

הצעת מחקר לתיזה

פחות או יותר : האם יותר זה יותר טוב ? באילו תנאים בחירה מתוך מגוון רחב של אופציות תעלה את שביעות הרצון הפרט מהבחירה , בהשוואה לבחירה ממגוון מצומצם של אופציות.

מגישה : מיכל אפטר

מנחה : פרופ' אורית טיקוצינסקי

תאריך הגשה : 17/11/2015

תקציר

כל חיינו אנו נמצאים בתהליך של בחירה ושואפים להיות כמה שיותר שבעי רצון ממנה. מחקר זה נועד למצוא את אותם גורמים אשר יכולים להשפיע על דרך ההסתכלות הפרט על בחירתו, ובכך להעלות את שביעות רצונו. אני מציעה כי קיים הבדל בדרך המחשבה של הפרט כאשר מתבקש לבחור או לדחות אופציות. הבדלים אלו נעוצים במערכות קוגניטיביות שונות אשר מופעלות ובתורן משפיעות על תהליך הבחירה עצמו ועל תוצאותיו. כאשר בתהליך של בחירה תופעל "מערכת 1" ואילו בתהליך של דחייה, תופעל "מערכת 2". פעולת מערכת 1 תוביל להתמקדות ביתרונות האופציות אותן הפרט דחה, בעוד פעולת מערכת 2 תוביל להתמקדות דווקא בחסרונות האופציות. התמקדות מכוונת ביתרונות/חסרונות תהיה מושפעת גם כן מכמות האופציות הקיימות לפרט ; כך שככל שכמות הבחירה עולה, עולים החסרונות וכך גם היתרונות בהתאמה. בהתאם לכך, אני משערת כי כאשר הפרט יתמקד בחסרונות האופציות הנדחות, ככל שתהיינה יותר אופציות, כך יהיה יותר שבע רצון מבחירתו. זאת בהשוואה להתמקדות ביתרונות האופציות הנדחות, אשר ככל שהיו יותר מהן, תרד שביעות רצונו. ניסוי 1 אישש את השערת המחקר ונמצא כי שביעות רצון הפרט מתוך בחירה ממגוון גדול של אופציות עולה בתנאי דחייה בהשוואה לתנאי בחירה. ניסויי המשך 2 ו-3 נועדו לבחון את תיאורית שתי המערכות ואת הקשר שלהן לבחירה/דחייה וכפועל יוצא השפעה על שביעות רצון הפרט מבחירתו.

מבוא

"Life is not a matter of chance...it is a matter of choice."

– Ka

אנחנו כל הזמן בוחרים. החל ממה נלבש בבוקר, למקצוע שנלמד, למקום מגורינו ולבחירת/ליבנו. אנחנו עסוקים בכך כל יום ומקיימים אלפי החלטות בשבוע אשר בסופו של יום מגדירות אותנו. העולם שלנו התפתח ומתפתח ואיתו גם כמות האופציות האפשריות הקיימות בכל תחום בחיינו, כפועל יוצא, יש לנו בחירה חופשית רחבה. בתוך עולם הבחירה החופשית אנו שואפים להיות כמה שיותר מאושרים מהבחירות שלנו, ועם זאת ההחלטות שלנו נהיות מורכבות יותר ויותר כוון וכמות הבחירה שלנו עולה. לכל אורך חיינו אנו עדים למשפטים כגון "בוא/י נסתכל על עוד דברים לפני שנחליט", "נלך לקנות במקום X שם יש יותר מבחר" או משפטים בסגנון "חשוב שיהיה מגוון ככה נדע מה אנו רוצים" ועוד. מה יש ביותר אופציות שכל כך מושך אותנו כבני אדם, שהרי אם לא היינו מקבלים ערך מוסף מכך, העולם לא היה מתפתח בכיוון הזה. אני מאמינה כי יש ערך רב בבחירה כאשר היא נעשת ממגוון גדול של אופציות, כפי שנאמר "כי אתה בחרתנו מכל העמים" (שמות י"ט ה'; דברים י' ט"ו). העם היהודי מתגאה בכך כי לבחירת האל דווקא בו מכל העמים יש ערך רב. הרי לא נאמר "כי אתה בחרתנו" אלא הושם דגש רב במילה "מכל" אשר מדגישה את הערך הרב להיבחר דווקא ממגוון גדול של אופציות מאשר בליט ברירה או בחירה ממספר מצומצם. כאן נשאלת השאלה מה קורה לנו כאשר אנחנו צריכים לבחור וכמות האופציות מהן אנו בוחרים עולה?

ניתן להסתכל על הבחירה שלנו כמסע בין הזדמנויות ואופציות רבות שבסופו אנחנו אלו היכולים להחליט האם להתמרמר או לשמוח מהבחירה. במילים אחרות, עליה של אופציות בחירה יכולה להשפיע על הפרט באופן הרסני ומשתק ואז נקבל מצב בו "יותר זה פחות" (The choice overload hypothesis). מצד שני עליה בכמות האופציות יכולה להשפיע לטובה על שביעות רצוננו ובכך לקבל מצב של "יותר זה יותר טוב" (More is better effect). אם כך הדבר, ייתכן כי בקבלת החלטה מבין מגוון רחב של אופציות מופעלות אצלנו שתי מערכות קוגניטיביות בעלות תכונות שונות, אשר בסופן יגדירו את שביעות רצוננו מהבחירה. ייתכן כי אפקט "יותר זה פחות" מייצג מערכת קוגניטיבית אחת אשר מדגישה את כל היתרונות של אותן האופציות שדחינו בקבלת ההחלטה ובכך מערערת את ההחלטה שלנו, גורמת לנו להרגיש חסרי בטחון בה וכפועל יוצא גם פחות שבעי רצון. ואילו "יותר זה יותר טוב" מייצג מערכת קוגניטיבית שנייה, אשר

מדגישה את כל החסרונות של אותן האופציות הנדחות בכך מדגישה בהתאמה את יתרונות הבחירה שלנו ; בדומה למשפט "אשר בחר בנו מכל העמים", ויוצרת מצב בו אנו חשים יותר בטחון בבחירה וכפועל יוצא יותר שבעי רצון ממנה.

נושא זה של בחירה ובחירה מתוך מגוון רחב של אופציות בפרט, מעלה דיון בספרות בנוגע להשפעות השונות על הפרט. אני מציעה להסתכל על שני הממצאים ("יותר זה פחות" ויותר זה יותר טוב") כפועל יוצא של פעולת כל אחת מהמערכות הקוגניטיביות ולמצוא את אותם הגורמים אשר מעודדים את הפעולה של המערכת השנייה, אשר מדגישה את חסרונות האופציות הנדחות ובכך מעלה את שביעות רצונו של הפרט מבחירתו. בספרות הקיימת נמצאו גורמים המייצגים את פעולת כל אחת מהמערכות ומתכנסים תחת שני אפקטים עיקריים :

The choice overload hypothesis : מחקרים רבים בתחום מצאו כי עליה בכמות אופציות הבחירה של הפרט יכולה להוביל לתוצאות מזיקות בתהליך הבחירה עצמה ובתחושת הנלוות לבחירה, כגון : ירידה במוטיבציה לבחירה, ירידה בהתחייבות לבחירה או הימנעות מבחירה (Iyengar&Lepper, 2000), וכן עליה בתחושות של אכזבה, חרטה ואי שביעות רצון מהבחירה (Chernev; 2003 Schwartz, 2000, 2004 Iyengar&Lepper, 2000).

בסדרת מחקרים של Iyengar&Lepper (2000) נמצא כי משתתפים אומנם היו בעלי מוטיבציה רבה יותר לעצור מול דוכן של 24 ריבות בהשוואה לדוכן של 6 ריבות, אך עם זאת נטו יותר לקנות ריבות גורמה או שוקולד כאשר הוצעו להן 6 אופציות בהשוואה ל24 או 30. כמו כן, אלו אשר בחרו מתוך מגוון רחב של אופציות הראו שביעות רצון נמוכה יותר מהבחירה בהשוואה למשתתפים אשר קיבלו החלטה מתוך מגוון מצומצם. תוצאות דומות התקבלו באותה סדרת מחקרים על סטודנטים. סטודנטים אשר ניתנה להם בחירה מתוך מבחר גדול של נושאים (30) הראו פחות רצון לבצע את המטלה וכן ביצעו אותה פחות טוב , בהשוואה לסטודנטים אשר קיבלו בחירה מתוך מספר נושאים מצומצם (6). לממצא זה ניתנו כמה הסברים : תחילה, עלייה במספר האופציות הקיימות מגדילה את המידע הקיים ומצמצמת את ההבדלים בין האופציות. שקילת כל אחת מהאופציות דורשת יותר זמן ומשאבים קוגניטיביים אשר לא תמיד זמינים , ובכך מעלה את רמת הקושי של הבחירה (Khan & Lehmann,1991; Timmermans, 1993). הקושי בקבלת החלטה מוביל בתורו לחשש מביצוע בחירה לא נכונה וברצון להימנע מחרטה (Lyengar & Wells , Schwartz, 2006). בנוסף, שילוב של מידע חסר, מגבלת זמן ומורכבת הבחירה יכולה

להוביל לבחירה של אופציה "טובה מספיק" ולא דווקא באופטימלית (Lyengar&Lepper, 1993; Tversky & Shafir, 2000) ובכך להוריד את שביעות רצונו של הפרט.

More is better effect : בניגוד לאפקט ה-overload, מחקרים שונים מראים דווקא את הקשר בין מגוון רחב של אופציות בחירה לבין עלייה בשביעות רצון מהחיים, עלייה בתפישת השליטה העצמית ועליה במוטיבציה פנימית (Deci, 1975; Zukerman, Porac, Latin, Smith & Deci, 1978). בנוסף, מחקרים בתחום השיווק מראים כי חנויות המציעות מגוון רחב של מוצרים מעלות את שביעות הרצון של הלקוח וכן את המכירות (Anderson, 2006; Bown, Read & Summers, 2003). עליה במגוון האופציות מורידה את הצורך של הפרט בחיפוש נוסף וכן מקנה לו אפשרות להשוואה אשר בסופה מעלה את תחושת הביטחון בבחירה ובכך משפיעה באופן חיובי על שביעות רצונו (Hutchinson, 2005). ממצאים אלו הוסברו ברובם מהצורך של הפרט, להעלות את ערך בחירתו ובכך להוריד את תחושת הדיסוננס הקוגניטיבי לאחר הבחירה (Festinger, 1957) מהתבוננות בשני ממצאים עיקריים אלו אנו עדים לחילוקי הדעות בנוגע לבחירה ממספר גדול לעומת קטן של אופציות וכן כי ישנם פערים בנוגע לאותם גורמים המגדירים את שביעות הרצון של הפרט מהבחירה. אנו יכולים לראות כי ייתכן וכאשר אנו בוחרים ממגוון רחב של אופציות כל אחת משתי המערכות יכולה לפעול והדבר ככל הנראה יהיה תלוי בגורמים אשר יפעילו את המערכת הרצויה. בהתאם לכך אם נמצא את הגורמים אשר מעלים את בולטות חסרונות האופציות הנדחות, נוכל לתפעל את המערכת השנייה ולהשפיע בצורה חיובית על שביעות רצונו של הפרט. הצעת המחקר שלי יוצאת מנקודה זו ומטרתה לבחון את הגורמים אשר משפיעים על המערכת השנייה ומעלים את תחושת הביטחון ושביעות הרצון של הפרט בקבלת החלטה אשר מערבת מספר גדול של אופציות.

שתי מערכות חשיבה

דמיון לעצמך ערב גשום בבית, אתה רוצה לראות סרט ועוד לא בחרת איזה. לפניך ספריית סרטים עם כל סוגי הסרטים הקיימים וכל מה שנותר לך הוא להחליט על סרט ספציפי. ככל הנראה תהליך הבחירה שלך יראה כך ; תחילה תחליט כי ברצונך לראות קומדיה על מנת לשפר את מצב רוחך, לאחר מכן תתמקד בקומדיות רומנטיות כי בעיניך הן יותר טובות. לאחר מובט בקומדיות הרומנטיות תתמקד בקומדיה עם קתרין הייגל, השחקנית האהובה עליך, ולבסוף תבחר בסרט "27 שמלות", קומדיה רומנטית עם קתרין הייגל. בתהליך בחירה כזה והן בתהליכי בחירה אחרים ככל הנראה תבחר האופציה, במקרה זה הסרט, אשר תעניק כמה שיותר יתרונות

לבוחר. תהליך בחירה המתבסס על יתרונות, יכול היה להיות נטול בעיות אלמלא הבחירות בחיינו היו פשוטות כמו בחירת סרט. כוון והמצב אינו כך, נשאלת השאלה מדוע אנו בוחנים באופן אוטומטי רק צד אחד של האופציות הקיימות ואילו השפעות והשלכות יש לכך על הבחירות שלנו?

על פי Shafir 1993, תהליך בחירה חד צדדי זה, נעוץ באפקט התאימות. משמע, כאשר אנו מתבקשים לבחור, קיים חיבור לא מודע, אינטואיטיבי ומיידי בין בחירה לבין חיפוש יתרונות. קישור זה כל כך טבוע בנו שבדרך זו אנו "שוכחים" או אפילו לא מעלים על דעתנו פעולת חיפוש אחרת, כגון, התבוננות וסקילת החסרונות של האופציות. תוצר נלווה לנטייה זו, הנה בחירה מוטית אשר התבססה בעיקרה על היבטים חיוביים והתעלמה מהשלילים ובכך עלולה לפגוע בשביעות רצוננו. אם נחזור לדוגמא, בדרך בחירה זו היינו יכולים להשאר עם סרט באורך של 3 שעות כוון וחסרון "אורך הסרט" וחסרונות אחרים לא נשקלו בתהליך הבחירה.

בניגוד לתהליך של בחירה, כאשר אנו מתבקשים לדחות אופציות, ייתכן שאנו נכנסים לתהליך מחשבתי מודע, מורכב ופחות אינטואיטיבי עבורנו. מחשבה על דחיית אופציות תגרום לנו לבחון דווקא את חסרונות האופציות. תהליך זה פחות טבעי עבורנו, ייתכן כי נתפס כארוך יותר, דורש יותר משאבים קוגניטיביים ואף מתיש. אך כאשר אנו נצבים בפני החלטה מורכבת יותר, אשר בה לא ניתן לעשות "סטופ" ולעצור, תהליך זה, אשר לוקח בחשבון הסתכלות על התמונה השלמה יכול להועיל לנו בבחירה ולהוביל אותנו לבחירה מודעת יותר, אשר בתורה תעלה את שביעות רצוננו.

בהמשך לקו המחשבה של Shafir ואפקט התאימות, אני מציעה כי תהליך של בחירה מוביל להפעלת מערכת 1, המערכת המהירה והאינטואיטיבית (Tversky & Kahneman, 1983), אשר מופעלת באופן אוטומטי כאשר אנו מתבקשים לבחור. הפעלתה האוטומטית מובילה אותנו לתהליך קצר יותר, המחפש ומתמקד רק ביתרונות האופציות הקיימות. ככל שיש יותר אופציות כך אנו מתמקדים ביתרונות האופציות הנדחות והדבר יכול להסביר את אפקט "יותר זה פחות". בניגוד לכך, כאשר אנו מתבקשים לדחות אופציות, אנו נכנסים לתהליך מחשבתי מודע, אשר יוביל אותנו להפעלה של מערכת 2; מערכת איטית, אשר מעבדת חישובים מורכבים, דורשת מאמץ, לוקחת יותר זמן ומשאבים קוגניטיביים (Tversky & Kahneman, 1983). ככל שיש יותר אופציות, נתמקד בחסרונות האופציות הנדחות והדבר יכול להסביר את אפקט "יותר זה יותר טוב".

גורם התאימות

תאוריות קלאסיות בקבלת החלטות מניחות כי קבלת החלטה מבססת על כך שלפרט ישנה העדפה ברורה של אופציה אחת, כאשר מקבל החלטה. זאת אומרת אם הפרט מעדיף את אופציה X על אופציה Y הוא אינו אמור להעדיף את אופציה Y על X. אך עם זאת מחקרים אחרים מצאו כי לא תמיד לפרט ישנה העדפה ברורה או כללים מובנים מראש כאשר ניצב מול קבלת החלטה, זאת כוון ומתקשה לבצע "trade off" בין תכונות האופציות, לצפות את תחושת האושר או הכאב לאחר הבחירה ואף לא תמיד יודע מה באמת חשוב לו בבחירה (Kahneman & Snell, 1990). בהתאם לכך נראה כי לא תמיד אנו מגיעים להחלטה מוכנים ובעלי דעה מגובשת, אלא עם צורך להגדיר את ההעדפה שלנו דווקא דרך הבחירה עצמה (Sharif, 1993). נטייה זו יוצרת מצב בו ההעדפות שלנו מושפעות מהטיות שונות של קבלת החלטות.

אפקט התאימות: החלטות בדרך כלל מתקבלות בהתמקדות בסיבות המצדיקות בחירת אופציה אחת על פני השנייה (Tversky & Shafir, 1992). עם זאת, ניסוח שונה של הבחירה יכול להדגיש היבטים שונים של האופציות הקיימות ובכך להשפיע על שיקולי הבחירה ועל התוצאה הסופית (Shafir, 1993). אפקט התאימות מתייחס להתאמה בין התוכן לבין הדרישה. לדוגמה, התכונות החיוביות והשליליות של האופציות, צפויות להתבלט באופן שונה כאשר הפרט מתבקש לבחור אופציה או כאשר מתבקש לדחות, בהתאמה. כאשר הבחירה נעשית קשה והאופציות הקיימות דומות ומתחרות אחד מול השנייה, לתאימות בשאלה ישנה השפעה גדולה על תהליך הבחירה (Shafir, 1993).

Shafir (1993), הראה במחקרו כי יתרונות וחסרונות של אופציה נשקלים באופן שונה כאשר מדובר במסגור של בחירה למול מסגור של דחיה; יתרונות האופציה מודגשים בעיני הבוחר ומהווים הצדקה לבחירה כאשר מסגור השאלה הוא בדרך בחירה. ואילו חסרונות האופציה מודגשים ומהווים בסיס הגיוני ומשכנע לדחייה כאשר מסגור השאלה הוא בדחיית אופציות. במחקרו הציג תיאור מקרה בו שני הורים נאבקים לקבלת משמרת בלעדית על ילדם. כאשר להורה ב' יש הן יתרונות רבים וברורים והן חסרונות רבים וברורים. תוצאות המחקר הראו כי הורה ב' נבחר לקבל משמרת בלעדית לילד כאשר תנאי השאלה היה בחירה (באיזה הורה תבחר לקבלת משמרת בלעדית על הילד) ואילו אותו הורה נדחה מקבלת משמרת בלעדית על הילד כאשר תנאי השאלה היה דחייה (איזה הורה תדחה בקבלת משמרת בלעדית על הילד).

בהתאם לתוצאות המחקר, אנו עדים כי ניסוח שונה משפיע על האופן בו אנשים שוקלים אופציות ובהתאמה יכול להשפיע על הפעלת מערכת 1 או 2. כאשר משתתפים ישאלו על האופציות אשר דחו, השאלה תעלה את חסרונות האופציות שנדחו; ככל שיש יותר אופציות דחיות, כך

כמות החסרונות תעלה בהתאם. מצד שני, יתרונות הבחירה שנעשתה יודגשו ושביעות רצון הפרט תעלה. זאת בהשוואה לניסוח חיובי המפעיל את המערכת הראשונה, אשר מדגישה את יתרונות האופציות הנדחות. ככל שיש יותר אופציות, כך יודגשו עוד יותר היתרונות. מצד שני חסרונות האופציה הנבחרת יעלו וכפעול יוצא שביעות הרצון מהבחירה תרד. על מנת לבחון את השפעת אפקט התאימות על שביעות רצון, נערך ניסוי 1.

ניסוי 1

מטרה: השפעת ניסוח השאלה (מסגור בחירה/תואם, מסגור דחייה/לא תואם) על

שביעות רצונות של הפרט.

השערות: משתתפים בתנאי אי-תאימות (דחייה) אשר יבחרו מתוך מגוון רחב של אופציות, יראו שביעות רצון גבוהה יותר בהשוואה למשתתפים בתנאי תאימות בבחירה ממגוון גדול של אופציות.

ניסוי זה התבסס בעיקרו על ניסוי השוקולדים של Lyengar&Lepper. בניסוי זה משתתפים

התבקשו לבחור סוכריה אחת מבין מבחר רחב של סוכריות (12) או מבין מבחר מצומצם של סוכריות (6). הסוכריות הנבחרות הן סוכריות ג'לי של חברת "Mike Ike". נבחרו 12 טעמים של סוכריות (רוב המבחר הקיים בחנויות). מערך הניסוי הינו בין נבדקי (2X2). משתנה ב"ת אחד של מספר האופציות מצומצם ורחב (6/12) ומשתנה ב"ת שני של מסגור השאלה (דחייה/בחירה).

שיטה

משתתפים. 72 נבדקים גברים ונשים (25 נשים, 47 גברים), טווח גילאים 18-70,

M=33.3. המדגם מורכב ממדגם של סטודנטים לפסיכולוגיה (73% מהנבדקים) בבית ספר

הבינלאומי בבינתחומי, הרצליה, אשר קיבלו קרדיט אחד על השתתפותם. בנוסף מדגם נוחות של חברים ומשפחה אשר נעשה בהתנדבות.

כלים. סוכריות. סוכריות ג'לי בלי של חברת MIKE IKE. 12 טעמים שונים. מתוך 12

הטעמים, נבחרו בצורה רנדומלית 10 קומבינציות של 6 טעמים (נספח 2), על מנת לבטל מצב בו ישנה השפעה על טעם מסוים מוכר/אהוב יותר על שביעות הרצון הנמדדת.

תנאי המניפולציה. 4 תנאים. תנאי 1 – מבחר מצומצם+בחירה. בתנאי זה הוצגו

למשתתפים שישה טעמים של הסוכריות והתבקשו לבחור טעם אחד אותו הם מעוניינים לבחור

לעצמם. תנאי 2 מבחר רחב+ בחירה. בתנאי זה הוצגו למשתתפים 12 טעמים של סוכריות ובדומה

לתנאי 1 המשתתפים התבקשו לבחור טעם אחד. תנאי 3- מבחר מצומצם+דחייה. בתנאי זה הוצגו

למשתתפים שישה טעמים והם התבקשו להחליט אילו טעמים (5) הם אינם רוצים לבחור לעצמם. תנאי 4- מבחר רחב+דחייה. בתנאי זה הוצגו למשתתפים 12 טעמים והתבקשו להחליט אילו טעמים (11) הם אינם רוצים לבחור לעצמם.

מדידת שביעות רצון. שתי שאלות אשר בוחנות את שביעות הרצון של המשתתפים מהסוכרייה הנבחרת (נספח 1). שתי השאלות נמדדו בסולם ליקרט הנע בין 1 - 7. **מדידת נכונות קניה.** שאלה אחת הבוחנת כוונה לקנות את הסוכרייה (נספח 1). שאלה נמדדה בסולם 1-5. **בחינת משתנים אלטרנטיביים:** שתי שאלות נועדו לבחון האם גורמים אחרים בעלי השפעה על התוצאות. המשתתפים נשאלו בתום הניסוי האם קיבלו מספיק זמן לבחירת הסוכרייה (כן/לא) וכן האם היה להם מספיק מידע לביצוע הבחירה (כן/לא).

הלך

משתתפים הגיעו למעבדה, מולם הונחו שתי קערות. קערה אחת עם 12/6 טעמים. קערה שנייה ריקה. בנוסף, הוצגו בפניהם 6/12 כרטיסיות עם תמונה של הסוכרייה (בתואם לטעמים שנמצאו בקערה) עם שמות הטעמים והצבע (נספח 3). המשתתפים הוקצו לאחד מארבעת התנאים בצורה רנדומלית והתבקשו לעקוב אחר ההוראות במחשב. הן ההוראות והן השאלונים היו זהים בארבעת התנאים, מלבד המניפולציה. בתנאי 2 ו 1 - המשתתפים התבקשו לבחור טעם אחד ולהעבירו לקערה הריקה. בתנאי 3 ו 4 - המשתתפים התבקשו להעביר את הטעמים אותם הם לא בחרו לעצמם (5/11) לקערה הריקה. לאחר הבחירה והעברה לקערה הריקה בהתאם לתנאים, התבקשו המשתתפים לטעום את הסוכרייה ולהמשיך במילוי השאלונים (נספח 1). לאחר מכן ענו המשתתפים על שאלות דמוגרפיות (גיל, מין, השכלה) והודו על השתתפותם במחקר.

תוצאות עיקריות. **בדיקת השערות.** כדי לבחון האם קיימים הבדלים בשביעות רצון מטעם הסוכרייה כפונקציה של כמות האופציות, נערך ניתוח שונות חד כיווני (Anova). $F(3,67)=2.50, p=.009$. לבדיקת מקור ההבדלים נערך ניתוח המשך מסוג LSD. הניתוח הראה כי משתתפים בתנאי בחירה רחב (12) ודחייה ($M=6.35, SD=.86$) היו יותר שבעי רצון באופן מובהק מטעם הסוכרייה בהשוואה לנבדקים בתנאי רחב (12) ובחירה ($M=5.24, SD=1.52$). בהתאם להשערה.

ניסויי המשך - ניסוי 2

מטרה : בחינת הקשר בין ניסוח השאלה, הפעלת מערכת 1 ו2 ושיעור רצון מהבחירה.

השערות : 1. משתתפים בתנאי דחייה רחב (12) יהיו יותר שבעי רצון מהבחירה בהשוואה למשתתפים בתנאי בחירה רחב. 2. למשתתפים בתנאי דחייה רחב (12) ייקח יותר זמן לבצע בחירה בהשוואה למשתתפים בתנאי בחירה רחב (12). 3. משתתפים בתנאי דחייה רחב יטו לבחור יותר באופציה של ממתק בהשוואה למשתתפים בתנאי בחירה רחב אשר יטו לבחור חטיף בריאות.

ניסוי 2 יהווה ניסוי המשך לניסוי 1. בניסוי זה משתתפים יתבקשו לבחור/לדחות הרצאות של "טד". ניסוי זה בדומה לניסוי 1 במערך בין נבדקי 2X2 כאשר משתנה ב"ת 1 הנו מספר האופציות (6/12 הרצאות) ומשתנה ב"ת 2 יהיה תנאי התאימות (בחירה/דחייה). בשונה מניסוי 1 ניסוי זה יבחן את התיאוריה כי תהליך של בחירה מוביל להפעלת מערכת 1 ואילו תהליך של דחייה מוביל להפעלת מערכת 2. על מנת לבחון זאת יתווספו משתנים תלויים אשר לא היו חלק מניסוי 1, תתווסף מניפולציית בחירה בסוף הניסוי בין חטיף בריאות לבין ממתק שוקולד וכן יימדד משך זמן הבחירה.

שיטה

נבדקים

100 נבדקים (25 נבדקים בתא) גברים ונשים, סטודנטים תואר ראשון לפסיכולוגיה במרכז הבינתחומי, אשר יקבלו קרדיט על השתתפותם. על מנת לשלול הסברים חלופיים המשתתפים ישאלו בתחילת הניסוי : "האם אתה מכיר/ה את אתר ההרצאות "טד" " והן באיזו תדירות את/ה רואה הרצאות של "טד" ". נבדקים שיענו "לעיתים נדירות" או "כמעט ולא" ישתתפו במחקר. זאת כוון ונמצא כי הכרות מקדימה יכולה להוות הסבר חלופי לממצאים.

כלים

מדידת שביעות רצון. שלוש שאלות יבדקו את שביעות הרצון של המשתתפים מההרצאה הנבחרת : "עד כמה שבע רצון את/ה מההרצאה שבחרת?", "עד כמה נושא ההרצאה ענין אותך?" "האם את/ה חושב/ת כי קיימת הרצאה אחרת ברשימה שהייתה יכולה להיות טובה יותר מזו שבחרת?" ". השאלות יהיו בסולם ליקרט הנע בין 1 (לא, כלל לא) ל-7 (כן, ענין מאוד).

מניפולציה. משתתפים בכל התנאים יתבקשו לבחור בתום הניסוי מתנה על השתתפותם. יצגו בפניהם שתי אופציות : חטיף בריאות או שוקולד. נטייה לבחור שוקולד בתנאי בחירה רחב

בהשוואה לתנאי בחירה מצומצם יכולה לרמוז על הפעלת מערכת 2 (שימוש במשאבים קוגניטיביים ומאמץ מוגבר מעלה סיכוי להיכנעות לפיתויים) .

מידת זמן. משך זמן הניסי מרגע תחילת הניסי ועד סופו יימדד ללא ידיעת המשתתפים. זאת על מנת לבחון את השערה 2.

הליך

בדומה לניסוי 1. משתתפים יגיעו למעבדה. בתנאי האופציות המצומצמות משתתפים יחשפו ל6 הרצאות שונות של "טד". בתנאי האופציות המרובות, משתתפים יחשפו ל12 הרצאות שונות של "טד". משך כל הרצאה 10 דקות. ליד כל הרצאה יופיע פירוט קצר על ההרצאה בדומה לכתוב באתר של "טד". המשתתפים יתבקשו לבחור או לדחות הרצאה/ות, בהתאמה לתנאים (מצומצם+ בחירה, רחב+ בחירה, מצומצם+ דחייה, רחב+ דחייה, רחב+ בחירה), בדומה לנעשה בניסוי 1. הנבדקים יתבקשו לסמן כל אחת מהרצאות בהן אינם מעוניינים. לאחר בחירת ההרצאה, המשתתפים יצפו במשך 10 דקות בהרצאה ויענו על שאלות שביעות רצון (כלים). לאחר הצפייה יתבקשו המשתתפים לבחור חטיף אנרגיה/שוקולד כאות תודה על השתתפותם (כלים).

ניסוי 3

מטרה: בחינת התיאוריה כי תהליך בחירה מוביל באופן אינטואיטיבי להתמקדות ביתרונות ובכך להפעלה של מערכת 1 וכן כי תהליך של דחייה מוביל להתמקדות בחסרונות והפעלת מערכת 2. השערות: 1. משתתפים בתנאי בחירה יזכרו יותר תכונות חיוביות של האופציה הנבחרת בהשוואה למשתתפים בתנאי דחיה. 2. משתתפים בתנאי דחייה יזכרו יותר תכונות שליליות של האופציה שנדחתה בהשוואה למשתתפים בתנאי בחירה. 3. משתתפים בתנאי קבלה ייקח פחות זמן בהשוואה למשתתפים בתנאי דחייה.

ניסוי 3 מתבסס בעיקרו על ניסוי המשמורת של shafir 1993. בשונה מהניסוי של shafir בניסוי זה יוצגו למשתתפים תכונות של שני מועמדים (נספח 4). כאשר אחד/ת בעל תכונות ממוצעות (המהווה קבוצת ביקורת) בעוד לשני/ה יתרונות וחסרונות ברורים (באופן שווה). על המשתתפים לבחור/לדחות את אחד/ת המועמדים ולהחליט על מי מבין השניים הם מעוניינים להכיר ולצאת עמו/ה לפגישה (דייט). משתנה ב"ת אחד של תנאי דחייה/קבלה.

שיטה

נבדקים. 80 נבדקים. 40 גברים ו40 נשים (הטרו-סקסואליים ורווקים), סטודנטים תואר ראשון לפסיכולוגיה במרכז הבינתחומי, אשר יקבלו קרדיט על השתתפותם.

כלים. מטלת הזכרות. המשתתפים יתבקשו להזכר ולרשום את תכונות המועמד/ת אותו

בחרו.

מידת זמן. משך זמן הניסי מרגע תחילת הניסי ועד סופו יימדד ללא ידיעת המשתתפים.

זאת על מנת לבחון את השערה 3.

הליך

משתתפים יגיעו למעבדה ויאמר להם כי הם עומדים לקחת חלק במחקר על דייטים בתל אביב. יצוין בפניהם כי הניסוי לא מוגבל בזמן. לכל אחד/ת מהמשתתפים יוצג בהתאם למינו שני מועמדים/ות (נספח 4). חצי מהמשתתפים יתבקשו לבחור עם מי ברצונם לצאת ואילו חצי שני יתבקשו לדחות מועמד. לאחר הבחירה, תכונות המועמדים ייעלמו והמשתתפים יתבקשו להיזכר ולרשום אילו תכונות של המועמד הנבחר הם זוכרים. לאחר מטלת ההזכרות יודו המשתתפים ומידת הזמן תעצר.

דיון

מחקר זה יוצא מתוך הפערים הקיימים בספרות בנוגע לגידול במספר אופציות הבחירה הקיימות בחיי הפרט והשפעתן על רווחת חייו. באופן אינטואיטיבי אנו מניחים כי ככל שיש לפרט יותר אופציות כך הוא יהיה יותר שבע רצון מבחירתו ומחיו. עם זאת מחקרים בתחום מציינים כי לא כך הדברים.

בניסוי הראשון נמצא כי משתתפים אשר קיבלו בחירה מתוך מגוון רחב של אופציות והתבקשו לחשוב על האופציות אותן הם דווקא דוחים, הראו שביעות רצון גבוהה יותר מטעם הסוכרייה, בהשוואה לנבדקים אשר נחשפו למספר אופציות רחבות והתבקשו לחשוב על הטעם אותו הם בוחרים. ממצא עיקרי זה התומך בהשערת המחקר ועולה בקנה אחד עם אפקט more is better. ניסוי ההמשך נועדו על מנת לבחון את התיאוריה כי קיימים אצלנו שני תהליכים שונים כאשר אנו נמצאים בדילמת הבחירה. האחד, אינטואיטיבי ומהיר, המתמקד ביתרונות האופציות ובכל מתחבר לפעולה של מערכת 1. השני, איטי, מחושב, מודע ומבוקר המתמקד בחסרונות האופציות ובכך מפעיל את מערכת 2. במידה ותוצאות המחקר יעלו בקנה אחד עם ההשערות, נוכל להבין עוד נדבך בתהליכי החשיבה והבחירה שלנו. נוכל להסיק כי בתהליך האוטומטי של הבחירה אנו מועדים להטיות והבחירה שלנו מסתמכת רק על צד אחד מהתמונה השלמה. בדרך זו נוכל להמשיך לשפר את תהליכי הבחירה ובתמורה להיות יותר שביעי רצון בחיי היום יום שלנו.

מקורות

- Anderson, C. (2006), *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*, New York: Hyperion.
- Bown, N. J., Daniel, R., & Barbara, S. (2003). The Lure of Choice, *Journal of Behavioral Decision Making*, 16, 297-308.
- Chernev, A. (2003). Product Assortment and Individual Decision Processes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 151-62.
- Dhar, R., & Nowlis, S. (1999). The effect of time pressure on consumer choice deferral. *Journal of Consumer Research*, 25, 369—384.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum Press.
- Dijksterhuis, A., Bos M.W., Nordgren, L.F., & Van Baaren, R.B. (2006). On making the right choice: The deliberation-without-attention effect. *Science*, 311, 1005–1007.
- Eaton, B. C., & Richard, G. L. (1979). Comparison Shopping and the Clustering of Homogeneous Firms, *Journal of Regional Science*, 19, 421-35.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Haynes, G. A. (2009). Investigating the Dynamics of Choice Overload, *Psychology and Marketing*, 26, 204-12.
- Kahn, B. E., & Lehmann, D. R. (1991). Modeling Choice among Assortments, *Journal of Retailing*, 67, 274-99.
- Kahneman, D., & Snell, J. (1990). Predicting utility. In R.M. Hogarth (Ed.), *Insights in decision making: A tribute to Hillel Einhorn* (pp. 295-263). Chicago: University of Chicago Press.

- Hutchinson, J, M, C. (2005). Is More Choice Always Desir-able? Evidence and Arguments from Leks, Food Selection, and Environmental Enrichment, *Biological Reviews*, 80, 73-92.
- Lyengar, S & Lepper, M, R. (2000). When Choice Is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 995-1006.
- Lyengar, S., Wells R, E., & Schwartz, B. (2006). Doing Better but Feeling Worse-Looking for the 'Best' Job Undermines Satisfaction. *Psychological Science*, 17, 143-150.
- Schwartz, B. (2000). Self-Determination: The Tyranny of Freedom. *American Psychologist*, 55, 79-88. The Paradox of Choice., (2004): Why More Is Less, New York: Harper Collins.
- Shafir, E., & Tversky, A. (1992). Thinking through uncertainty: Non-consequential reasoning and choice. *Cognitive Psychology*, 24, 449—474
- Shafir, E. (1993). Choosing versus rejecting: Why some options are both better and worse than others. *Memory & Cognition*, 21, 546-556.
- Timmermans, D. (1993), The Impact of Task Complexity on Information Use in Multi-attribute Decision Making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 6, 95-111.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1983). Extensional vs. intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. *Psychological Review*, 90, 293—315.
- Tversky, A., & Shafir, E. (1992). The disjunction effect in choice under uncertainty. *Psychological Science*, 3, 305-309.
- Zentall, T. R. (2010). Justification of effort by humans and pigeons: Cognitive dissonance or contrast? *Psychological Science*, 19, 296-300.

Zuckerman, M., Porac, J., Lathin, D., Smith, R., & Deci, E. L. (1978). On the importance of self-determination for intrinsically motivated behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 443-446.

נספח 1

You are about to participate in a marketing study on sweet consumption. During the study you will be asked to taste one piece of candy. Please note that the candy we use in this study is kosher, and contains sugar. If you prefer not to participate please let us know now, although you could withdraw from participation at any stage of the study.

Note that all the details of the study are confidential and anonymous, and will be used for research purposes only

The duration of the study is about 15 minutes

For complete concentration, please silence your mobile phone.

Please answer the following questions

Are you familiar with "Mike Ike" candies? (Yes/NO)

If yes, please rate your liking to "Mike Ike" candies (1 to 10 scale from Not at all to very much).

How often do you eat "Mike Ike" candies? (never, less than once a month, once a month, 2-3 times a month, once a week, 2-3 times a week, daily).

In front of you there are two bowls. In the right Bowl there are 6 flavors of "Mike Ike". Next to you, you'll see a complete listing of all flavors. Please read carefully, try to match each of the Jelly beans in front of you with its corresponding description.

Take your time and examine all candies. You can look and touch but **not** taste

Now- please choose one of the candies, the one which seems most appealing to you – the one you would like to taste.

Once you have selected a candy for yourself, please **remove them from the bowl and put it in the left empty bowl.**

In front of you there are two bowls. In the right Bowl there are **12** flavors of "Mike Ike ". Next to you, you'll see a complete listing of all flavors. Please read carefully, try to match each of the Jelly beans in from of you with its corresponding description.

Take your time and examine all candies. You can look and touch but **not** taste.

Now- please choose one of the candies, the one which seems most appealing to you – the one you would like to taste

Once you have selected a candy for yourself, please **remove them from the bowl and put it in the left empty bowl.**

In front of you there are two bowls. In the right Bowl there are **12** flavors of " Mike Ike ". Next to you, you'll see a complete listing of all flavors. Please read carefully, try to match each of the Jelly beans in from of you with its corresponding description.

Take your time and examine all candies. You can look and touch but **not** taste.

Now- please decide which flavors you **do not want to choose for yourself**

Once you have selected flavors you **don't want**, remove them from the bowl. Take those you don't want, and **put them in the left empty bowl** (11 flavors).

Make sure that the one flavor you wish for yourself stays in the right bowl.

In front of you there are two bowls. In the right Bowl there are **6** flavors of " Mike Ike ". Next to you, you'll see a complete listing of all flavors. Please read carefully, try to match each of the Jelly beans in from of you with its corresponding description.

Take your time and examine all candies. You can look and touch but **not** taste.

Now- please decide which flavors you do not want to choose for yourself

Once you have selected flavors you **don't want**, remove them from the bowl. Take those you don't want, and **put them in the left empty bowl** (5 flavors).

Make sure that the one flavor you wish for yourself stays in the right bowl.

Please taste the candy you've selected for yourself and answer the following questions:

Indicate you're chosen flavor (name and color)- _____

To what extent do you like the appearance of the candy you chosen?

How satisfied are you from your choice?
(Very Dissatisfied, Dissatisfied, Somewhat Dissatisfied, Neutral, Somewhat Satisfied, Satisfied, Very Satisfied)

To what extent do you like the taste of the candy you
have chosen?

(Dislike Very Much, Dislike Moderately, Dislike Slightly, Neither Like nor Dislike,
Like Slightly, Like Moderately, Like Very Much)

In the future, how likely are you to purchase the candy you have tasted? (Not at all to
highly likely)

(Definitely will not, probably will not, don't know, probably will, Definitely will)

Do you think that you could have done better if you chose a different candy?
(from – definitely no, to definitely yes)

Do you think you had enough time to select the candy?
(yes/no)

Do you think you had enough information to select the candy?

Please write your age - _____

Please indicate your Gender (male/ female)

Education; (Secondary education, BA, Master's Degree, other)

Thank you for participating in the study!

נספח 2

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1	10	6	10	12	4	3	6	8	1
7	2	7	1	9	5	7	3	3	4
12	8	8	6	2	9	10	5	10	7
4	11	4	8	5	3	12	12	11	10
3	1	5	7	4	11	6	8	2	12
8	4	12	12	7	1	5	1	6	9

grapes	1
wild berry	2
cherry	3
mango	4
watermelon	5
lime	6
lemon	7
Caribbean punch	8
blue raspberry	9
orange	10
kiwi banana	11
raspberry	12

נספח 3



נספח 4

מועמד/ת 1

משכורת ממוצעת

יחסים סבירים עם המשפחה

חיי חברה סולידיים

מראה ממוצע

שעות עבודה ממוצעות

מועמד/ת 2

משכורת מעל הממוצע

חיי חברה מאוד פעילים

מראה מעל הממוצע

מערכת יחסים קרובה וחמה עם המשפחה

שעות עבודה ארוכות