

3.3.3. Emeklilik planı ve uygulanan dürtmeler

EMEKLİLİK GELİRİ OPSİYONLARININ SUNUMU

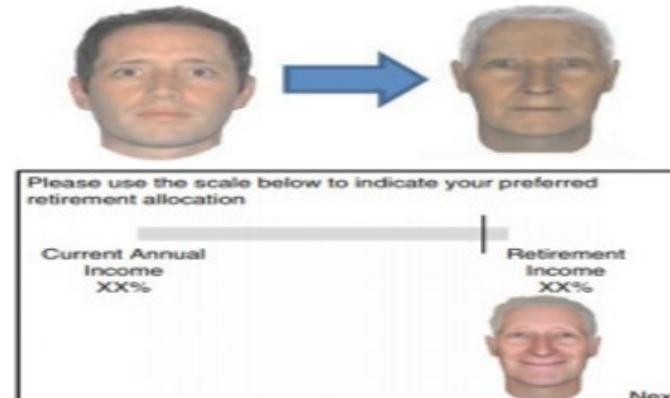
İngiltere'de 2014 yılında yapılan bir laboratuvar deneyi sonucunda emeklilik geliri ürünlerinin sunumunun daha basit ve anlaşılır bir şekilde yapılmasıının kişilerin davranışsal yanlılıklarını azalttığı öne sürülmüştür. Yapılan çalışmada üç çeşit sunum yapılmıştır. Birinci sunumda tüketiciler emekliliğe ayırabilecekleri para konusunda ürün adlarından bahsetmeden bilgilendirilmiştir. İkinci sunumda bilgi yıllık gelir olarak verilmiştir. Örneğin, yıllık olan bu seçenekin seçip ölene kadar aylık GBP 500 gelir vermesi gibi. Üçüncü ve son sunumda ise sunumun çerçevesi yatırımla verilmelidir. Burada yatırımlın getirişi ve tüketicinin emeklilik fonundaki para miktarı ifade edilmiştir.

400.000 kişinin katıldığı bu çalışmada katılımcıların %70'i emeklilik gelirinin yıllık gelir opsyonuya verilmesini, %20'den daha fazla kişi ise yatırımla verilmesini tercih etmiştir. Daha fazla kişinin emeklilik gelirini yıllık gelir bazında görmek istediği sonucuna ulaşmıştır.

EMEKLİLİK İÇİN PARA BİRİKTİRMEK

Hershfield vd. (2011) insanların emeklilikleri için yeterli para birikimini sağlayamadıklarından yola çıkararak tasarıladıkları deneyde 50 katılımcıya yaşlarının ilerlemiş görüntüleri sunulmuş ve daha fazla para biriktirmelerinin gerekliliği dikkat çekici hale getirilmeye çalışılmıştır. Deneyde katılımcılardan emeklilikleri için ne kadar para biriktirdiklerini bir kaydırıcı panel üzerinden belirlemeleri istenmiştir. Bu panelde düşük bir miktarı biriktirmeyi seçiklerinde yaşı ilerlemiş görüntüleri kaşlarını çatmaya başlamakta ve daha yüklenmiştir.

Şekil 6: Emeklilik Planının Kişinin Kendi Resmi Kullanılarak Gösterilmesi



sek bir miktarı tercih ettiklerinde yaşları ilerlemiş görüntüleri gülümsemeye başlamaktadır. Deney sonuçları yaşı ilerlemiş görüntünün olduğu durumda para birikiminin (ortalama \$172) şu anki görüntüsüyle karar verenlerinkine göre iki katı (ortalama \$80) olduğu tespit edilmiştir.

AVRUPA BİRLİĞİ KOMİSYONUNDAKİ EMEKLİLİK PROGRAMI

Dünya Bankasının 2020 yılı raporunda Avrupa Birliği Komisyonu'nun çalışmasında emeklilik ürünleriyle ilgili bilgilendirmeler verilmeye devam edilmektedir. Avrupa Birliği tüketicilerine yapılmakta olan bu çalışmada EIOPA (European Insurance and Occupational Pensions Authority-Avrupa Sigorta ve Mesleki Emeklilik Otoritesi) ve bir dış danışmanla beraber online deneyler yapıp davranışsal çok fazla veri toplamaya devam etmektedirler.

FİNANSAL EĞİTİM VE ÇALIŞANLARIN EMEKLİLİK PLANINA KATILIMI

İşverenler emeklilik planına katılmaları, rahat bir emeklilik için tasarruf ve yatırımlarını iyi yapmaları için çalışanlarına ücretsiz eğitim istemektedir. Benartzi ve Thaler (2007) çalışmada büyük bir şirketin çalışanlarına "tanımlamalı-hak etme" planından "tanımlamalı-katkı" planına geçmek için verdiği eğitimin sonucunda bilgi oranlarını ölçmüştür. Fakat eğitim öncesi ve sonrası bilgi oranını farkı sadece %1 olarak bulunmuştur. Ek olarak çalışanlar tasarruf yapma konusunda çok istekli ve heyecanlı olsalar da tasarruf yapma planına katılım oranı %14'te kalmıştır. Emeklilik tercihiyle ilgili verilen eğitimin bir faydasının olmadığı görülmüştür.

3.3.4. Sigorta ve uygulanan dürtmeler

İngiltere'de 2013-2015 yılları arasında 300.000 sigorta müşterisiyle yapılan bir deneyin ardından anket uygulanmıştır. Bu uygulamadaki amaç bu kişilerin sigorta poliçelerini yenilerken veya başka bir sigorta şirketine geçmeyi düşünürken gerekiz yüksek fiyatları ödemek gibi yanlış bazı kararlar almalarını engellemektir. Bu noktada 4 ayrı dürtme yapılmıştır:

1. Dikkat çekme: Yenileme uyarısının içinde bu seneki priminin yanında geçen seneki primi de gösterme

2. İlgili bilgilendirme/dürtme: Yenileme uyarısını ve aynı zamanda yenileme seçeneklerini sunan bir broşür gönderme

3. Basitleştirme: Yenileme uyarı mesajlarını numaralandırılmış liste şeklinde ve daha basit bir dille anlatmak

4. Hatırlatma: Yenileme uyarısından 2 hafta sonra hatırlatma mesajı gönderme

Bu dürtmelerden en etkili olanı dikkat çekme yani geçen seneki primi bu senekinin yanına koymak olmuştur.

VARSAYILAN-DEFAULT SIGORTA PROGRAMI

Cynthia vd. (2019) özet çalışmasında şirketlerde çalışanlara otomatik olarak (default) verilen sigorta programından ve bu çalışmaya yapan Handel (2013) deneyinden bahsedilmektedir. Bu araştırma sonunda çalışanları işe başlarken otomatik olarak sigorta sistemine özellikle Bireysel Sigorta sistemine dahil etmenin kendi seçimiyle sigorta yapıp yapmamaya karar verilen duruma göre iki kat refah düzeyi sağladığı tespit edilmiştir. Bunun nedenlerinden en önemlisi olarak kişi sigorta seçimi yaparken olumsuz seçimden kaynaklanan mevcut refah kaybını örnek olarak verebiliriz. Bu dürtme halihazırda Yeni Zelanda, Türkiye ve İngiltere gibi ülkelerde uygulanmaktadır.

3.3.5. Bankacılık ve uygulanan dürtmeler

NAKİT TRANSFERLERİNİ ADLANDIRMAK

Beatty vd. (2011) 60 yaş üstündeki hane halkına nakit transferi olarak uygulanan İngiltere Akaryakıt Ödemesi (UK Winter Fuel Payment (WFP)) örneğini ele alarak bir deney yapmıştır. Bu saha deneyinin çıkış noktası standart iktisat teorisinde nakit transferlerinin nasıl adlandırıldığı veya etiketlendirildiğinin kişilerin harcama biçimini etkilememesi gerektidir. Örneğin buna göre bir nakit transferinin çocuk yardımı, gıda pulu kartı gibi adlandırılması bu paranın nasıl ve ne biçimde harcandığını etkilememelidir. Fakat bu çalışmada hane halkına karşılıksız verilen £100 herhangi bir isimle verilmediğinde akaryakıt harcaması toplamı £3 olurken bu nakit transferi "kiş yakıt ödemesi" şeklinde isimlendirildiğinde akaryakıt harcamasının ortalama £41 olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç tüketicilerin harcama biçimini yönlendirmenin mümkün olduğunu gösterilmiştir.

MÜŞTERİLERİN ATM MAKİNESİNDE PARA UNUTMASI

İngiltere'de 2004-2011 yılları arasında ATM makinasında kalan paraları müşterilerine geri vermek isteyen fakat bazı müşteriler hesaplarını kapattıkları için ulaşmakta zorlanan bir bankadan yola çı-

kılarak 2012-2013 yıllarında bir deney yapılmıştır. Bu deneyin sponsoru UK Financial Conduct Authority / FCA olmuştur. Dürtme stratejisi şu şekilde gelişmiştir. Hesabını kapamış eski müşterilere davranışsal bazı prensipleri içeren mektuplar yollandırılmıştır. Kontrol grubuna davranışsal ilkelerin kullanılmadığı standart bir mektup yollanırken diğer 3 gruba ise davranışsal bazı dürtmelerin kullanıldığı mektuplar iletilmiştir.

Grup 1: Öğeler: Önemli bilgiler mektubun üstünde öğe şeklinde verilmiştir (para çekimi ne kadar vakit alacak, parayı almak nasıl olacak) ve "bir şeyi ertelersen onu yapma olasılığın düşer" söyleye mektup bitirilmiştir.

Grup 2: Süreç: Paranın nasıl alınacağı konusundaki süreç tek tek numaralandırılarak mektubun ortasında anlatılmıştır.

Grup 3: Materyaller ve Süreç: Her iki çeşit dürtme bir mektupta kullanılmıştır.

Mektuplar 5.589 kişiye iletilmiştir. 2.839 (%50,8) müşteri parasını almaya gelmiş ve müşteri başına ortalama 95 GBP ödenmiştir. Ayrıca, alacak para miktarı daha fazla olanlar, kadınlar, daha yeni