

קבלת החלטות

סיכום השיעור

מערכות החשיבה (על פי כהנמן וטברסקי)

- מערכת 1 ("הטייס האוטומטי"): חשיבה מהירה, אינטואיטיבית, רגשית ובלתי מאומצת. מובילה לעיתים קרובות לקניות אימפולסיביות או להחלטות המושפעות מתחושות דחף ורושם ראשוני.
- מערכת 2 ("האנליסט המחושב"): חשיבה איטית, לוגית, מבוקרת ודורשת מאמץ וריכוז. מופעלת בעת השוואת מחירים, בדיקת נחיצות ועצירת דחפים.

הטיות קוגניטיביות וצרכניות בשטח

- שנאת הפסד ואפקט ברירת המחדל: אנשים נוטים להימנע מפעולה ושינוי מחשש להפסד (הכאב שבשנאת ההפסד חזק פי שניים משמחת הרווח). חברות מנצלות זאת ומציבות "ברירת מחדל" פסיבית שמשאירה את הצרכן במסלול הרווחי עבורן.
- הטיית אפקט העיגון (Anchoring): נטיית המוח להסתמך יותר על המידה על פיסת המידע הראשונה שקיבל (למשל: הצגת מחיר "מקורי" גבוה הופכת את מחיר המבצע לאטרקטיבי, גם אם ערכו הריאלי של המוצר נמוך).
- הטיית אפקט הפיתיון: הוספת אפשרות שלישית (פיתיון) שאין כוונה אמיתית שתירכש, אלא רק כדי לגרום לאחת האפשרויות האחרות להיראות משתלמת בהרבה (כמו בתמחור פופקורן או פיצה).
- העדפת ההווה ואופטימיות יתר: הנטייה להעדיף סיפוק מיידי "כאן ועכשיו" על פני תגמול עתידי, לצד אמונה שגויה שלא ניקלע לחובות או שנתמיד בהתחייבויות ארוכות טווח (כמו מנוי שנתי לחדר כושר).
- פרדוקס הבחירה (ממקסמים מול מסתפקים): "ממקסמים" מחפשים תמיד את האופציה המושלמת ונוטים לחרטה ו-FOMO; "מסתפקים" בוחרים באופציה הראשונה שְׁעוֹנָה על הצרכים ומקבלים החלטה מהירה.





כלי מעשי לוויסות רגשי: מודל HALT

המודל מציע לעצור באופן מודע לפני ביצוע קנייה או קבלת החלטה פיננסית, ולבדוק האם אנו פועלים מתוך מצב פגיע שמוריד את היכולת הרציונלית שלנו:

- Hungry (רעבים)
- Angry (כועסים)
- Lonely (בודדים)
- Tired (עייפים)

