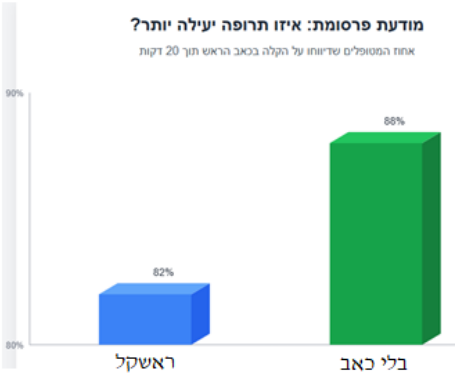
**מלחמה בכאב ראש** 💊 (אוניברסיטת חיפה)

חברת תרופות פיתחה שתי תרופות חדשות לשיכוך כאבי ראש: "ראשקל" ו"בלי כאב". החברה ערכה מחקרים כדי לבדוק את יעילותן ופרסמה את התוצאות. אנחנו, בתור צרכנים נבונים וביקורתיים, נבחן את הנתונים ואת דרך הצגתם.

חברת התרופות פרסמה בעיתון את המודעה הבאה המציגה את אחוז המטופלים שדיווחו על הקלה בכאב הראש תוך 20 דקות מנטילת התרופה.




א. התבוננו במודעה. איזו תרופה נראית יעילה **באופן משמעותי** יותר מהשנייה?

ב. בכמה בערך נראית העמודה של "בלי כאב" גבוהה יותר מהעמודה של "ראשקל"? (פי 2? פי 3?)

ג. כעת, התבוננו בנתונים המדויקים שעליהם התבסס הגרף:

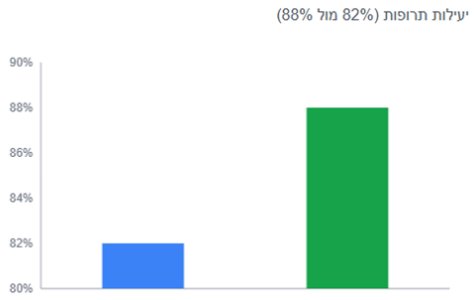
- **ראשקל:** 82% דיווחו על הקלה.
- **בלי כאב:** 88% דיווחו על הקלה.

האם הרושם הראשוני שקיבלתם מהגרף תואם את הנתונים המספריים? הסבירו מדוע נוצר פער בין הרושם לבין המציאות. (רמז: שימו לב לפרספקטיבה התלת-ממדית ולנקודת המבט על הגרף).

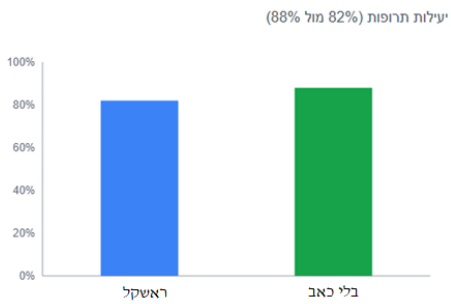
**בעיה להעמקת הבנה**

**הבעיה:** מנהלת השיווק של החברה קיבלה את אותם נתוני יעילות (ראשקל: 82%, בלי כאב: 88%) והתבקשה להכין שתי גרסאות של גרפים עבור שתי מצגות שונות:

- **מצגת למשקיעים:** כדי להדגיש את היתרון של "בלי כאב" החדשה.
- **מצגת לוועדת האתיקה הרפואית:** כדי להציג את הנתונים בצורה האובייקטיבית ביותר.




גרף I




גרף II

**שאלות:**

א. **ניתוח דרכי פעולה:**

- איזה גרף (I או II) תבחר מנהלת השיווק עבור המצגת למשקיעים? נמקו מדוע גרף זה משרת את מטרתה טוב יותר.
- איזה גרף היא תבחר עבור ועדת האתיקה הרפואית? נמקו מדוע גרף זה נחשב לייצוג "הוגן" או "אמין" יותר של הנתונים.

ב. **הערכת אסטרטגיות:**

- תארו במילים שלכם מהי ה"טקטיקה" הגרפית שבה השתמשו בגרף שבחרתם למשקיעים כדי להעצים את ההבדל בין התרופות.