

# НИКОЛАЙ ВИТЯЗЕВ

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ  
«ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ  
ЭКОНОМИКА»

**Николай Витязев**  
**Краткое содержание**  
**«Поведенческая экономика»**  
**Серия «КнижкиКратко»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27360366](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27360366)*

*Библиотека «Главная мысль»; 2017*

**Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Поведенческая экономика».** Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Классическая экономика рассматривает человека как рационального субъекта. С ее точки зрения, люди принимают взвешенные решения, основанные на полноте собранной информации, и способны сами рассчитать ценность различных предложений на рынке и даже предсказать, какой объем удовольствия получат от обладания тем или иным товаром. А если человек иногда делает неправильные выводы, он учится на своих ошибках, либо «верный путь» ему подсказывает сам рынок. Основываясь на этих представлениях о человеческом поведении, экономисты и даже маркетологи выстраивают стереотипы нашего покупательского поведения. Впоследствии эти стереотипы пытаются использовать все игроки рынка, чтобы повысить

продажи или оптимизировать расходы. Ирония в том, что ничего из вышеописанного не соответствует действительности. К такому выводу пришел профессор Массачусетского технологического университета Дэн Ариэли после того, как провел десятки экспериментов и наблюдений.

Человек значительно менее рационален в принятии решений, чем об этом принято думать. При этом наше иррациональное поведение не является случайным или бессмысленным – оно носит системный характер и вполне предсказуемо. Наш обзор по этой книге поможет вам ответить на главный вопрос: почему люди ведут себя иррационально и как на этом можно заработать.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги**

# **Авторский обзор по материалам книги «Поведенческая экономика». Дэн Ариели**

Автор обзора: *Николай Витязев*

**Дюжина способов как использовать иррациональность человека для развития бизнеса**

Классическая экономика рассматривает человека как рационального субъекта. С ее точки зрения, люди принимают взвешенные решения, основанные на полноте собранной информации, и способны сами рассчитать ценность различных предложений на рынке и даже предсказать, какой объем удовольствия получат от обладания тем или иным товаром. А если человек иногда делает неправильные выводы, он учится на своих ошибках, либо «верный путь» ему подсказывает сам рынок. Основываясь на этих представлениях о человеческом поведении, экономисты и даже маркетологи выстраивают стереотипы нашего покупательского поведения. Впоследствии эти стереотипы пытаются использовать все игроки рынка, чтобы повысить продажи или оптимизиро-

ровать расходы. Ирония в том, что ничего из вышеописанного не соответствует действительности. К такому выводу пришел профессор Массачусетского технологического университета Дэн Ариэли после того, как провел десятки экспериментов и наблюдений.

Человек значительно менее рационален в принятии решений, чем об этом принято думать. При этом наше иррациональное поведение не является случайным или бессмысленным – оно носит системный характер и вполне предсказуемо. Наш обзор по этой книге поможет вам ответить на главный вопрос: почему люди ведут себя иррационально и как на этом можно заработать.

### **Совет 1. Не продавайте товар соло, всегда размещайте что-то рядом для сравнения**

Как правило, покупатели сосредотачиваются на преимуществах одного товара перед другим и таким образом сравнивают их ценность. А если сравнить не получается? Вот три примера для размышления.

*Пример 1.* Журнал Economist несколько лет назад разместил на своем сайте такое рекламное объявление:

«Добро пожаловать в центр подписки журнала Economist. Выберите интересующий Вас тип подписки для ее начала или продления:

– Подписка на онлайн-версию журнала Economist.com – 59 долларов. Годовая подписка на элек-

тронную версию журнала. Онлайн доступ ко всем статьям журнала Economist с 1997 года.

– Подписка на печатную версию журнала – 125 долларов. Годовая подписка на печатную версию журнала.

– Подписка на печатную и онлайн-версии журнала – 125 долларов. Годовая подписка на печатную версию журнала, а также онлайн-доступ ко всем статьям журнала Economist с 1997 года».

Какое предложение кажется Вам наиболее разумным?

*Пример 2.* Представьте, что Вы заходите в магазин электроники и видите в одном ряду три телевизора:

– Panasonic с диагональю 36 дюймов за 39 тыс. руб.;

– Toshiba с диагональю 42 дюйма за 45 тыс. руб.;

– Philips с диагональю 50 дюймов за 87 тыс. руб.;

Какой телевизор Вы выберете?

*Пример 3.* Вы покупаете дом в неизвестном Вам городе. Агент по продаже показывает вам три дома, каждый из которых кажется вам интересным. Один из них построен в современном стиле, два других – в колониальном. Все три дома имеют примерно одинаковую цену, они обладают для Вас равной степенью привлекательности, единственная разница в том, что в одном из домов в колониальном стиле необходимо поменять крышу, поэтому владелец готов сделать небольшую скидку. Какой вариант Вы выберете?

Существует большая вероятность того, что Ваш выбор падет на второй (целый) дом в колониальном стиле. Дело в том, что люди принимают решения на основании сравнения. Вы не так много знаете о доме в современном стиле, его не с чем сравнить, поэтому Вы отодвинете этот вариант в сторону. Однако Вы точно знаете, что один из домов в колониальном стиле лучше, чем другой. Таким образом Вы принимаете решение, что лучше выбрать дом с хорошей крышей.

Во втором примере, Вы наверняка выбрали средний телевизор, верно? Нет, это не фокус, этому действию тоже есть рациональное объяснение. Дело в том, что людям сложно определить ценность различных вариантов, которые нельзя сравнить единым универсальным. При наличии трех вариантов большинство покупателей предпочтет средний телевизор.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.