

## תיבה ד'-1

### אוריינות פיננסית וממשקים דיגיטליים במערכת הבנקאות

משקי הבית נדרשים לקבל החלטות בתחומים פיננסיים רבים – בהם ניהול חשבונות בנקאיים, נטילת הלוואות, רכישת ביטוחים, ניהול חסכונות וולונטריים וניהול חסכונות פנסיוניים. בכל תחום כזה עליהם לבחור את המתווך הפיננסי שיספק את השירות, את המוצר המתאים להם, את מסלול הסיכון ואת מידת הנזילות. כניסתם של מתווכי אשראי מוסדרים<sup>1</sup> הופכת את תהליך קבלת ההחלטות של משקי הבית למורכב יותר: ראשית, הם צריכים לבחור מוצר מתוך מגוון רחב יותר של מתווכים ומוצרים; שנית, המתווכים פונים אליהם ישירות ומעודדים אותם לנקוט יותר פעילויות פיננסיות. היכולת של משקי הבית לנצל לטובה את גידולו של מגוון המתווכים הפיננסיים ואת היתרונות שבתחרות תלויה בנגישות התחום עבורם ובהבנתם בו, כלומר באוריינות הפיננסית שלהם. בשנים האחרונות אנו עדים להעברת אחריות מהממשלה והמעסיקים אל משקי הבית בנושאי החיסכון, ובפרט בבחירת החיסכון הפנסיוני. העברת האחריות מעלה את חשיבות הבחירות הפיננסיות של משקי הבית, משום שהן יכולות להשפיע השפעה דרמטית על הכנסתם לאורך מחזור החיים, ובעיקר לאחר הפרישה משוק העבודה.

**אוריינות פיננסית אובייקטיבית** – כלומר רמת הידע הפיננסי של אנשים כהווייתה – קשורה לקבלת החלטות פיננסיות. אוריינות פיננסית אובייקטיבית נמצאה בספרות כמשפיעה על קבלת החלטות נכונות בתחומי התכנון והחיסכון לפנסיה, ניהול חובות אישיים, פעילות בשוק ההון, בחירת קרנות נאמנות הגובות עמלות ניהול מופחתות ואף צבירה וניהול של הון. כן נמצא בספרות שאוריינות פיננסית אובייקטיבית מתואמת עם מאפיינים של מעמד סוציו-אקונומי, המתבטא בהשכלה ובעושר, וכן עם ההשתייכות האתנית והמגדרית<sup>2</sup>.

ההבדלים ברמת האוריינות הפיננסית של הציבור יחד עם המתאם עם מאפיינים סוציו-דמוגרפיים יוצרים הבדלים בקבלת החלטות של הציבור, שיכולים להרחיב את אי השוויון. הרגולציה יכולה לסייע למשקי הבית בהחלטות הפיננסיות המורכבות באמצעות נקיטת פעולות על הציר שבין: 1. פטרנליזם, מצב שבו המדינה לוקחת על עצמה את מלוא קבלת ההחלטות, ולכן לרמת האוריינות הפיננסית האובייקטיבית לא אמורה להיות השפעה. כך, לדוגמה, הרגולציה הצרכנית יכולה לקבוע ברירות מחדל אוטומטיות, כדוגמת חובת החיסכון הפנסיוני וקביעת מסלול עמלות מוזל בבנקים. 2. הגדלת האוריינות הפיננסית של הציבור, ובפרט של אוכלוסיות מוחלשות, כדי לאפשר קבלת החלטות פיננסיות נכונות ללא התערבות בנקודת קבלת החלטות. מאמרים רבים מוצאים כי קבלת החלטות הפיננסיות של אנשים משתפרת אם הם השתתפו בתוכניות לימודים פיננסיות במקום העבודה, במוסדות החינוך או במסגרות אחרות<sup>3</sup>. בשנים האחרונות נקט הפיקוח על הבנקים מהלכים להגדלת האוריינות הפיננסית של הציבור. המהלכים העיקריים היו במערכת החינוך (כיתה ט'), למשקי הבית בסניפי הבנקים והטמעת לומדה בנושא חינוך פיננסי בנקאי בקרב חיילי המודיעין.

החשיבות של אוריינות פיננסית מתעצמת עם המעבר של קבלת החלטות הפיננסיות וקבלת המידע הפיננסי לתשתית דיגיטלית. בשימוש בתשתית דיגיטלית, כדוגמת אתר אינטרנטי או אפליקציה, אין מתווכים או יועצים, ועל המשתמש להיות פעיל ולהבין את המידע בעצמו.

על ציר פעולות הרגולציה יש אפשרות לניהול קמפיינים רגולטוריים, שמטרתם לעודד את הציבור לנקוט פעולות פשוטות וברורות. המחשבה היא שאם הפעולה פשוטה דיה, רמת האוריינות הפיננסית אינה אמורה להשפיע. זוהי רגולציה פטרנליסטית ש"עיקלה" את המידע עבור הציבור ומנחה אותו כיצד לפעול באופן ישיר. עצם נקיטת הפעולה היא עדיין בידי הפרט.

<sup>1</sup> מתווכים פיננסיים שאינם בנקים או גופים מוסדיים. לדוגמה, מתווכים פיננסיים המספקים הלוואות למשקי בית או חברות לאשראי בלתי אמצעי כגון חברות P2P. להרחבה ראו תיבה ד'-2 בדוח בנק ישראל לשנת 2017.

<sup>2</sup> לסקירה ראו (Lusardi and Mitchell (2015).

<sup>3</sup> לסקירה (Lusardi and Mitchell (2015).

התיבה תבחן את הקשר בין אוריינות פיננסית לבין היענות של משקי הבית לרגולציית "הר הכסף 2" של הפיקוח על הבנקים, כמקרה בוחן לרגולציה דיגיטלית שמטרתה פשוטה – הנעת הציבור להיכנס לאתר אינטרנט כדי לחפש חשבונות בנקאיים לא פעילים. רגולציית "הר הכסף 2" מספקת למשקי הבית גישה לאתר אינטרנטי לצורך חיפוש של חשבונות לא פעילים במערכת הבנקאות, והיא פורסמה במסע שיווקי ברדיו וברשתות החברתיות עם עליית האתר "הר הכסף 2" לאוויר בספטמבר 2016<sup>4</sup>. נושא הקמפיין פשוט מאוד – עצם קיומם של חשבונות בנקאיים (שלך או של קרובים, כולל קרובים שנפטרו). גם הפעולה פשוטה: כניסה לאתר אינטרנט והמשך בירור מול הבנק. הגישה אף היא פשוטה – אתר אינטרנטי ייעודי. הרגולציה רלוונטית לכל מי שיתכן כי נפתח לו בעבר חשבון בנק או פיקדון או שלמישהו מבני משפחתו (בעיקר שנפטרו) יש חשבונות אבודים. בהתאם לזאת לא היינו מצפים שתהיה לאוריינות הפיננסית האובייקטיבית השפעה על הצלחת הקמפיין. בעקבות קמפיין "הר הכסף 2" לאוויר הייתה ירידה של כ-3.8 מיליארד ש"ח מתוך יתרות של 9 מיליארדים שהיו בחשבונות והפיקדונות הלא פעילים במערכת הבנקאות. באותה שנה נכנסו לאתר "הר הכסף 2" 2.5 מיליון איש, ומתוכם 600,000 קיבלו תוצאות חיוביות המעידות כי יש ברשותם חשבונות לא פעילים<sup>5</sup>.

### שיטת המחקר: סקר אינטרנטי

בינואר 2018 נערך סקר אינטרנטי<sup>6</sup> אצל 1,500 נשאלים, המייצגים את אוכלוסיית ישראל בחתך לפי מחוזות, מגדר ומצב משפחתי. נבחר כי יש במדגם הטיה, הנובעת מהיות הסקר אינטרנטי: האוכלוסייה שנדגמה צעירה מהאוכלוסייה הכללית ובעלת הכנסה ממוצעת גבוהה יותר. מאפייני אוכלוסיית המדגם מטים את האומדנים המוצגים כלפי מעלה, וככל הנראה בפועל האוריינות הפיננסית של כלל משקי הבית וההיענות שלהם לרגולציה נמוכות יותר. למרות זאת חשוב לבחון את התנהגותה של אוכלוסייה זו, בעלת האוריינות הדיגיטלית הגבוהה יחסית, משום שהיא האוכלוסייה שאליה מיועדת התשתית הדיגיטלית הפיננסית.

### אוריינות פיננסית

מהספרות עולה שלא רק **האוריינות פיננסית האובייקטיבית** – רמת הידע הפיננסי האובייקטיבי של אנשים כהווייתה – משפיעה על התנהגות פיננסית; גם **לאוריינות הפיננסית הסובייקטיבית**, כלומר לרמת הביטחון שאדם חש לגבי הידע שלו בסוגיות פיננסיות, יש השפעה על התנהגותו הפיננסית. בספרות נמצא שהאוריינות הפיננסית הסובייקטיבית מתואמת עם מאפיינים סוציו-דמוגרפיים, בדומה לאוריינות הפיננסית האובייקטיבית<sup>7</sup>. אך בשונה מאוריינות פיננסית אובייקטיבית, אוריינות פיננסית סובייקטיבית שאינה מתבססת על ידע אמיתי עלולה להביא לקבלת החלטות לקויה<sup>8</sup>. יחד עם זאת נשאלת השאלה אם יש לאוריינות הפיננסית הסובייקטיבית גם השפעה חיובית על היענות לרגולציה הפשוטה יחסית של "הר הכסף 2".

<sup>4</sup> אתר "הר הכסף 2" מוצג באתר "הר הכסף 1", שהוצע כשירות לציבור ב-2013 ומאפשר חיפוש של חשבונות לא פעילים פנסיוניים בקופות הגמל, קרנות הפנסיה ופוליסות הביטוח.

<sup>5</sup> ממידע שנמסר מהפיקוח על הבנקים.

<sup>6</sup> את הסקר ערכה חברת "רושניק".

<sup>7</sup> אוריינות פיננסית סובייקטיבית, כפי שהיא מוגדרת פה, נמצאה כמשפיעה בין השאר גם בסקירה של Lusardi and Mitchell (2015). בעיקר נמצא בספרות שלנשים יש אוריינות פיננסית סובייקטיבית נמוכה ביחס לאוריינות הפיננסית האובייקטיבית שלהן ואילו האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית של גברים גבוהה מהאוריינות האובייקטיבית שלהם.

<sup>8</sup> Barber and Odean (2001).

לפי ממצאי הסקר שערכנו לצורך תיבה זו 37% מהנשאלים ידעו את התשובה לשלוש השאלות הכלליות – על ריבית, אינפלציה ופיזור סיכונים<sup>9</sup> – ו-45% ידעו את התשובה לשתי השאלות בנושא חשבונות ועמלות בבנקים<sup>10</sup>. ל-78% מהנשאלים יש אוריינות פיננסית סובייקטיבית כללית ול-70% יש אוריינות פיננסית סובייקטיבית בנקאית<sup>11</sup>. המתאם בין משתני האוריינות הפיננסית האובייקטיבית לסובייקטיבית הוא 0.21, המתאם בין האוריינות הפיננסית האובייקטיבית הכללית לבנקאית הוא 0.29, והמתאם בין שני סוגי האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית הוא 0.56.

בשנת 2012 פרסמה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה בישראל (להלן הלמ"ס) סקר בנושא אוריינות פיננסית, שנשב על מדגם מייצג של 1,200 אנשים בני למעלה מ-20<sup>12</sup>. על פי אותו סקר האוריינות הפיננסית של האוכלוסייה בישראל נמוכה מן הממוצע הבין-לאומי. בסקר של הלמ"ס 59% מאוכלוסיית ישראל מבינים כיצד מחשבים ריבית לתשלום על הלוואה (לעומת 76% בסקר שערכנו הנוכחי), 65% יודעים את ההגדרה של המונח "אינפלציה" (לעומת 50% במדגם שלנו) ו-48% מבינים את המונח "פיזור סיכונים" (לעומת 45% במדגם הנוכחי).

### היענות של משקי הבית לרגולציית "הר הכסף 2"

מתוך הנשאלים 32% היו מודעים לקמפיין, כלומר שמעו עליו, 38% נכנסו לאתר<sup>13</sup>, ו-7% פנו כתוצאה ממנו אל הבנק לצורך בירור נוסף על החשבונות הלא פעילים שלהם. מתוך אלו ששמעו על הקמפיין 76% נכנסו לאתר, ומתוך אלו שנכנסו לאתר 10% מצאו חשבון לא פעיל בנקאי, 32% מצאו חשבון לא פעיל פנסיוני ו-17% פנו אל הבנק לצורך בירור נוסף. כדי לבחון את הקשר בין אוריינות פיננסית לחשיפה והיענות של משקי הבית לרגולציית "הר הכסף 2" מוצגות רגרסיות logit<sup>14</sup> (לוח 1), הבודות כיצד מדדי אוריינות פיננסית אובייקטיבית<sup>15</sup> ואוריינות פיננסית סובייקטיבית מסבירים את ההסתברות שהפרט נחשף לרגולציית "הר הכסף" או נקט פעולה בהקשר של רגולציה זו. לשם בקרה נכללו ברגרסיות

<sup>9</sup> השאלות הן:

1. נניח שיש לך חיסכון בבנק של 100 ש"ח, שנותן לך תשואה (רווח) של 2% בשנה. ונניח שבמשך 5 שנים אתה לא מוציא כסף מהחיסכון הזה. לפי מה שידוע לך, כמה כסף יהיה לך אחרי 5 שנים?  
יותר מ-102 ש"ח, בדיוק 102 ש"ח, פחות מ-102 ש"ח, לא יודע/לא בטוח/תלוי.  
2. נניח שיש לך חיסכון בבנק, שנותן לך 1% תשואה (רווח) לשנה. ונניח שהאינפלציה היא 2%. כמה תוכל לקנות בעוד שנה, עם הכסף שבחיסכון? בעוד שנה אוכל לקנות יותר, בעוד שנה אוכל לקנות בדיוק כמו היום, בעוד שנה אוכל לקנות פחות, לא יודע/לא בטוח/תלוי.  
3. האם המשפט הבא נכון/לא נכון לדעתך: קנייה של מניה של חברה אחת נותנת תשואה (רווח) בטוחה יותר מקנייה של קרן נאמנות שמשקיעה במניות (נכון/לא נכון/לא יודע)  
הוכח כי שאלות אלו מאפשרות הבחנה ברורה בין משיבים נאיביים לבין משיבים מתוחכמים, וכי יש מתאם גבוה בינן לבין מדדי אוריינות פיננסית אחרים.

<sup>10</sup> השאלות הן:

1. האם המשפט הבא נכון/לא נכון לדעתך: למשוך/להפקיד כסף בכספומט, זה זול יותר מלמשוך/להפקיד כסף אצל הפקיד בבנק. (נכון/לא נכון/לא יודע).  
2. האם המשפט הבא נכון/לא נכון לדעתך: כיום אפשר להשקיע במניות ישירות דרך הבנק. (נכון/לא נכון/לא יודע).

<sup>11</sup> נשאלים עם אוריינות פיננסית סובייקטיבית ענו שיש להם ביטחון בידע הפיננסי שלהם במידה רבה או רבה מאוד (ציונים 4,5 ממדד שנע בין 1 ל-5).

<sup>12</sup> סקר אוריינות פיננסית: ידע, דעות והתנהלות בנושאים פיננסיים, נובמבר 2012, הלמ"ס. השאלות בסקר של הלמ"ס אינן זהות לנוסח השאלות בסקר הנוכחי.

<sup>13</sup> נראה שהשיעור הגבוה כולל גם על אנשים שנכנסו לאתר עקבות "הר הכסף 1".

<sup>14</sup> הממצאים דומים גם בשימוש ברגרסיית probit או OLS, וגם כאשר מריצים את הרגרסיות עם אינטראקציה בין המשתנה של אוריינות אובייקטיבית עם זה של אוריינות סובייקטיבית. כאשר מריצים רגרסיה של פנייה לבנק להמשך בירור רק על האוכלוסייה ששמעה על הקמפיין התוצאות דומות למוצג בלוח 1; אך כאשר מריצים רגרסיה של כניסה לאתר רק על האוכלוסייה ששמעה על הקמפיין, רק האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית מובהקת ברגרסיה בעמודה (3), וברגרסיה בעמודה (4) אף משתנה אינו מובהק. כדי להתמודד עם אנדוגניות השאלות על הביטחון של הנשאלים בנושאים פיננסיים הופיעו בתחילת השאלון ולפני השאלות האחרות. בסקר של הרן ושדה (2017) השאלות על הביטחון נשאלו לקראת סיום השאלון, וכפי שמפורט בהמשך, ההשפעות של אוריינות פיננסית סובייקטיבית בשני הסקרים דומות.

<sup>15</sup> מדד המחושב (בדומה לאופן חישובו בספרות) כך שכל שאלת אוריינות פיננסית אובייקטיבית שנענתה נכונה מעניקה למשיב את הציון 1, והמדד נע בין 0 ל-3.

משתנים אישיים של הנשאלים<sup>16</sup>. ברגרסיות ננקטה גם בקרה על שימוש באמצעים דיגיטליים לביצוע פעולות בנקאיות ובקרה על חשבון הבנק. החשיבות של מודעות לקמפיין היא, שגם אם מניחים שאדם יודע בוודאות כי אין לו חשבון לא פעיל, ולכן אינו נכנס לאתר (אף שלכניסה כמעט אין עלות), צריכה להיות לו מודעות לקמפיין. שני המשתנים התלויים האחרים נוגעים ישירות לאקטיביות של הפרטים ולהצלחה של הקמפיין: כניסה דיגיטלית לאתר או פנייה לבנק לצורך בירור נוסף על החשבונות הלא פעילים (של מי שאוריינותו הדיגיטלית נמוכה או לאחר שנמצאו חשבונות לא פעילים באתר). למרות פשטות הרגולציה תוצאות האמידה מראות שיש חשיבות לאוריינות הפיננסית האובייקטיבית במודעות לקמפיין ובכניסה לאתר "הר הכסף 2" (עמודות 1,3), אך לאוריינות בתחום הבנקאות מתאם חזק יותר עם ההסתברות להיחשף ולהיענות למדיניות. האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית בתחום הבנקאות חשובה בעיקר להסתברות של פנייה לבנק לצורך המשך בירור (עמודות 5,6), כאשר לא נמצא מתאם אפרורי בין רמת האוריינות לקיומו של חשבון לא פעיל<sup>17</sup>. תוצאות אלו מחזקות ממצאים קודמים, שלפיהם אוריינות כלכלית אובייקטיבית וסובייקטיבית משפיעות לחיוב על המודעות ועל ההיענות האקטיבית לקמפיין "הר הכסף 1"<sup>18</sup>. חוסר ההתייחסות לאוריינות פיננסית סובייקטיבית עשוי

**לוח 1**  
**תוצאות רגרסיית logit הבוחנת את השפעת האוריינות הפיננסית על היענות**  
**הציבור לקמפיין "הר הכסף 2"**

פנו אל הבנק לצורך בירור נוסף על החשבונות הלא פעילים כתוצאה מ"הר הכסף"		נכנסו לאתר "הר הכסף 2"		שמעו על "הר הכסף 2"		
(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
0.15	0.18	0.09	0.14**	0.07	0.12*	אוריינות פיננסית אובייקטיבית כללית
(0.12)	(0.12)	(0.06)	(0.06)	(0.06)	(0.06)	
0.13	0.65***	0.53***	0.81***	0.34*	0.67***	אוריינות פיננסית סובייקטיבית כללית
(0.28)	(0.24)	(0.17)	(0.14)	(0.17)	(0.15)	
0.13		0.16*		0.23**		אוריינות פיננסית אובייקטיבית בנקאית
(0.18)		(0.09)		(0.09)		
0.83***		0.45***		0.52***		אוריינות פיננסית סובייקטיבית בנקאית
(0.27)		(0.16)		(0.16)		
+	+	+	+	+	+	משתני בקרה נוספים
0.2	0.19	0.22	0.21	0.2	0.19	McFadden Pseudo R <sup>2</sup>
1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	1,367	מספר התצפיות

p.value=0.1\*,0.05\*\*,0.01\*\*\*

**המקור:** נתוני הסקר של חברת רושניק ועיבודי בנק ישראל.

<sup>16</sup> המגדר, המצב המשפחתי, ההכנסה, ההשכלה, אזור המגורים, חרדי, ערבי, עולה מבריה"מ והגיל.

<sup>17</sup> המטרה בהסתכלות על כל האוכלוסייה היא בחינת האקטיביות של כלל האוכלוסייה בפנייה ישירה לבנק, כולל אנשים שלא נכנסו לאתר ופנו ישר לבירור מול הבנק. כאשר מריצים את הרגרסיה רק על מי שמצא חשבון לא פעיל בכניסה לאתר – נמצא שרק האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית הבנקאית מובהקת, ויש חשש שהירידה במובהקות נובעת מגודל המדגם. נוסף על כך, המתאמים בין האוריינות השונות לבין מציאת חשבונות לא פעילים באתר הם פחות מ-0.1 ואין מתאם אפרורי בין רמת האוריינות לקיום של חשבון לא פעיל.

<sup>18</sup> הרן רוזן ושדה (2017).

גם להסביר חלק מהתוצאות הסותרות בספרות לגבי ההשפעות של תוכניות להעלאת האוריינות הפיננסית על התנהגויות כלכליות<sup>19</sup>. הדגשת האוריינות הפיננסית האובייקטיבית חשובה, אך כנראה אינה מספקת, ונדרש ללוותה בהעלאת האוריינות הפיננסית הסובייקטיבית.

חוץ מאשר בנקודת קצה פטרנליסטית, שבה לציבור אין יכולת או צורך לקבל החלטות, על הרגולטורים להתחשב באוריינות הפיננסית בכל רגולציה צרכנית. תוצאות הניתוח מראות שגם ברגולציה שכביכול לא אמורה להיות תלויה ברמת האוריינות הפיננסית של הציבור יש לאוריינות הפיננסית האובייקטיבית השפעה. אם הרגולציה הצרכנית פועלת בעיקר במטרה להגדיל את השקיפות וגילוי המידע הפיננסי, היא תשפיע רק על בעלי האוריינות הגבוהה, לא תייצר אקטיביות אצל כלל הציבור, ועלולה לתרום לאי השוויון. על כן על הרגולטורים לפעול – במערכות החינוך השונות ובמסגרות העשרה נוספות – להגדלת האוריינות בתחומים הספציפיים שבהם האחריות על קבלת ההחלטות מוטלת על משקי הבית (בנקאות, פנסיה, הלוואות וכו'). הרגולציה צריכה להתמקד גם בקמפיינים רגולטוריים שפועלים להעלאת תחושת המסוגלות של הפרטים (למשל באמצעות העברת מידע על ידי גורם אנושי)<sup>20</sup>.

### ביבליוגרפיה

הרן רוזן, מ' וא' שדה (2017). "האם הרגולציה הפיננסית מתעלמת שלא בכוונה מאוכלוסיות מוחלשות? בחינה של הקשר בין הטמעת רגולציה בעזרת כלים דיגיטליים לבין אוריינות אובייקטיבית וסובייקטיבית", סדרת מאמרים לדיון של בנק ישראל 2017.10.

Barber, B. M. and T. Odean (2001). "Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment", *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292.

Haran Rosen, M. and O. Sade (2018). "When implementing fintech advancement, does financial regulation unintentionally ignore less privileged populations? The investigation of regulatory change, objective and subjective financial literacy", Manuscript.

Fernandes, D., J. G. Lynch and R. G. Netemeyer (2014). "Financial literacy, financial education and downstream financial behaviors", *Management Science*, 60(8), 1861–1883.

Lusardi, A. and O. S. Mitchell (2015). "Financial literacy and economic outcomes: Evidence and policy implications", *The Journal of Retirement*, 3(1), 107.

<sup>19</sup> ייתכן שזה ההסבר גם לתוצאות מעורבות שנמצאו במחקרים לגבי השפעת תוכניות להעלאת האוריינות הפיננסית בעיקר במוסדות חינוך, לדוגמה Fernandes et al. 2014.

<sup>20</sup> Haran Rosen and Sade (2018).