

צרכנות מודעת- איך מקבלים החלטות מושכלות

קבלת החלטות רציונאליות מול רגשיות, לחץ חברתי.

עוגני השיעור

שכבת גיל: כיתות ט

ציר מוביל: צרכנות מודעת וקבלת החלטות פיננסיות

נושא השיעור: קבלת החלטות מושכלת אינה נשענת רק על ידע, אלא על היכולת לשלב בין חשיבה רציונלית, מודעות לרגשות, זיהוי השפעות חברתיות ושיווקיות, ויכולת לעצור, לבדוק ולבחור באופן עצמאי. בעידן הדיגיטלי, שבו פרסומות, אלגוריתמים ולחץ חברתי מעצבים את מרחב הבחירה, חשוב במיוחד לפתח אצל התלמידים מודעות להטיות, למניפולציות ולקיצורי הדרך המחשבתיים המשפיעים עליהם.

מושגים מרכזיים: מערכת חשיבה מהירה ואיטית, שנאת הפסד וקביעת ברירת מחדל, הטיית אפקט העיגון, הטיית אפקט הפיתיון, העדפת ההווה, אופטימיות יתר, פרדוקס הבחירה: ממקסמים מול מסתפקים, מודל HALT.

מיומנויות מרכזיות: חשיבה ביקורתית, אוריינות לשונית ודיגיטלית, ויסות רגשי, התנהלות חברתית.

ערכים מרכזיים: אחריות אישית, מודעות עצמית, ויסות רגשי, חשיבה ביקורתית. משך זמן משוער: 90 דקות.

קישור למצגת המלווה את השיעור: [קישור למצגת](#)

שם כותב השיעור: יפעת ברוש ומאור בלילטי

מטרות השיעור:

- התלמידים יזהו את ההבדל בין מערכת חשיבה מהירה (מערכת 1) לבין מערכת חשיבה איטית ומחושבת (מערכת 2) בתהליך קבלת החלטות.
- התלמידים יבינו כיצד רגשות והטיות קוגניטיביות משפיעים על קבלת החלטות פיננסיות.
- התלמידים יכירו הטיות צרכניות מרכזיות כגון ברירת מחדל, עיגון ואפקט הפיתיון ויזהו אותן במצבי חיים יומיומיים.
- התלמידים יישמו כלים לויסות רגשי (מודל HALT) כדי לקבל החלטות פיננסיות מושכלות יותר.

עזרים לשיעור



מחשב, רמקול, מקרן

מערך השיעור

פתיחה (כולל התייחסות לזמנים וקישורים רלוונטיים)

שאלה: האם אנחנו תמיד פועלים בצורה רציונלית?

משחק האולטימטום רגש מול רציונליות:

הסבר על המשחק (במצגת).

שאלות לדיון:

1. האם הייתם מקבלים הצעה לא הוגנת כדי להרוויח כסף, או דוחים אותה בגלל תחושת חוסר צדק וחוסר הוגנות?
 2. מה השפיע יותר על ההחלטה שלכם - הרצון להרוויח או התחושה הרגשית לגבי ההצעה?
- דרך משחק האולטימטום ראינו שאנשים לא תמיד מקבלים את ההחלטה ה"רציונלית" ביותר מבחינה כלכלית, אלא מושפעים מתחושת צדק, כעס, חוסר הוגנות או רצון להעניש. מכאן ניתן להבין שבתהליך קבלת החלטות פועלות ביחד מערכות החשיבה והרגשות.

תוכן השיעור ופעילויות (פירוט השיעור, כולל התייחסות לזמנים וקישורים רלוונטיים)

פרק א' קבלת החלטות רציונליות- מערכת חשיבה מהירה ומערכת חשיבה איטית:

חידת המחברת והעט

לחידה הבאה יש רק 20 שניות לתת תשובה.

המורה מציג לתלמידים

מחברת ועט עולים יחד 11 ש"ח.

המחברת עולה 10 ש"ח יותר מהעט. כמה עולה העט?

לאחר שהתלמידים עונים, המורה שואל "מדוע לדעתכם הרוב ענו 1"?

זוהי תשובה אינטואיטיבית, מהירה, שנובעת מ**מערכת 1** – מערכת החשיבה **המהירה**.

אבל אם עוצרים, בודקים ומחשבים מחדש, מגלים שהתשובה הנכונה היא **0.50 ש"ח**. כאן נכנסת לפעולה **מערכת 2** מערכת **החשיבה האיטית**, המדויקת והלוגית.



המשגה: הסבר על שתי המערכות:

מערכת 1 "הטייס האוטומטי": מהירה, רגשית, לא דורשת מאמץ, מחפשת פתרונות פשוטים.

מערכת 2 "האנליסט המחושב": איטית, לוגית, דורשת מאמץ וריכוז.

מאפייני מערכת :

מערכת 1 - החשיבה המהירה / הרגשית

מערכת זו פועלת במהירות, באופן אינטואיטיבי ואוטומטי. היא קשורה לרושם ראשוני, תחושת דחיפות, תגובה רגשית ורצון מיידי. לדוגמה: קניית מוצר משום שהוא "מרגיש נכון", משום שכולם קונים אותו, או משום שמופיע מסר כמו: "נותרו רק 10 דקות למבצע".

מערכת 2 - החשיבה האיטית / הרציונלית

מערכת זו דורשת עצירה, ריכוז, בדיקה והשוואה. היא מופעלת כאשר אנו בודקים מחירים, שואלים אם באמת צריך את המוצר, או בוחנים חלופות.

נספח 1: דף עבודה כיתתי "זהו באיזו מערכת מדובר"

1. רכישות בקופה (Impulse Buying)

- **מערכת 1 בפעולה:** אתם עומדים בתור לקופה ורואים חטיף שוקולד או מסטיק. המוח מזהה גירוי רגע הני (צבעים בולטים, רעב קל) ומחליט בשבריר שנייה: "אני רוצה את זה". אין כאן חישוב של עלות מול תועלת תזונתית.
- **מערכת 2 בפעולה:** אתם עוצרים רגע ושואלים: "האם זה בתוכנית התזונה שלי?" או "כבר יש לי חבילת מסטיקים בתיק". כאן נדרש מאמץ מנטלי כדי לעצור את הדחף האוטומטי.

2. אסטרטגיית תמחור (הטיית העיגון)

- **מערכת 1 בפעולה:** אתם רואים מוצר שמחירו המקורי היה 500 ש"ח ועכשיו הוא ב-299 ש"ח. מערכת 1 קופצת למסקנה: "זה מבצע מעולה!" היא מתמקדת בפער (הנחה) ולא בערך הריאלי של המוצר.
- **מערכת 2 בפעולה:** אתם בודקים האם המוצר נמכר במקום אחר ב-250 ש"ח ללא "מבצע", או בוחנים האם אתם באמת זקוקים למוצר הזה כרגע, ללא קשר לגובה ההנחה.

3. אפקט ה-Scarcity (מלאי מוגבל)



- **מערכת 1 בפעולה:** אתר הזמנות מלונות מציג הודעה באדום: "נשאר חדר אחד אחרון בתאריכים האלו!". מערכת 1 נכנסת למצב של FOMO "הילחם או ברח" (fear of missing out) ומאיצה בכם להזמין מיד כדי לא לאבד את ההזדמנות.
- **מערכת 2 בפעולה:** אתם עוצרים לבדוק אם מדובר בטקטיקה שיווקית נפוצה, בודקים מלונות דומים באזור ומוודאים שהמחיר אכן הוגן ולא מנופח בגלל הלחץ.

4. השקעות ובורסה (ברמת הצרכן הפרטי)

- **מערכת 1 בפעולה:** המניה של חברה מוכרת צונחת בחדות בגלל כותרת שלילית בחדשות. התגובה האוטומטית היא פחד, והדחף המיידי הוא למכור הכל כדי "להציל מה שנשאר".
- **מערכת 2 בפעולה:** ניתוח פונדמנטלי של דוחות החברה, הבנת מודל ההכנסות והחלטה האם הירידה היא רעש חולף או שינוי מהותי בערך החברה. זהו תהליך שנוגד את האינסטינקט ההישרדותי.

מסקנה: המוח שלנו נוטה לבחור בתשובה מהירה ואינטואיטיבית של מערכת 1, ורק לאחר עצירה והפעלה של מערכת 2 מגיעים לפתרון מדויק יותר.

פרק ב' הטיות צרכניות בשטח – קיצורי הדרך של המוח

1. שנאת הפסד וקביעת ברירת מחדל

סיפור מונית הכסף - שאלת סקר

עליהם למונית הכסף הגעתם לשלב שאלת ההכפלה

הצלחתם לצבור 7,000 ש"ח. הנהג שואל האם תרצו לענות על שאלת ההכפלה:

- אם תענו נכון - הסכום יוכפל ל-14,000 ש"ח.

- אם תטעו - תפסידו הכל.

המורה שואל ומבקש להצביע וביחד מנתחים את תוצאות הסקר.

ממצאים:

רוב התלמידים בוחרים לא לקחת את הסיכון ומעדיפים להישאר עם הסכום הקיים.

הדבר ממחיש את הנטייה להימנע מהפסד, ואת העיקרון המוכר, **עדיף ציפור אחת ביד מאשר שתיים על העץ.**



מסקנה: אנשים נוטים להימנע מביצוע פעולה כאשר קיים חשש להפסד. תחושת ההפסד משפיעה עליהם יותר מהאפשרות לרווח.

על פי מחקריו של דניאל כהנמן ועמוס טברסקי, **המרירות של הכישלון חזקה בערך פי שניים מהשמחה שבאותו רווח**, ולכן אנשים מעדיפים לעיתים לא לפעול כלל כדי להימנע מהפסד אפשרי.

דוגמאות:

אנשים רבים נמנעים משינוי גם כאשר ניתן לקבל תנאים טובים יותר, למשל: מעבר מחברת ביטוח לחברה אחרת, מחברת סלולר, מבנק לבנק - למרות האפשרות לחיסכון כספי.

השפעת ברירת המחדל על קבלת החלטות:

ברירת מחדל משפיעה עלינו משום שאנשים נוטים להישאר עם האפשרות הקיימת ולהימנע משינוי, גם כאשר שינוי יכול להיות משתלם יותר.

דוגמאות נוספות להשפעת ברירת המחדל על קבלת החלטות:

דוגמא 1: כרטיס אדי

שאלה לדיון: מדוע שיעור החתומים על כרטיס אדי בישראל נמוך מאוד ביחס לשווייץ?

מסקנה:

בישראל, כדי להיות תורם איברים יש להירשם באופן פעיל לכרטיס אדי. כלומר, ברירת המחדל היא שאדם **אינו תורם**, ולכן רבים אינם פועלים ונשארים עם המצב הקיים. לעומת זאת, במדינות כמו שווייץ, ברירת המחדל הפוכה - כולם נחשבים כתורמי איברים, ומי שאינו מעוניין צריך לבצע פעולה ולהסיר את עצמו מהרשימה. מכיוון שאנשים נוטים להימנע מפעולה, שיעור התורמים שם גבוה יותר.

כלומר **ניתן להשפיע על דפוסי ההתנהגות של הציבור באמצעות קביעת ברירת מחדל מתאימה.**

דוגמא 2: בתי מלון

שאלה: כיצד רשת בתי מלון יכולה להגדיל את ההכנסות שלה או להוריד את ההוצאות שלה?

מלון א':

"אנחנו מחליפים מצעים כל יום.

אם אתה מרגיש שזה מיותר - השאר את הכרטיס על הכרית בבוקר."

➔ כאן ברירת המחדל: **מחליפים מצעים**

האורח צריך לבצע פעולה כדי **לא להחליף**.

מלון ב':

"אם תרצה שנחליף את המצעים,

השאר בבקשה את הכרטיס על המיטה."



→ כאן ברירת המחדל: **לא מחליפים מצעים**
האורח צריך לבצע פעולה כדי **כן להחליף**.

לאחר הדיון ניתן להגיע למסקנה

המסקנה:

ברוב המקרים האורחים לא עושים פעולה ולכן:

- במלון א' יחליפו מצעים

- במלון ב' לא יחליפו מצעים

אותה אפשרות אבל שינוי **ברירת המחדל** משנה את התנהגות הצרכן, ומשפיע על מידת הרווחיות של המלון.

דוגמא 3: שינוי מגמת לימוד:

אתה תלמיד בכיתה י', בחרת להרחיב מקצוע חינוך פיננסי, לאחר כחודש הבנת שהמקצוע אינו מתאים לך ואתה רוצה לעבור, מרכזת השכבה נתנה לך טופס מעבר ועליך להחתיים על הטופס את המורה המקצועי, המחנך, המנהל, מרכז השכבה והמורה שאליו אתה רוצה לעבור והורים.

סקר: מי מכם יחתיים את הטופס?

מסקנה:

תלמידים רבים נמנעים משינוי מגמה, משום שהתהליך דורש מילוי טפסים וקבלת אישורים והמורכבות הזו גורמת להישארות בברירת המחדל (נשאר באותה מגמה).

ברירת המחדל של בני אדם היא **לא לבצע פעולה**, להישאר במצב הקיים ולהימנע משינוי. בעלי עסקים רבים מנצלים נטייה זו, ולכן מצליחים להרוויח ממנה מיליונים, כאשר לקוחות ממשיכים בשירותים קיימים גם אם אינם המשתלמים ביותר עבורם.

2. **הטיית אפקט העיגון (Anchoring)** - המוח שלנו נוטה להסתמך יתר על המידה על פיסת המידע הראשונה שהוא מקבל ("העוגן").

תרגיל מהיר: שני מתנדבים, כל אחד מקבל תרגיל בדף ונדרש להעריך במהירות את התוצאה.

תלמיד א' מקבל את התרגיל: $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$

תלמיד ב' מקבל את התרגיל: $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$

ממצאים:



תלמיד א' יתן הערכה נמוכה בהרבה, ביחס לתלמיד ב', זאת בגלל ה"עוגן" הנמוך בתחילת התרגיל.

איפה זה פוגש אותנו בעולם הצרכנות?

דוגמה 1 : מחיר מכנסיים

המורה מציג על הלוח שיטות המחרה

תמונה של מחיר שהיה 500 וירד ל 250.

שאלה: מדוע שהמחיר יורד אנשים בוטים לקנות?

מסקנה: כשאתה רואה מחיר "מקורי" של 500 ש"ח ומחיר "מבצע" של 250 ש"ח, ה-500 הוא העוגן. גם אם המוצר שווה רק 100 ש"ח, 250 נראה לך פתאום כמו עסקה מטורפת.

3. הטיית אפקט הפיתיון

הוספת אפשרות שלישית שנועדה רק כדי לגרום לאחת האפשרויות האחרות להיראות משתלמת יותר.

דוגמה: הפיצה

בפיצריה השכונתית מציעים:

- פיצה אישית – 25 ש"ח

- פיצה משפחתית – 60 ש"ח

במה תבחר ולמה?

יום אחרי מוסיפים אפשרות נוספת :

- פיצה בינונית – 55 ש"ח ← (הפיתיון)

במה תבחר ולמה?

דיון: לא פעם אנשים ישנו את בחירתם ויבחרו בפיצה המשפחתית היות ונראית משתלמת ביחס לפיצה הבינונית.

חשוב שתדעו שמראש מטרת המוכר, היא למכור לכם את הפיצה המשפחתית.

דוגמה: פופקורן

אתם הולכים לקולנוע מציעים לכם:

פופקורן קטן – 18 ש"ח



פופקורן בינוני - 28 ש"ח

פופקורן גדול - 30 ש"ח

במה תבחרו ולמה?

רוב הלקוחות יבחרו בפופקורן הגדול

וזו בדיוק מה שהקולנוע רצה.

מסקנה: הפיתיון לא נועד שיבחרו בו, אלא להשפיע על ההחלטה שלנו.

4. העדפת ההווה

הגדרה: הנטייה שלנו להעדיף סיפוק מיידי וקטן "כאן ועכשיו", על פני תגמול גדול ומשמעותי יותר בעתיד. המוח שלנו תופס את ה"אני העתידי" כמעט כמישהו זר, ולכן קשה לנו להקריב עבורו.

ניתוח אירוע: נועם חוסך לטלפון חדש שעולה 3,200 ש"ח. חסרים לו רק עוד 400 ש"ח כדי להגיע ליעד. יום חמישי בערב. נועם וחברים שלו רוצים להזמין המבורגר, צ'יפס וקינוח בוולט. החלק של נועם בהזמנה יוצא **120 ש"ח**.

קונפליקט התקרבות מול התרחקות:

התקרבות- נועם מוותר על הארוחה ולא נהנה היום ומתקרב אל היעד.

התרחקות- נועם קונה את הארוחה ונהנה היום, ומתרחק מהיעד.

הקשר חברתי: המעמד החברתי חשוב. הטיית ההווה מתחזקת כשכולם מסביב צורכים "כאן ועכשיו".

5. אופטימיות יתר

הגדרה: האמונה המוטעית שהסיכוי שדברים חיוביים יקרו לנו גבוה מהממוצע, בעוד שהסיכוי שדברים שליליים יקרו לנו (כמו כניסה לחובות או אי-שימוש במוצר) הוא נמוך מאוד.

ניתוח אירוע: נועם החליט שהוא נכנס לכושר. בחדר הכושר מציעים לו שתי אפשרויות: כניסה חד-פעמית ב-50 ש"ח, או מנוי שנתי ב-2,400 ש"ח (שיוצא 200 ש"ח לחודש). דני בטוח שהוא יבוא לפחות 4 פעמים בשבוע, אז הוא חותם על המנוי השנתי. בפועל, אחרי שבועיים הוא מפסיק ללכת, אבל ממשיך לשלם כל חודש.

נקודה לדיון: מה גרם לנועם להתחייב לסכום כה גדול מראש? האם הוא העריך נכון את היכולת שלו להתמיד?



פרדוקס הבחירה: ממקסמים מול מסתפקים

נועה ושני חברות טובות הולכות לקניון במטרה לקנות בגדי ספורט, נועה עוברת בין כל החנויות בקניון שמוכרות בגדי ספורט לפני שהיא מקבלת החלטה מה לקנות.

שני בודקת רק בשתי חנויות ומחליטה.

אם צריך למקם אתכם בין נועה ושני (ציר נועה מול שני)

איפה הייתם ממוקמים ולמה?

דיון:

- **נועה טיפוס ממקסמים**

ממקסמים: אלו שחייבים לבדוק את כל האפשרויות כדי למצוא את הכי טוב. הם נוטים לחוות

FOMO (פחד מהחמצה ומחרטה)

Fear of missing out

- **שני : טיפוס מסתפק**

מסתפקים: מחפשים אופציה "מספיק טובה". ומקבלים החלטה מהירה.

דוגמה:

בארנו של מארק צוקרברג יש רק חולצות כחולות

שאלה לדיון: למה לדעתכם יש לו רק חולצות כחולות?

מסקנה:

הרעיון הוא שלא כדאי לבזבז זמן ומאמץ על החלטות לא חשובות, וכך ניתן לשמור את האנרגיה המחשבתית להחלטות משמעותיות יותר.

דוגמה: איפה זה פוגש אתכם בחיי היום-יום:

מדוע מחייבים אותכם בתלבושת אחידה?



פרק ג': יסודות רגשי – מודל HALT

התלמידים יבינו את הקשר בין מצב רגשי ופיזי לבין קבלת החלטות צרכניות, וירכשו כלי מעשי לעצירה לפני קנייה אימפולסיבית.

סיפור מקרה: המורה יקריא את הסיפור הבא:

נועם יצא עייף מבית הספר אחרי יום לימודים ארוך. הוא לא הספיק לאכול מאז הבוקר, רב עם חברו הטוב, ובנוסף לכל - נכשל בבחינה. בדרך הביתה עבר ליד חנות וראה גאדג'ט חדש במבצע. הוא הרגיש דחף עז לקנות אותו מיד, למרות שלא תכנן זאת ולא היה זקוק לו. רגע לפני שהוציא את הארנק, הוא עצר וחשב: האם אני באמת צריך את זה, או שאני פשוט מושפע מהיום שעבר עליי?

דיון כיתתי: ניתוח המקרה

המורה יעלה שאלות לדיון ויכתוב את תשובות התלמידים על הלוח:

- למה לדעתכם אורי רצה לקנות את המוצר דווקא באותו רגע?
- האם זו הייתה החלטה מתוך צורך אמיתי או צורך ב"פיצוי"?
- אילו רגשות או מצבים פיזיים השפיעו עליו?
- **שיתוף אישי:** האם קרה לכם שקניתם משהו רק בגלל שהייתם במצב רוח מסוים (עצובים, משועממים, רעבים)?

הצגת מודל HALT

המורה מציג את מודל HALT ככלי לעצירה לפני קנייה:

- Hungry – רעבים (גורם לנו לקנות יותר אוכל ממה שצריך או מוצרים "מנחמים").
- Angry – כועסים (גורם לנו לפעול מתוך תסכול ולחפש "נקמה" או שחרור דרך קנייה)
- Lonely – בודדים (גורם לנו לנסות למלא חלל רגשי באמצעות חפצים חדשים)
- Tired – עייפים (מחליש את כוח הרצון ואת היכולת שלנו לחשוב בצורה רציונלית)

המורה מסביר שמצבים אלה משפיעים על קבלת החלטות ועלולים לגרום לקניות לא מתוכננות.

שאלות:

- אילו מצבים מתוך המודל הופיעו אצל אורי?



- מה היה עדיף שאורי יעשה לפני קנייה?

התלמידים מסיקים שעצירה קצרה ובדיקה לפי מודל HALT יכולה לעזור לקבל החלטות פיננסיות נבונות יותר.

המסר המרכזי: כאשר אנחנו נמצאים באחד ממצבי HALT, היכולת שלנו לקבל החלטות מושכלות יורדת בצורה משמעותית. הקנייה במצבים אלו היא לרוב ניסיון לפתור בעיה רגשית באמצעות פתרון חומרי.

סיכום (סיכום: מה למדנו היום? שאלות לדיון)

8 טיפים לקבלת החלטות (מפורטים במצגת)

מידע נוסף להעשרה והרחבת הידע למורה

מידע נוסף, קישורים וכו' להעשרה של המורה

קישורים רלוונטיים

מידע נוסף, קישורים וכו' להעשרה של המורה

דן אריאלי קבלת החלטות <https://www.youtube.com/watch?v=k9xaUEPqR8s>

דן אריאלי קבלת החלטות <https://www.youtube.com/watch?v=ELgHDdpEEWA>

בזמן של אי וודאות

תורת המשחקים עם לירז <https://www.youtube.com/watch?v=rucHCITUwNw>

מרגלית / פרק 1



צידה לדרך- נספחים

נספח 1: זיהוי המערכת

לפניכם 12 אירועים. זהו באיזו מערכת מדובר, ונמקו מדוע.

האירוע	זיהוי המערכת	נימוק
קריאת דוחות כספיים של חברה והבנת מודל הרווח שלה לפני שקונים מניה.		
תחושת בהלה ורצון עז להזמין חדר במלון מיד כשמופיע הכיתוב: "נשאר רק חדר אחד אחרון!"		
עצירה בקופה ובדיקה: "האם השוקולד הזה באמת נחוץ לי כרגע או שזה רק דחף רגעי?"		
הסתכלות על מוצר שמחירו ירד מ-500 ש"ח ל-299 ש"ח והסכמה מיידית שזה "מבצע מטורף".		
מכירה מהירה של כל המניות בתיק ההשקעות ברגע שרואים כותרת מפחידה בחדשות.		
חיפוש בגוגל של מוצר במקומות אחרים כדי לוודא ש"מחיר המבצע" הוא אכן המחיר הכי זול בשוק.		
הושטת יד מהירה לחבילת מסטיקים צבעונית ליד הקופה רק כי היא נראית מזמינה.		
השוואת מחירים בין מלונות דומים באותו אזור כדי לוודא שהלחץ להזמין מוצדק.		

		זיהוי הבעת פנים של כעס על פניו של חבר עוד לפני שהוא הוציא מילה מהפה.
		חישוב בראש של התוצאה לתרגיל: 24X17
		בחירת מותג דגני בוקר מסוים רק בגלל שהאריזה שלו נראית יוקרתית והצבעים יפים.
		קריאת רשימת הרכיבים על גב האריזה כדי לבדוק כמה גרם סוכר יש במוצר.