

mức mà họ quen ở nơi cũ, ngay cả khi họ phải ở trong căn nhà nhỏ bé hơn và kém tiện nghi hơn. Tương tự, những người chuyển đến từ thành phố đắt đỏ hơn vẫn dùng từng ấy tiền cho ngôi nhà mới, như họ vẫn chi dùng trước đó.

Cách duy nhất để thoát khỏi điều này là hãy thuê nhà tại một địa điểm mới trong khoảng một năm. Bằng cách đó, sau một thời gian ngắn, chúng ta có thể đưa ra mức tiêu dùng sát với thị trường mới hơn.

Vậy là chúng ta đã tự neo mình vào các mức giá đầu tiên. Nhưng chúng ta có nhảy từ mức giá mỏ neo này sang mức giá mỏ neo khác không? Liệu chiếc mỏ neo đầu tiên chúng ta gặp có trở thành chiếc mỏ neo chúng ta dùng trong một thời gian dài và cho nhiều quyết định không? Để trả lời câu hỏi này, chúng tôi quyết định thực hiện một thí nghiệm khác.

Chúng tôi lên danh sách những sinh viên đang học hoặc đã tốt nghiệp và một số chủ ngân hàng đầu tư – những người tới trường đại học để tuyển nhân viên cho công ty mình. Chúng tôi cho những người tham gia nghe ba âm thanh khác nhau và sau mỗi âm thanh, chúng tôi hỏi liệu họ có sẵn lòng nhận một số tiền (đóng vai trò làm mức giá mỏ neo) để được nghe lại những âm thanh đó hay không. Một âm thanh the thé, 3.000Hz, kéo dài 30 giây, nghe giống như ai đó đang la hét. Một âm thanh khác là một đoạn tiếng ồn dài 30 giây với đủ các cung bậc âm thanh, giống tiếng ồn của tivi khi không có sóng. Âm thanh thứ ba là một đoạn dao động âm 30 giây đan xen các âm cao thấp.