

اتخاذ القرارات ملخص الدرس

1. أنظمة التفكير) وفقاً لكاتيمان وتفيرسكي(

النظام 1 ("الطيار الآلي"): تفكير سريع، حدسي، عاطفي، ولا يتطلب جهداً. يؤدي في كثير من الأحيان إلى عمليات شراء اندفاعية أو إلى قرارات تتأثر بمشاعر الرغبة الفورية والانطباع الأول.

النظام 2 ("المحلل المتعقل"): تفكير بطيء، منطقي، منضبط، ويتطلب جهداً وتركيزاً. يُفعل عند مقارنة الأسعار، وفحص مدى الحاجة إلى المنتج، وكبح الاندفاعات.

2. التحيزات المعرفية والاستهلاكية في الواقع

كراهية الخسارة وتأثير الخيار الافتراضي: يميل الأشخاص إلى تجنب الفعل والتغيير خوفاً من الخسارة (إذ إن ألم الخسارة أقوى بمرتين من متعة الربح). تستغل الشركات ذلك من خلال وضع "خيار افتراضي" سلبي يُبقي المستهلك في المسار الأكثر ربحية بالنسبة لها.

تحيز تأثير الارتكاز ((Anchoring): ميل الدماغ إلى الاعتماد بشكل مفرط على أول معلومة يتلقاها. (على سبيل المثال: عرض سعر "أصلي" مرتفع يجعل سعر التخفيض يبدو جذاباً، حتى لو كانت القيمة الحقيقية للمنتج منخفضة).

تحيز تأثير الطعم ((Decoy Effect): إضافة خيار ثالث (طعم) لا توجد نية حقيقية لشرائه، وإنما فقط لجعل أحد الخيارات الأخرى يبدو أكثر جدوى بكثير (كما في تسعير الفشار أو البيتزا).

تفضيل الحاضر والتفاوت المفرط: الميل إلى تفضيل الإشباع الفوري "هنا والآن" على المكافأة المستقبلية، إلى جانب الاعتقاد الخاطئ بأننا لن نقع في الديون أو أننا سنلتزم بالتعهدات طويلة الأمد (مثل الاشتراك السنوي في نادٍ رياضي).

مفارقة الاختيار (الباحثون عن الخيار الأمثل مقابل المكتفين): يسعى "الباحثون عن الخيار الأمثل" دائماً إلى العثور على الخيار المثالي، ويميلون إلى الشعور بالندم والخوف من فوات الفرص (FOMO). أما "المكتفون" فيختارون أول خيار يلبي احتياجاتهم ويتخذون القرار بسرعة.

3. أداة عملية للتنظيم العاطفي: نموذج HALT

يقترح النموذج التوقف بشكل واع قبل إجراء عملية شراء أو اتخاذ قرار مالي، والتحقق مما إذا كنا نتصرف انطلاقاً من حالة ضعف تقلل من قدرتنا على التفكير العقلاني:

Hungry جائع

Angry غاضب

Lonely وحيد

Tired متعب

