

СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К УРОКУ 7

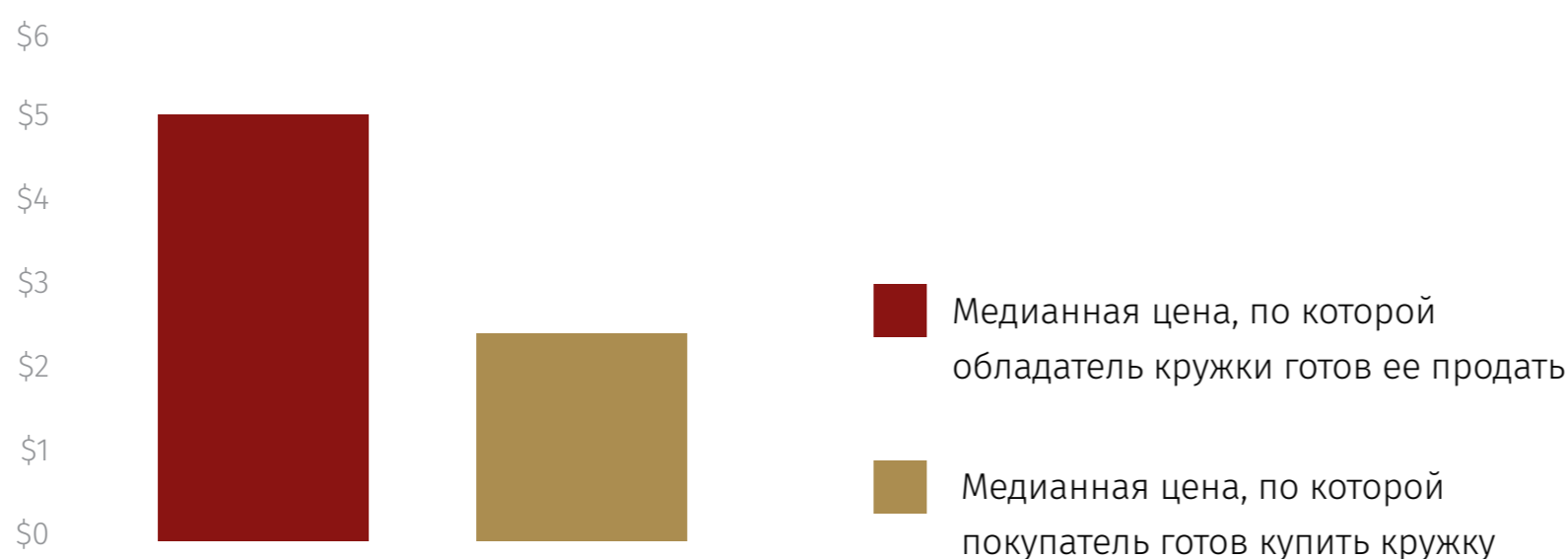
01

КАК ЭФФЕКТ ВЛАДЕНИЯ ВЛИЯЕТ НА НАШ ВЫБОР

В 1970 г. американские исследователи Ричард Талер и Даниэль Канеман провели серию экспериментов, позволивших им зафиксировать *эффект владения*.

В начале эксперимента, в котором приняли участие студенты Корнелльского университета, исследователи случайным образом раздали половине присутствующих кружки с символикой университета из ближайшего магазина, объявив, что теперь кружки становятся их собственностью. Далее экспериментаторы попросили всех участников внимательно осмотреть эти кружки.

После этого были устроены торги между всеми участниками эксперимента. Выяснилось, что цены, по которым студенты были готовы продать свои кружки, примерно в два раза превышали цены, по которым другие студенты были готовы их купить.

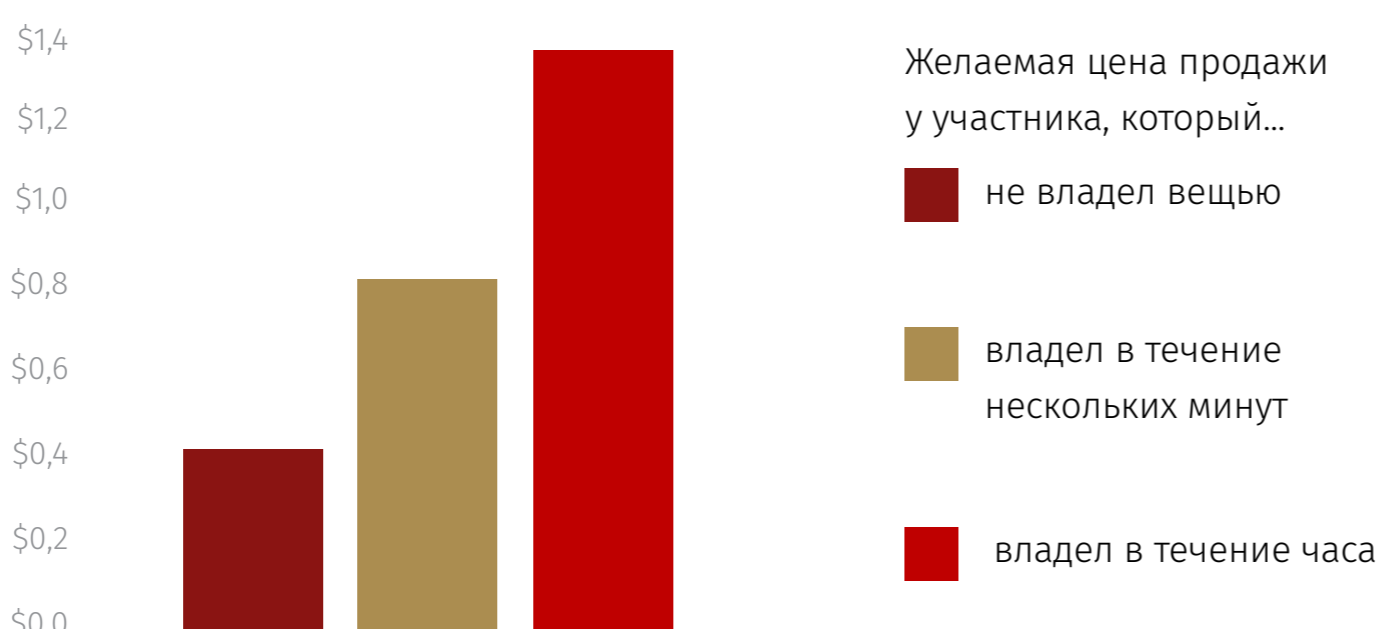


Источник: Kahneman, Knetsch, Thaler, 1991

Подобный эксперимент проводился несколько раз с разными товарами (кружками, карандашами и т. д.), но результаты повторялись. Более того, выяснилось, что цена, по которой владелец вещи готов ее продать, превышает цену, по которой *он сам* был бы готов ее купить.

Наконец, в последующих исследованиях было выявлено, что на разрыв между ценой продажи и ценой покупки влияет не только факт владения вещью сам по себе, но и то, как долго человек ей владеет.

Так, участник, получивший «подарок» от экспериментатора час назад, готов был продать его по более высокой цене, чем тот, кто получил его всего несколько минут назад.



Источник: Strahilevitz, Loewenstein, 1998

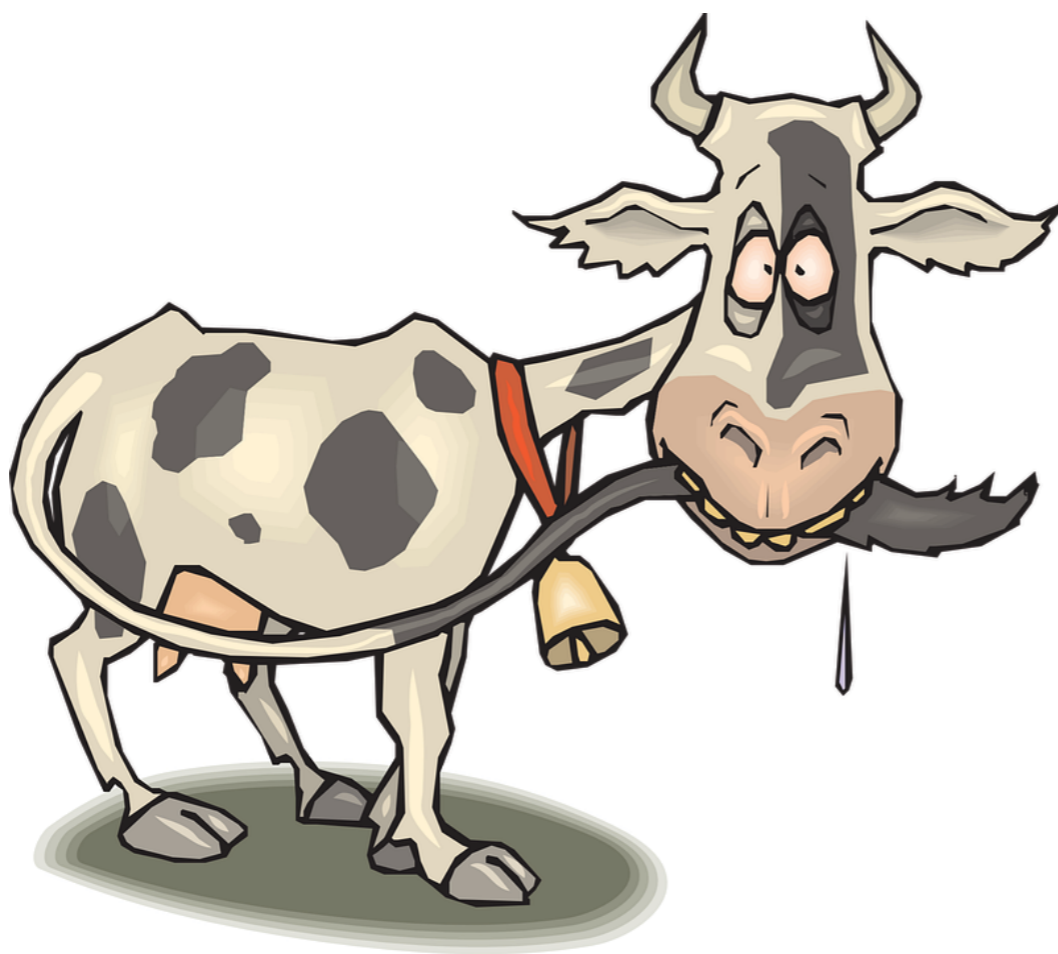
Мультфильм Алексея Соловьева «Как старик корову продавал» (созданный на основе одноименного стихотворения Сергея Михалкова) — хорошая иллюстрация того, как эффект владения (в сочетании с фреймингом, смещением к подтверждению и под воздействием социального окружения человека) может приводить к финансово нерациональным решениям¹.

Действие мультфильма разворачивается на деревенской ярмарке, куда старик пришел в надежде продать свою болезненную корову, от которой «молока не видали пока». Несмотря на то, что многие хотели бы купить корову, хозяину никак не удается ее продать. То, насколько он ценит свою (даже хворую) корову, не соответствует цене, которую готовы заплатить другие покупатели.

“

*На рынке корову старик продавал,
Никто за корову цены не давал.
Хоть многим была коровенка нужна,
Но, видно, не нравилась людям она.
— Хозяин, продашь нам корову свою?
— Продам. Я с утра с ней на рынке стою!
— Не много ли просишь, старик, за нее?
— Да где наживаться! Вернуть бы свое!
— Уж больно твоя коровенка худа!
— Болеет, проклятая. Прямо беда!
— А много ль корова дает молока?
— Да мы молока не видали пока...
Весь день на базаре старик торговал,
Никто за корову цены не давал.*

”



CC0 Creative Commons

Вечером балалаечник-весельчак сжалился над стариком и решил помочь ему с продажей. Расхваливая достоинства коровы, он привлекает множество зевак, среди которых есть и покупатель «с тугим кошельком», готовый выложить за нее порядочную сумму. Но, видя, что покупатель уже готов купить корову, старик, внезапно поверив рассказу балалаечника об удивительных качествах своей коровы, передумывает и решает оставить ее себе: «Зачем я, Буренка, тебя продаю? Корову свою не продам никому — Такая скотина нужна самому!»

Эффект владения активно используется в маркетинге. Возможность примерить вещь в магазине, посидеть на стуле, полежать на диване, проехать круг на автомобиле, получить кредитную карту со специальными условиями и в течение

¹ Пример подготовлен на основе конкурсной работы Кристины Реммельг, приславшей кейс на тему финансово грамотного поведения по мультфильму «Как старик корову продавал». Конкурс проводился ООО «Институт национальных проектов» с 25 января по 25 апреля 2017 г. в рамках общероссийского проекта Минфина РФ и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». Мультфильм см.: www.youtube.com/watch?v=Cp9JMDA7vyA.

льготного периода не платить за ее обслуживание — не только позволяет человеку лучше оценить качества товара, но и создает чувство владения, повышая готовность заплатить озвученную продавцом цену.



Shutterstock.com

Этим же эффектом пользуются разработчики программного обеспечения, предлагая своим клиентам в течение определенного периода пользоваться их продуктом бесплатно и лишь после этого приобрести платную версию программы.

Чтобы снизить действие данного эффекта, при покупке чего бы то ни было постарайтесь абстрагироваться от чувства обладания, сконцентрируйтесь на объективных характеристиках товара и ваших реальных потребностях. Если это не получается, возьмите паузу в принятии решения: «остыв» от чувства владения, от давления рекламы и продавца, вы сможете здраво решить, нужна вам эта вещь или нет.

02 МАРШМЕЛЛОУ-ТЕСТ, ИЛИ ТРЕНИРУЙ СИЛУ ВОЛИ СМОЛОДУ

В 1960-х гг. психологами из Стэндфордского университета была проведена серия «маршмеллоу-тестов» — экспериментов, направленных на изучение нетерпеливости и самоконтроля (умения противостоять соблазнам) у детей дошкольного возраста.

Суть эксперимента заключалась в следующем: детям 3–5 лет давали маршмеллоу (близкий аналог хорошо знакомого нам зефира) и обещали принести еще один, если они не съедят первый до возвращения взрослого.

Экспериментатор уходил на 15 минут, оставляя ребенка один на один со сладостью. В течение этого времени дети — каждый по-своему — пытались справиться с искушением съесть ее до прихода экспериментатора, но лишь трети это удавалось [Mischel, 2014].



Depositphotos.com

Пример эксперимента см.: www.youtube.com/watch?v=QX_oy9614HQ

Но самое интересное здесь даже не то, как ведут себя дети во время эксперимента, а то, что умение справляться с соблазнами в детстве оказывает влияние на успешность человека в будущем. Результаты повторных исследований показали,

что более терпеливые дети получали впоследствии более высокие баллы на экзаменах SAT (аналог ЕГЭ в России), а через 30 лет испытывали меньше проблем с избыточным весом.

Сходные выводы были получены по результатам другого исследования, в рамках которого ученые на протяжении почти 40 лет наблюдали за взрослением и жизнью около тысячи участников. С трехлетнего возраста они 12 раз (в 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 21, 26, 32 и 38 лет) проходили различного рода испытания — заполняли психологические тесты, отвечали на вопросы о своем здоровье, достатке, поведении (включая самоконтроль), сдавали анализы и т. д. [Moffitt, Poulton, Caspi, 2013].

Результат исследования доказал: уровень самоконтроля в детстве влияет на самоконтроль во взрослой жизни. Те, кто испытывал проблемы с самоконтролем в детстве, впоследствии чаще страдали от алкогольной или наркотической зависимости, имели больше проблем со здоровьем. Кроме того, было выявлено, что уровень самоконтроля влияет и на финансовое благополучие. Низкие доходы, нежелание делать сбережения, проблемы с кредитами — все это наблюдалось у людей с низким уровнем самоконтроля. В 30-летнем возрасте их будущее было сравнительно менее обеспечено: у них не было собственного жилья, они не вкладывали деньги в инвестиционные фонды, не имели пенсионных сбережений.

У МЕНЯ ПРОБЛЕМЫ С САМОКОНТРОЛЕМ. ЧТО ДЕЛАТЬ?

Существует множество способов, которые позволяют людям бороться с соблазнами и прокрастинацией. Неважно, идет ли речь о денежных тратах или о рациональном использовании своего времени. Важно подобрать тот способ, который подходит именно вам, помня о том, что универсальных решений не существует в принципе. Ниже приведены некоторые примеры, которые могут вам пригодиться.

КОНТРОЛЬ ВРЕМЕНИ

Специальные компьютерные программы, в частности надстройки для браузеров, позволяют пользователю блокировать сайты, отвлекающие его от работы или учебы. Среди наиболее известных: *Freedom*, *Self-Control*, *Focus Booster*, *StayFocused* и др. Более того, некоторые (например, программа *Cold Turkey* для *Windows*) позволяют даже ограничивать количество часов работы за компьютером в день и устанавливать часы, в которые работа за компьютером запрещена.



КОНТРОЛЬ РАСХОДОВ

Использование мобильных приложений позволяет пользователям записывать свои траты, контролируя посредством этого собственное финансовое положение, накопленные сбережения, движение к намеченным финансовым целям. Примеры таких приложений: *Money Lover*, *Money Manager*, *You Need a Budget*.



ДОСТИЖЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ЦЕЛЕЙ

Многие банки предлагают своим клиентам счета-«копилки», позволяющие в день поступления средств автоматически переводить определенную сумму (или процент) на целевой счет. Такого рода услуги ограничивают порывы людей «потратить зарплату за один день», давая им возможность достигать поставленных финансовых целей.



03 КАК ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА ПОМОГАЕТ НАМ ДОСТИЧЬ СВОИХ ЦЕЛЕЙ

Наверное, каждый из нас когда-нибудь обещал себе меньше времени проводить в социальных сетях, ложиться спать не позже назначенного часа, вести здоровый образ жизни, хорошо учиться в следующем семестре, заранее начать писать диплом и т. д. Но не каждому это удавалось.

Наиболее предусмотрительные из нас, зная, как сложно будет противостоять искушению, ищут способы, которые позволили бы им совладать с собой в критическую минуту. Одиссей, возвращаясь с Троянской войны и желая послушать

пленительное пение сирен, понимает, что, услышав их голоса, захочет повернуть корабль к гибельному берегу. Чтобы противостоять искушению, он просит матросов привязать себя к мачте и, благодаря этому, счастливо минует опасный остров.

“

...Однако должны вы
Крепко меня перед этим связать, чтоб стоял я на месте
Возле подножия мачты, концы ж прикрепите к подножью.
Если я стану просить и меня развязать прикажу вам,
Больше тотчас же еще ремней на меня намотайте.

Гомер. «Одиссея»

”



Дж. Уотерхаус. Улисс и Сирены (1891) | Общественное достояние; Wikimedia Commons (Bibi Saint-Pol)

Аналогом привязывания в наше время могут служить различные электронные ресурсы, которые позволяют людям бороться с искушениями и добиваться намеченных целей. Один из самых известных проектов на сегодняшний день — портал *Stickk.com*, придуманный и запущенный поведенческими экономистами из Йельского университета. На этом сайте пользователь может заключить договор с самим собой.

Схема работы сервиса проста. Вы регистрируетесь на сайте, ставите себе цель (из списка типовых или формулируете собственную), назначаете судью из пользователей сайта, который будет контролировать выполнение вами условий «договора», и приглашаете друзей следить за вашим движением к намеченной цели. Если вы не выполняете свое обещание, то платите штраф, причем этот платеж по вашему выбору может быть направлен вашему другу, вашему врагу (анонимным платежом), случайной благотворительной организации или организации, взгляды которой вы не разделяете. Опции с отправкой штрафа врагу и организации, чьи цели вы не разделяете, добавлены, чтобы пользователю было особенно неприятно проигрывать и не достигать намеченной цели.

Проект *Stickk.com* успешно функционирует с 2007 г.; за 10 лет в нем приняли участие более 100 тысяч человек. На настоящий момент на кон поставлено более 30 миллионов долларов, создано более 300 тысяч обязательств; благодаря *Stickk.com* совершено более 800 тысяч тренировок и не выкурены 19 миллионов сигарет.



FlatIcon - Alessio Atzeni

Статистика показывает, что более 70% тех, кто заключал с собой сделку на *Stickk.com*, добивались своих целей. Это и эффективный способ борьбы с лишним весом, и способ бросить курить, и способ заставить себя каждый месяц сберегать определенную сумму денег, и многое другое. В основе столь высоких результатов две причины: никто не хочет терять деньги и никто не хочет выглядеть слабаком в глазах друзей.

Опции с назначением судьи и с денежным штрафом не являются обязательными — пользователь может их не выбирать. Но статистика сайта показывает, что наличие судьи увеличивает вероятность достижения цели почти в два раза, а денежная ставка — почти в три раза.

Аналоги *Stickk.com* существуют, но их не так много. Например, сайт *TheBudge.com* интересен тем, что собирает средства от проигранных споров на благотворительность. Однако его основной минус в том, что сервис работает только в мобильном приложении, причем недоступном для пользователей операционной системы *Android*. Русскоязычный аналог *SmartProgress.do* выгодно отличается тем, что цель можно разбить на множество подзадач, и ваш прогресс могут отслеживать все пользователи, а не только друзья. Также в проекте реализована система наставничества. *Smart Progress* лучше подходит для постановки таких целей, как открытие своего дела, изучение новых дисциплин и т. д.

Важно помнить, что у каждого сервиса есть свои преимущества и недостатки. Не бойтесь пробовать и смотреть, какой из них подходит именно вам.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гомер. (2016). Илиада. Одиссея. М.: Мачаон, Азбука-Аттикус.
2. Kahneman, D., Knetsch, J.L., Thaler, R.H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. The journal of economic perspectives, 5(1).
3. Mischel, W. (2014). The marshmallow test: understanding self-control and how to master it. Random House.
4. Moffitt, T.E., Poulton, R., Caspi, A. (2013). Lifelong impact of early self-control. American Scientist, 101(5).
5. Strahilevitz, M.A., Loewenstein, G. (1998). The effect of ownership history on the valuation of objects. Journal of Consumer Research, 25(3), 276–289.

ИЛЛЮСТРАЦИИ (В ПОРЯДКЕ ИЗЛОЖЕНИЯ)

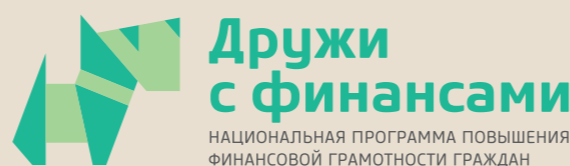
1. Корова | CC0 Creative Commons
2. lightpoet | Shutterstock.com (www.shutterstock.com/ru/image-photo/pretty-young-woman-choosing-right-furniture-375682447) | Стандартная лицензия
3. ramonantinolo | Depositphotos.com (https://ru.depositphotos.com/75117707) | Стандартная лицензия
4. Vasilev_Ki | Depositphotos.com (https://ru.depositphotos.com/12662226) | Стандартная лицензия
5. zhudifeng | Depositphotos.com (https://ru.depositphotos.com/64021217) | Стандартная лицензия
6. Коплю-Куплю | Институт национальных проектов
7. Дж. У. Уотерхаус. Улисс и Сирены (1891) | Общественное достояние; Wikimedia Commons (Bibi Saint-Pol)
8. Flaticon: Alessio Atzeni

ИРРАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: КАК ПСИХОЛОГИЯ И КУЛЬТУРА ВЛИЯЮТ НА ВАШЕ ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ТЕКСТОВО-ГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К УРОКУ 7:
КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЗНАНИЯ О ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ?

АВТОРЫ КУРСА

**Александр Аузан,
Асия Бахтигараева,
Виктор Брызгалин,
Олег Буклемишев,
Антон Золотов,
Владимир Иванов,
Елена Никишина,
Надежда Припузова,
Александра Ставинская**



Подготовлено по заказу Министерства финансов Российской Федерации в ходе реализации совместного Проекта Российской Федерации и Международного банка реконструкции и развития «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в рамках «Конкурсной поддержки инициатив в области развития финансовой грамотности и защиты прав потребителей»

**Разработка и производство учебно-методических материалов:
Институт национальных проектов**