

2. Кадровая логистика [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook118/01/part-013.htm>. Дата доступа – 03.11.2020.

3. Рогожин, М.Ю. Управление персоналом: практическое пособие. – М.: Проспект, – 2018. – 308 с.

Е.А.Алексахин

Н.С.Сталович

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

## **ЭФФЕКТ ВЛАДЕНИЯ И ИРРАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

Эффект обладания (endowment effect) – это одно из тех когнитивных искажений, которые мешают нам принимать рациональные экономические решения. Эффект обладания срабатывает всякий раз, когда мы принимаем решение расстаться с тем, чем мы обладаем, когда решаем продать то, что принадлежит нам (квартиру, машину, предмет мебели), когда хотим назначить справедливую цену за нашу собственность.

Обычно, под влиянием эффекта обладания мы совершаем следующие ошибки.

Во-первых, мы назначаем за нашу собственность завышенную цену, считаем, что наша собственность стоит хотя бы чуть-чуть, но дороже того, что предлагает нам рынок, потенциальный покупатель.

Во-вторых, мы медлим, и подолгу не продаем то, чем обладаем.

В обоих случаях мы теряем время и теряем деньги. Медля с тем, чтобы выставить свою собственность на продажу и/или не желая снизить запрашиваемую за нее цену, в итоге мы продаем свою собственность по еще более низкой цене или вообще за бесценок.

При этом нам может казаться, что наш велосипед, наш автомобиль, который мы решили продать, на самом деле, уникален и совсем не таков, как аналогичные велосипеды или автомобили, выставленные на продажу, что дело совсем не в том, что этот велосипед или автомобиль находится в нашей собственности, что мы совершенно рационально оценили достоинства нашего велосипеда или автомобиля, а цена, которую мы за него просим, вполне справедлива. Однако в действительности мы всего лишь ошибаемся и в результате упускаем свою выгоду и теряем время.

Кстати, эффект обладания – это явление, на основе которого можно показать, что о некоторых фактах, установленных наукой, было известно еще на уровне бытового, житейского познания. Действительно, все мы помним народную мудрость, в соответствии с которой, когда человек одалживает у кого-то ту или иную сумму, то берет он чужие деньги, а вот отдавать ему придется свои.

Открыл эффект обладания и ввел в науку сам этот термин известный американский экономист Ричард Талер. Произошло это еще в 1980 году.

Вообще, надо сказать, что Ричард Талер своими исследованиями (которые были посвящены далеко не только эффекту обладания) внес огромный вклад в науку и, фактически, наряду с Даниэлем Канеманом, Талер стал основателем новой интенсивно развивающейся науки – поведенческой экономики. Научная деятельность Талера, кстати, была по достоинству оценена ученым сообществом, и в октябре 2017 года Ричард Талер получил (как ранее и его старший коллега Канеман) Нобелевскую премию по экономике.

На открытие эффекта обладания Ричарда Талера, помимо прочего, натолкнула следующая ситуация. Один из преподавателей Талера – его тезка экономист Ричард Розетт – был страстным коллекционером вина. Розетт никогда не платил за бутылку больше 10 долларов, однако за время существования его коллекции рыночная цена целого ряда бутылок поднялась до 100 долларов. При этом местный торговец вином по имени Вуди много раз просил Ричарда продать ему те или иные бутылки по этой высокой цене, но Ричард всегда отказывался.

Кто-то скажет: «Так что с того? Просто коллекционер не хотел нарушать целостность своей коллекции. Причем тут какой-то эффект обладания?!» Но дело в том, что Ричард по особым случаям был не прочь откупорить одну из своих бутылок и выпить хорошего вина.

Но, возможно, Розетт просто считал, что принадлежащие ему бутылки вина стоят дороже 100 долларов? Однако в этом случае поведение экономиста как раз и будет прекрасным примером эффекта обладания: человек считает то, что принадлежит ему, более дорогим, чем это считает рынок.

Между прочим, и сам Розетт признавал свое поведение иррациональным, но, естественно, не спешил вести себя иначе...

Зачастую при описании эффекта обладания многие авторы цитируют совместное исследование Талера, Канемана и Кнетча, точнее, не все исследование, а ту его часть, которая касалась кофейных чашек.

В этом исследовании студентов одного вуза случайным образом разделили на две группы. Студентам, попавшим в первую группу, подарили кофейные чашки с логотипом их *alma mater*, тогда как студентам, попавшим во вторую группу, чашек не подарили, но всего лишь показали и предложили их купить. Затем обладателей чашек попросили назвать цену, за которую они готовы были бы расстаться с этим подарком. В то же время и студентов, которым чашки не достались, попросили сказать, за сколько они готовы были бы кофейную чашку купить.

И (как, безусловно, уже догадался читатель) эти цены систематически и значимо отличались: обладатели чашек называли цену, в два-три раза превышающую цену, названную теми, кто кофейными чашками не обладал.

Откуда же берется эффект обладания?

Я думаю, тут речь идет о трех, с моей точки зрения, самых страшных словах: «я», «мне» и «мое». Дело в том, что личность человека, как правило, до некоторой степени распространяется на его собственность. Я, например, не допускаю, чтобы кто-то из членов моей семьи садился в мое кресло-для-чтения или пользовался моей чашкой. Мне кажется, каждый может вспомнить массу таких примеров. Никогда не забуду, в частности, одного своего родственника,

который, увидев на моей вешалке такой же шарф, как у него, сказал: «о, шарф почти как мой, только мой чуть получше». А еще один мой знакомый, как он утверждал, будучи школьником всегда зачеркивал на обложке общей тетради слово «общая», а вместо него писал слово «моя». Да, для всех нас «иметь» слишком часто означает «быть».

И в результате, продавая что-то, человек воспринимает это как потерю части себя, как отказ от одного из своих атрибутов и чуть ли ни как понижение собственного статуса.

Итак, если Вы поняли, что Вам необходимо продать какую-то свою собственность, оценивайте эту собственность объективно, не позволяйте эффекту обладания влиять на Ваше решение. Имейте в виду, что покупательная способность денег со временем падает, а вещи с течением времени стареют (причем не только физически, но и морально) и, обычно, теряют в стоимости, поэтому чем дольше Вы медлите с продажей, тем больше денег теряете.

Это, конечно, не означает, что надо спешить с продажей настолько, чтобы отказываться от своей собственности за бесценок.

Кстати, если речь идет не о продаже, а об аренде, эффект обладания также может исказить Ваши представления. В частности, если Вы решили сдать в аренду свой дом или свою квартиру, Вам следует ориентироваться, прежде всего, на рыночные цены, установившиеся в соответствующем районе на эквивалентную недвижимость.

Отмечу в заключение, что эффект обладания связан с ошибкой невозвратных издержек. Действительно, часто мы хотим продать нашу собственность выше рыночной цены и/или медлим с ее продажей потому, что хорошо помним, с каким трудом нам эта собственность досталась.

Также эффект обладания тесно связан с когнитивным искажением под названием «неприятие потерь».

### **Список использованных источников**

1. Kahneman, D., Knetsch, J., & Thaler, R. (1991). Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), – С. 193–206.

2. Thaler, R. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, – 39-60.

Р.А.Ашомко, А.С.Беляева  
Н.С.Сталович

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О.Сухого»

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЭЛЕКТРОАППАРАТУРА»)**

Конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни