

מלכודת הכנות - מה קורה כשמבוטח מפחד לספר את האמת?

אחת התובנות החשובות ביותר בדוח נוגעת למה שמכונה "גירעון האמון" (Trust Deficit). רוב מכריע מהמבוטחים (79%) בטוחים שחשיפת קושי נפשי בשאלון החיתום תגרור אוטומטית התייקרות משמעותית של הפוליסה, ו-65% מאמינים כי הדבר יוביל לדחייה מוחלטת של הכיסוי. כתוצאה מכך, לקוחות רבים בוחרים להסתיר את מצבם הבריאותי. מנקודת מבט אקטוארית יבשה, הסתרה כזו נתפסת כבעיה של "סיכון מוסרי" או חוסר תום לב. אך הדוח של ה-IFoA מציג תובנה אנושית והתנהגותית מרתקת: ההסתרה היא החלטה הגנתית ורציונלית לחלוטין מצד הלקוח. כאשר המערכת משרדת שמחיר הכנות הוא עונש כלכלי או אובדן רשת הביטוח, המבוטח מפעיל מנגנון הישרדותי מתבקש.

כשהלחץ גורם למבוטח לקחת יותר סיכון

כאן נכנסת לתמונה הפסיכולוגיה הקוגניטיבית, ובמיוחד מחקר מעניין שפורסם בכתב העת PeerJ ובחן כיצד לחץ משפיע על קבלת החלטות פיננסיות.

החוקרים העמידו מתנדבים בריאים בפני משימת הימורים פיננסית מורכבת הידועה בשם Iowa Gambling Task, תוך יצירת מצב של לחץ פסיכולוגי באמצעות איום של שוקים חשמליים בלתי צפויים. הממצאים הראו כי ההשפעה של לחץ על קבלת החלטות אינה אחידה, והיא תלויה באופן ישיר במצבם הנפשי הבסיסי של המשתתפים:

- **בקרב אנשים עם רמות חדה ודיכאון נמוכות בשגרה:** תחת לחץ, הם הפכו לזהירים בהרבה. הסטרס הניע אצלם מנגנון של הימנעות מנזק. הם חישובו צעדים בקפידה והעדיפו אופציות בטוחות כדי להגן על עצמם.

- **בקרב אנשים עם תסמיני חדה או דיכאון:** התרחש שינוי קוגניטיבי הפוך ומסוכן. תחת לחץ, המנגנונים שלהם השתבשו והם פנו דווקא לחיפוש סיכונים תוך שהם מקבלים החלטות פיננסיות גרועות, הפסדיות ומזיקות שרק הגבירו את הפגיעות שלהם.

כשמחברים את שני המחקרים הללו יחד, מגלים פרדוקס מובנה מבהיל עבור ענף הביטוח: חברות הביטוח מייצרות באופן אקטיבי את הסיכון שהן מנסות לתמחר.

כאשר חברות מעצבות תהליכי חיתום נוקשים, שאלונים חוזרניים ותביעות מלאות חיכוך וחשדנות – הן מייצרות סטרס קיצוני אצל לקוחות פגיעים. הסטרס הזה משבש את תפקודם הקוגניטיבי, פוגע ביכולתם לקבל החלטות כלכליות נבונות, ודוחף אותם לקחת סיכונים פיננסיים מיותרים. התוצאה הישירה עבור המבטח היא עלייה בשיעור התביעות ובסיכון התפעולי. המערכת הפיננסית מנסה להתגונן מסיכונים, אך בפועל היא פועלת כמאיץ סיכונים עבור האוכלוסייה הפגיעה ביותר שלה.

אז מה חברות הביטוח יכולות לעשות אחרת?

התובנה כי התהליכים בחברת ביטוח מייצרים אקטיבית סיכון, מחייבת אותנו להבין כי הפתרון אינו יכול להישען על כתפיו של גורם אחד בלבד.

המשך בעמוד הבא <<<



אקטואריה - מסע בין נתונים, החלטות ואנשים
אירנה וייר

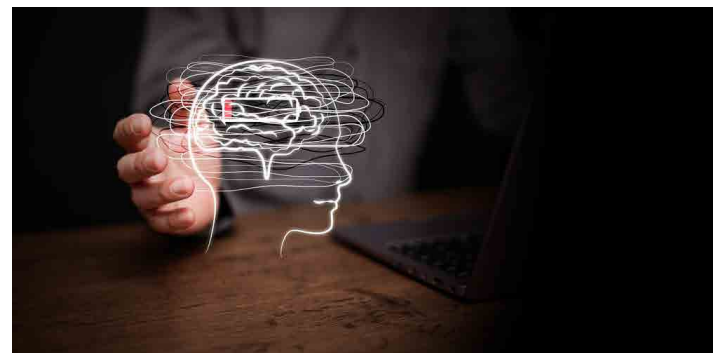
לפני שבמקרה שמעתי את מושג אקטואריה והבנתי שזה הדבר, כמעט ועשיתי בחירה אחרת לחלוטין. רציתי ללמוד פסיכולוגיה. תמיד הייתי מרותקת מהמנגנונים העמוקים של הנפש, איך אנחנו מקבלים החלטות, וכיצד המוח שלנו מגיב למצבי לחץ ואי-ודאות. בסוף, כפי שקורה לעיתים קרובות בחיים, ביצעתי פניית פרסה חדה ופניתי למסלול התובעני של לימודי אקטואריה. אבל השאלות האלו מעולם לא עזבו אותי.

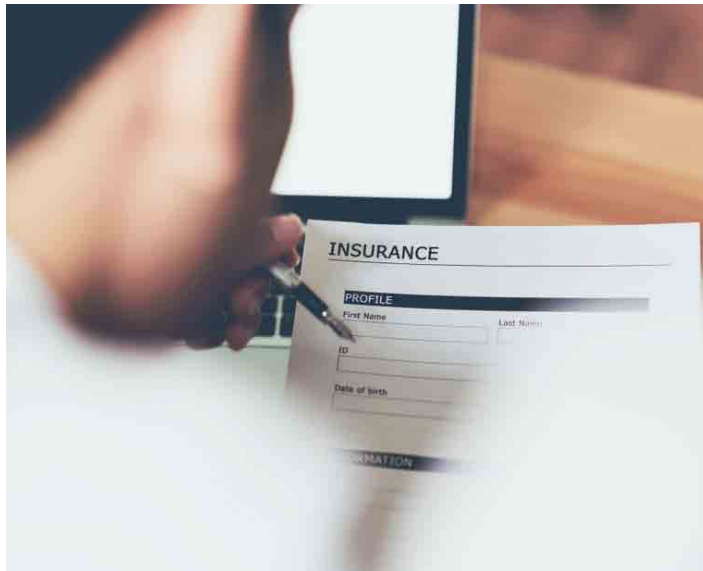
היום, אחרי שנים במקצוע, ברור לי שהמרחק בין פסיכולוגיה לבין אקטואריה קטן בהרבה ממה שנהוג לחשוב. שתי הדיסציפלינות הללו מנסות בין היתר להבין ולמדוד את הדרך שבה בני אדם מתמודדים עם חוסר ודאות. המפגש המרתק – והכואב – ביותר ביניהן מתרחש בלב התעשייה שלנו: סביב נושא בריאות הנפש והגישה לשירותים פיננסיים. כמייצגת של מקצוע האקטואריה, שנתפס לא פעם כמערכת העצבים האסטרטגית של עולם הביטוח והפיננסים, אני מאמינה שיש לנו אחריות עמוקה לבחון את המודלים שלנו לא רק דרך הדיוק המתמטי שלהם, אלא גם דרך ההשפעה הפסיכולוגית שלהם על המבוטחים שלנו.

האסטרטגיה הרציונלית של ההסתרה

לאחרונה פרסם איגוד האקטוארים הבריטי (IFoA) דוח מטלטל בשם "The anxiety of access" (חרדת הגישה). הדוח חושף פער עמוק ומתרחב בין צורכי הציבור לבין הכלים הפיננסיים העומדים לרשותו.

לפי הנתונים, בריאות הנפש היא מזמן לא "בעיית קצה" של בודדים: כמעט מחצית מהאוכלוסייה (49%) חוו או חווים קשיים נפשיים. למרות השכיחות הגבוהה הזו, המפגש של אותם אנשים עם חברות ביטוח ומוסדות פיננסיים הוא כמעט תמיד מקור לחשש כבד. למעשה, 66% מהנשאלים שהתמודדו עם אתגר נפשי, העידו כי עצם האינטראקציה מול גופים אלו מייצרת אצלם לחץ וסטרס מוגברים.





הנקודה הזו הופכת לקריטית ודחופה פי כמה כשמסתכלים על המציאות הישראלית הנוכחית. מדינת ישראל נמצאת בשנים האחרונות במצב מתמשך של מתח בטחוני, מלחמות קשות וטראומה קולקטיבית. המושגים "דיכאון", "חרדה" ו"פוסט-טראומה" (PTSD) אינם עוד כותרות בתיקים רפואיים של אחוז קטן מהאוכלוסייה – הם הפכו למציאות חייהם של מאות אלפי אזרחים: מחיילים משוחררים ועד משפחות מפונות, מנפגעי קו העימות ועד הציבור הרחב שחווה חרדה קיומית יומיומית.

במציאות של "מדינה בסטרס", כשאחוז כה גבוה מהאוכלוסייה נושא פגיעות נפשית שקופה או גלויה, החשיבות של התאמת מערכות הביטוח והחיתום לטראומה הופכת מצורך אתי אקדמי לצורך קיומי עבור השוק הישראלי. אם הסטרס הנגרם מהבירוקרטיה הפיננסית משבש את שיקול הדעת של הלוקוח ודוחף אותו לסיכונים פיננסיים מזיקים – הרי שבישראל, אנחנו מדברים על פגיעה פוטנציאלית בבסיס המבוטחים הרחב ביותר שלנו.

בסוף מאחורי המספרים יש אדם

הביטוח בבסיסו ההיסטורי הומצא כמנגנון שיתופי חברתי, רשת ביטחון שנועדה לפזר סיכונים ולהבטיח שאף אדם לא יאלץ להתמודד לבדו עם קטסטרופה כלכלית. אך כשהמבוטח פוגש כיום בירוקרטיה וחיתום חודרני, הוא מרגיש שהרשת הופכת לרשת דייגים שמנסה ללכוד אותו בטעויות.

והאתגר של תעשיית הביטוח בישראל הוא כפול: עלינו לזכור שחמלה ואמפתיה בתהליך הביטוחי אינן רק חובה מוסרית או מחווה שירותית – הן כלי אופרטיבי לניהול סיכונים חכם. כשאנחנו מפחיתים את הסטרס של המבוטח, אנחנו משפרים אקטיבית את קבלת ההחלטות שלו, מונעים ממנו לקחת סיכונים מיותרים, ובסופו של דבר זה יתגלגל גם לשורת הרווח. אמפתיה, מתברר, היא פשוט ביוזנס טוב.

הכותבת הינה F.I.L.A.A, מנכ"ל ACTUIT, חברת ועד מנהל של אגודת האקטוארים

המשך מהעמוד הקודם <<<

כדי לגשר על "חרדת הגנישה" ולכוון למערכת ביטוח יציבה אך הוגנת, נדרש שיתוף פעולה הדוק ורב-מערכתי של כלל פונקציות המפתח. החוקרים וכותבי הדוח קוראים לתעשייה הפיננסית ולמבטחים לעבור ממודלים היסטוריים של "חקירה" וחשדנות למערך שירות ותמחור המבוסס על שקיפות, גמישות ואמפתיה.

• **שקיפות תמחירית ככלי להפחתת חרדה:** לקוחות לא מחפשים מודלים דיגיטליים מורכבים מדי, אלא שקיפות ואמון בבסיס התהליך. הגורם המוביל שיגרום להם לשתף פעולה הוא הבהרת תנאי החיתום מראש – 52% מהנשאלים ציינו כי הידיעה מראש שחשיפת מצבם הנפשי לא תגרום דחייה אוטומטית או התייקרות חסרת פרופורציה היא המפתח לשיתוף מידע. בנוסף, 43% ביקשו לקבל הסבר פשוט ובגובה העיניים המבהיר מדוע המידע נדרש וכיצד נשמרת הדיסקרטיות שלו.

• **ערוצי תקשורת אסינכרוניים וגמישים:** לקוחות הנתונים בסטרס קוגניטיבי מתקשים להתמודד עם שיחות טלפון מלחיצות הדורשות החלטות מיידיות. החוקרים ממליצים לבצע אופטימיזציה של תהליכי התביעה והשירות באמצעות מעבר לערוצים כתובים ונגישים (מיילים, צ'אטים) המאפשרים למבוטח לעבד את הנתונים ולענות בקצב שלו, דבר המפחית דרמטית את רמת הלחץ ומשפר את דיוק המידע המתקבל.

• **יישום עיקרון "ספר לנו פעם אחת" – Tell us once:** הצורך של לקוח לחזור על טראומות וקשיים נפשיים שוב ושוב מול מחלקות שונות (חיתום, שירות, תביעות) מייצר חרדה משמעותית ומעמיק את הסטרס. החוקרים קוראים לתכנון מערכות דאטה מתואמות השומרות על פרטיות המאפשרות שיתוף מידע פעם אחת בלבד וחוסכות מהמבוטח את חווית ה"חקירה" החוזרת ונשנית.

איך זה רלוונטי לישראל?

כשאנחנו קוראים מחקרים של איגודים מקצועיים כמו ה-IFoA הבריטי, חשוב תמיד להחזיק משקפים ביקורתיים. שוק הביטוח והתרבות הצרכנית באנגליה שונים מאוד מאלו של ישראל.

באנגליה, השוק מתאפיין ברמות גבוהות של ממסדיות, פורמליות נוקשה ותרבות צרכנית של פולייטנס מאופק. והמערכות הפיננסיות פועלות מול לקוחות שמחונכים לשתף פעולה עם שאלונים מובנים. בישראל, לעומת זאת, המפגש בין הצרכן לחברת הביטוח הוא הרבה יותר בלתי אמצעי, לרוב חשדני ומאופיין בחרדה תמידית "לא לצאת פראייר" לצד ציפייה לאמפתיה וגמישות שאינן כתובות בשום ספר נהלים.

לכן, ברור שלא ניתן להשליך במדויק את המספרים היבשים של המחקר הבריטי על המציאות הישראלית. תהליכי החיתום שלנו שונים, ומערכות היחסים של הציבור עם המוסדות הפיננסיים נבנו על יסודות היסטוריים אחרים.

ובכל זאת, האמת המדעית וההתנהגותית שבבסיס המחקר נכונה כאן בדיוק באותה המידה, אם לא יותר.

מנגנוני הלחץ הקוגניטיביים והתגובה ההירשדותית של המבוטח אינם תלויי גיאוגרפיה. כאשר לקוח ישראלי מרגיש שהמערכת מענישה אותו על שקיפות וגילוי לב – הוא יפעל בדיוק כמו עמיתו הבריטי: הוא יתגונן, יסתיר ויאבד אמון.