Downloaded from UvA-DARE, the institutional repository of the University of Amsterdam (UvA)
http://dare.uva.nl/document/208543

File ID	208543
Filename	Samenvatting (Dutch summary)

SOURCE (OR PART OF THE FOLLOWING SOURCE):

Type	Dissertation
Title	Why we choose, how we choose, what we choose: the influence of decision initiation motives on decision making
Author	I.M. McNeill
Faculty	Faculty of Social and Behavioural Sciences
Year	2011
Pages	147
ISBN	978-90-76269-92-4

FULL BIBLIOGRAPHIC DETAILS:
http://dare.uva.nl/record/370483

Copyright

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other then for strictly personal, individual use.

UvA-DARE is a service provided by the library of the University of Amsterdam (http://dare.uva.nl)

Samenvatting

Dutch Summary

Het nemen van beslissingen is een belangrijke activiteit in ieder mensenleven. Het is de activiteit die ons in staat stelt om zelf bepalend te handelen door richting te geven aan ons leven. De vrijheid om beslissingen te kunnen nemen wordt dan ook hoog gewaardeerd. Het is daarom niet verbazend dat er reeds veel onderzoek gedaan is naar hoe mensen beslissingen nemen en hoe dit verwant is aan de uitkomsten van deze beslissingen. Het onderzoeksveld van 'behavioral decision making' probeert deze vragen te bantwoorden door uit te zoeken hoe het beslissingsproces in elkaar steekt, en in te schatten welke strategieën onder welke omstandigheden tot de beste uitkomsten zullen leiden. Maar ook door uit te zoeken waarom we soms veel energie en moeite stoppen in een beslissing, terwijl we op andere momenten nogal impulsief te werk gaan, en waarom we niet altijd even veel waarde hechten aan de uitkomst van onze beslissing. Dit onderzoek heeft inmiddels verschillende factoren geïdentificeerd die van invloed zijn op ons beslissingsgedrag, waaronder zowel situationele factoren als tijdsdruk (e.g., Ben Zur & Breznitz, 1981; Dhar & Nowlis, 1999; Payne, Bettman, & Johnson, 1988; Svenson & Eland, 1987; Svenson, Edland, & Slovic, 1990; Svenson & Maule, 1993), eigenschappen van de optie set (e.g., Bockenholt, Albert, & Aschenbrenner, 1991; Dhar, 1997; Iyengar & Lepper, 2000; Mellers & Biagini, 1994), of het framen van de informatie (e.g., Johnson & Bettman, 1988; Kahneman & Tversky, 1979), als meer stabiele persoonlijkheidsfactoren zoals need for cognition (e.g., Levin, Huneke, & Jasper, 2000; Smith & Levin, 1998; Verplanken, 1993), neuroticisme (e.g., Lauriola & Levin, 2001), of impulsiviteit (e.g., Shiv & Fedorikhin, 1999; Wittmann & Paulus, 2008).

Hoewel er reeds veel verschillende factoren onderzocht zijn, is er één factor die tot heden weinig aan bod is gekomen. Dit betreft de invloed van het soort motief dat mensen er in eerste instantie toe aangezet heeft te gaan beslissen (i.a.w. het initiatie motief). Dit is verbazingwekkend aangezien kennis met betrekking tot de invloed van deze factor belangrijk is, en wel om de volgende twee redenen. Ten eerste is er de laatste jaren steeds meer aandacht voor de vraag waarom mensen soms beslissingen vermijden, aangezien vermijding zeer negatieve gevolgen kan hebben. Voorbeelden zijn het ontstaan van een pensioen gat ten gevolge van het niet tijdig kiezen van een pensioensplan, ontevredenheid met betrekking tot de loopbaan, en teveel betalen voor energie of een ziektekosten verzekering (v.b., Iyengar, Jiang, &

Huberman, 2004; voor een overzicht zie Botti & Iyengar, 2006; zie ook Ministerie van Economische Zaken, 2007). Een belangrijke oorzaak van beslissingsvermijding is een gebrek aan motivatie om het beslissingsproces te starten en het prioriteit geven aan andere zaken (Gati, Krausz, & Osipow, 1996; Greenleaf & Lehmann, 1995). Aangezien mensen nooit een beslissing zullen nemen als ze niet aan het beslissingsproces beginnen, is het belangrijk om meer te weten over welke motieven ervoor zorgen dat mensen *wel* aan een beslissingsproces beginnen. Ten tweede is het bekend dat cognitie en gedrag sterk beïnvloed worden door voorafgaande omstandigheden (bv., Alba, Broniarczyk, Shimp, & Urbany 1994; Brockner, Tyler, & Cooper-Schneider, 1992; Turillo, Folger, Lavelle, Umphress, & Gee, 2002), en eerder onderzoek suggereert dat het type motief dat mensen tot beslissen aanzet wel eens een belangrijke voorspeller van beslissingsgedrag zou kunnen zijn (zie bv. Crowe & Higgins, 1997; DeCaro & Johnson, 2007; Higgins, Camacho, Idson, Spiegel, & Scholer, 2008; Higgins, Idson, Freitas, Spiegel, & Molden, 2003). Met andere woorden, het soort motief dat mensen aanzet tot beslissen is mogelijk gerelateerd aan het daarop volgende beslissingsproces en de uitkomsten hiervan. Het is dan ook belangrijk om niet alleen te kijken naar welke motieven effectief zijn in het verminderen van beslissingsvermijding, maar ook naar welke motieven hierbij tot de meest positieve resultaten leiden. Als sommige motieven ertoe leiden dat mensen slechte beslissingen nemen of spijt krijgen van hun beslissingen dan heeft beslissingsvermijding wellicht zelfs de voorkeur. Het hoofddoel van deze dissertatie is geweest om te toetsen en inzicht te krijgen in *of* en *hoe* verschillende motieven die mensen ertoe leiden ergens over te gaan beslissen invloed hebben op het beslissingsproces en de uitkomst. Hieronder volgt een kort overzicht van de belangrijkste bevindingen die hieruit zijn voortgekomen.

Motieven Zijn van Belang

De hoofdconclusie die uit deze dissertatie voortkomt is dat verschillende soorten motieven die mensen tot beslissen aanzetten wel degelijk verschillen in hun invloed op het daaropvolgende beslissingsproces. In drie verschillende lijnen onderzoek werd steun gevonden voor het idee dat verschillende types motieven tot verschillende beslissingsprocessen (Hoofdstuk

2), verschillende uitkomsten (Hoofdstuk 3), en verschillende waarderingen van de gekozen uitkomsten (Hoofdstuk 4) leiden.

In Hoofdstuk 2 werd de invloed van approach versus avoidance motieven op het beslissingsproces onderzocht. Er werd verwacht dat een beslissing starten wegens approach motieven (bv., een beloning krijgen) een approach mindset zou activeren, waarbij de aandacht naar het beslissingsproces toe gericht wordt, resulterend in meer moeite investering, een bredere mentale blik, globale verwerking van informatie, en exploratief denken. In het geval van een beslissing starten wegens avoidance motieven (b..v., een boete vermijden) werd verwacht dat er een avoidance mindset geactiveerd zou worden, waarbij de aandacht van het beslissingsproces af gericht wordt, resulterend in minder moeite investering, een nauwere mentale blik, lokale verwerking van informatie, en meer exploiterend denken. Resultaten lieten inderdaad zien dat het initiëren van een beslissing wegens approach motieven tot meer moeite investering en een bredere blik tijdens het beslissen dan het initieren van een beslissing wegens avoidance motieven. Dit toont zichzelf in meer attribuut-gebaseerde verwerking van informatie (m.a.w., verschillende alternatieven vergelijken op basis van eenzelfde attribuut) en het gebruik van een grotere consideratie set (m.a.w., het aantal alternatieven dat in overweging genomen wordt tijdens het vergelijkingsproces).

In Hoofdstuk 3 werd gekeken naar de invloed van winkel motieven op tijd in de winkel en het doen van ongeplande aankopen. Een veldstudie liet zien dat mensen meer tijd in de winkel doorbrengen indien hun noodzaak motief (m.a.w., het winkelbezoek zien als noodzakelijk) zwak is, en hun hedonische motief (m.a.w. het winkelbezoek zien als vermakelijk) sterk is. Het hebben van een sterker hedonisch motief is gerelateerd aan meer rondneuzen, en er kan dus verwacht worden dat dit ook tot meer tijd in de winkel leidt. Aan de andere kant zijn sterkere noodzaak motieven gerelateerd aan een verbeterde zelfcontrole en een strictere focus op het noodzakelijk winkeldoel, waardoor de tijd die gespendeerd wordt aan rondneuzen gelimiteerd blijft. Er werd inderdaad gevonden dat er vooral veel tijd in de winkel doorgebracht werd indien sterke hedonische motieven gecombineerd werden met zwakke noodzaak motieven. Naast de bevindingen op het gebied van tijd liet deze studie ook zien dat een winkel binnengaan met een sterk noodzaak motief en een zwak hedonisch motief gerelateerd is aan het doen van meer ongeplande

aankopen dan het binnengaan van een winkel met een zwak noodzaak motief gecombineerd met een zwak of sterk hedonisch motief. De bevinding dat er vooral veel ongeplande aankopen gedaan werden in het geval van een hoog noodzaak motief werd verklaard door het feit dat hoge noodzaak een implementatie mindset activeert, wat resulteert in minder beraadslaging met betrekking tot mogelijke aankopen en meer daadwerkelijke aankopen doen. Er werd gevonden dat dit vooral het geval was voor mensen met een zwak hedonisch motief. Een verklaring hiervoor is dat de sterke implementatie mindset die voortkomt uit een sterk noodzaak motief bij mensen met een zwak hedonisch motief zal leiden tot het kopen van ongeplande items die zij denken nodig te gaan hebben, waardoor zij niet terug hoeven te komen naar een winkel waaraan zij weinig plezier beleven.

Ten slotte werd in Hoofdstuk 4 onderzocht welke invloed het hebben van een leer- versus uitkomstfocus tijdens het beslissingsproces heeft op de waardering van de gekozen uitkomst. Hier werd verwacht dat hogere epistemische behoeften beter passen bij een leerfocus, aangezien mensen met hoge epistemische behoeften de voorkeur geven aan het kunnen krijgen van een volledig beeld van de situatie waarin zij verkeren (De Dreu et al., 2008; Kruglanski, 1989). Op basis van 'regulatory fit theory' (Higgins, 2000; zie ook Avnet & Higgins, 2003; 2006; Camacho et al., 2003; Higgins, 2002, 2006; Higgins et al., 2008; Higgins, Idson, et al., 2003) werd verwacht dat deze fit tussen epistemische behoeften en een leerfocus tot verhoogde waardering van een positieve uitkomst zou leiden wegens verhoogde betrokkenheid bij de beslissingstaak. Er werd inderdaad gevonden dat epistemische behoeften beter passen bij het hebben van een leerfocus tijdens het beslissingsproces. Meer specifiek werd gevonden dat het hebben van een leerfocus tijdens het beslissingsproces ervoor zal zorgen dat mensen met sterkere epistemische behoeften hun gekozen uitkomst, relatief tot het hebben van een uitkomstfocus, meer zullen waarderen.

Deze resultaten leiden allemaal tot de conclusie dat verschillende soorten motieven verschillen in hun invloed op het nemen van beslissingen. Bovendien lijken deze resultaten generalizeerbaar over verschillende methodes van onderzoek, verschillende populaties, en verschillende uitkomst factoren. Een wel bekend vraagstuk in 'behavioral decision making' is of de conclusies externe validiteit hebben. Het onderzoek uit deze dissertatie suggereert dat de

conclusie met betrekking tot verschillende soorten motieven dit heeft, aangezien de invloed van verschillende motieven op het nemen van beslissingen zowel in het lab als in het veld gevonden werd. De drie studies op het gebied van approach en avoidance motieven die beschreven staan in Hoofdstuk 2 werden experimenteel uitgevoerd in een gecontroleerde omgeving waarbij het soort motief (m.a.w., approach versus avoidance motief) gemanipuleerd werd. De drie studies op het gebied van epistemische behoeften en het type beslissingsfocus die omschreven staan in Hoofdstuk 4 waren quasi-experimenteel, aangezien het soort motief (m.a.w., leerfocus versus uitkomst focus) gemanipuleerd werd en persoonlijke verschillen (m.a.w., expertise in het beslissingsdomein, 'need for assessment', en 'need for cognition') gemeten werden. Ten slotte werd de studie met betrekking tot winkel motieven die beschreven wordt in Hoofdstuk 3 uitgevoerd in een veld setting zonder manipulaties. Het lijkt er dan ook op dat verschillende soorten motieven zowel binnen als buiten het lab verschillen in hun invloed op het nemen van beslissingen.

Een soortgelijk vraagstuk betreft of conclusies wel of niet gegeneralizeerd kunnen worden over verschillende populaties. Wederom suggereert het onderzoek in deze dissertatie dat dit het geval is. De studies werden uitgevoerd met steekproeven uit verschillende populaties, namelijk studenten van zowel Nederlandse (Hoofdstukken 2 en 4) en Amerikaanse (Hoofdstuk 4) universiteiten, en Nederlandse winkelbezoekers van zowel een doe-het-zelf zaak als een tuincentrum. Dit ondersteunt het idee dat de invloed van verschillende soorten motieven op het nemen van beslissingen niet gelimiteerd is tot een bepaalde subpopulatie.

Ten slotte is het noodzakelijk om in acht te nemen of de invloed van verschillende motieven op het nemen van beslissingen gelimiteerd is tot subjectieve ervaringen, of dat objectieve uitkomsten er ook beïnvloed worden. Alhoewel sommige van de gebruikte maten inderdaad subjectief van aard waren, werden er ook meer objectieve indicatoren gebruikt. Zo werd moeite in de eerste twee studies van Hoofdstuk 2 alleen op subjectief niveau gemeten (b.v., 'In welke mate heb je informatie gezocht alvorens een beslissing te nemen?'), maar werd in de derde studie een onopvallende objective maat toegevoegd, namelijk de tijd die men aan de taak besteedde (zie ook Hoofdstuk 3, waar tijd in de winkel gemeten werd). Deze objectieve maat

correleerde hoog met de subjectieve maat en leverde vergelijkbare resultaten op. Desgelijks werd in Studies 1 en 2 van Hoofdstuk 4 waardering van de beslissingsuitkomst subjectief gemeten (bv., 'In welke mate vind je de optie die je hebt gekozen vies of lekker?'), maar daarnaast bevatten alle drie de studies van dit hoofdstuk ook een meer directe maat van waarde, namelijk het maximale bedrag dat deelnemers wilden uitgeven aan een stuk van de kaas die zij geselecteerd hadden. Deze waarde maat werd zowel in een hypothetische situatie verkregen (Studies 1 en 3) als in een situatie waarin de kaas daadwerkelijk aangeboden werd en er echte financiele consequenties verbonden waren aan invulling van de waarde maat. Ook hier waren alle maten zowel subjectief als meer direct, sterk aan elkaar gerelateerd en leverden zij soortgelijke resultaten op. Het is dan ook mogelijk om te concluderen dat de invloed van verschillende soorten motieven op beslissingen aanwezig is bij zowel subjectieve als objectieve maten.

Motieven Kunnen op Elkaar Inwerken

Een andere belangrijke conclusie die uit de studies gerapporteerd in dit proefschrift naar voren komt, is dat verschillende soorten motieven op elkaar kunnen inwerken met betrekking tot de invloed die zij hebben op beslissingen. Dit werd gevonden in de veldstudie die in Hoofdstuk 3 omschreven staat. Deze studie bekeek de relatie tussen verschillende motieven om te gaan winkelen en de aankoopbeslissingen die daarop volgen. Meer specifiek werd gemeten in hoeverre men het winkelen als noodzakelijk zag (noodzaak motief) en in hoeverre men het winkelen als plezierig zag (plezier motief). Uit de resultaten bleek dat het doen van ongeplande aankopen niet aan een specifiek winkel motief gerelateerd was. Het was daarentegen wel gerelateerd aan een bepaalde combinatie van motieven. Er was een positieve relatie tussen het hebben van een sterk noodzaak motief en het doen van ongeplande aankopen, maar alleen indien het plezier motief zwak was. Alhoewel de resultaten van deze studie van correlationele aard waren en de steekproeven gelimiteerd waren tot slechts twee winkels, werd er veel variantie verklaard door de combinatie van de twee gemeten motieven. Het is dus belangrijk om te beseffen dat verschillende soorten motieven mogelijk een sterk modererend effect op elkaar kunnen hebben. Er kunnen dan ook interessante effecten gemist of gemisinterpreteerd worden indien er bij het

onderzoeken van een motief andere gelijktijdig actieve motieven buiten beschouwing gelaten worden.

Welke Motieven Verdienen de Voorkeur?

Ten slotte laat deze dissertatie ook zien dat er niet één bepaald beslissingsmotief bestaat die altijd tot de beste subjectieve of objectieve uitkomsten leidt, en dus altijd de voorkeur verdient. In plaats daarvan steunen de studies beschreven in deze dissertatie het idee dat het soort motief dat tot de beste uitkomst leidt, afhangt van zowel situationele als persoonsgebonden verschillen. Zo laten de studies over approach en avoidance motieven in Hoofdstuk 2 zien dat approach motieven tot meer moeite investering en een bredere mentale blik zorgen dan avoidance motieven. Het is echter niet duidelijk of meer moeite altijd tot betere beslissingsuitkomsten leidt (Waroquier et al., 2010; Weber & Johnson, 2009). Daarnaast zullen sommige beslissingssituaties meer voordeel ontlenen aan een bredere mentale blik, en andere situaties meer aan een wat smallere blik.

Een voorbeeld van het bovenstaande is beslissen onder tijdsdruk. Tijdsdruk zou er bij beslissers met een brede informatie verwerkingsstijl toe leiden dat zij niet in staat zijn alle alternatieven die zij willen meenemen in hun beslissingen ook daadwerkelijk volledig te bekijken. Hoewel mensen met een smallere informatie verwerkingsstijl dus wellicht het beste alternatief missen door hun smallere focus, zullen zij onder tijdsdruk beter in staat zijn de volledige informatie van de opties die zij wel in acht nemen te verwerken. Dit stelt hen in staat een beter geïnformeerde beslissing te nemen. Er zijn daarnaast ook beslissingen die een groot aantal alternatieven hebben die eigenlijk weinig van elkaar verschillen. In dit geval verhoogt een smallere focus, die de aandacht richt op de alternatieven die *wel* van elkaar verschillen, de effectiviteit van de geïnvesteerde moeite aanzienlijk.

Met betrekking tot persoonsgebonden verschillen laten de studies in Hoofdstuk 4 zien dat het hebben van sterkere epistemische behoeften beter past bij een leerfocus, hetgeen zich toont in een hogere waardering van de gekozen uitkomst in vergelijking tot waardering bij een uitkomstfocus. Dit betekent dat mensen met hogere epistemische behoeften meer baat hebben bij het hebben van een leerfocus dan mensen met lagere of geen epistemische

behoeften. Voor deze laatste groep kan het hebben van een leerfocus zelfs negatieve gevolgen hebben betreffende de waardering van de uitkomst.

Conclusie

Deze dissertatie heeft antwoord gegeven op de vraag *of* verschillende soorten motieven een verschillende invloed hebben op het nemen van beslissingen, en heeft een begin gemaakt aan het beantwoorden van de vraag *hoe* zij dit doen. Er zijn nieuwe bevindingen gepresenteerd die ons in staat stellen mensen beter te motiveren om beslissingen te nemen, en dit op de juiste wijze te doen. Hoewel dit onderzoek slechts de oppervlakte heeft geraakt van het uitpluizen van de invloed van verschillende motieven die mensen tot beslissen kunnen aanzetten, heeft het reeds laten zien dat de invloed van deze motieven op beslissingsgedrag potentieel erg breed van aard is. Het onderzoek dat in deze dissertatie gepresenteerd is, helpt ons reeds beter te voorspellen hoe mensen beslissingen nemen, welke uitkomsten hieruit voort zullen komen, en hoe deze uitkomsten gewaardeerd zullen worden. Het is niet verbazingwekkend dat het nemen van beslissingen reeds veel aandacht heeft gekregen in onderzoek, aangezien het nemen van beslissingen van vitaal belang is voor ons welzijn daar het onze zelf-determinatie faciliteert. Deze dissertatie laat echter zien dat er nog steeds deelgebieden binnen dit vakgebied bestaan die meer onderzoek nodig hebben. Met deze dissertatie hoop ik onderzoekers er meer bewust van te maken dat onderzoek naar de invloed van verschillende soorten initiatie motieven op het nemen van beslissingen een interessant deelgebied is om onze kennis over uit te breiden.