-גמיש	-0.115625	0.517473
משעמם-מרגש	-0.069522	0.500118
שונות מוסברת	2.097975	2.004206

* הדיפרנציאלים בעלי ההשפעה החזקה ביותר בכל אשכול גורמים מסומנים באדום.

ההבדל בין התפיסה של כל אחת מתוכניות החיסכון הפנסיוני על ידי הנבדקים באשכול גורמי הסיכון נמצא כלא מובהק בניחות שונות, ולמעשה שתי התוכניות נתפסו כבטוחות יחסית. לעומת זאת, באשכול גורמי התדמית נמצא הבדל מובהק סטטיסטית ($p < .001$) בין התוכניות כך שביטוח מנהלים נתפס כבעל תדמית חיובית ומוצלחת יותר והפנסיה נתפסת כבעלת תדמית פחות חיובית.

ניסוי 2

תוצאות הניסוי השני נבחנו באמצעות ניתוחי שונות פקטוריאליים (Factorial ANOVAs) כאשר המשתנים הבלתי תלויים היו קבוצת הטיפול (קב א – ללא סרטון; קב ב – עם סרטון; קב ג – סרטון עם גילוי נאות), מין הנבדק, סוג ההשכלה של הנבדק (כמותית או לא-כמותית),¹⁴ שנת הלימוד לתואר הראשון,¹⁵ תוכנית קיימת קודמת ברשות הנבדק והתוכנית שבחר הנבדק. כל המשתנים היו בין-נבדקים.

¹⁴ תחומי הלימוד של הנבדקים אשר סווגו כהשכלה כמותית היו מקצועות הכלכלה והניהול ומקצועות ההנדסה והמדעים המדויקים, לרבות מדעי הרפואה והמחשב. תחומי לימוד אלה מאופיינים בשימוש בכלים מתמטיים וסטטיסטיים ברמה גבוהה ולכן ניתן להניח כי שיפרו את רמת ההבנה של הנבדקים בהתמודדות עם הנתונים המספריים שהוצגו בפניהם. שאר תחומי הלימוד סווגו כהשכלה לא כמותית.

¹⁵ מאחר שמרבית הנבדקים היו בשנה הראשונה או השנייה לתואר ולא היו די נבדקים בשנים מאוחרות יותר בכל אחת מקבוצות הטיפול, התמקדתי אך ורק בשנים א' ו-ב' במשתנה זה.

לוח 2: שיעורי הנבדקים בקבוצות הטיפול השונות בחלוקה למספר פרמטרים

סה"כ	מתוך סך הנבדקים בכל פרמטר			מתוך סך הנבדקים בקבוצת הטיפול				
	קבוצה ג movie+ discl. n=63	קבוצה ב movie n=44	קבוצה א no movie n=44	סה"כ	קבוצה ג movie+ discl. n=63	קבוצה ב movie n=44	קבוצה א no movie n=44	
151	41.7%	29.1%	29.1%	151	63	44	44	קבוצת טיפול
48	39.6%	25.0%	35.4%	31.8%	30.2%	27.3%	38.6%	מין
103	42.7%	31.1%	26.2%	68.2%	69.8%	72.7%	61.4%	זכר
								נקבה
								סוג השכלה
59	30.5%	27.1%	42.4%	39.1%	28.6%	36.4%	56.8%	כמותית
92	48.9%	30.4%	20.7%	60.9%	71.4%	63.6%	43.2%	לא כמותית
								שנה לתואר
58	50.0%	29.3%	20.7%	38.4%	46.0%	38.6%	27.3%	א
63	33.3%	28.6%	38.1%	41.7%	33.3%	40.9%	54.5%	ב
								תוכנית קיימת
114	43.0%	29.8%	27.2%	75.5%	77.8%	77.3%	70.5%	אין תוכנית
11	18.2%	36.4%	45.5%	7.3%	3.2%	9.1%	11.4%	ביטוח מנהלים
25	48.0%	24.0%	28.0%	16.6%	19.0%	13.6%	15.9%	קרן פנסיה
								תוכנית נבחרת
73	47.9%	30.1%	21.9%	48.3%	55.6%	50.0%	36.4%	ביטוח מנהלים
78	35.9%	28.2%	35.9%	51.7%	44.4%	50.0%	63.6%	קרן פנסיה

כ-64% מהנבדקים בקבוצה א בחרו בקרן פנסיה כתוכנית החיסכון הפנסיוני המועדפת עליהם, בהתאם לאופן בו עוצבו טפסי הניסוי. בעלי תוכנית ביטוח מנהלים קיימת מביניהם חרגו מכך והעדיפו לבחור בביטוח מנהלים. בקבוצה ב בה צפו הנבדקים בסרטון, רק 50% מהנבדקים בחרו בביטוח מנהלים, אך הנטיה הכללית בשקלול מידת הביטחון של הנבדקים בבחירה (יוגדר בהמשך כמדד הבחירה) היתה לבחור בביטוח מנהלים. הנטיה לבחור קרן פנסיה מבין הנבדקים בקבוצה ב היתה גבוהה יותר בקרב האוכלוסיות הבאות: נשים, נבדקים בשנה הראשונה ללימודיהם, חסרי השכלה כמותית ונבדקים ללא תוכנית חיסכון פנסיוני קיימת. בקבוצה ג נטו הנבדקים לבחור ביטוח מנהלים, נטיה אשר ניכרת בכל החתכים של הנבדקים.

כפי שנראה בהמשך, סוכן הביטוח גרם לנבדקים בקבוצות ב ו-ג, אשר צפו בסרטון (n=107), להעדיף את ביטוח המנהלים על פני קרן הפנסיה. למרות זאת, רק כ-27% מהנבדקים ענו כי שינו את דעתם בעקבות המלצת הסוכן וכ-97% מהנבדקים זיהו את העדפתו לחברת הביטוח. כ-65% מהם אף ציינו כי העמלה של סוכן הביטוח משולמת מכספם או בשיתוף עם המעביד.

לוח 3: ממוצע מדד הבחירה* בקבוצות הטיפול השונות בחלוקה למספר פרמטרים

סה"כ n=151	קבוצה ג movie+discl. n=63	קבוצה ב movie n=44	קבוצה א no movie n=44	
(3.64) -0.04	(0.46) -0.56	(0.55) -0.17	(0.55) 0.95	מין
(0.53) -0.92	(0.82) -1.03	(1.03) -2.29	(0.87) 0.56	זכר
(0.36) 0.49	(0.54) -0.36	(0.63) 0.63	(0.69) 1.20	נקבה
				סוג השכלה
(0.46) -0.91	(0.83) -1.11	(0.88) -2.59	(0.70) 0.98	כמותית
(0.39) 0.60	(0.52) -0.34	(0.66) 1.21	(0.80) 0.92	לא כמותית
				שנה לתואר
(0.51) -0.24	(0.67) -1.43	(0.88) 0.47	(1.05) 0.25	א
(0.46) 0.23	(0.79) -0.50	(0.85) -0.11	(0.74) 1.29	ב
				תוכנית קיימת
(0.34) 0.09	(0.51) -0.54	(0.62) 0.25	(0.64) 0.56	אין תוכנית
(1.17) -2.08	(2.54) -3.50	(1.79) -2.25	(1.60) -0.50	ביטוח מנהלים
(0.75) 0.82	(1.04) -0.17	(1.46) -1.17	(1.36) 3.79	קרן פנסיה

* מדד הבחירה הינו שקלול של התוכנית הנבחרת (קרן פנסיה=1; ביטוח מנהלים=-1) במידת הביטחון של הנבדק בבחירתו. ממוצע חיובי מעיד על נטייה לבחור קרן פנסיה (צבוע ירוק) ואילו ממוצע שלילי מעיד על נטייה לבחור ביטוח מנהלים (צבוע אדום). ** המספרים בסוגריים מייצגים את סטיית התקן מהממוצע.

אחד הפרמטרים שנמצא כמשמעותי בבחינת התוצאות היה הפרמטר של סוג ההשכלה של הנבדקים בחלוקה להשכלה כמותית ולא-כמותית. ההבדל במדד הבחירה בין בעלי ההשכלה הכמותית לחסרי ההשכלה הכמותית נמצא מובהק סטטיסטית בסך הנבדקים ($F(1,145)=6.18$, $p<.05$, $\eta^2=.04$) ובכל אחת מקבוצות הטיפול בנפרד ($F(2,145)=3.55$, $p<.05$, $\eta^2=.05$). ההבדל במידת הביטחון בין שתי אוכלוסיות אלה נמצא מובהק סטטיסטית גם הוא בסך הנבדקים ($F(1,145)=15.281$, $p<.01$, $\eta^2=.05$) אך לא בקבוצות הטיפול בנפרד. בעלי ההשכלה הכמותית נטו לבחור ביטוח מנהלים במידת ביטחון גבוהה יותר בהשוואה לחסרי ההשכלה הכמותית ($p<.005$).

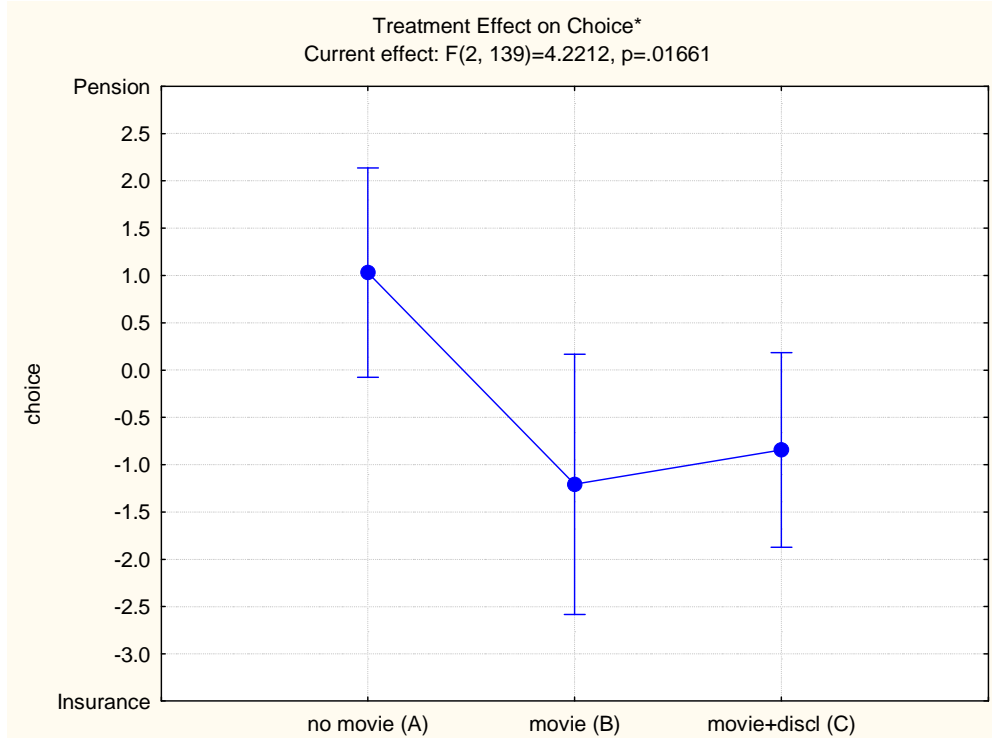
לוח 4: ממוצע מידת הביטחון בקבוצות הטיפול השונות בחלוקה למספר פרמטרים

סה"כ n=151	קבוצה ג movie+discl. n=63	קבוצה ב movie n=44	קבוצה א no movie n=44	
(1.23) 3.92	(0.15) 3.83	(0.19) 3.85	(0.19) 4.14	
(0.18) 4.24	(0.28) 4.21	(0.35) 4.04	(0.30) 4.47	מין
(0.12) 3.79	(0.18) 3.66	(0.22) 3.78	(0.23) 3.93	זכר
				נקבה
				סוג השכלה
(0.16) 4.40	(0.28) 4.28	(0.30) 4.41	(0.24) 4.52	כמותית
(0.13) 3.60	(0.18) 3.64	(0.22) 3.54	(0.27) 3.63	לא כמותית
				שנה לתואר
(0.16) 4.01	(0.22) 3.93	(0.28) 3.68	(0.33) 4.42	א
(0.15) 3.97	(0.25) 3.76	(0.27) 3.89	(0.24) 4.25	ב
				תוכנית קיימת
(0.11) 3.85	(0.17) 3.78	(0.21) 3.63	(0.22) 4.13	אין תוכנית
(0.39) 4.53	(0.85) 4.00	(0.60) 5.00	(0.54) 4.60	ביטוח מנהלים
(0.25) 4.21	(0.35) 4.00	(0.49) 4.33	(0.45) 4.29	קרן פנסיה
				תוכנית נבחרת
(0.15) 4.07	(0.21) 4.00	(0.26) 4.02	(0.31) 4.19	ביטוח מנהלים
(0.14) 3.80	(0.23) 3.61	(0.26) 3.68	(0.23) 4.11	קרן פנסיה

* המספרים בסוגריים מייצגים את סטיית התקן מהממוצע.

ההבדל במדד הבחירה בין קבוצות הטיפול השונות נמצא מובהק סטטיסטית בהינתן הפרמטרים סוג השכלה ומין הנבדק ($F(2,139)=4.22, p<.05, \eta^2=.06$). כפי שניתן לראות מלוחות 3-4, בקבוצה א נטו הנבדקים לבחור קרן פנסיה, ואילו בקבוצות ב ו-ג נטו לבחור ביטוח מנהלים, כאשר בקבוצה ג מידת הביטחון בבחירה היתה מעט נמוכה יותר. נטיות אלה משתקפות גם באיור 4 להלן.

איור 4: האפקט של קבוצת הטיפול על מדד הבחירה בהינתן הפרמטרים מין וסוג השכלה

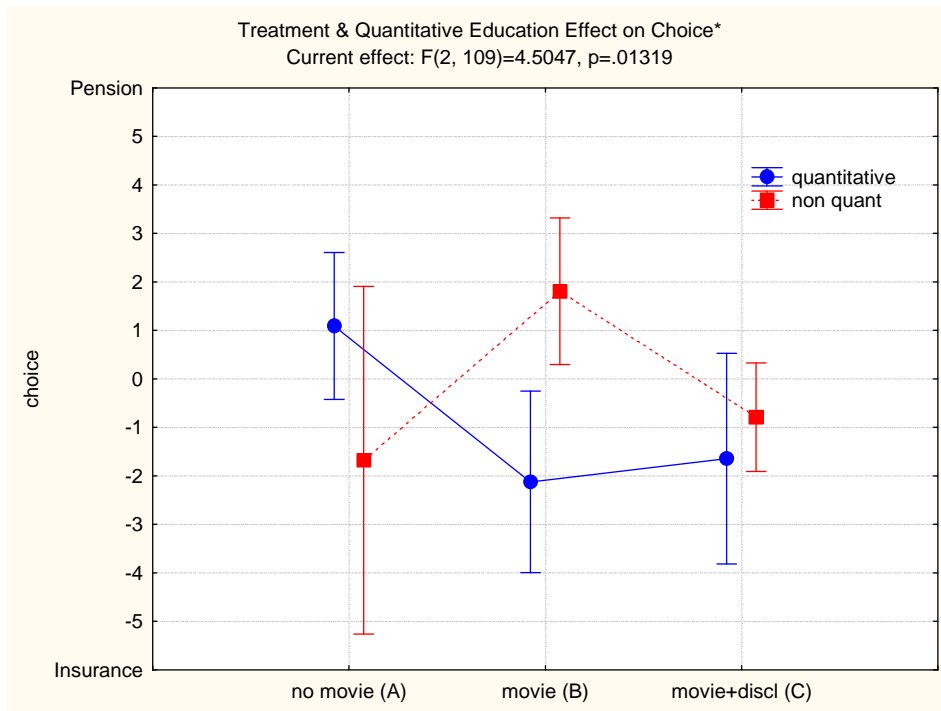


* מדד הבחירה (choice) = שקלול התוכנית הנבחרת במידת הביטחון בבחירה (ראו הערה ללוח 3).
 ** העיגולים המלאים מציינים את התוצאה שהתקבלה ואילו הקווים האנכיים מציינים רווחי סמך ברמת ביטחון של 95%, מהם ניתן להסיק על השונות בתוך כל קבוצה.

האפקט של האינטראקציה בין קבוצת הטיפול לסוג ההשכלה על מדד הבחירה נמצא מובהק סטטיסטית בהינתן הפרמטר של שנת הלימוד לתואר ($F(2,109)=4.51, p<.05, \eta^2=.08$). בעוד שבעלי ההשכלה הכמותית קיימו את השערות המחקר, חסרי ההשכלה הכמותית פעלו בצורה הפוכה בניגוד להשערות ומידת הביטחון שלהם בבחירה שביצעו היתה נמוכה יותר, בכל אחת מהקבוצות בנפרד ובסך הנבדקים גם יחד. בעלי ההשכלה הכמותית בקבוצה א נטו לבחור בקרן הפנסיה, ובקבוצה ג בביטוח המנהלים, בדומה לקבוצה ב, אך במידת ביטחון נמוכה יותר מבשתי הקבוצות האחרות. בקרב בעלי ההשכלה הכמותית, בקבוצה א נמצאה מידת הביטחון הגבוהה ביותר בבחירה של הנבדקים, כאשר גם בקבוצות ב ו-ג ניכרה מידת ביטחון גבוהה יחסית בבחירה.

חסרי ההשכלה הכמותית בקבוצה א נטו לבחור ביטוח מנהלים, אך נמצאה שונות גבוהה (רווח סמך גדול) ביניהם. לאחר שצפו בסוכן הביטוח בקבוצה ב נטתה אוכלוסיה זו לבחור דווקא קרן פנסיה, ולאחר קבלת הגילוי הנאות בקבוצה ג בחרו בביטוח מנהלים. סוכן הביטוח בקבוצות ב ו-ג אמנם גרם לנבדקים חסרי ההשכלה הכמותית לבחור באופן הפוך מהמצופה, אך הפחית את השונות בקבוצות אלה.

איור 5: השפעת האינטראקציה בין קבוצת הטיפול לסוג ההשכלה על מדד הבחירה בהינתן שנת הלימוד לתואר



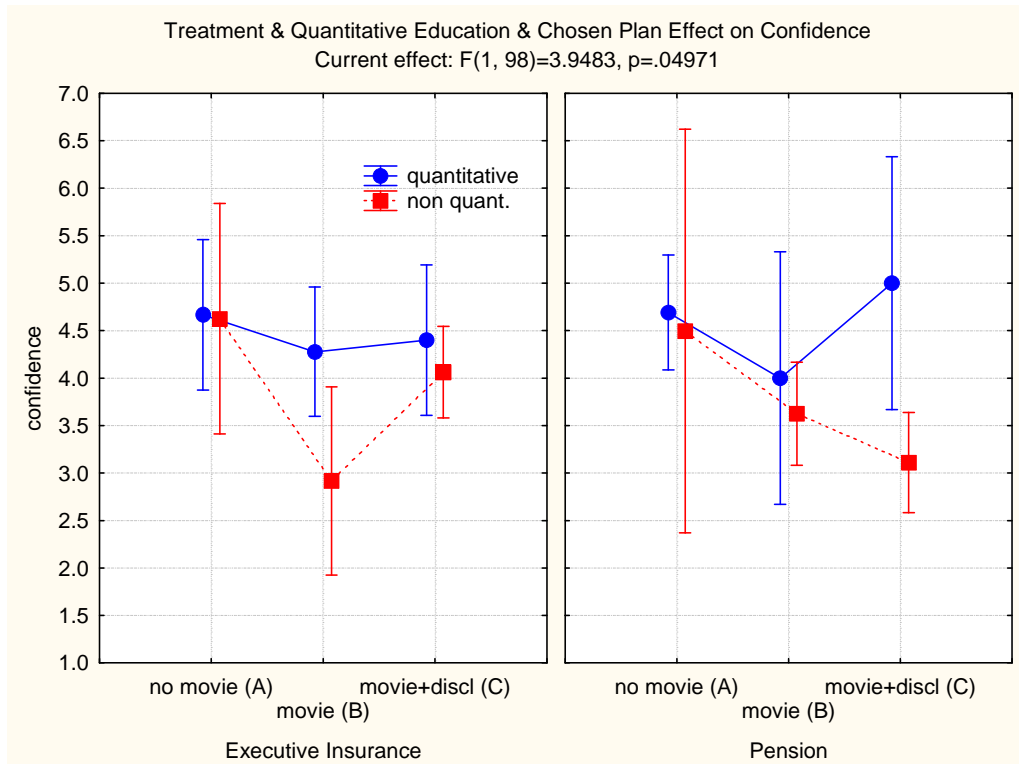
* מדד הבחירה (choice) = שקלול התוכנית הנבחרת במידת הביטחון בבחירה (ראו הערה ללוח 3).
** העיגולים המלאים מציינים את התוצאה שהתקבלה ואילו הקווים האנכיים מציינים רווחי סמך ברמת ביטחון של 95%, מהם ניתן להסיק על השונות בתוך כל קבוצה.

כאשר בוחנים את מידת הביטחון בבחירה נמצא כי האינטראקציה בין קבוצת הטיפול, סוג ההשכלה והתוכנית הנבחרת, בהינתן הפרמטר של שנת הלימוד לתואר, היתה בעלת השפעה מובהקת סטטיסטית ($F(1,98)=3.95, p<.05, \eta^2=.04$). לקבוצת הטיפול היתה השפעה מועטה בלבד על בעלי ההשכלה הכמותית שבחרו ביטוח מנהלים וההבדל במידת הביטחון שלהם בין שלוש הקבוצות היה מזערי. לעומתם, בעלי ההשכלה הכמותית שבחרו קרן פנסיה הושפעו מקבוצת הטיפול, כך שסוכן הביטוח בסרטון בקבוצה ב הצליח לערער את מידת הביטחון של הנבדקים בבחירתם, וגם השונות במידת הביטחון בקבוצה זו גדלה (רווח סמך גדול). לאחר קבלת הגילוי הנאות בקבוצה ג עלתה מידת הביטחון הממוצעת של הנבדקים בעלי ההשכלה הכמותית, אך השונות נותרה גבוהה בדומה לקבוצה ב.

חסרי ההשכלה הכמותית שבחרו ביטוח מנהלים הגיבו לקבוצות הטיפול השונות בהתאם להשערות. סוכן הביטוח הפחית את מידת הביטחון של הנבדקים בקבוצה ב בהשוואה לזו של הנבדקים בקבוצה א, והגילוי הנאות בקבוצה ג הגביר את מידת הביטחון ואף הפחית את השונות בין הנבדקים בקבוצה זו (רווח סמך קטן). מידת הביטחון של הנבדקים בקבוצה ג היתה נמוכה

מעט מזו של הנבדקים בקבוצה א. חסרי ההשכלה הכמותית שבחרו קרן פנסיה הגיבו לקבוצות הטיפול השונות בירידה במידת הביטחון. בקבוצה א נמדדה מידת הביטחון הגבוהה ביותר אך עם שונות גבוהה מאוד (רווח סמך גדול). בקבוצות ב ו-ג השונות היתה נמוכה בשיעור ניכר אך מידת הביטחון הלכה וירדה בהתאמה.

איור 6: השפעת האינטראקציה בין קבוצת הטיפול, סוג ההשכלה והתוכנית הנבחרת על מידת הביטחון בבחירה בהינתן שנת הלימוד לתואר



* העיגולים המלאים מציינים את התוצאה שהתקבלה ואילו הקווים האנכיים מציינים רווחי סמך ברמת ביטחון של 95%, מהם ניתן להסיק על השונות בתוך כל קבוצה.

האפקט של סוג ההשכלה על מידת הביטחון בבחירה נמצא מובהק סטטיסטית בהינתן קבוצת הטיפול ושנת הלימוד לתואר ($F(1,109)=5.31, p<.05, \eta^2=.05$). בעלי ההשכלה הכמותית הפגינו מידת ביטחון גבוהה יותר בבחירתם ($M=4.4$) מחסרי השכלה כזו ($M=3.6$), ללא קשר לתוכנית אותה בחרו. השונות בכל אחת מאוכלוסיות אלה היתה דומה ועמדה על 0.5-0.6.

ו. דיון

הניסוי הראשון אישש את ההשערה הראשונה והעלה כי ביטוח המנהלים זוכה לתדמית מוצלחת יותר משל קרן הפנסיה. נראה כי שמות המוצרים משפיעים מאוד על האופן שבו הם נתפסים. כך ביטוח המנהלים מקושר בצורה חזקה למושגים הנוגעים למעמד ניהולי או מעמד עליון וכן לתחום הכסף וההשקעות. קרן הפנסיה לעומת זאת מקושרת למושגים הנוגעים לגיל הפרישה (גיל הפנסיה), הן בהיבט השלילי של זקנה-מוות-מחלות והן בהיבט החיובי של פנאי מעבודה והזדמנות להגשים חלומות שונים ולהתמסר לתחביבים. יתכן כי דימויים אלה נובעים מהמילה פנסיה, אותה ניתן לקשר מצד אחד להזדקנות וסיום החלק הפעיל בחיים (תקופת העבודה) אך מאידך, ליותר פנאי לעיסוקים שמעבר לעבודה. קרן פנסיה גם מקושרת למשפחתיות יותר מביטוח מנהלים, ככל הנראה עקב הנטייה שלנו לקשר זאת לבני משפחה מבוגרים הנהנים מקצבת פנסיה.

הגיל הממוצע של הנבדקים ומספר שנות הלימוד מצביעים על אוכלוסיה של צעירים משכילים. אך למרות רמת ההשכלה הגבוהה, גם הם מאמינים בתדמית של ביטוח המנהלים, דבר המצביע על בורות יחסית בתחום החיסכון הפנסיוני. במצב עניינים כזה לא פלא שסוכן הביטוח מצליח לשכנע אוכלוסיות רחבות לרכוש ביטוח מנהלים, כפי שעולה מניסוי 2.

לכאורה, הניסוי השני אישש את השערות 2-3 כאשר נמצא אפקט מובהק סטטיסטית של קבוצת הטיפול, כך שבקבוצה ב גדלה הנטייה לבחור ביטוח מנהלים בהשוואה לקבוצה א בה הנטייה היתה לבחור קרן פנסיה, ואילו בקבוצה ג מותנה מעט נטייה זו. כלומר, סוכן הביטוח שהציג בפני הנבדקים את הנתונים שקיבלו בכתב הצליח לשכנעם להעדיף את ביטוח המנהלים, על אף שמהנתונים שהוצגו בפניהם עלה כי ישנה עדיפות לקרן הפנסיה. הגילוי הנאות שצורף לסרטון בקבוצה ג מיתן מעט את "הצלחת" סוכן הביטוח. כל זאת, על אף ששיעורים גבוהים מבין הנבדקים בקבוצות ב ו-ג זיהו את התמריצים הכלכליים המנחים את הסוכן, לפיהם הוא מוטה לטובת חברת הביטוח והוא מרוויח מהעמלות המשולמות לו על ידי החברה מכספי החוסכים.

כאשר מגדילים את הרזולוציה ובוחנים את תוצאות הניסוי גם בחלוקה לבעלי השכלה כמותית וחסרי השכלה כזו, מגלים השפעות הפוכות. תחומי הלימוד הכמותיים מתאפיינים בשימוש בכלים מתמטיים וסטטיסטיים ברמה גבוהה ולכן ניתן להניח כי סייעו להתמודדות הנבדקים עם הנתונים המספריים שהוצגו בפניהם (או לפחות לתחושת הביטחון העצמי שלהם בהתמודדות זו), בעיקר בקבוצה ג בה הוצגו נתוני עמלות הסוכן כחלק מהגילוי הנאות. בקרב בעלי השכלה הכמותית

נצפה שינוי בהתאם להשערות המחקר ובדומה למתואר לעיל. ואילו בקרב חסרי ההשכלה הכמותית, ניכרת מגמה הפוכה, כך שבקבוצה א הנטיה היתה לבחור ביטוח מנהלים, בקבוצה ב הוביל סוכן הביטוח את הנבדקים לבחור דווקא בקרן הפנסיה ואילו בקבוצה ג, בה נחשפו לגילוי הנאות נמצאה נטיה לבחור ביטוח מנהלים.

אם מוסיפים לכך את מדד השונות, אשר כאמור מעיד אף הוא על רמת הביטחון של הנבדקים בבחירתם ועל עוצמת ההשפעה של הטיפול שניתן להם, מתחדדת התמונה. בעלי ההשכלה הכמותית בקבוצה ג אמנם הפחיתו את הנטיה לבחור ביטוח מנהלים בעקבות הגילוי הנאות, אך הגילוי הגדיל את השונות ולמעשה הפחית את רמת הביטחון של הנבדקים ויצר אצלם בלבול מסוים. השונות הגדולה בקבוצה א בקרב חסרי ההשכלה הכמותית מצביעה על קושי בהתמודדות עצמאית עם הנתונים שהוצגו בפניהם לגבי שתי התוכניות, כאשר סוכן הביטוח בקבוצה ב צמצם במידה מסוימת את השונות ולמעשה חיזק את הביטחון שלהם בבחירה (אם כי לכיוון ההפוך מהצפוי). הגילוי הנאות בקבוצה ג צמצם את השונות בקרב חסרי ההשכלה הכמותית עוד יותר.

חלוקה של הנבדקים לפי התוכנית הנבחרת מייצרת אבחנה דקה עוד יותר, ומספקת הסבר אפשרי לתופעה שתוארה בפסקאות הקודמות. בקרב בעלי ההשכלה הכמותית שבחרו ביטוח מנהלים, נשמרה רמה גבוהה יחסית של ביטחון בבחירה שביצעו, כמעט ללא הבדל בין קבוצות הטיפול השונות. גם השונות בתוך כל קבוצה כמעט שלא השתנתה. סוכן הביטוח הצליח לערער מעט את מידת הביטחון של בעלי ההשכלה הכמותית שבחרו קרן פנסיה, אם כי היא נותרה עדיין גבוהה בהשוואה לזו של חסרי ההשכלה הכמותית, והגילוי הנאות חיזק תחושת ביטחון זו. אך השונות בקבוצות ב ו-ג של אוכלוסיה זו גבוהה יותר כך שמידת הביטחון בכל זאת פחתה.

חסרי ההשכלה הכמותית שבחרו ביטוח מנהלים התחילו גם הם מרמת ביטחון ממוצעת גבוהה יחסית בקבוצה א, אך השונות הגבוהה מצביעה על הקושי בהתמודדות עם נתוני התוכניות. בקבוצה ב גרם סוכן הביטוח לירידה במידת הביטחון בבחירה בניגוד לצפוי ואף לירידה בשונות. ואילו בקבוצה ג סייע הגילוי הנאות כצפוי בהגברת מידת הביטחון ובהפחתת השונות. חסרי ההשכלה הכמותית שבחרו בקרן הפנסיה הציגו רמת ביטחון נמוכה יותר בבחירתם. בקבוצות א וב רמת הביטחון בבחירה דומה אך בקבוצה א ישנה שונות גבוהה הרבה יותר. בקבוצה ג הוביל הגילוי הנאות דווקא לירידה במידת הביטחון בבחירה.

מאחר שחסרי ההשכלה הכמותית התקשו להתמודד עם פרטי התוכניות, הכוללות נתונים מספריים רבים ומאפיינים מורכבים, כפי שעולה מהשונוות הגבוהה באוכלוסיה זו בקבוצה א, הם הושפעו במידה גדולה יותר מסוכן הביטוח והגילוי הנאות. הגילוי הנאות שאמור היה לעורר ספק בדברי סוכן הביטוח, דווקא נטע בהם תחושת ביטחון מדומה בדברי הסוכן. ככל הנראה, שקופית הגילוי הנאות "מטעם משרד האוצר" בתחילת דברי סוכן הביטוח הובילה לתחושה שניתן לסמוך על דברי הסוכן אשר כביכול מפקח על ידי משרד האוצר. הגילוי המספרי של עמלות הסוכן נבלע עבורם בתוך שטף הנתונים המספריים שהוצגו לגבי התוכניות ולא עורר אצלם חשדנות כלפי מניעי הסוכן. יתכן שגם אם התעוררה חשדנות כזו (שכן רוב הנבדקים הבינו את הטיית הסוכן לביטוח המנהלים), חוסר היכולת להתמודד עם התוכניות לבדם הביא אותם להישען על דברי הסוכן בכל זאת.

בעלי ההשכלה הכמותית חשו ביטחון רב יותר בבחירה שביצעו, בבטחם ביכולתם להתמודד טוב יחסית עם הנתונים הכמותיים שהוצגו לפנייהם. אך גם הם נפלו קורבן לפערי התדמית בין ביטוח המנהלים לקרן הפנסיה, וסוכן הביטוח לא נדרש לנימוקים מפולפלים מדי על מנת לשכנעם להעדיף את ביטוח המנהלים. לגילוי הנאות היתה הצלחה חלקית בלבד בהטיית הנבדקים לבחור בקרן הפנסיה.

ז. סיכום ומסקנות

תוצאות הניסוי הראשון מבהירות כי העדר ידע על מוצרי החיסכון פנסיוני משמש כר פורה להתבססות תפיסות שגויות. תפיסות אלה מאפשרות לחברות ולסוכנים המשווקים את המוצרים להדגיש מאפיינים מסוימים של המוצרים על פני אחרים ובכך לבלבל את הצרכנים. הצרכנים מתקשים לנתח את המלצות הסוכן בצורה רציונלית המתחשבת בניגוד העניינים בו הוא מצוי (Cain et al., 2005; Poggrund Stark & Choplin, 2010). קושי זה אף גובר ככל שהסוכן אסרטיבי ובעל ביטחון עצמי גבוה יותר (Sniezek & Buckley, 1995; Van Swol & Sniezek, 2005).

משכך, הדיון בנוגע לגילוי הנאות של עמלות סוכן הביטוח צריך להעשות לאחר נקיטת צעדים לביסוס תפיסות נכונות יותר לגבי מוצרי החיסכון הפנסיוני עצמם. צעדים אפשריים עשויים להיות חינוך פיננסי ופנסיוני של הצרכנים, שינוי מאפייני המוצרים או החלת חובת גילוי נאות לגבי

מאפייניהם. אך קצרה היריעה מלהרחיב בנושא זה וישנו קורפוס מחקרי רחב העוסק בכלי מדיניות אלה (ראו למשל: Pappalardo, 1997; Benartzi & Thaler, 2007).

לכאורה, כולם מרוויחים ממדיניות של גילוי נאות: גילוי נאות פוטר הן את הסוכן והן את הרגולטור מאחריות לתוצאת ההתקשרות בין הלקוח לסוכן ונדמה כי הוא משפר את מצבו של הצרכן (Cain et al., 2005). אך פעמים רבות ההטייה של הסוכן נעשית בצורה בלתי מודעת ובלתי מכוונת ולא דווקא כדי למקסם רווח אישי (בר, 2010). יתרה מכך, גילוי נאות חריף מדי עשוי לעורר חשדנות מוגזמת כלפי הסוכן עד כדי הימנעות מסיוע בידע המקצועי של הסוכן בתהליך הבחירה (Sage, 1999) וכך לגרום להרעת מצבם של הסוכן ושל הלקוח גם יחד.

הניסוי השני מגלה כי הנבדקים התקשו להבין את הנתונים שהוצגו בפניהם בגילוי הנאות ולהסיק מכך את המסקנות המתבקשות לגבי המלצת הסוכן. זאת על אף שהגילוי פושט במידה ניכרת והנתונים הוצגו בצורה ישירה מאוד, ביחס לגילוי הנאות הנדרש על פי חוק. כמו כן, הנבדקים הופנו לגילוי בצורה ברורה וניתן להם זמן מספיק לעיין בו, כדי למנוע את הנטייה הרווחת לדלג על קריאת הגילוי הנאות (Poggrund Stark & Choplin, 2010). יתכן שאופן עיצוב הגילוי הנאות דווקא מחזק את אמינותו של סוכן הביטוח בעיני הנבדקים (Cain et al., 2005) ובשל כך לא שיקללו את המידע הכלול בו בקבלת ההחלטה.

עוד עולה מהניסוי השני כי גילוי נאות עשוי להיות יעיל יותר עבור צרכנים בעלי ידע רחב יותר, כיוון שהם יכולים להעריך טוב יותר את משמעות ניגוד העניינים ולהתחשב בו בקבלת החלטה (Cain et al., 2005). אך דווקא הצרכנים הפחות מתוחכמים הם אלה שזקוקים יותר להגנת הרגולטור בדמות הגילוי הנאות. בהעדר ידע מוקדם צרכנים אלה נוטים להתבסס על הערוץ הרגשי, המיוצג בתפיסות השונות של המוצרים, ולא על הערוץ האנליטי בקבלת החלטה (Petty & Capaccio, 1986). לכן נדרשת הכוונה נוספת מצד הרגולטור כדי לסייע להם לקבל החלטה טובה יותר לגבי החיסכון לגיל הפרישה.

ממצאי הניסויים מדגימים את הבעייתיות בגילוי הנאות כפתרון לסוגייה של ניגוד אינטרסים, ובאופן נרחב יותר, מצביעים על החשיבות שבהסתמכות על בדיקות אמפיריות של התנהגות, בבחינת רגולציה מוצעת. בדיקות אלה יכולות להצביע האם מדיניות הגילוי הנאות מועילה כלל ולסייע בהבניית גילוי נאות משופר במקרים שנמצא שיש בכך תועלת.

ח. מקורות

- אנטלר, יי (חסר תאריך). **דרכים לשיפור מבנה הפנסיה**. אוחזר: 17.7.2010, <http://www.pensia.biz/?CategoryID=195>
- ארלוזורוב, מי' (18 בפברואר, 2010). דמי ניהול הפנסיה מנופחים – הגיע הזמן להוריד אותם. [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?log=tag&ElementId=skira20100218_1150583
- בכר, יי ואחרים (2004). **דו"ח הצוות הבין-משרדי לעניין רפורמה בשוק ההון**, ירושלים.
- בר, ני' (26 באוקטובר, 2009). סוכן שיכור מכסף: הראל מציעה למשווקים 1% מהסכום שיגייסו ומוותרת על רווחים. [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?log=tag&ElementId=skira20091026_1123453
- בר, ני' (18 בפברואר, 2010). שוד הפנסיה הגדול – פרויקט מיוחד. [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?ElementId=skira20100218_1150586
- בר, ני' (15 במרץ, 2010). אודי כץ: "דמי הניהול בחיסכון הפנסיוני לא גבוהים; את עיקר העמלות מקבלות הסוכנויות הגדולות". [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?ElementId=skira20100315_1156342
- בר, ני' (14 ביולי, 2010). במגדל לא מחכים לסוכני הביטוח: החברה מקימה מערך שיווק ישיר לקרן הפנסיה מקפת. [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?ElementId=skira20100714_1179486
- בר, ני' (19 ביולי, 2010). מי מפחד מהקרב על דמי הניהול. *The Marker*, עמ' 52-53.
- פאר, עי' (13 ביולי, 2010). חלומות של פרופסור באגף שוק ההון. [גרסה אלקטרונית]. **גלובס**. אוחזר: 17.7.2010, <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?QUID=1055,U1279971250743&did=1000573693>
- שוורץ, אי' (2010). **דמי הניהול בקופות הגמל ובקרנות הפנסיה**. מרכז המחקר והמידע, הכנסת, ירושלים.
- שורצמן, קי' (חסר תאריך). **ההיסטוריה של הביטוח**. אוחזר: 17.7.2010, <http://www.albit.co.il/history.htm>
- שלם, מי' (2008). **הטיות של מומחים בתהליכי קבלת החלטות**. תזה למ"א, האוניברסיטה העברית ירושלים.
- שפורר, שי' (11 בספטמבר, 2009). חגיגות הסוכנים: מסיבות חוף על חשבון הלקוחות. [גרסה אלקטרונית]. *The Marker*. אוחזר: 17.7.2010, http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?log=tag&ElementId=skira20090911_1113912
- Barron, G., Leider, S., & Stack, J. (2008). The effect of safe experience on warnings' impact: Sex, drugs, and rock-n-roll. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 106, 125-142.
- Benartzi, S., & Thaler, R.H. (2007). Heuristics and biases in retirement savings behavior. *Journal of Economic Perspectives*, 21, 81-104.
- Bonaccio, S., & Dalal, R.S., (2006). Advice taking and decision-making: An integrative literature review, and implications for organizational sciences. *Organizational Behavior and Humane Decision Processes*, 101, 127-151.

- Botti, S., & Iyengar, S.S. (2004). The psychological pleasure and pain of choosing: When people prefer choosing at the cost of subsequent outcome satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *87*, 312-326.
- Cain, D.M., Loewenstein, G., & Moore, D.A. (2005). The dirt on coming clean: Perverse effects of disclosing conflicts of interest. *Journal of Legal Studies*, *34*, 1-25.
- Cude, B.J. (2005). Insurance disclosures: An effective mechanism to increase consumers' insurance marketing power?. *Journal of Insurance Regulation*, *24*(2): 57-80.
- Durkin, T.A. (2006). Credit card disclosures, solicitations and privacy notices: Survey results of consumer knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, *92*, A109-A121.
- Feng, B., & MacGeorge, E.L. (2006). Predicting receptiveness to advice: Characteristics of the problem, the advice-giver, and the recipient. *Southern Communication Journal*, *71*, 67-85.
- Gardner, P.H., & Berry, D.C. (1995). The effect of different forms of advice on control of a stimulated complex system. *Applied Cognitive Psychology*, *9*, S55-S79.
- Gino, F. (2008). Do we listen to advice just because we paid for it? The impact of advice cost on its use. *Organizational Behavior and Humane Decision Processes*, *107*, 234-245.
- Gino, F., & Moore, D.A. (2007). Effects of task difficulty on use of advice. *Journal of Behavioral Decision Making*, *20*, 21-35.
- Goldsmith, D.J., & Fitch, K. (1997). The normative context of advice as social support. *Humane Communication Research*, *23*, 454-476.
- Greenwald, M. (2007). Using research to help make disclosure statements more effective: A case study in research design and implementation. *Journal of Insurance Regulation*, *26*(2), 11-20.
- Harvey, N., & Fischer, I., (1997). Taking advice: Accepting help, improving judgment, and sharing responsibility. *Organizational Behavior and Humane Decision Processes*, *70*, 117-133.
- Inderst, R., & Ottaviani, M. (in press). Misselling through agents. *American Economic Review*.
- Jackson, H.E., & Burlingame, L. (2007). Kickbacks or compensation: The case of yield spread premiums. *Stanford Journal of Law, Business & Finance*, *12*, 289-361.
- Lacko, J.M., & Pappalardo, J.K. (2004). *The Effect of Mortgage Broker Compensation Disclosures on Consumers and Competition: A Controlled Experiment*, Bureau of Economics Staff Report, Federal Trade Commission.
- Lacko, J.M., & Pappalardo, J.K. (2007). *Improving Consumer Mortgage Disclosures*, Bureau of Economics Staff Report, Federal Trade Commission.
- Li, M., & Madarasz, K. (2008). When mandatory disclosure hurts: Expert advice and conflicting interests. *Journal of Economic Theory*, *139*, 47-74.
- McCoy, P.A. (2007). Rethinking disclosure in a world of risk-based pricing. *Harvard Journal of Legislation*, *44*, 123-166.

- Pappalardo, J.K. (1997). Regulate, inform, or educate? Choosing efficient consumer policy strategies, *Advancing the Consumer Interest*, 9, 27-30.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T., (1986). The Elaboration Likelihood Model of persuasion. in L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (Vol. 19, pp. 123-205). New York: Academic Press.
- Pogrud Stark, D., & Choplin, J.M. (2010). A cognitive and social psychological analysis of disclosure laws and call for mortgage counseling to prevent predatory lending. *Psychology, Public Policy, and Law*, 16, 85-131.
- Sage, W.M. (1999). Regulating through information: Disclosure laws and American health care. *Columbia Law Review*, 99, 1701-1829.
- Schrah, G.E., Dalal, R.S., & Sniezek, J.A. (2006). No decision-maker is an island: Integrating expert advice with information acquisition. *Journal of Behavior Decision Making*, 19, 43-60.
- Shiller, R.J. (2001). Bubbles, humane judgment, and expert opinion. *Cowles Foundation Discussion Paper*, No. 1303. Yale University.
- Sniezek, J.A., & Buckley, T. (1995). Cueing and cognitive conflict in judge advisor decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 62, 159-174.
- Sniezek, J.A., Schrah, G.E., & Dalal, R.S. (2004). Improving judgment with prepaid expert advice. *Journal of Behavioral Decision Making*, 17, 173-190.
- Sniezek, J.A., & Van Swol, L.M. (2001). Trust and expertise in a Judge–advisor system. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 84, 288–307.
- Van Swol, L.M., & Sniezek, J.A. (2005). Factors affecting the acceptance of expert advice. *British Journal of Social Psychology*, 44, 443-461.
- Weil, D., Fung, A., Graham, M., & Fagotto, E. (2006). The effectiveness of regulatory disclosure policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, 25, 155-181.
- Yaniv, I. (2004a). The benefit of additional opinions. *Current Directions in Psychological Science*, 13, 75-78.
- Yaniv, I. (2004b). Receiving other people's advice: Influence and benefit. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 93, 1–13.
- Yaniv, I., & Kleinberger, E. (2000). Advice taking in decision making: Egocentric discounting and reputation formation. *Organizational Behavior and Humane Decision Processes*, 83, 260-281.
- Yaniv, I., & Milyavsky, M. (2007). Using advice from multiple sources to revise and improve judgments. *Organizational Behavior and Humane Decision Processes*, 103, 104-120.

נספח א – טפסי ניסוי 1

שלום רב

הנך מוזמן/ת להשיב על השאלון הבא, העוסק בקבלת החלטות, כחלק ממחקר הנערך במחלקה לפסיכולוגיה, באוניברסיטת בן-גוריון. במחקר הנוכחי אנו מתעניינים בדעתך ובהשקפותיך ואין בשאלון תשובות נכונות או לא נכונות. זמן ממוצע לשם מילוי השאלון הוא כ-5 דקות בלבד.

כאשר תסיים/י לענות על השאלון, השאלון ישלח באופן אוטומטי ללא פרטי השולח. לא ניתן לשלוח שאלון ללא מילוי כל השאלות. המעבר בין העמודים יעשה באמצעות לחיצה על לחצן "המשך" בתחתית העמוד.

המחקר הוא אנונימי - תשובותיך לא תימסרנה לאיש, ותשמשנה לצורכי המחקר בלבד. אני מודה לך על נכונותך להשתתף במחקר.

תודה רבה!

המענה לשאלון הנו אנונימי ונעשה שימוש בנתונים אלה לצרכי מחקר בלבד.

אני מסכים/ה להשתתף בניסוי

ראשית, כמה שאלות על עצמך:

מין נקבה זכר

אנא רשום את גילך ואת מספר שנות הלימוד שלך בתיבות המתאימות לכך:

שנת לידה

שנות השכלה

באיזה חודש נולדת?

ינואר פברואר מרץ אפריל מאי יוני יולי אוגוסט ספטמבר אוקטובר נובמבר דצמבר

כתוב עד 10 מושגים שעולים לך לראש כאשר אתה חושב על המושג: קרן פנסיה

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

כתוב עד 10 מושגים שעולים לך לראש כאשר אתה חושב על המושג: ביטוח מנהלים

מקם את המושג "קרן פנסיה" על הסקאלות הבאות:

מסוכן	>>>	>>	>	<	<<	<<<	בטוח
יוקרתי	>>>	>>	>	<	<<	<<<	פשוט
יציב	>>>	>>	>	<	<<	<<<	תנודתי
מלחיץ	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מרגיע
נותן כיסוי מוגבל	>>>	>>	>	<	<<	<<<	נותן כיסוי מלא
מתקדם	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מיושן
זול	>>>	>>	>	<	<<	<<<	יקר
מניב תשואה גבוהה	>>>	>>	>	<	<<	<<<	עשוי להגיע להפסד
טיפש	>>>	>>	>	<	<<	<<<	חכם
מקובע	>>>	>>	>	<	<<	<<<	גמיש
משעמם	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מרגש

מקם את המושג "ביטוח מנהלים" על הסקאלות הבאות:

מסוכן	>>>	>>	>	<	<<	<<<	בטוח
יוקרתי	>>>	>>	>	<	<<	<<<	פשוט
יציב	>>>	>>	>	<	<<	<<<	תנודתי
מלחיץ	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מרגיע
נותן כיסוי מוגבל	>>>	>>	>	<	<<	<<<	נותן כיסוי מלא
מתקדם	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מיושן
זול	>>>	>>	>	<	<<	<<<	יקר
מניב תשואה גבוהה	>>>	>>	>	<	<<	<<<	עשוי להגיע להפסד
טיפש	>>>	>>	>	<	<<	<<<	חכם
מקובע	>>>	>>	>	<	<<	<<<	גמיש
משעמם	>>>	>>	>	<	<<	<<<	מרגש

השאלון הסתיים! אנא אשרו שליחת הנתונים.

תודה רבה על השתתפותך במחקר.

נספח ב – טפסי ניסוי 2

שם הפרויקט: בחירת חיסכון פנסיוני

פרטים אישיים:

מספר ת.ז.: _____

מוסד לימוד: _____ ; תואר: _____

חוגי לימוד: _____ ; שנה לתואר: _____

גיל: _____ ; מין: זכר / נקבה

האם ברשותך: ביטוח מנהלים

קרן פנסיה

אף אחד מהם

לשימוש פנימי:

מספר נבדק: _____

נסיין מריץ: _____

* הטופס והמסמכים הבאים שיחולקו לנבדק כתובים בלשון זכר מטעמי נוחות בלבד והם מכוונים במידה שווה לבני שני המינים.

בעקבות שינויים שנעשו לאחרונה בחקיקה חייב כל עובד להפריש לחיסכון לגיל הפרישה (64 לאישה ו-67 לגבר) שיעור מסוים ממשכורתו מדי חודש, כאשר המעסיק מפריש גם הוא עבור כל עובד. העובד צריך לבחור את התוכנית והחברה בה יושקע כספו אשר ישולם לו כקצבת פנסיה לאחר גיל הפרישה.

המחקר שלפניך מבקש לבדוק את העדפות הצרכנים בין תוכניות שונות לחיסכון פנסיוני.

בפניך יוצגו שתי תוכניות: ביטוח מנהלים וקרן פנסיה. שתי התוכניות כוללות חיסכון לגיל הפרישה ממנו תשולם לך קצבה חודשית לאחר הפרישה מעבודה, ביטוח למקרה מוות (שישולם לשארים) וביטוח למקרה של נכות. שיעורי ההפרשה לחיסכון זהים בכל סוגי התוכניות. **עליך יהיה לבחור בתוכנית המועדפת בהתאם לנתונים שיוצגו להלן.**

עבור ההשתתפות בניסוי עד סופו ינתנו 30 ₪.

המשימה אינה מוגבלת בזמן, יש לקרוא את הנתונים שיוצגו בפניך בתשומת לב ולבחור את התוכנית המתאימה לך ביותר. בין המשתתפים שענו תשובה נכונה יוגרלו ארבעה פרסים בגובה 100 ₪ (בנוסף לתשלום עבור השתתפות).

עבודה נעימה

צוות המחקר

קרן פנסיה

יתרונות:

- כחוסך בקרן הפנסיה תהיה זכאי לסבסוד ממשלתי: ישנה ריבית מובטחת שהיא גבוהה מעט מהריבית בשוק על 30% מהחיסכון.
- דמי הניהול שמשלם החוסך נמוכים יחסית.
- אין צורך בבדיקה מקדימה על ידי רופא לבירור המצב הבריאותי.

חסרונות:

- חוסך הסובל ממחלה כלשהי לפני ההצטרפות לקרן, יחויב בתקופת המתנה של 5 שנים לפני שיהיה זכאי לקצבת פנסיה, קצבה במקרה של נכות, או קצבה במקרה של מוות שתשולם לקרובי המשפחה.
- קרן הפנסיה פועלת לפי תקנון שניתן לשינוי מעת לעת.
- ניתן לבחור רק מסלול אחד, מתוך מספר מוגבל של מסלולי השקעה, שבו יושקע החיסכון בקרן הפנסיה.

ביטוח מנהלים

יתרונות:

- ביטוח מנהלים הוא חוזה בינך לבין חברת הביטוח שאי אפשר לשנותו.
- ניתן להתאים את ביטוח המנהלים להעדפותיך: ניתן לבחור את הרכב ההשקעה של החיסכון וכן את כמות הכסף מתוך ההפקדה החודשית שתופנה לחיסכון לקצבת הפנסיה, וכמות הכסף שתופנה לביטוח במקרה מוות או למקרה של נכות.

שים לב, ככל שיותר כסף מופנה לביטוח כך הסכום שיצבר בחיסכון יהיה קטן יותר וקצבת הפנסיה שתשולם בגיל הפרישה תהיה קטנה יותר.

- המקדם, שבו מחולק החיסכון לשם קביעת גובה קצבת הפנסיה שתשולם לך לאחר הפרישה, קבוע מראש ולא עולה עם הזמן בדומה לנהוג בקרן הפנסיה. מקדם נמוך יותר מבטיח קצבת פנסיה גבוהה יותר.

חסרונות:

- ביטוח המנהלים מותנה בבדיקה מקדימה על ידי רופא לבירור המצב הרפואי.
- דמי הניהול שמשלם החוסך גבוהים יחסית.
- כחוסך בביטוח מנהלים לא תהיה זכאי לסבסוד ממשלתי.

כדי להמחיש את הדברים, הנח כי אתה משתכר שכר חודשי של 5,000 ₪.

שכר מבוטח	הפרשה על חשבון המעביד			סך ההפרשה לחיסכון פנסיוני
	לתגמולים	לפיצויים	סה"כ	
5,000	300	300	600	875

להלן פירוט אופייני לאופן בו מחולק הסכום המופרש מהשכר בכל אחת מהתוכניות:

תוכנית	סך הפקדה חודשית	הפרשה לביטוח מוות ונכות	הפרשה לחיסכון	דמי ניהול	עמלה לסוכן (מדמי הניהול)
ביטוח מנהלים	875	201	560	114	70
קרן פנסיה	875	115	708	53	26

הערה:

הנתונים הצבועים באפור הוצגו רק בקבוצה ג.

להלן התפתחות צפויה של החיסכון בכל אחת מהתוכניות:

חודש	ביטוח מנהלים					קרן פנסיה				
	הפרשה לביטוח מוות ונכות	דמי ניהול	הפרשה לחיסכון	סה"כ חיסכון מצטבר	עמלת הסוכן (מצטבר)	הפרשה לביטוח מוות ונכות	דמי ניהול	הפרשה לחיסכון	סה"כ חיסכון מצטבר	עמלת הסוכן (מצטבר)
1	201	114	560	562	70	115	53	708	710	26
2	201	114	560	1,126	140	115	53	708	1,423	53
3	201	114	560	1,691	210	115	53	708	2,138	79
4	201	114	560	2,259	280	115	53	708	2,855	105
5	201	114	560	2,828	350	115	53	708	3,575	131
6	201	114	560	3,399	420	115	53	708	4,298	158
7	201	114	560	3,973	490	115	53	708	5,023	184
8	201	114	560	4,548	560	115	53	708	5,751	210
9	201	114	560	5,125	630	115	53	708	6,481	236
10	201	114	560	5,704	700	115	53	708	7,214	263
11	201	114	560	6,285	770	115	53	708	7,949	289
12	201	114	560	6,799	840	115	53	708	8,644	315
13	201	114	560	7,383	910	115	53	708	9,385	341
14	201	114	560	7,970	980	115	53	708	10,128	368
15	201	114	560	8,558	1,050	115	53	708	10,874	394
16	201	114	560	9,149	1,120	115	53	708	11,622	420
17	201	114	560	9,741	1,190	115	53	708	12,373	446
18	201	114	560	10,335	1,260	115	53	708	13,127	473
19	201	114	560	10,932	1,330	115	53	708	13,883	499
20	201	114	560	11,530	1,400	115	53	708	14,642	525
21	201	114	560	12,130	1,470	115	53	708	15,404	551
22	201	114	560	12,732	1,540	115	53	708	16,168	578
23	201	114	560	13,337	1,610	115	53	708	16,936	604
24	201	114	560	13,804	1,680	115	53	708	17,617	630

לידיעתך!

מדובר בהמחשה בלבד ולכן רווחי ההשקעה והתמורה אינם מובטחים וקיימת אפשרות לתשואה שלילית. ייתכן והתוצאות בפועל יהיו טובות או גרועות יותר מהמוצג בהמחשה.

- התוכנית שבחרתי היא: קרן פנסיה
 ביטוח מנהלים

האם אתה בטוח שהתוכנית שבחרת היא התוכנית הטובה ביותר עבורך?

בטוח לגמרי						כלל לא בטוח
6	5	4	3	2	1	

הערה:

השאלות השלישית ואילך נשאלו רק בקבוצות ב ו-ג.

- האם שינית את דעתך בעקבות דבריו של סוכן הביטוח? כן
 לא

האם אתה חושב שלסוכן הביטוח יש העדפה לחברה כלשהי?

1. כן, לקרן הפנסיה.
2. כן, לחברת הביטוח.
3. כן, לשתי החברות.
4. לא, לאף חברה.

מאיפה לדעתך משולמת עמלת הסוכן?

נספח ג – שקופית הגילוי הנאות (ניסוי 2)

משרד האוצר



מדינת ישראל

גילוי נאות

לידיעתכם,

סוכן הביטוח שלמה כהן שיופיע בפניכם בסרטון הבא, הוא סוכן ביטוח פנסיוני מורשה המשווק את המוצרים הבאים:

- קרן הפנסיה אחריות
- ביטוח מנהלים אופק חדש
- ביטוח מנהלים ביטוח מושלם
- קרן הפנסיה שלווה
- ביטוח מנהלים עתיד בטוח

על פי חוק, סוכן הביטוח מחויב ליידע אתכם כי הוא משווק מוצרים אלו בתמורה לעמלה מהחברה, בהתאם למוצר אותו תבחרו.