

Trở lại văn phòng, tôi tiến hành phân tích số liệu. Các con số cuối của thẻ bảo hiểm có đóng vai trò làm mỏ neo không? Câu trả lời là có: những sinh viên có hai số thẻ cuối cao nhất (từ 80 đến 99) trả giá cao nhất, trong khi những sinh viên có số thấp nhất (1 đến 20) lại trả giá thấp nhất. Ví dụ: nhóm có hai số cuối từ 80 đến 99 trả cho chiếc bàn phím không dây trung bình là 56 đô-la; nhóm có hai số cuối từ 0 đến 19 trả trung bình 16 đô-la. Cuối cùng, chúng ta có thể thấy những sinh viên có hai số thẻ cuối từ 80 đến 99 trả giá cao hơn từ 216% đến 346% so với những sinh viên có hai số cuối của thẻ từ 0 đến 19 (theo dõi ở bảng thống kê bên dưới).

Trong thí nghiệm này, số thẻ bảo hiểm xã hội chính là chiếc mỏ neo vì chúng tôi yêu cầu như vậy. Chúng tôi đã có thể yêu cầu dùng nhiệt độ vào thời điểm làm thí nghiệm đó hoặc giá bán lẻ của nhà sản xuất. Thực tế, bất kỳ câu hỏi nào cũng có thể tạo ra mỏ neo. Liệu điều đó có thể hiện sự lý trí không? Tất nhiên là không. Nhưng đó là cách chúng ta vẫn làm – cuối cùng thì, tất cả chúng ta đều là những chú “ngỗng con”.

Mặc dù việc trả giá là hoàn toàn tự nguyện nhưng cũng có một mối liên hệ logic. Khi chúng tôi quan sát mức giá trả cho hai cặp đồ vật có liên quan (hai chai rượu và hai thiết bị máy tính), chúng có vẻ rất logic. Tất cả mọi người đều sẵn sàng trả giá cao hơn cho chiếc bàn phím và chai Hermitage 1996. Ý nghĩa của điều này là một khi những người tham gia đã sẵn lòng trả một mức giá nào đó cho một sản phẩm thì mức họ trả cho các sản