



סיקור קופות החולים בעיתונות הדיגיטלית והקשר בינו ובין מעברים בין קופות

שלומית קגיה¹ דנית סובול-סראג¹
דן אבן²

¹מכון מאירס-ג'וינט-ברוקדייל
²אוניברסיטת בן-גוריון בנגב ואוניברסיטת בוסטון

עריכת לשון: רויטל אביב מתוק
תרגום לאנגלית (תקציר): עמי אשר
עיצוב גרפי: ענת פרקו טולדנו

המחקר מומן בסיוע המכון הלאומי לחקר שרותי הבריאות ומדיניות הבריאות

מכון מאירס ג'וינט ברוקדייל
ת"ד 3886 ירושלים 9103702
טלפון: 02-6557400
brook@jdc.org | brookdale.jdc.org.il

ירושלים | אייר תשפ"ג | מאי 2023

מבוא

מספר המבוטחים בישראל העוברים מדי שנה מקופת חולים אחת לאחרת עלה משמעותית בין השנים 2010 ל-2019 (מ-117,015 מבוטחים ל-199,283 מבוטחים). מחקרים מצביעים על מגוון גורמים המשפיעים על מעבר מבוטחים בין מבטחי בריאות. בין גורמים אלו נמנים – שביעות רצון, נגישות השירותים ומידת המענה לצרכים הייחודיים של אוכלוסיות שונות. גם התקשורת עשויה להשפיע על מגמות המעברים בין מבטחי בריאות. אולם ההתייחסות להשפעה זו מועטה ונבחנה במספר מצומצם בלבד של מחקרים בעולם. בישראל בפרט, לא נבחנה עד כה השפעת התקשורת על בחירת קופות החולים. מחקר זה בחן לראשונה את סיקור קופות החולים בעיתונות הדיגיטלית בישראל כדי להבין את ההשפעה האפשרית של סיקור זה על מעברי מבוטחים בין קופות חולים (להלן: 'מעברים').

המחקר הוא חלק ממחקר רחב היקף שנערך במכון מאירס-ג'וינט-ברוקדייל ובחן מודלים להבנת שינויים במספרי מבוטחים בקופות החולים.

מטרות

1. לבדוק כיצד קופות החולים מסוקרות בעיתונות הדיגיטלית, ואם יש הבדלים בין הקופות בהיבטי סיקור מרכזיים
2. לבחון אם יש קשר בין אזכור של קופת חולים מסוימת בכתבה ובין טון הכתבה
3. לבחון אם יש קשר בין שיעור המעברים ובין היקף הסיקור התקשורתי ומאזן טון הכתבות

שיטות

במחקר בוצע ניתוח תוכן של 602 כתבות אשר סיקרו את קופות החולים בין השנים 2008-2018. הכתבות אותרו על ידי חברה לניטור ומחקר במדיה חברתית מארבעה מקורות דיגיטליים (אתרי האינטרנט ynet, מאקו, וואלה! והארץ). כל כתבה נבחנה מנקודת מבטה של קופת החולים שאליה סווגה, וקודדה על פי כמה פרמטרים כדי לאמוד את אופי הדיווח. תהליך הקידוד יצר קובץ נתונים הכולל את הפרמטרים המרכזיים של ניתוח תוכן הכתבות. קובץ זה נותח אף הוא כדי לספק מענה לשתי מטרות המחקר הראשונות. לאחר מכן, נבחן אם יש קשר בין הסיקור התקשורתי ובין המעברים, באמצעות חיבור תוצאות ניתוח התוכן לקובץ נוסף המכיל נתונים מן המוסד לביטוח לאומי בנוגע למעברים בין קופות חולים ומדדים נוספים.

ממצאים

- **בבחינת ניתוח תוכן הכתבות עבור כל קופות החולים יחדיו על פני כל השנים נמצא כי 59% מן הכתבות היו ב-yonet, 18% ב-מאקו, 14% ב-הארץ ו-9% ב-וואלה!;** 66% מן הכתבות היו חדשותיות, 29% כתבות מגזין וכ-4% כתבות שיווק; 24% מן הכתבות עסקו באיכות השירותים, 20% במידע וזכויות, 17% בהתנהלות כלכלית וליקויים ניהוליים, 15% במחקרים, 13% בשינויים בתוכנית הביטוח ופתיחת שירותים חדשים ו-11% בהיבטים משפטיים ופוליטיים; 37% מן הכתבות היו בעלות טון חיובי, 24% בעלות טון ניטרלי ו-39% בעלות טון שלילי.
- **בבחינת ניתוח תוכן הכתבות עבור כל אחת מקופות החולים בנפרד על פני כל השנים נמצאו הבדלים משמעותיים בין הקופות בסיקור התקשורת.** שיעור הכתבות הגבוה ביותר נמצא עבור קופת חולים 'כללית' (32%), ואחריה 'מכבי' (28%), 'מאוחדת' (22%) ו'לאומית' (18%). חלקן של הכתבות החדשותיות מסך כל הכתבות נע בין 59% עבור קופת חולים 'לאומית' ל-73% עבור קופת חולים 'כללית', ואילו חלקן של כתבות השיווק היה 9% עבור קופת חולים 'לאומית' לעומת 2% בקופת חולים 'כללית'. הקופות נבדלו זו מזו גם בטון הכתבה, כך שעבור 'מאוחדת' ו'כללית' שיעור הכתבות השליליות היה גבוה מן החיוביות, ומנגד, עבור 'מכבי' ו'לאומית' שיעור הכתבות החיוביות היה גבוה מן השליליות. בפרט, נמצא כי מבין כל קופות החולים, ל'מכבי' שיעור הכתבות החיוביות הגבוה ביותר (44%) מתוך סך הכתבות הנוגעות לה, ואילו ל'מאוחדת' שיעור הכתבות השליליות הגבוה ביותר (48%) מתוך סך הכתבות הנוגעות לה.
- **רק ב-17% מכלל הכתבות היה אזכור של נתונים על ביצועי הקופות.** הכתבות הציגו נתונים על מצבן הכספי של הקופות על סמך דוחות משרד הבריאות (6%), מעברים בין קופות על סמך דוחות המוסד לביטוח לאומי (3%), קבילות הציבור על סמך דוחות משרד הבריאות (4%), שביעות רצון על סמך דוחות מכון ברוקדייל (3%), ומדדי איכות על סמך דוחות התוכנית הלאומית למדדי איכות ברפואת הקהילה (1%).
- **גורמים כמו סוג, נושא, מקור וייחודיות הכתבה נמצאו קשורים לסיכוי הכתבה להיות חיובית.** בניתוח רגרסיה לוגיסטית נמצא כי כתבות מגזין ושיווק העלו את הסיכוי של הכתבה להיות חיובית ($OR=1.98$ ו- $OR=5.22$ בהתאמה), לעומת כתבות חדשותיות. גם נושאים מסוימים, ובייחוד כתבות שעסקו בשינויים בתוכנית הביטוח ופתיחת שירותים חדשים וכתבות שבהן דווח על מחקרים, העלו את הסיכוי של כתבה להיות חיובית. זאת לעומת כתבות שעסקו בהתנהלות כלכלית ובליקויים ניהוליים. מנגד, נמצא כי כתבות אשר עסקו בנושאים משפטיים ופוליטיים הפחיתו את הסיכוי של כתבה להיות חיובית ($OR=0.33$). כך גם אזכור של קופה אחרת בכתבה הפחית את סיכוייה להיות בעלת טון חיובי. לאחר הפיקוח על כל אלה – **נמצא קשר חיובי בין אזכור קופת חולים 'מכבי' בכתבה ובין סיכוי הכתבה להיות חיובית.**
- **שלא כמו השערת המחקר, בבחינת המודל לניבוי שיעורי עזיבת הקופה (כלומר, מעבר לקופה אחרת) לא נמצא קשר מובהק בין מאזן טון הכתבות לשיעור העוזבים.** עם זאת, **להיקף הסיקור התקשורתי נמצא קשר חיובי לשיעור העוזבים ($B=0.54$).**

דיון והמלצות

- ממצאי המחקר מצביעים על קשר בין מספר הדיווחים בתקשורת ובין המעברים. לפיכך, אם הרגולטור האחראי מעוניין לעודד תחרותיות בין קופות החולים, ראוי שיביא בחשבון שפרסומים בתקשורת עשויים להשפיע על מגמת העלייה במספר המעברים.
- ממצאי המחקר מראים כי רק בחלק קטן מכלל הכתבות (16%) היה אזכור של נתוני ביצוע השוואתיים בין הקופות, מה שעשוי לשקף כי יש דיווח מועט יחסית בתקשורת בנוגע למידע מעין זה. הדבר עלול לפגוע ביכולת הציבור לקבל מן התקשורת תמונת מצב מקיפה ומשווה על הביצועים של כל קופת חולים, ובכך להקשות עליו לבצע בחירה מושכלת בין הקופות. לשם מתן מענה, ראוי שמשרד הבריאות ישקול לקדם פרסומים בתקשורת של נתונים השוואתיים על אודות הקופות ולפתח מאגר מידע נגיש לציבור אשר יכלול נתונים מסוג זה.
- ממצאי המחקר הראו שהקופות נבדלות בהיקף כתבות השיווק. כדי לעודד שקיפות, עולה הצורך באכיפת הרגולציה הנוגעת לפעילות השיווק של הקופות באופן כללי, ובפרט בעיתונות הדיגיטלית.

דברי תודה

תודה לד"ר שולי ברמלי-גרינברג על הערותיה המועילות לדוח זה.

תודה לד"ר דמיטרי רומנוב על הייעוץ הסטטיסטי.

תוכן עניינים

1	1. מבוא
1	1.1 רקע
1	1.2 סקירת ספרות
5	2. מטרות
6	3. שיטות
6	3.1 ניתוח תוכן
8	3.2 קובצי עבודה וניתוח נתונים
9	4. ממצאים
9	4.1 הסיקור התקשורתי של ארבע קופות החולים והבדלים ביניהן בהיבטי הסיקור
16	4.2 גורמים המסבירים את טון הכתבה והקשר בין אזכור שם קופת החולים לטון הכתבה
18	4.3 מעברים בין קופות חולים והסיקור התקשורתי
22	5. מגבלות המחקר
23	6. דיון והמלצות
23	6.1 תפקיד התקשורת בעידוד תחרותיות בין קופות החולים
23	6.2 שקיפות בנוגע לביצועי קופות החולים והחלטה מבוססת נתונים בנוגע למעבר בין קופות
24	6.3 תקשורת כפלטפורמה שיווקית עבור קופות החולים והצורך בהעמקת הרגולציה
26	עוד פרסומים של המכון בנושא
27	מקורות
33	נספחים

רשימת לוחות

9	לוח 1: מספר הכתבות שנותרו, לפי קופת חולים ותקופה
17	לוח 2: ממצאי רגרסיה לוגיסטית לניבוי טון כתבה חיובי
20	לוח 3: ממצאי הרגרסיה הלינארית לניבוי עזיבת קופת חולים
21	לוח 4: ממצאי הרגרסיה הלינארית לניבוי עזיבת קופת חולים, לפי שלבי המודל

רשימת לוחות בנספח

- 33 לוח 1-א: ממצאי רגרסיה לוגיסטית לניבוי טון כתבה חיובי, במודל הפיקוח על קופת חולים 'מאוחדת' לעומת אחרות
- 34 לוח 1-ב: ממצאי רגרסיה לוגיסטית לניבוי טון כתבה חיובי, במודל הפיקוח על קופת החולים 'כללית' לעומת אחרות
- 35 לוח 1-ג: ממצאי רגרסיה לוגיסטית לניבוי טון כתבה חיובי, במודל הפיקוח על קופת החולים 'לאומית' לעומת אחרות

רשימת תרשימים

- 9 תרשים 1: התפלגות מקורות המידע, בין השנים 2008-2018
- 10 תרשים 2: שיעור החברים בקופות החולים (2014) ושיעורי סיקור קופות החולים בכתבות בעיתונות הדיגיטלית (2008-2018)
- 11 תרשים 3: מגמות בשכיחות הכתבות בכל קופת חולים לאורך השנים 2008-2018
- 11 תרשים 4: התפלגות הכתבות, לפי נושאים
- 12 תרשים 5: נושאי הכתבות, לפי קופת חולים
- 12 תרשים 6: שיעור הכתבות שבהן שם קופת החולים נמצא בכותרת הראשית או בכותרת המשנה
- 13 תרשים 7: בלעדיות האזכור בכתבות, לפי קופת חולים
- 13 תרשים 8: התפלגות הכתבות, לפי סוג הכתבה וקופת החולים
- 14 תרשים 9: שיעור הכתבות הכוללות נתוני ביצוע של קופות החולים, לפי סוג נתונים
- 15 תרשים 10: התפלגות טון הכתבה, לפי קופת חולים
- 15 תרשים 11: מאזן טון – ההפרש בין הטון החיובי לשלילי, לפי קופת חולים ותקופה
- 18 תרשים 12: אחוז המעברים ושיעור כתבות ל-100,000 נפש, 2008-2018
- 19 תרשים 13 : שיעור העוזבים, לפי קופת חולים, 2008-2018