

חוכמת ההמונים בשירותי בריאות

בהסתכלות אחורה רק שנים ספורות, לא פעם היינו אובדים בדרכים וכדי להגיע ליעד נעזרנו באחד מ"מומחי הדרכים והכבישים", ובראשם נהגי המוניות, שיכלו לספק ייעוץ והכוונה. לעומת זאת, כיום כל אחד הוא המומחה לדרכים, בסיוע של אפליקציית הניווט והתנועה מבוססת קהילה ושיתוף, Waze, המאפשרת להשיא ערך מתורת חוכמת ההמונים (Crowdsourcing או Wisdom of the Crowds). כולנו יחד מסייעים באופן שוטף לעדכן במפה את השינויים, העומסים והאירועים שבכבישי ישראל. זאת דרך עצם

השימוש בשירותי האפליקציה, אשר אוספת ומנתחת את נתוני הנסיעה של לקוחותיה, או באופן יזום על-ידי עדכון על שינויים וסכנות בכבישים.

תורת חוכמת ההמונים מניחה שבעוד התשובה של כל אחד מאתנו לרוב אינה מושלמת, החוכמה הצבורה של הקולקטיב שווה, אם לא רבה, מהחוכמה של

כל מומחה תוכן יחיד. חוכמת ההמונים מסתמכת על האינטליגנציה הייחודית של כל אחד ואחת מאתנו ועל המעורבות ושיתוף הפעולה לצרכי פתרון בעיות פשוטות ומורכבות.

בחיי היום יום, אנו נעזרים יותר ויותר בכלים המבוססים על תורת חוכמת ההמונים באופן הנדמה לטבעי ביותר. מבין הדוגמאות המוכרות ביותר כיום לשירותים מבוססים שיתוף ההמונים: אנציקלופדיות (Wikipedia), שירותי דרכים (Waze), תיירות (TripAdvisor, Aribnb), גיוס כספים מההמונים (KickStarter, GlobalGiving), סקירות מוצרים ושירותים (Amazon, Zap) ואפילו לימודי שפות (Duolingo).



אחת הסיבות להצלחת חוכמת ההמונים לעומת מומחה תוכן אחד, מקורה בפסיכולוגיה האדם. חוקרים רבים בתחום הפסיכולוגיה הקוגניטיבית והחברתית (ובראשם כהנמן וטברסקי) הראו שדרכי החשיבה של בני האדם בעת קבלת החלטות נתונות להטיות קוגניטיביות ותפיסתיות רבות. כמות רבה של תשובות ומידע המתקבל מאנשים שונים, מצמצם את הסיכון שהחלטה הסופית תושפע מהטיות קוגניטיביות. יחד עם זאת, קבוצות, בתנאים מסוימים, בעצמן יכולות להטות את קבלת ההחלטות של הפרטים בהן. על כן, בפרקטיקה, קבוצות מגוונות, נטולות היררכיה, אשר מורכבות מאנשים שלא מכירים זה את זה, צפויות לאפשר את התוצאות הרצויות.

השימוש בחכמת המונים בתחום הבריאות אינו מפותח



לצד התפתחות השימושים המגוונים בחוכמת ההמונים בעולמות תוכן שונים, בתעשיית הבריאות בעולם, ויתר על כן בישראל, נעשתה התקדמות מועטה בנושא. ספקי שירותים עדיין אינם מנצלים את הידע הקולקטיבי באופן מיטבי על מנת לשפר את רמת השירות ואת איכות הטיפול הרפואי ואילו הצרכנים חסרים כלים שיאפשרו את התאמת הטיפול המיטבי עבור צרכיהם.

בישראל לדוגמא, בהעדר אלטרנטיבה ראויה לקבלת הכוונה רפואית במצבים ייחודיים, אנשים רבים פונים ל"רב פירר" (אברהם אלימלך פירר) בכדי שיפנה אותם לרופאים המתאימים בארץ או בחו"ל. אומנם עבודתו של הרב פירר מבורכת, אך, בעידן הטכנולוגי, היינו מצפים למצוא פתרונות נגישים ומתקדמים יותר.

הביקוש הגדול לשירותי "הרב פירר" מלמד על צורך מהותי שקיים בקרב חולים ובני משפחותיהם. חוכמת ההמון יכולה להביא לידי צרכני השירותים הרפואיים מידע טוב יותר, רב יותר ובקלות וזמינות גבוהים יותר.

חוכמת ההמונים עוד לא עשתה מהפכה בשירותי הבריאות. עם זאת ניתן כבר לראות מספר ניצנים של התפתחות התחום בעולם. מבין המגמות שראינו היו: שיתוף פעולה לאבחון וטיפול בבעיות רפואיות, ניהול המחלה ופיתוח מדע הרפואה בעזרת חוכמת ההמונים.

אילן שחורי, מנכ"ל TASC: "אנו עומדים לפני מהפכה בתחום הבריאות. חכמת ההמונים עתידה להשפיע על האופן בו אנו בוחרים את הטיפול, הרופא והמרפאה"

בחירת הגורם המטפל על בסיס חכמת המונים

בעת ביקור במקום זר אנו נעזרים בחוכמת ההמון בכדי לקבל המלצות והסברים (לדוג' בסיוע Trip Advisor לביקורים בחו"ל). יחד עם זאת, כיום כבעבר, מרבית צרכני הרפואה בוחרים את הרופאים על פי נתונים מאוד דלים הקיימים ברשותם. חוכמת ההמונים יכולה להפוך את אחת מצמתי ההחלטה החשובות שיש לצרכן שירותי בריאות - בחירת רופאים, מרפאות ובית החולים - לבחירה קלה יותר. בשווקים בינלאומיים, קמו פלטפורמות שיתופיות שמרכזות מידע זה ומציעות לצרכן לבחור ספקי שירות רפואי לפי מידע כללי (שעות פעילות, כתובת, עם אילו ביטוחים הוא עובד, ועוד) או לפי דירוג משתמשים בהסתמך על שורה של מדדים.

לדוגמא, אתר Vitals מאפשר למשתמש למצוא רופאים בארצות-הברית על-פי מיקום, דירוג המשתמשים באתר ודרוגים חיצוניים. האתר נוסד בשנת 2007 וכיום משרת כ-13 מיליון משתמשים פעילים בחודש. האתר מאפשר למשתמשים לרשום משוב (review) אודות רופאים/מרפאות מוגדרים במערכת. המשוב כולל תיאור חופשי לחוות הביקור הרפואי והענקת ציון למספר רב יחסית של קרטיונים: זמן המתנה, קלות קביעת תור, ערנות הרופא, אדיבות הצוות, דיוק האבחון, השקעת זמן ומעקב לאחר הביקור וכו'. האתר נחשב לאחד הסטארט-אפים המבטיחים בתחום והצליח לגייס עד כה כ-45 מיליון דולר, כאשר סבב הגיוס האחרון בהיקף 22 מיליון דולר היה בשנה שעברה.



The screenshot shows the Vitals website interface for writing a review. At the top, there are navigation links: "Find a doctor or facility", "Write a review", and "Get informed". Below these is a search bar with the text "Choose a doctor or facility to review: doctor or facility name" and a location filter set to "near Baton Rouge, LA".

The main content area displays the profile of "Bryan W Barrett, MD" with a placeholder for a profile picture and the address "Greenwell Springs-Central, 11055 Shoe Creek Dr, Baton Rouge, LA 70818".

Below the profile, there is a section titled "Tell us about your experience with this doctor." which includes a star rating system (5 stars selected), a field for "Your Name (optional)", a field for "Title", and a text area for "Your Review".

To the right of the review form, there is a section titled "What else can you tell us about your experience?" with a dropdown menu for "The wait time at the office was about:" and a list of categories with star ratings:

Ease of Appointment	★★★★★
Promptness	★★★★★
Courteous Staff	★★★★★
Accurate Diagnosis	★★★★★
Bedside Manner	★★★★★
Spends Time with Me	★★★★★
Follows Up After Visit	★★★★★



אתר iWantGreatCare אוסף מחולים פידבק על איכות הטיפול של צוותים רפואיים בבריטניה. הרופאים, רופאי השיניים ובתי החולים נכנסים לאתר, מגיבים לתגובות ובעת הצורך אף משנים את פעילותם. המידע הנאסף משמש בהמשך גם למחקר. בדומה לאתר Vitals, החולים יכולים לחפש רופאים/בתי חולים לפי תחומי התמחות ואזורים וגיאוגרפיים, וכן למלא משוב אודות הטיפול שעברו שכולל תיאור כללי לחווית הביקור הרופאי. בשונה מהגרסה האמריקנית, החולים נותנים ציון לשלושה קרטריונים עיקריים: האם היית ממליץ על הרופא, האם אתה סומך עליו והאם הרופא הקשיב לך. האתר נוסד בשנת 2008 ונכון להיום משרת כ-8 מיליון משתמשים פעילים בחודש וכולל מידע אודות מעל 230 אלף רופאים וכל בתי החולים הציבוריים.

ישנם עוד מגוון פתרונות דומים ללקוחות כמו ZocDoc, iNeedaDoctor, DrScore, ועוד. כלים מהסוג הזה מסייעים למטופלים, שעד היום היו בעלי השפעה מועטה, להשפיע על הליך בחירת המוסד והרופא המטפל דרך מתן מידע בנוגע לטיב/איכות השירות הרפואי המוצע ע"י הגורמים השונים במערכת. כלים אלו צפויים לסייע רבות למבוטח שנקלע לראשונה ל"סיטואציה רפואית" לא מוכרת שמציפה אותו בתחושות של אי-וודאות וחוסר שליטה. הם מרכזים עבורו את נסיונם והמלצותיהם של מספר גדול של חולים אחרים דרך נתונים ודירוגים ברי-השוואה.

עודד וול, מנהל ורטיקל
בריאות ב-TASC:
"כלים אלו צפויים להגביר
את מעורבות המטופלים
בבחירת הגורם המטפל,
ומצד שני לצמצם את
שליטת ספקי השירות
בניתוב הפניות השונות"

המידע שיהפוך זמין, יתמרץ את המבוטחים להיות מעורבים יותר בתהליך בחירת הגורם המטפל, ובכך יקשה על ספקי השירות לנתב את ההפניות על פי צרכיהם ורצונם, ואף עלול ליצור צווארי בקבוק אצל רופאים ובתי חולים מבוקשים. בנוסף, בשל השפעה של פלטפורמה זו על דעות הצרכנים, ישנו סיכון רב בכך שהמדידה לא תעריך כראוי את איכות הטיפול על פי מדדים מדעיים ואובייקטיביים. שיטה זו, בה לקוחות קובעים את הפרמטרים עליהם נמדדים נותני השירות, יוצרת הטיה של הלקוחות להעריך בעיקר פרמטרים שירותיים ולא להעריך את המקצועיות הרפואית ואיכות הטיפול כראוי.

חוכמת ההמונים מובילה לחיבור בין חולים

אחת הרשתות החברתיות הגדולות בעולם, המאפשרת לחולים במחלה דומה לשתף ידע שצברו עם חולים אחרים ולהשתמש בידע זה כבסיס למחקר הינה PatientsLikeMe.



הרשת הוקמה במטרה לשנות את הדרך בה חולים מנהלים את המחלה שלהם, לשנות את הדרך שהתעשייה עוסקת במחקר ולשפר את הטיפול בחולה.

הרשת החברתית מאפשרת לאנשים החולים באותה מחלה ליצור קהילות בהן חולקים החולים את סיפורם ומתייעצים זה עם זה. יתר על כן, חולים מעדכנים באתר את תוצאות הבדיקות הרפואיות שעברו ועונים על סקרים (על המחלות, אופן טיפול, סימפטומים וכו'). כך הם עוקבים אחרי התקדמות המחלה שלהם וגם מפתחים מאגר מידע המשמש אותם כבסיס למחקר.

PatientsLikeMe נבחרה כאחת מ-15 החברות שצפויות לשנות את פני העולם ע"י CNN Money בשנת 2007. על-פי דיווחים עצמיים, לאתר כיום רשומים יותר מ-250,000 משתמשים, בעלי מעל ל-2,000 מצבים רפואיים, שדווחו על למעלה ממיליון טיפולים וסימפטומים.

סקרים מראים שכ-94%-92% מהרשומים באתר מוכנים לשתף את נתוני הבריאות שלהם אם זה יכול לעזור לאחרים: לרופאים לשפר את הטיפול, לחולים אחרים כמוהם, ולחוקרים ללמוד יותר על המחלה שלהם. יחד עם זאת, שיתוף הנתונים האישיים מלווה בחששות מצד מרבית המשתמשים (כ-76%-66% מהנשאלים) כי עשה שימוש בנתונייהם האישיים ללא ידיעתם או למטרות שלילת הטבות בריאות והזדמנויות עבודה.

אבחון בעיות רפואיות בעזרת חוכמת ההמונים

קיימות דוגמאות רבות בעולם ליוזמות אישיות של אנשים שנעזרו בהמונים לנהל את מחלתם דרך רשת האינטרנט. אחד מהראשונים שהסתייעו בחוכמת ההמונים למקרה רפואי היה סלבטורה יאקונסי (Salvatore Iaconesi) - מהנדס, אמן, פרופסור והאקר איטלקי. לאחר שחלה בגיל 39 בסרטן המוח, בספטמבר 2012, סלבטור החליט להעלות את התיק הרפואי שלו לאינטרנט ולשתף את העולם במצבו. פרט לפניות של כ-60 רופאים, למעלה מ-900,000 אנשים מרחבי העולם הגיבו לפנייתו ושלחו מעל 200,000 עדויות, מאות שירים, עשרות סרטוני וידאו ויותר מ-50 אלף הצעות לאסטרטגיית טיפול (מכל הסוגים). בכדי לסרוק את המידע והתגובות, נרתמו כ-200 מתנדבים. סלבטור בנה אסטרטגיית טיפול בהתאם להמלצות שהגיעו מההמונים והם ממשיכים להיות פעילים בליווי יישומה.

במקביל ליוזמות האינדיבידואליות, קמו בשנים האחרונות גם פלטפורמת שמסדירות את השימוש בחכמת ההמונים לאבחון מחלות וייעוץ רפואי במקרים ייחודיים.

לדוגמא, אתר CrowdMed מחבר בין חולים בעלי מקרים מיוחדים, להם עוד לא נמצא פתרון, לבין מומחים מרחבי העולם. האתר הוקם לאחר חוויה אישית של המייסד, כאשר אחותו, קרלי, אובחנה וטופלה נכונה, רק לאחר שלוש שנים, 12 רופאים ובדיקות בעלות של למעלה מ-\$100,000. בפורמט זה החולים משתפים את התיק הרפואי שלהם עם מספר "חוקרים/מאבחנים רפואיים" המתחרים על מתן אבחון נכון למקור הסימפטומים. החוקרים כוללים רופאים, מתמחים וגם אנשים רגילים בעלי מצב רפואי ייחודי. לדברי המייסד, האתר מונה היום לפחות כ-3000 מאבחנים וחווה ביקוש גבוה מצד חולים "לא מאובחנים".



באופן דומה אך בלעדי לרופאים, רשת Sermo מציעה שירות iConsult אשר מאפשר לרופאים לשתף בעיות בדיאגנוזות ובטיפולים עם רופאים אחרים בקהילה ולבקש לעצתם עם מקרים מסוימים של חולים. לפי אתר החברה, אחד מתוך כל שלושה רופאים בארה"ב כבר הצטרף לרשת שלה שמונה כיום כ-260 אלף רופאים מ-68 התמחויות שונות.



**עודד וול, מנהל ורטיקל
בריאות ב-TASC:
"רשתות אלו לא נועדו
להחליף רופאים אלא
להציע מקור מידע
אלטרנטיבי עבור החולים
הסובלים ממצבים
רפואיים ייחודיים"**

רשתות אלו לא נועדו להחליף רופאים אלא להציע מקור מידע אלטרנטיבי עבור החולים הסובלים ממצבים רפואיים ייחודיים. דרך איגוד ניסיון ומיומנות של מספר רב של רופאים במקום אחד, הסיכויים למציאת אבחון רלוונטי לבעיה רפואית ייחודית עולים ובהמשך גם הסיכוי למצוא פתרון עבורה. ללא ספק מדובר בערך עצום שנוצר עבור כלל הגורמים המעורבים בתהליך ובעיקר החולים שמתאפשר להם ביתר קלות להתייעץ עם מספר רב יותר של רופאים ומומחים ללא צורך לרוץ בין רופאים ובחלק מהמקרים אף לטוס ממקום לאחר.

לצד האימפקט החיובי על תהליך האבחון הרפואי למקרים ייחודיים, חשוב להיזהר מהסתמכות יתר על ממצאים פחות אמינים. למשל, במקרים בהם ההשתתפות באבחון המקרים הרפואיים אינה מוגבלת לרופאים ומומחים מוסמכים (לדוגמא, CrowdMed), קיים חשש למהימנות התוצאות והסתמכות שגויה עליהן. עם זאת, אפיון נכון והצגה אמינה ביחד עם שימוש מושכל בתוצאות ע"י המשתמשים צפוי לפתור בעייתיות זו.

קידום הרפואה בעזרת חוכמת ההמונים

ניתן למצוא גם פתרונות יצירתיים במיוחד לשימוש בחוכמת ההמונים לצרכי פיתוח מדע הרפואה, אשר יכול להביא למניעה וריפוי של כמות רבה של אנשים.

משחק ההמונים

חוכמת ההמונים לא חייבת להיות "חלוקה של הנטל" בין אנשים רבים, להיפך היא יכולה להיות משחק. מספר צוותי מחקר רפואי הבינו זאת והחליטו לפתח משחקים שתוצאותיהם יתרמו לתובנות על ביולוגיית האדם ועל מחלות.

לדוגמא, המשחק Foldit הצליח להפוך את המחקר בנושא קיפול וארגון חלבונים למשחק המוני. המשחק מציע למשתמשים סט של דילמות בצורות פאזל שפתרון כל אחד מהם מניב תובנות על אופן קיפול החלבונים במציאות.



באופן דומה, המכון לחקר הסרטן באנגליה פיתח אפלקציית בשם Play to Cure™: Genes in Space DNA הקשורים לחקר הסרטן. האפליקציה הושקה בפברואר השנה ותוך חודש אחד בלבד, השחקנים עזרו לחוקרים לזהות 1.5 מיליון סיווגים



גנטיים חדשים דרך ניתוח דפוסים ומסלולי משחק שונים, מידע שווה ערך ל-6 חודשי מחקר מקצועי.

ניתוח מידע מההמון לזיהוי סכנות

בכל השיטות שציינו עד עכשיו, חוכמת ההמונים הגיעה בשיתוף פעולה עם האנשים שתרמו לפתרון. יחד עם זאת, שיטה נוספת של חוכמת ההמונים היא עיבוד של המידע הרב שנצבר על אנשים באינטרנט וברשתות החברתיות. לדוגמא, Google Flu Trends מסכם טרנדים הצפים מכמות גדולה של חיפושים שמבצעים משתמשים במנוע החיפוש של Google ומעריך את הסבירות לקיומן של התפרצויות שפעת באזור גיאוגרפי מסוים. מחקרים של החברה מצביעים על כך שהניתוח של Google Flu Trends עשוי לזהות התפרצויות אזוריות של שפעת 7-10 ימים לפני דיווח של המרכז לבקרת מחלות ומניעתן (CDC). באופן דומה, Sick Weather מנתח את מספר האנשים שמשתפים על מחלותיהם ב-Facebook וב-Twitter ומסיק על סכנות להדבקות.



לסיכום, כלי ניתוח מדעי/רפואי המבוססים על חוכמת ההמונים מציעים

אילן שחורי, מנכ"ל TASC:
"כלים אלו מצליחים למנף
את התובנות של אנשים
ללא ידע מקצועי בתחומי
המדע לבחינת דילמות
רפואיות חשובות"

דרך אלטרנטיבית ויצרנית דרך גיוס "fresh eyes" ושימוש
באינטלגנציה של אנשים מחוץ לתחום הרפואה והמדע לבחינת
דילמות שונות. ועל אף שאנו לא צופים ששימוש בכלים אלו יביא
למהפכה בשיטות או ממצאי המחקר הרפואי בטווח הקצר, אין
לזלזל בתרומתה של כל תובנה קטנה המיוצרת דרכם אשר
יכולה להביא לפריצת דרך בעלת ערך רב לעולם המדע ולקהל
הרחב בטווח הארוך.

סיכום המגמות בשימוש בחכמת ההמונים בתחום שירותי הבריאות

השימוש בחוכמת ההמונים מגלם בחובו פוטנציאל לתרום לכל הגורמים המעורבים במערכת
הבריאות, ובעיקר משפיע על צרכני הבריאות והקשר שלהם עם ספקי השירותים.

על אף כי בעולם ישנם פתרונות כאלו ואחרים העושים שימוש בחכמת ההמונים, ואותם סקרנו
לעיל, ישנה עוד כברת דרך לעבור עד למימוש הפוטנציאל הטמון בפתרונות מסוג זה.

קיימות כיום השקעות רבות בחברות Start-up אשר מנסות לפתח פתרונות שונים ובהסתכלות
קדימה אנו מאמינים כי תהיה קפיצת מדרגה משמעותית בהיצע השירותים שיתבססו על חכמת
ההמון בתחום הבריאות ובהתאם בצריכתם.

חכמת ההמונים והשפעתה הצפויה על שוק שירותי הבריאות בישראל

בישראל כיום עיקר המידע והמלצות הציבור והמומחים בתחום שירותי הבריאות מועבר דרך פורומים שונים.
הפורומים מציפים את הציבור במידע רב, ללא שום אגרגציה או יכולת השוואה בין ההמלצות השונות. בחלק
רב מהמקרים, המידע הסותר בין ההתכתבויות השונות משאיר את המשתמשים מבולבלים אף יותר.
עם זאת, TASC מעריכה שבדומה למגמה בשווקים אחרים, בשנים הבאות יקומו בישראל כלים הממנפים
את חוכמת ההמונים בתחום שירותי הבריאות. כלים אלו יאפשרו לצרכני הבריאות לקבל מידע רב ואגרגטיבי
אודות רופאים, מוסדות רפואיים ומחלות שישמש אותם בעת קבלת החלטות שונות. בטווח הקצר, ההשפעה
המשמעותית צפויה להיות על הקשר בין ספקי השירות למבוטחים.

כניסתן הצפויה של פלטפורמות אלו, מעמיד את ספקי השירות הרופאי בישראל בפני מספר אתגרים חדשים : מערכת הבריאות בישראל כיום אינה שקופה לצרכניה. על אף שנאספים ומדווחים מדדים רבים בתוך כל אחד מהגופים, הם אינם מפורסמים או גלויים לציבור הרחב. יתרה מכך, אפילו הרגולטור עצמו אינו חשוף לעומק הנתונים ועל כן מתקשה לבקר את פעילות ספקי השירותים. חוכמת ההמונים עתידה להשפיע על מצב זה כאשר צרכנים יחלו לשתף את המידע שעד היום הוצנע עם הציבור הרחב וכמויות המידע שיחשפו יעובדו לכדי תובנות ממשיות. לדוגמא, מיהו המנתח הטוב ביותר בתחום מסויים.

יתר על כן, זמינות המידע לצרכנים צפויה לעורר שינוי משמעותי באופן צריכת שירותי הבריאות כאשר חלק מהשליטה, יכולת ההשוואה וכוח הבחירה יעבור לצרכנים. הדבר צפוי לעורר שינוי משמעותי בביקושים לגורמים שונים במערכת הבריאות ולצמצם את השליטה ויכולת הוויסות של ספק השירות על ההפניות למרפאות, בין בתי החולים ובין רופאים שונים.

בנוסף, העובדה שמשותמים יכולים להעניק ציונים ודירוגים לגורמים המטפלים במערכת הרפואית חושף אותם להערכות סובייקטיביות ולא מקצועיות גרידא, אשר יתבססו על אפיון פרמטרים סובייקטיביים ותחושות המטופלים. למשל, דירוגים המבוססים בעיקר על קרטיונים שירותיים, יכולים בטעות להמעיט בערכו של רופא מומחה בעל מקצועיות גבוהה.

יש לציין כי היכולת לערוך השוואה בין ספקי השירותים השונים צפויה להגדיל את התחרות בין ספקי השירותים ובכך לשפר את מעמדם של המצטיינים ולהרע את מצבם של החלשים.

אתגרים אלו צפויים להוות איום על ספקי השירות הרפואי בישראל, אלא אם כן הללו ישכילו להתאים את עצמם לאופן קבלת החלטות של הצרכן החדש. להערכת TASC, עומדות בפני ספקי השירות שתי אסטרטגיות עיקריות להתמודדות עם הכניסה הצפויה של פלטפורמות המבוססות על חכמת ההמונים בתחום שירותי הבריאות בישראל: אסטרטגיה אקטיבית או אסטרטגיה מגיבה.

אסטרטגיה אקטיבית

האלטרנטיבה הראשונה העומדת בפני ספקי השירות היא לנקוט יוזמה ולהקדים את הנולד – במקום לחכות להקמתן של הפלטפורמות על ידי גורמים חיצוניים, ליזום את פיתוחן.

פיתוח פלטפורמת חכמת המונים ע"י ספק השירותי הרפואי תאפשר לו שליטה מירבית על הקרטיריונים המדורגים/מדווחים ע"י המשתמשים ועיצוב הפלטפורמות באופן שמתאים למטרותיו האסטרטגיות. בכך יכול ספק השירות לשלוט בסוג המידע הנחשף ולמזער את הסיכון להערכות סובייקטיביות.

כמו כן, פיתוח עצמי של פלטפורמות אלו יאפשר לספקי השירות להעצים את הידע הארגוני דרך שימוש בחכמת המונים. ספקי השירות יכולים להיעזר בכלים אלו לצורכי בקרה ומדידה פנימיים, ובהתאם לשיפור תהליכים וחסכון בעלויות, תוך העלאת איכות השירות המוצע ועמידה ביעדי הארגון.

ספקי השירותים אף יוכלו להיעזר בכלים אלו למינוף הידע והניסיון של כלל הרופאים המקושרים איתם ולצורך פיתוח ההתמחויות והמקצועיות, וכתוצאה מכך לשיפור השירות הרפואי שהם מציעים.

היתרון המרכזי של אסטרטגיה זו הינו שמדובר במהלך שנותן מענה מצוין לצורך קיים של הצרכנים ולפיכך הוא יתפש כמהלך שירותי מהדרגה הראשונה. לא זאת בלבד, הוא יאפשר להשיג שביעות רצון גבוהה יותר של הצרכנים, שליטה טובה יותר על השינוי הצפוי ושיפור אובייקטיבי של איכות הטיפול והשירות אל מול המתחרים.

אסטרטגיה מגיבה

האלטרנטיבה השנייה היא הכנת הקרקע לקראת איום הכניסה של פלטפורמות אלו לשוק המקומי. לדוגמא, ספקי השירות הרפואי יכולים לחקור מהם הפרמטרים המרכזיים בעיניהם של לקוחותיהם ובהתאם לאסוף נתונים פנימיים שבוחנים את טיב הרופאים, מחלקות ובתי החולים השונים בעיני המבוטחים שלהם. בהסתמך על נתונים אלו, יוכלו לנסות לשפר את איכות השירות המוצע ע"י הגורמים המטפלים השונים כהכנה לתרחיש בו נתונים אלו יהפכו לגלויים. ספקי השירות יכולים גם לפתח נורמות של שקיפות בתוך הארגון ומדדי בקרה לטיב ואיכות השירות המוצע במטרה לתת מענה לצרכי המבוטחים ודפוס התנהגותם החדש.

סיכום

חוכמת ההמונים יכולה להיות כלי רב עוצמה ברשותו של הצרכן בעת צריכת שירותי בריאות. הצרכן יכול לשתף על מחלתו, לבחון חלופות לדיאגנוזה, לטיפול, לצוותים רפואיים ועוד, עם חולים כמותו, עם צוות רפואי או עם כל מי שעשוי לתרום. גם ספקי השירות הרפואי יכולים להיעזר בתובנות הנגזרות מריכוז תגובות המבוטחים לשיפור שירותיהם.

לצד היתרונות הרבים, חשוב להבחין במאפיינים הייחודיים והסיכונים הגלומים ביישום חוכמת ההמונים בשירותי הבריאות לעומת עולמות תוכן אחרים. מבוטחים עלולים להסתמך על ניסיונות העבר של חולים אחרים ולגבש דעה לגבי טיפול אופטימאלי למחלתם או אף לאבחון שלה. בעוד שקבלת מידע שגוי על מסעדה או מקום בילוי יכולה במקרה הגרוע להוביל לאכזבת המשתמש ואובדן כספי – מידע רפואי שגוי צפוי לתוצאות חמורות בהרבה יותר.

לפיכך, אפיון פלטפורמות למינוף חוכמת ההמונים בתחום שירותי הבריאות צריך להתחשב במאפייניה הייחודיים תוך מקסום התועלות עבור ספקי השירות והציבור הרחב ומיזעור הסיכונים לגורמים השונים.

להערכת TASC, כניסת חוכמת ההמונים לתחום שירותי הבריאות בישראל היא תרחיש סביר שצפוי להוביל לשינוי בהתנהגות הצרכנית. שינוי זה יכול לשחק לטובת חלק מהשחקנים ולרעת אחרים, כאשר ספקי שירותי הבריאות ובתי חולים שיבחרו להטמיע כלי חוכמת ההמונים יזכו ביתרון תחרותי על מתחריהם.

מנקודת מבט צרכנית, חוכמת ההמונים בתחום שירותי הבריאות מייצרת עבור הצרכן ערך רב במספר מישורים: מסייעת בבחירת גורם מטפל תוך יצירת שקיפות והבנה בתחומים לא מוכרים עבורו, מספקת מאגר מידע ונתיב ייעוץ אלטרנטיבי לאבחון מחלות וכן תומכת בפיתוח פתרונות יצירתיים לבעיות רפואיות נדירות.



אילן שחורי, מנכ"ל TASC
Ilan.Schory@tasc-consulting.com



עודד וול, Manager, ורטיקל בריאות
Oded.Wohl@tasc-consulting.com



יערה גואטה, Business Analyst, ורטיקל בריאות
Yaara.Guetta@tasc-consulting.com