

Beslutsfattande ur tre perspektiv

Annika Wallin

Abstract

In this paper I present two normative standpoints that have been used to define and evaluate human decision making: 'economic man' and 'ecological rationality'. I argue that both norms are unsuitable to understand decision making in a natural environment. I do so by trying to apply them to a real-life decision situation; that of buying pasta in a Swedish supermarket. Neither account is sufficiently flexible to handle how decisions unfold in this setting. Consumers' behaviours are flexible and consist of an interplay between the shoppers' preferences, the structure of the shelf and the visually salient attributes of various packages.

I den här artikeln tänker jag beskriva hur vår förståelse av beslutsfattande – kanske i onödan – påverkas av vad vi anser vara det rätta sättet att fatta beslut på. Jag kommer att introducera de två dominerande normativa perspektiven (på beslutsfattande): det som representeras av den så kallade "heuristics and biases"-traditionen (Kahneman, Slovic & Tversky 1982), och konkurrenten "ekologisk rationalitet" (Gigerenzer, Todd & ABC Group 1999). Jag kontrasterar sedan dessa perspektiv med ett fall av verkligt – och vardagligt – beslutsfattande: att köpa pasta i en matvaruaffär. Min slutsats blir att inget av de normativa perspektiven är särskilt väl lämpat för att vare sig förstå eller förklara vad som händer i matvaruaffären.

Nationalencyklopedin säger följande om rationalitet: "det som bygger på förnuftet. Att en handling (eller åsikt) är rationell betyder att man medvetet och metodiskt väljer de bästa medlen för att uppnå sina mål (jämför irrationalitet). I anslutning till beslutsteorin utgår en riktning inom beteendevetenskaplig metodologi från att allt mänskligt beteende kan förklaras som styrt av rationella val (engelska rational choice theory)."

När beslutsfattande studeras gör man oftast detta i förhållande till vad man anser är normativt korrekt. En uppfattning om det normativt korrekta behövs

eftersom det är betydligt lättare att ta reda på hur beslut fattas om de på något sätt avviker från det vi förväntar oss. På samma sätt tar vi reda på hur vår syn fungerar med hjälp av visuella illusioner, och hur vårt minne fungerar genom att studera glömska (Kahneman, Slovic & Tversky 1982). Ett felfritt beteende kan uppstå på många olika sätt, men en systematisk avvikelse från det förväntade är en ledtråd till vilken mekanism som ligger bakom det. I det som följer tänker jag jämföra tre olika beskrivningar av mänskligt beslutsfattande. Två är redan väl etablerade: Dessa är det psykologiska forskningsprogrammet som fokuserar på "heuristics and biases" (Tversky & Kahneman 1974) och det som istället diskuterar s.k. ekologisk rationalitet eller "simple heuristics that make us smart" (Gigerenzer, Todd & ABC 1999). Den tredje beskrivningen utgår från en verklig situation. Hur ser ett faktiskt beslut i en vanlig svensk matvaruaffär ut? Jag kommer att undersöka i vilken mån de två etablerade beskrivningarna av mänskligt beslutsfattandet går att applicera i en sådan situation. Målet är att illustrera vilka krav som ställs på en beslutsmodell när den ska användas i verkliga livet.

I det inledande citatet är det som är normativt riktigt samma sak som det rationella valet, det vill säga det medvetna och metodiska väljandet av rätt medel för att uppnå ett visst mål. Citatet pekar på en beteendevetenskaplig metodologi som antar att denna norm är rimlig och befogad. Exempelvis föreslog Ward Edwards (1954) att vi använder idealet "economic man" när mänskligt beslutsfattande studeras. Måhända är antagandena *bakom* idealetorealistiska (fullständig information, ordnade preferenser och beräkningar som inte tar tid eller energi), men, påpekar Edwards, detsamma gäller för många psykologiska teorier: "the most useful thing to do with a theory is not to criticize its assumptions but rather to test its theorems. If the theorems fit the data, then the theory has at least heuristic value" (sid. 382). Med andra ord ger ekonomisk teoribildning upphov till "a new and rich field for psychologists, in which a theoretical structure has already been elaborately worked out and in which many experiments need to be performed" (sid. 411). Med det rationella valet som utgångspunkt och norm har vi en metod för att utforska det mänskliga beslutsfattandet. Det föreslagna förhållningssättet anammades av Daniel Kahneman och Amos Tversky (1974), och gav upphov till det mycket inflytelserika "heuristics and biases"-forskningsprogrammet. Här valde man ut en version av "economic man" och testade den systematiskt mot mänskliga beslutsfattare.

Perspektiv ett: "Heuristics and biases"

Att anta en version av "economic man" ger oss ett första normativt perspektiv att utgå ifrån, ett som innehåller antaganden om vilka principer ett gott eller rationellt beslutsfattande ska följa. Detta är det första perspektiv på

beslutsfattande jag tänker beskriva. Principerna kan, exempelvis, vara att ett beslut (eller ett beslutssystem) följer kraven på invarians, dominans och transitivitet (Tversky & Kahneman 1986). Kravet på invarians innebär att olika beskrivningar av ett och samma alternativ inte bör påverka vilket beslut som fattas, så länge beskrivningarna innehåller samma information. Det faktum att ett utfall beskrivs som $\frac{1}{2}$ chans till krona får alltså inte ge upphov till andra val än om det beskrivs som $\frac{1}{2}$ chans till klave. Det är sedan länge etablerat att hur utfall beskrivs påverkar beslutsfattandet och detta anses ibland utgöra ett brott mot invariansprincipen. Fenomenet går oftast under termen "framing". Så här beskrev Tversky och Kahneman framing när de först presenterade det (1981): "Veridical perception requires that the perceived relative height of two neighboring mountains, say, should not reverse with changes of vantage point. Similarly, rational choice requires that the preference between options should not reverse with changes of frame. Because of imperfections of human perception and decision, however, changes of perspective often reverse the relative apparent size of objects and the relative desirability of options".

Beskrivningen av "framing" visar hur beroende angreppssättet är av vad man anser vara normativt korrekt. Det är avvikelsen – att perspektivskiftet förändrar vilket alternativ man föredrar – som definierar fenomenet. När väl fenomenet är etablerat kan man studera det i naturliga kontexter i den bemärkelse att man kan notera att formuleringar väljs med omsorg på ett sätt som verkar bygga på framing-effekten (en maträtt beskrivs kanske som 90% fettfri snarare än som 10% fet). För att etablera att det verkligen handlar om en framing-effekt måste man dock ställa olika formuleringar *mot* varandra och konstatera att de ger upphov till olika beteenden. Det är ganska svårt, om än inte omöjligt, att visa på framing inom en enda individ. Ofta kontrasterar man istället gruppens beteenden. Den bakomliggande logiken är då att två tillräckligt stora och slumpmässigt valda grupper rent teoretiskt borde välja likadant på en aggregerad nivå. Grupperna får välja mellan två alternativ som så när som på framingen är identiska. När grupperna (på en aggregerad nivå) väljer olika säger man att man har observerat en framing-effekt. Men även om framing är svårt att observera utanför den experimentella situationen kan det knytas till en teoribildning som är relativt oberoende av rationalitetsantagandet, exempelvis den s.k. "prospect theory" som beskriver hur beslutsfattande påverkas beroende på om det handlar om vinster eller förluster.

Figur 1. Ett beslut inom 'heuristics and biases'-programmet.

The Asian Disease Problem (Kahneman & Tversky 1981) originalstimuli	
"Imagine that the U.S. is preparing for the outbreak of an unusual Asian disease, which is expected to kill 600 people".	
½ av deltagarna väljer mellan nedanstående alternativ	½ deltagarna väljer mellan nedanstående alternativ
"If Program A is adopted, 200 people will be saved. If Program B is adopted, there is 1/3 probability that 600 people will be saved, and 2/3 probability that no people will be saved"	"If Program A is adopted, 400 people will die. If Program B is adopted, there is 1/3 probability that nobody will die, and 2/3 probability that 600"
72% väljer A	22% väljer A
Ursprunglig tolkning: Beroende på vilken frame ("saved"/"die") program A och B har kommer försökspersonerna att vara mer eller mindre benägna att chansa och välja det osäkra alternativet. "Frame" är här ifall vi ser utfallet som en vinst ("save") eller en förlust ("die").	

Under sjuttio- och åttioalet studerades framing, och andra systematiska avvikelser från rationalitetsantaganden (de principer som beskrevs ovan). Resultaten gav upphov till en lång och hetsig debatt som främst pågick under åttio- och nittioalet. Debatten, som ibland getts namnet "the rationality wars", handlar om ifall vi på basis av forskningsresultaten bör dra slutsatsen att människan är en dålig, eller rent av irrationell, beslutsfattare.

Perspektiv två: Ekologisk rationalitet

I samband med debatten utkristalliserade sig en alternativ syn på vad "rätt sorts" norm borde vara när man bedömer beslutsfattande. Denna alternativa syn på det normativt korrekta formulerades på ett sätt som blev tydligt (och begripligt?) för de kognitiva vetenskaperna i och med att begreppet "ekologisk rationalitet" myntades. Det här är det andra perspektivet på beslutsfattande som jag vill beskriva. Med denna syn på vad rationellt beslutsfattande är flyttas fokus. Företrädarna är inte intresserade av att undersöka i vilken utsträckning det mänskliga beslutsfattandet följer de principer på vilka (en version av) rationalitetsbegreppet vilar. Istället koncentrerar man sig på hur *framgångsrikt* beslutsfattandet är och hur *mycket* information och kognitiva resurser det kräver. Dessa krav motiveras ofta genom att de är "evolutionärt" eller "biologiskt" rimliga, men kopplingen till naturligt urval uttrycks i relativt vaga termer (Giglerenzer, Todd & ABC 1999). Tanken är att våra beslutsprocesser har slipats över långa tidsrymder och att detta gett upphov till enkla och snabba genvägar till vettiga beslut. Den kända igenkänningsheuristiken ("the recognition heuristic", se nedan) presenteras exempelvis ofta genom att man hänvisar till att unga brunråttor bara äter mat de har ätit förut eller har känt lukten av i vuxna råttors andedräkt.

En välkänd illustration av igenkänningsheuristiken är en studie av amerikanska och tyska universitetsstudenters förmåga att avgöra vilken stad, i ett par av (slumpmässigt ihopsatta) städer av en viss storleksordning, som är den största. När studenterna får bedöma ett flertal ihop-parade amerikanska eller tyska städer visar det sig att de tyska studenterna generellt sett var bättre än de amerikanska studenterna på att bedöma den relativa storleken på *amerikanska* städer. Trots att amerikaner är välkända för att vara mindre hemma på geografi medan tyskar ofta antas ha goda kunskaper på området är detta inte den mest troliga förklaringen av resultatet. Om inte annat har man hittat det omvända resultatet för tyska städer, i den meningen att de amerikanska studenterna gör bättre bedömningar än tyska studenter (Goldstein & Gigerenzer 2002, se Figur 2). Förklaringen är snarare att de tyska studenterna hade hört talas om färre amerikanska städer än de amerikanska studenterna hade. De kunde alltså – i de fall där de bara hade hört talas om en i ett par av städer – anta att den stad de hört talas om också var den större staden. De amerikanska studenterna hade hört talas om fler städer och kunde därmed inte använda sig av igenkänning för att bedöma storlek. Studiens mest välciterade exempel rör stadsparet San Diego och San Antonio. För dessa två städer gjorde de tyska studenterna 100% korrekta bedömningar av vilken stad som var störst. De amerikanska studenterna å andra sidan låg strax över sextio procent (Gigerenzer & Goldstein 1996). Om vi går till förstasidan på Die Zeit detta år ser vi att San Diego nämnts 47 gånger på första sidan medan San Antonio enbart nämnts 4 gånger, ett mönster som motsvarar deras (vid den tidpunkten) faktiska storlek.

Detta antyder att det i en miljö med slumpmässigt ihopsatta städer av en viss storleksordning kan vara en fördel att känna igen färre städer, eftersom igenkänning är kopplat till storlek. Slutsatsen som Gigerenzer och medförfattare drog var att det kan vara *fördelaktigt* att ha mindre kunskap. Detta rimmar rätt illa med nationalencyklopedins medvetna och metodiska väljande eller "economic man"s fullständiga tillgång till information. Forskargruppen arbetade vidare med resultatet och visade att beslutsstrategier som ignorerar information ibland klarar sig lika bra eller till och med bättre än mer sofistikerade strategier som utnyttjar hela den tillgängliga informationsmängden. Dessa alternativa beslutsstrategier är inte bara framgångsrika utan även billiga eftersom de använder sig av minimalt med information och inte kräver några avancerade beräkningar. Å andra sidan måste vi notera att strategiernas framgång beror på i vilken miljö de verkar. Igenkänningsheuristiken fungerar inte särskilt väl om den används på en välkänd men väldigt liten stad, som Tjernobyli (Oppenheimer 2003). Men, resonerar heuristikens förespråkare, används den med omsorg – eller till och med utan större omsorg – kommer den att ge upphov till fler fördelaktiga än ofördelaktiga beslut i det långa loppet. Mängden tid, information och kognitiv kraft en sådan beslutsstrategi sparar gör det värt det.

Figur 2. Ett beslut i den ekologiska rationalitetens anda.

Recognition heuristic (Goldstein & Gigerenzer 2002)	
"Which city has the largest population?"	
Hamburg	Köln
För studenter från University of Chicago gäller att de oftast känner igen den större staden i 300 slumpmässigt dragna par av de 25 största städerna i Tyskland (recognition validity \approx 80%). När de är tvungna att välja, brukar deras svar vara i linje med heuristiken (medelantal svar som stämmer med denna förklaring \approx 90%)	
Igenkänningsheuristiken: "If one of two objects is recognized and the other is not, then infer that the recognized object has the higher value" (s. 41).	

I och med den ekologiska rationalitetens inträde på scenen har vi nu tillgång till två normer, eller perspektiv, enligt vilka vi kan bedöma det mänskliga beslutsfattandet. Ett garanterar ett bästa möjliga beslut i varje situation. Det andra fokuserar på generellt sett framgångsrika beslut som är relativt billiga för en kognitiv organism. Ett fokuserar på struktur: att vi följer de principer på vilka (en version av) rationalitetsbegreppet vilar. Det andra på utfall. Båda har sina för- och nackdelar.

Fungerar perspektiven?

Den främsta kritik som riktats mot det rationalitetsbegrepp som "heuristics and biases" baseras på är att det ställer omänskliga krav på den mänskliga beslutsfattaren. Detta har på senare år ofta bemötts genom att man inom teoribildningen ser beslutsfattandet som något som består av två eller flera processer där minst en är snabb och intuitiv och minst en följer det anammade rationalitetsbegreppets principer i görligaste mån. Den främsta kritik som riktats mot den ekologiska rationaliteten är istället att den inte kan garantera framgång. Bara för att några fingerfärdiga forskare kan konstruera en situation där okunskap är en fördel, betyder det inte att vi generellt sett borde låta bli att skaffa oss en så fullständig bild vi kan av det beslut som ska fattas. Personligen tycker jag dock att det största problemet med den ekologiska rationaliteten är att den behöver kunna definiera vad ett framgångsrikt beslut är. I vissa fall, som de tyska och amerikanska städerna, vet vi vad det rätta svaret är, men det finns en stor mängd situationer där vi inte har sådan kunskap. Det går att undersöka hur en individ väljer exempelvis arbetsplats, och vi kan jämföra strategierna med de normer som finns inom exempelvis "economic man". Men hur ska man kunna avgöra ifall beslutet var framgångsrikt? Genom att fokusera på framgång så behöver den ekologiska rationaliteten också kunna definiera vad detta är, och definitionen måste vara något annat än att säga att det individen väljer är det som kommer att ge den störst framgång (eftersom ett sådant påstående inte går att motbevisa).

Den ekologiska rationaliteten kan möjligtvis stödja sitt fokus på framgång genom att hänvisa till evolutionära urvalsprocesser, men det blir ganska långsökt för den typ av beslut som studeras i beslutsforskningen idag. Få av de beslut som studeras (exempelvis valet mellan städer) har konsekvenser av en sådan natur att det är rimligt att tänka sig att den evolutionära pressen på dem är särskilt stor. Beslutsfattande är dessutom en så komplex aktivitet att det bör finnas många olika (tillräckligt) framgångsrika sätt att hantera det på. Detta innebär att de som använder sig av ekologisk rationalitet oftast blir tvungna att hålla sig till uppgifter som snarare handlar om omdömen än beslut: uppgifter som frågar försökspersonen vilken stad som är störst men inte vilken stad den väljer att bosätta sig i.

Debatten går vidare, och som så ofta i akademiska sammanhang har båda ståndpunkterna modifierats för att bättre stå emot den kritik man fått utstå utan att man egentligen når någon enighet om hur beslut *bör* studeras. Jag tänker försöka mig på något lite annorlunda här. Jag tänkte titta på ett faktiskt, vardagligt beslut och se hur väl de olika idéerna om vårt beslutsfattande passar in på den struktur vi faktiskt ser i det här sammanhanget. Fungerar något av våra två alternativa sätt att definiera det normativt riktiga beslutsfattandet, och i vilken utsträckning kan de hjälpa oss att förstå vad som händer?

Om vi tittar på de två studier som beskrivs i figurerna ovan ser vi att de har vissa likheter. Den mest slående är att de behandlar beslutsfattande med två alternativ. Även om val mellan fler än ett alternativ ibland diskuteras i besluts-litteraturen (exempelvis 'elimination by aspects' av Amos Tversky, 1972), är de i klar minoritet. En annan är att båda studierna starkt begränsar den mängd information som försökspersonen behöver ta ställning till. Ytterligare en likhet är att studierna är designade så att de producerar beteenden som lätt utvärderas av den norm som förespråkas av forskningstraditionen. I fallet med ADP (Asian Disease Problem) anses tillförlitliga skillnader mellan de två gruppernas svar bryta mot invariansprincipen. I fallet med igenkänningsheuristiken kan man med hjälp av ett uppdaterat uppslagsverk enkelt avgöra vilka relativa storleksbedömningar som är korrekta och vilka som är felaktiga.

Ett tredje perspektiv: Beslutsfattande i det fria

Vad händer egentligen när beslutssituationen inte konstruerats av en forskare med en viss syn på vad rationellt beslutsfattande är, utan finns i ett naturligt förekommande sammanhang? Tillsammans med kollegor (främst Kerstin Gidlöf) har jag ägnat en hel del tid åt att försöka förstå hur man går tillväga när man exempelvis köper ett paket pasta i en vanlig livsmedelsbutik. Vi har naturligtvis våra egna åsikter om beslutsfattande och rationalitet, men vi har inte medvetet manipulerat den information som försökspersonerna har att ta ställning till när de fattar sitt beslut. Jag tänker nu ta ett av dessa beslut ur sitt sammanhang och se hur väl det passar med de två perspektiven på beslutsfattande som beskrevs ovan.

Figur 3. Ett vanligt beslut, att köpa pasta i en svensk livsmedelsaffär (Gidlöf, Anikin, Lingonblad & Wallin 2018).

Att köpa pasta i en vanlig svensk affär (2017)	
Antal olika sorters pastaförpackningar (exklusive spaghetti och lasagne)	82
Totalt antal paket på hyllan (exklusive spaghetti och lasagne)	213
Antal egenskaper listade på paketet (pris, vikt, innehåll, ursprungsland etc.)	112

Vad som omedelbart blir uppenbart är hur komplex situationen är. I våra två tidigare exempel valde man mellan två alternativ. I pastafallet är siffran mer än fyrtio gånger större. Likaså finns det betydligt mer information tillgänglig om alternativen och den information som finns tillgänglig är också mer komplex. Vi kan redan vid första anblicken se att det är orimligt att förvänta sig att någon konsument skulle gå igenom all tillgänglig information på ett medvetet och metodiskt sätt för att sedan välja ut den bästa pastan. Detta skulle vara alltför tidskrävande.

Figur 4. Hur konsumenten betar sig (i snitt) när de köper pasta i en svensk livsmedelsaffär (Gidlöf, Anikin, Lingonblad & Wallin 2018).

Att köpa pasta i en vanlig svensk affär (2017)	
Antal pastaköp per år	30
Antal besök i affären	Varannan dag
Antal (olika) pastapaketer de fäster blicken på	32
Tid med blicken fäst på ett paket	30 sekunder

I studien som beskrivs ovan lät vi konsumenterna bära portabla ögonrörelsemätare. De visar var konsumenten fäster blicken, och därmed vilken information de har tillgång till visuellt (rimligtvis har de också förkunskaper om pasta). Precis som man kunde förvänta sig ignorerar konsumenterna en stor del av den information som finns tillgänglig. Exempelvis fäster de inte ens blicken på hälften av de tillgängliga alternativen. Beslutet tar inte lång tid, och i snitt får varje pastapaketer som konsumenten fäster sin blick på inte ens en sekunds (visuell) uppmärksamhet. Men snittvärdet är missvisande eftersom ett fåtal paket får den största mängden visuell uppmärksamhet. Det är alltså mycket troligt att konsumenterna förenklar beslutssituationen när de väljer pastapaketer på ett vis som passar med de modeller som föreslagits av "heuristics and biases" och ekologisk rationalitet. Men vilken sorts metod de använder är i princip omöjligt att avgöra. Ett förslag jag fått i olika sammanhang är att konsumenterna redan vet vad de vill ha. I butiken letar de bara reda på pastapaketer och vad vi ser är hur ett redan taget beslut implementeras. Teoretiskt sett kan alltså valet av

pasta vara fullständigt genomtänkt. Detta kan inte vara hela sanningen. Rent praktiskt ändrar sig priser och utbud hela tiden, och ett tidigare optimalt alternativ kan snabbt sluta vara det. Konsumenter har också en tendens att i rätt stor utsträckning köpa livsmedel de inte egentligen hade planerat att handla (Inman, Winer & Ferraro 2009) och de brukar dessutom veta rätt lite om de produkter de köper (Dickson & Sawyer 1990).

Problemet med den typ av data som vår studie av pastaköp ger oss är att det inte finns något normativt korrekt beslut att jämföra med. Det är orimligt att begära en fullständig genomgång av all tillgänglig information ihop med perfekt formulerade preferenser. Detta gör att "heuristics and biases"-traditionen saknar medel för att identifiera beslutsstrategier – det finns inget (rimligt) att jämföra med. Tyvärr verkar det lika svårt att avgöra vad ett framgångsrikt beslut är i matvaruaffären. Alla tillgängliga alternativ är sådana att vi kan förvänta oss framgång ur ett evolutionärt perspektiv: ingen pasta är så dyr att den ruinerar ens en fattig student, och även om snabba kolhydrater ofta beskrivs som rent gift, är det få konsumenter som ramlar ner döda för att de har valt fel paket. Även om det kan finnas starka åsikter om snabbmakaroner så lär deras inflytande på möjligheten att skaffa avkomma inte vara så stark att den går att upptäcka. Eftersom pastainköpet handlar om ett äkta beslut snarare än en rangordning kan vi inte heller använda oss av ett uppslagsverk för att avgöra vilka val som borde göras. Det finns säkerligen en pasta som är mest näringsriktig på hyllan, och kanske också en som är godast, eller ger mest prestige. Men vilket av dessa val är det rätta? Det blir svårt att avgöra vilka snabba och enkla beslutsregler som är framgångsrika i miljön.

Går det att identifiera beslutsstrategier för pastaköpet?

Hur ska man då kunna avgöra hur konsumenterna egentligen går till väga när de köper pasta? Det verkar inte som att vi kan utgå ifrån någon norm, utan istället får vi titta på (delar av) processen och vilka val som görs.

Det finns strategier inom bland annat heuristics and biases traditionen som passar bättre med den typ av uppgift våra konsumenter står inför. Det kanske bästa alternativet är en strategi som föreslagits för sekventiellt beslutsfattande. Beslutsstrategin Elimination By Aspects (EBA), skär bort alternativ egenskap för egenskap (Tversky 1972). Hypotetiskt kanske en konsument först väljer ut de billigaste alternativen och sorterar bort allt som är dyrare för att sedan eliminera alla som är oekologiska eller som tillhör fel märke, tills bara ett alternativ kvarstår.

Våra försökspersoners ögonrörelser passar dock inte med den här beslutsmodellen. En stor andel alternativ fick ingen uppmärksamhet alls och

ögonrörelserna indikerade inte heller ett systematiskt eliminerande av alternativ egenskap för egenskap. Det är inte så förvånande eftersom pastahyllan är en miljö där det är svårt att göra jämförelser. Den enda egenskap som är lättillgänglig för alla pastapaketer är priset (och kilopriset) som står angivet på hyllkanten. Pastan är emellertid inte sorterad efter pris, och det är ansträngande att ens hitta pastapaketer med lägst kilopris. Bland annat kommer en sådan uppgift att ställa stora krav på arbetsminnet. Det går att hitta paketet, kanske främst eftersom stora förpackningar med lågt kilopris ofta står längre ner på hyllan, och konsumenterna är relativt medvetna om de principer man brukar använda sig av när man organiserar butikshyllor (Valenzuela, Raghuram & Mitakakis 2013). Men även en systematisk jämförelse av produkterna i ett visst segment av hyllan är kognitivt och tidsmässigt krävande och vi ser inte mycket som talar för att detta är vad som händer.

Låt oss uppehålla oss ett litet ögonblick vid vad vi just såg: Beroende på hur informationen är strukturerad - hur beslutsalternativen presenteras - blir olika typer av beslutsstrategier mer eller mindre lätta att implementera. När det finns många alternativ och en relativt rörig presentation av information verkar man behöva gå mer sekventiellt till väga. En beslutsstrategi som skulle kunna fungera relativt väl i ett sådant sammanhang är Herbert Simons välkända förslag på "satisficing" (Simon 1956). Här förväntas beslutsfattaren leta efter, eller undersöka, alternativ bara fram tills dess att hon stöter på ett som motsvarar hennes krav eller behov. Ibland lägger man till att beslutsfattaren först bekantar sig med ett antal alternativ innan hon bestämmer sig för vilka kraven är. Detta ger beslutsfattaren viss information om ifall de krav hon ställt upp är rimliga eller om de är för högt eller för lågt ställda. Att konsumenterna i vår studie ägnar ett fåtal alternativ stor visuell uppmärksamhet skulle kunna ses som kompatibelt med en liknande strategi. Att strategin är tydligt sekventiell passar också bra med hur miljön är strukturerad. I en matvaruaffär är man nästan tvungen att huvudsakligen värdera alternativen ett efter ett, eftersom hyllan innehåller så många alternativ som i sin tur presenterar information på vitt skilda sätt. Det är dock svårt att avgöra ifall det verkligen är strategin satisficing som konsumenterna använder sig av.

En annan typ av beslutsmetod som på sätt och vis fungerar väl med beteendet framför hyllan är en som ser beslutsfattande som en form av "sampling", där vi överväger alternativ och känner efter hur mycket vi tycker om dem. Genom att flytta uppmärksamheten mellan alternativen skaffar vi mer information om vad vi egentligen tycker. Så fort det överväger för det ena alternativet så fattas ett beslut (Shimojo m.fl. 2003; Glaholt & Reingold 2009). Det är tilltalande att den här modellen av mänskligt beslutsfattande tar den aktiva aspekten av informationsinhämtning på allvar. Modellen stöds också av studier som antyder att om man manipulerar den visuella uppmärksamheten så att någon "råkar" titta mer på ett alternativ så väljs detta oftare än när uppmärksamheten

inte manipuleras på detta sätt (Pärnamets, Johansson, Hall, Balkenius, Spivey & Richardson 2015). Det som är mindre tilltalande är att de modeller man använder sig av i dagsläget är komplicerade och att de är svåra att applicera på fler än två eller tre alternativ. Så som de ser ut idag är det svårt att se hur de skulle kunna användas när man köper pasta.

Hur gör då konsumenten som står framför pastahyllan? Förmodligen är det så att den typ av strategier som beskrivs ovan inte kan fånga detta beteende. Det handlar om ett mer komplext samspel mellan omgivning och individ.

Beslut: ett komplext samspel mellan omgivning och individ

När vi undersökte konsumenters beteende framför pastahyllan använde vi oss av ögonrörelsemätare eftersom vi var intresserade av de visuella aspekterna av vårt beslutsfattande. Från början handlade intresset mest om *vilken* information som deltagarna tittade på och *när* de gjorde det, men efter hand blev spelet mellan det visuellt tillgängliga och beslutsfattandet mer och mer intressant. Det är ju inte bara så att vi ”plockar på oss” den information vi behöver för att fatta beslut. Det som finns på och runtomkring butikshyllan förändrar och påverkar vår visuella uppmärksamhet. En aspekt av detta är det som redan nämnts, att hur varor placeras är en ledtråd till vilka egenskaper de har. En annan aspekt är att marknadsförare, förpackningsdesigners och andra arbetar aktivt med att fånga vår uppmärksamhet. ”Syns du inte finns du inte” gäller inte bara fotgängare i trafiken. Framför pastahyllan finns det information som vi aktivt letar efter och information som vi får vare sig vi vill det eller inte. Vi styr vår egen uppmärksamhet men den blir också styrd. Det här betyder till exempel att vi i affären tittar både på de varor som genom sitt utseende fångar vår uppmärksamhet genom att utnyttja hur vårt synsystem fungerar (genom att till exempel sticka ut från omgivningen vad det gäller färg eller form) och på de varor som motsvarar våra önskemål. När det som sticker ut visuellt också motsvarar våra önskemål (exempelvis genom pris, storlek, märke) så ökar det drastiskt vår benägenhet att fästa blicken vid varan. Det verkar som att de som går och handlar utnyttjar de automatiska delarna av sitt synsystem för att snabbt sortera bort det som inte är relevant och därmed lättare hitta det som passar deras önskemål. Detta kan man till exempel göra genom att (beroende på önskemål) helt bortse från den blåa delen av pastahyllan, eller snabbt rikta blicken och uppmärksamheten just dit (Gidlöf m.fl. 2017).

Slutord

De två perspektiv på beslutsfattande som jag presenterat här är båda beroende av en normativ ståndpunkt. Antingen definieras det goda beslutet av vilka

principer det följer ("heuristics and biases") eller så definieras det av hur framgångsrikt det är (ekologisk rationalitet). Behovet av en norm är dock inte det enda som dessa perspektiv har gemensamt. De beskriver båda oftast beslutsfattande som ett val mellan ett väldigt begränsat antal alternativ. De beslutsproblem som beskrivs och förklaras av perspektiven är också statistiska: en viss information finns tillgänglig och beslutsfattaren har att ta ställning till den eller ignorera den. Mot detta har jag kontrasterat det vardagliga beslutsfattandet. Vi kan konstatera att ett vardagligt beslut som det du fattar när du handlar i en affär inte alltid är lätt att beskriva. Ett problem är att många av de beslutsmodeller som utvecklats inom de kognitiva vetenskaperna kräver en normativ definition av det goda beslutsfattandet att utgå ifrån, och det finns inga tillräckligt precisa normer för pastahyllan för att kunna använda dem här. Ett annat problem är att flertalet modeller utgår ifrån val mellan två alternativ med all information lättillgänglig. Så ser det inte ut i affären. Vidare har vi en situation som är mer komplex än man brukar erkänna i och med att vi har ett aktivt samspel mellan det som finns på hyllan och de kompetenser vi tar med oss in i beslutssituationen. Vi människor verkar kunna utnyttja det här samspelet på ett intelligent sätt, men inte på ett sätt som passar vidare bra med hur beslutsfattande beskrivs i litteraturen.

Referenser

- Dickson, P. & Sawyer, A., 1990. "The price knowledge and search of supermarket shoppers", *Journal of Marketing*, 54, s. 42-53.
- Edwards, W., 1954. "The theory of decision making", *Psychological Bulletin*, 51(4), s. 380-417.
- Gidlöf, K., Anikin, A., Lingonblad, M. & Wallin, A., 2017. "Looking is buying. How visual attention and choice are affected by consumer preferences and properties of the supermarket shelf", *Appetite*, 116, s. 29-38.
- Gigerenzer, G. & Goldstein, D., 1996. "Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality", *Psychological Review*, 103(4), s. 650-669.
- Gigerenzer, G., & Todd, P. & the ABC Research Group, 1999. *Simple Heuristics that make us smart*. New York: Oxford University Press.
- Glaholt, M. & Reingold, E., 2009. The time course of gaze bias in visual decision tasks. *Visual Cognition*, 17(8), s. 1228-1243.
- Goldstein, D. & Gigerenzer, G., 2002. "Models of ecological rationality: the recognition heuristic", *Psychological Review*, 109(1), s. 75-90.
- Inman, J. J., Russell, S. W. & Ferraro, R., 2009. "The interplay among category characteristics, customer characteristics, and customer activities on in-store decision making", *Journal of Marketing*, 73, s. 19-29.
- Kahneman, D., Slovic, P. & Tversky, A. (eds), 1982. *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge University Press.
- Oppenheimer, D. M., 2003. "Not so fast! (and not so frugal!): rethinking the recognition heuristic", *Cognition*, 90, s. B1-B9.

- Pärnamets, P., Johansson, P., Hall, L., Balkenius, C., Spivey, M. J. & Richardson, D. C., 2015. "Biasing moral decisions by exploiting the dynamics of eye gaze", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(13), s. 4170-4175.
- Shimojo, S., Simion, C., Shimojo, E. & Scheier, C., 2003. "Gaze bias both reflects and influences preference", *Nature neuroscience*, 6(12), s. 1317-1322.
- Simon, H., 1956. "Rational choice and the structure of the environment", *Psychological Review*, 63(2), s. 129-138.
- Tversky, A., 1972. "Elimination by aspects: A theory of choice", *Psychological Review*, 79, s. 281-299.
- Tversky, A. & Kahneman, D., 1974. "Judgment under uncertainty: Heuristics and biases", *Science*, 27, s. 1124-1131.
- Tversky, A. & Kahneman, D., 1986. "Rational choice and the framing of decisions", *The Journal of Business*, 59(4), s. 251-78.
- Valenzuela, A., Raghurir, P. & Mitakakis, C., 2013. "Shelf space schemas: Myth or reality?", *Journal of Business Research*, 66(7), s. 881-888.