

לא הידע אלא המודעות: מנגנון ההשפעה של סרטון הסברה קצר על כוונות התנהגותיות בביטוחי בריאות

רעות רון^{1,2}, רועי ברנע^{1,3}

¹מכון אסותא לחקר שירותי בריאות, אסותא מרכזים רפואיים

²המחקלה למדניות וניהול מערכות בריאות, אוניברסיטת בן גוריון בנגב, ³ניהול מערכות בריאות, מכללה האקדמית נתניה

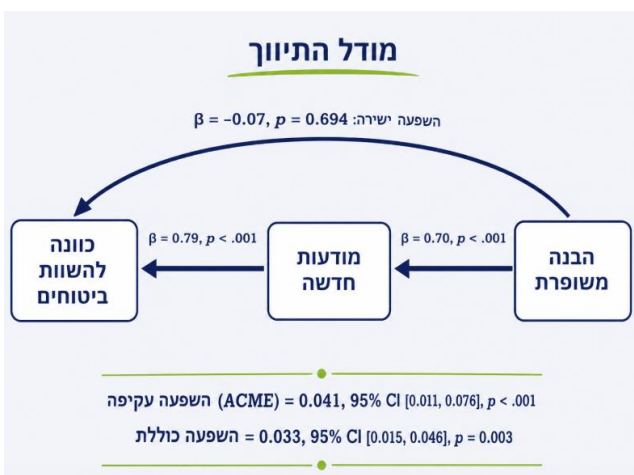
רקע ומטרות

- מערכת ביטוחי הבריאות בישראל מורכבת משלושה רבדים: סל ציבורי, שב"ן וביטוחים פרטיים.
- מורכבות זו מקשה על הציבור להבין זכויות, כיסויים וכפל ביטוחי.
- מטרת המחקר הייתה לבחון האם סרטון הסברה קצר יכול לשפר הבנה עצמית, לעורר מודעות חדשה, ולהניע כוונות פעולה בתחום ביטוחי הבריאות.



תוצאות

- לאחר הצפייה חל שיפור מובהק בדיווח עצמי על הבנה של שוק ביטוחי הבריאות.
- ידע אובייקטיבי כשלעצמו לא היה המנגנון המרכזי שהסביר את הכוונה לפעול.
- "הסרטון חידש לי מידע" נמצא כמנבא המרכזי לכוונות פעולה, כגון השוואת ביטוחים ובדיקת כיסויים קיימים.



מסקנות והמלצות מדיניות

- ✓ סרטון הסברה קצר ופשוט יכול לייצר שינוי תפיסתי משמעותי ולעודד כוונות פעולה גם ללא התערבות ארוכה או מורכבת.
- ✓ מיקרו-התערבויות דיגיטליות בעלות פוטנציאל ככלי מדיניות זול, נגיש ובר-הרחבה לצמצום כפל ביטוחים ולקידום קבלת החלטות מושכלת.

