

Chúng tôi gọi đó là “sự cố kết tùy ý”. Mức giá đầu tiên phần nhiều là “tùy ý” và có thể bị tác động bởi phản ứng trước các câu hỏi ngẫu nhiên; nhưng một khi các mức giá đó đã được thiết lập trong đầu, chúng sẽ định hình việc chúng ta sẵn sàng trả giá bao nhiêu để mua những sản phẩm có liên quan (điều này khiến chúng trở nên cố kết với nhau).

Bản thân các mức giá không nhất thiết lúc nào cũng là chiếc mỏ neo. Chúng chỉ trở thành mỏ neo khi chúng ta cân nhắc tới việc mua một sản phẩm hoặc dịch vụ với mức giá cụ thể đó. Kể từ đó, chúng ta sẵn sàng chấp nhận một loạt các mức giá trên cơ sở tham khảo chiếc mỏ neo đầu tiên. Do đó, chiếc mỏ neo đầu tiên sẽ không chỉ ảnh hưởng tới quyết định mua ngay lúc đó mà còn tới nhiều quyết định theo sau khác.

Ví dụ, một chiếc tivi LCD 57 inch có độ phân giải cao được rao bán với mức 3.000 đô-la. Bản thân mức giá đó không phải là chiếc mỏ neo. Nhưng nếu chúng ta quyết định mua (hoặc suy nghĩ nghiêm túc tới việc mua nó) với mức giá đó, thì nó sẽ trở thành chiếc mỏ neo của chúng ta khi mua bất kỳ chiếc tivi LCD nào.

Điều này đúng với tất cả các mặt hàng khác. Ví dụ, Giáo sư Uri Simonsohn (Đại học Pennsylvania) và George Loewenstein phát hiện ra rằng những người chuyển tới một thành phố mới đều giữ mức chi trả cho nhà ở như ở thành phố cũ. Những người chuyển từ các thị trường không đắt đỏ (ví dụ: Lubbock, Texas) tới các thành phố có mức giá trung bình (ví dụ: Pittsburgh) không tăng mức chi tiêu của họ để phù hợp với thị trường mới. Thay vào đó, họ vẫn tiêu tiền ở