Виктор Плавский

Почему мы покупаем лишнее

Виктор Плавский

Почему мы покупаем лишнее

«Автор»

2026

Плавский В.

Почему мы покупаем лишнее / В. Плавский — «Автор», 2026

Зашли за одной вещью, а заказали три. Доставка стала бесплатной, но чек вырос. Купили абонемент со скидкой — теперь бы ещё найти время им пользоваться. Почему разумные на первый взгляд решения иногда приводят к лишним покупкам? Я разбираю знакомые ситуации: зачёркнутые цены, последние экземпляры, баллы, отзывы и бесплатные периоды. На примерах с расчётами в рублях покажу, за что мы платим и какие условия стоит проверить. В конце — две новые ситуации с разборами и короткая заметка для своей покупки. Вместе разберёмся, когда предложение помогает получить нужное, а когда незаметно меняет наши планы.

© Плавский В., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Введение 5
Часть первая. Как появляется желание купить 6
В какой момент появилась другая задача 7
Что останется, если убрать предложение 9
Ненужная вещь бывает нужна другому 10
2. Покупка ради удовольствия 11
Можно хотеть без большой причины 12
Маленькое не всегда означает дешёвое 13
Удовольствие не обязано повторяться 14
Радость и возможность заплатить 15
3. «Я это заслужил» 16
Что хотелось получить сегодня 17
Сколько занятий удастся посетить 18
Объяснение после оплаты 19
Не надо побеждать себя 20
4. Что продаёт красивая картинка 21
На что здесь можно опереться 22
Когда кадр оставляет вопрос за краем 23
Комплект на фотографии и комплект в заказе 24
Красота может быть настоящим свойством 25
Часть вторая. Цена, которая кажется выгодной 26
Чайник со скидкой оказался дороже 26
Откуда взялось число под зачёркиванием 28
Почему большая старая цена так убедительна 29
Хорошая скидка бывает настоящей 30
Конец ознакомительного фрагмента. 31

Виктор Плавский
Почему мы покупаем лишнее

Введение

В корзине лежит лампа. Вы её искали, выбрали и почти оплатили. До бесплатной доставки не хватает шестисот рублей. Добавить органайзер? Вроде пригодится. Да и странно отдавать деньги за доставку, если можно получить вещь.

Через несколько минут заказ оформлен. Доставка — ноль рублей. Общий платёж почему-то больше, чем был. Значит, сэкономили или нет?

С таких поворотов я и начну. Мы редко выходим из дома с намерением накупить лишнего. Обычно собираемся сделать что-то вполне понятное: заменить чайник, порадовать себя, выбрать подарок, посмотреть фильм. По дороге появляются новые доводы. Скидка скоро закончится. Отзывы отличные. С набором выгоднее. Подписка первый месяц почти ничего не стоит. Каждый довод по отдельности звучит разумно. В результате получается покупка, которую мы не собирались делать, а иногда и не особенно хотели.

Не будем заранее записывать её в ошибки. У незапланированной вещи может оказаться прекрасная жизнь: шарф станет любимым, книга — нужной, красивое блюдо — поводом наконец позвать гостей. Бывает и обратное. Вещь так и остаётся в коробке, зато рассказ о выгодной сделке живёт долго и счастливо.

Здесь не будет соревнования, кто меньше потратил. Самый дешёвый отпуск — тот, в который не поехали, но такой ответ едва ли поможет человеку, который хочет отдохнуть. Я хочу вместе с вами разобраться: что именно обещает покупка, какие расходы за ней стоят и подходят ли её условия нашей обычной жизни.

Первые четыре главы — о том, как меняется само желание. Затем разберём цену, срочность, доставку и бонусы. В третьей части посмотрим, кому доверяем выбор: другим покупателям, рекомендациям, блогерам, а порой и однажды настроенному автоплатежу. В последней соберём всё вместе на нескольких подробных покупках.

Все истории, суммы и названия вымышленных моделей в примерах придуманы для этой книги. Их условия указаны прямо в тексте; они не описывают сегодняшние акции конкретного магазина. Когда речь идёт о реальном сервисе или исследовании, рядом стоит номер источника. Список источников — в конце книги. Российские условия сервисов проверены 17 октября 2026 года, но перед оплатой или отменой подписки всё равно нужно сверить условия своего предложения.

Можно читать подряд, а можно сразу открыть главу о ситуации, которая сейчас знакома. Когда нужно разобраться с ценой заказа, пригодятся главы 5, 7 и 8; с отзывами — 9 и 11; со следующим списанием — 12. В конце есть два новых примера, на которых можно проверить свои рассуждения, и короткая запись для собственной покупки. Калькулятор понадобится несколько раз. Надзиратель над каждым желанием — ни разу.

Если деньги уже расписаны до следующего поступления, совет «откажитесь от лишнего» может совсем не помочь. Маленький доход не становится виной покупателя. Можно сразу перейти к условиям необходимой покупки: сколько заплатите целиком, хватит ли на ближайшие расходы и не появится ли ещё один платёж. Я не обещаю увеличить ваш доход или решить проблему долгов с помощью этой книги.

Часть первая. Как появляется желание купить
1. Собирались купить одно

Представьте обычную задачу: дома потекла бутылка для воды. Нужна другая, чтобы брать на работу. Вы знаете, чего хотите: пол-литра, крышка без протечек, возможность мыть без щётки длиной с удочку. На покупку готовы потратить до тысячи рублей.

В каталоге находится бутылка за 790. Но рядом есть модель за 1490: необычный цвет, ремешок, красивый чехол. На фотографии она стоит на столике у моря. Воды в ней столько же, зато жизнь вокруг заметно лучше организована.

Вы открываете дорогую. Читаете описание. Вместе с ней предлагают контейнер для еды и сумку. Тут вспоминается, что давно хотелось меньше обедать вне дома. Наконец-то можно начать брать еду с собой! В корзину отправляется набор за 3200. Протекавшая бутылка послужила входным билетом в целую новую привычку.

В какой момент появилась другая задача

В наборе нет ничего дурного. Может быть, он действительно поможет носить обеды. Но к исходной покупке добавилась вторая: вы покупаете вещи для образа жизни, который пока только планируете.

Разделить эти задачи полезно без допроса с пристрастием. Первая проверяется просто: помещается ли бутылка в сумку, удобно ли её мыть, не течёт ли крышка? Во второй нужны другие сведения. Есть ли время готовить? Есть ли холодильник и место для обеда на работе? Что раньше мешало брать еду? Если мешала неудобная упаковка, хороший контейнер может помочь. Если выходить из дома приходится за пять минут до автобуса, новая сумка не приготовит ужин за нас.

Посмотрите, как изменился смысл денег. Сначала 790 рублей решали задачу с водой. Теперь 3200 будто покупают порядок в питании. Разница — 2410 рублей, но не только она важна. У второй покупки появились обязанности: готовить, мыть контейнеры, собирать сумку. Товар продаётся один раз, пользоваться им придётся нам.

Такие повороты бывают и без красивой фотографии. Поиск одной вещи открывает проблему, которую раньше не замечали. Сравнивая лампы, можно обнаружить, что на столе неудобно работать из-за бликов. Выбор рюкзака помогает понять, что старый слишком тяжёл. Это полезные открытия. Нельзя заранее объявить любое изменение списка происками продавца.

Разница в том, можете ли вы объяснить новую задачу вне магазина. «Контейнер нужен, потому что три раза в неделю беру приготовленный ужин на работу» звучит иначе, чем «Этот набор очень выгодно смотрится рядом с бутылкой». В первом объяснении есть ваша жизнь. Во втором пока только соседство товаров.

Рисунок 1. Как одна покупка превращается в другую. Схема условного примера: новый замысел требует отдельного решения.

Что останется, если убрать предложение

Допустим, на странице исчезли скидка, море и надпись «Для активной жизни». Остались предметы, размеры и цены. Бутылка всё ещё нужна. Контейнер тоже может быть нужен. Сумка, возможно, просто нравится. Теперь можно выбрать их по отдельности, а не соглашаться сразу со всем набором.

Особенно полезно отделять то, что нужно сейчас, от того, что хочется попробовать. Для пробы не всегда требуется полный комплект. Чтобы понять, удобно ли брать домашнюю еду, иногда достаточно имеющейся ёмкости и двух обедов. Если проблема действительно в упаковке, покупка будет точнее. Если привычка не прижилась, дома хотя бы не появилась торжественная сумка, которая молча укоряет за каждый купленный пирожок.

Но не делайте из этого обязательный закон: сначала месяц страдать, потом приобретать удобную вещь. Протекающая ёмкость — плохой способ проверить, понравится ли носить обед. Иногда именно подходящий предмет делает занятие возможным. Нужно понять, что мешает, а не заслужить покупку неудобством.

Примерно такой же выбор возникает с новыми увлечениями. Набор для рисования может дать всё необходимое для первой попытки. Профессиональный мольберт и десятки красок — уже другое решение. Если вы собираетесь на курс, где преподаватель дал список, набор имеет понятную работу. Если пока лишь нравится мысль о светлой мастерской, стоит оставить ей место в мечтах, не обставляя сразу весь угол.

Ненужная вещь бывает нужна другому

Слово «лишнее» легко превращается в оценку характера. Купили декоративную свечу — значит, поддались рекламе. Взяли обычную — значит, разумный человек. Только такое сравнение ничего не говорит о самих людях.

Один покупатель любит свечи и регулярно их зажигает. Другой терпеть не может запахи, но положил набор в корзину ради акции. Одинаковый товар, разные покупки. Для первого дорогая свеча может быть хорошим расходом. Для второго даже дешёвая окажется лишней.

Дальше я буду разбирать покупки с учётом того, как человек собирается пользоваться вещью. Бутылку носят с собой, по билету идут на спектакль, фильм смотрят, подарок радует получателя. Одной надписи «полезная вещь» на упаковке для этого мало.

При этом нам не всегда удаётся угадать будущее. Планы меняются, вещь оказывается неудобной, занятие не нравится. Это ещё не значит, что решение было глупым. Можно разумно выбрать пробу и узнать, что она не для вас. Другое дело — закупить дорогое оборудование для занятия, которое ещё даже не пробовали.

У бутылки из нашего примера есть три честных исхода. Вы берёте простую за 790 и решаете исходную задачу. Покупаете красивую за 1490: доплачиваете 700 за цвет и удобные детали, которые вам нравятся. Или выбираете весь набор, потому что понимаете, как будете им пользоваться. Ни один исход не требует оправдания словами «так выгоднее», если причина в другом.

Иногда достаточно назвать эту причину вслух. «Мне нравится эта вещь, и я готов столько заплатить» — полное предложение. Продавцу можно не поручать сочинять к нему продолжение.

2. Покупка ради удовольствия

У нас есть удивительная привычка: сначала хотеть красивую вещь, а потом искать для неё серьёзную должность. Кружка улучшит настроение на работе. Постер создаст вдохновляющую среду. Новый блокнот поможет разобраться с делами. Просто нравиться им как будто недостаточно — надо приносить пользу народному хозяйству.

В результате вместо небольшого удовольствия появляется завышенное обещание. Кружке полагалось радовать цветом, а мы поручили ей спасать понедельник. Не справилась. Видимо, нужна другая кружка.

Можно хотеть без большой причины

Представьте две покупки по 600 рублей. Первая — билет на фильм, который давно хотелось посмотреть. Вторая — небольшая фигурка на полку. Одна занимает два часа, другая остаётся дома. Нельзя вычислить лучшую только по сроку службы: человек может любить кино и не хотеть фигурку или наоборот.

У удовольствия есть цена, и оно не обязано маскироваться под необходимость. Если деньги на него предусмотрены, вещь нравится и условия понятны, такая покупка имеет свою причину. Больше вопросов появляется, когда мы не хотим ни фильм, ни фигурку, а хотим перестать жалеть об упущенной скидке.

Для начала спросите себя: чем именно я буду наслаждаться? В фильме — историей, музыкой, вечерним выходом. В фигурке — её видом на знакомой полке. В случайном наборе — пока только тем, что его удалось купить дешевле заявленной цены. Последняя радость тоже существует, но после оплаты она может закончиться раньше доставки.

Иногда удовольствие именно в поиске: походить по книжному, рассмотреть посуду, сравнить ткани. Тогда оплаченная вещь не обязательно нужна, чтобы день удался. Можно уйти без покупки и не считать прогулку зря потраченным временем. Магазину такой финал менее интересен. Но нам не обязательно заканчивать каждую экскурсию в кассе.

Маленькое не всегда означает дешёвое

Предположим, вы три раза в неделю заказываете десерт за 250 рублей, который действительно любите. За четыре такие недели получится двенадцать заказов и 3000 рублей. Это условный месяц из четырёх недель, а не средний расход за календарный год.

Можно решить, что удовольствие стоит этой суммы. Можно оставить один заказ в неделю и потратить 1000 рублей за те же четыре недели. Но совет «лучше совсем отказаться» будет странным, если именно этот небольшой ритуал вам дорог и деньги на него есть.

И наоборот: можно обнаружить, что десерт берётся автоматически, половина остаётся, вкус давно не радует. Тогда сокращение покупок убирает не удовольствие, а привычный платёж. Нам не нужно доказывать, что сладкое вообще бесполезно. Достаточно посмотреть на конкретные двенадцать заказов.

Таблица 1. Разные причины одного расхода. Это вопросы к себе, а не диагнозы.

Что радует	Что проверить	Возможное решение
Сама вещь или занятие	Нравится ли без скидки	Купить по подходящей цене
Прогулка и поиск	Нужен ли оплаченный итог	Уйти без вещи
Выигранная сделка	Что останется после оплаты	Проверить нужность отдельно
Привычный ритуал	Радует ли он сейчас	Сохранить или изменить

Удовольствие не обязано повторяться

Бывает, вещь радует один раз. Это нормально для праздничных цветов, концерта или поездки. Но с долговечными товарами мы часто считаем длительность будущей радости само собой разумеющейся. «Буду каждый день смотреть и улыбаться». Возможно. А возможно, через неделю предмет станет частью комнаты и перестанет привлекать внимание.

Не будем обещать себе постоянный восторг там, где достаточно приятного начала. Если цена устраивает именно за такое удовольствие, покупка остаётся понятной. Если же она оправданна только при условии «эта вещь будет много лет каждый день менять настроение», мы дали предмету слишком ответственную работу.

С коллекцией ситуация особая. Для человека, который собирает чашки, ещё одна чашка может иметь смысл как часть собрания. Для человека, у которого уже негде хранить посуду и который хочет освободить кухню, похожая покупка создаёт конфликт. Не стоит заимствовать чужое удовольствие вместе с чужим оправданием. Коллекционер рассказал о своей чашке, не назначил нам новую.

То же касается подарков. Наше удовольствие от выбора не гарантирует удовольствия получателя. Красиво упакованный набор может быть хорошим подарком, если человеку подходят предметы. Но когда мы знаем лишь, что набор продавался с большой скидкой, знаем пока слишком мало. Иногда вопрос «Что вам сейчас пригодится?» звучит менее эффектно, чем сюрприз, зато подарок потом действительно используют.

Радость и возможность заплатить

У приятной покупки могут быть неподходящие финансовые условия. Вещь нравится, но на неё сейчас нет свободных денег. Это не делает желание неправильным. Оно означает, что решение придётся отложить или изменить.

Особенно важно не путать небольшой первый платёж с доступной ценой. Если вещь за 8000 разбита на четыре платежа по 2000 без дополнительных сборов, цена остаётся 8000. Первые 2000 отвечают на вопрос «сколько нужно сегодня», а не «сколько стоит покупка». Если есть комиссии или другие условия, общий расход окажется ещё больше. Я не буду советовать кредитные продукты. Для сравнения цен нужно посчитать все обязательные платежи.

Можно заранее отложить сумму на то, что просто нравится. Так видно, сколько вы готовы потратить на приятные покупки. Если на приятные вещи за месяц есть 2000 рублей, можно потратить их на одну покупку или несколько. Не приходится заново устраивать судебное заседание над каждой свечой.

Размер этой суммы зависит от ваших обстоятельств. Ноль тоже возможен, когда деньги нужны на обязательные расходы. Чужое правило «оставляйте себе столько-то процентов» не знает ни вашей аренды, ни лечения, ни помощи близким. Сначала реальные обязательства, затем способ распределения оставшихся денег.

Удовольствие не требуется отрабатывать пользой. Зато ему, как и любой другой покупке, нужны понятные условия. Когда они есть, мы можем спокойно радоваться вещи. Без докладной записки о её вкладе в продуктивность.

3. «Я это заслужил»

День был тяжёлый. Вечером хочется чего-то приятного, и телефон оказывается под рукой раньше, чем чай. В рекомендациях — удобное кресло, красивый плед, курс о новой профессии. К каждому предложению найдётся объяснение. Надо заботиться о себе. Пора менять жизнь. Сколько можно всё откладывать?

Эти слова могут быть правдой. Проблема не в них, а в том, насколько точно выбранная покупка отвечает на сегодняшнее желание.

Что хотелось получить сегодня

Допустим, вы очень устали и хотите провести час без дел. Новый плед за 1800 обещает уют, но приедет через четыре дня. Вечер всё равно придётся устроить сегодня: освободить время, выключить рабочие уведомления, лечь на диван. Если старый плед подходит, покупка не является условием отдыха.

Это не довод против нового пледа. Он может быть мягче, красивее или просто нравиться. Тогда покупаются эти свойства. Только не нужно считать, что оплаченная коробка уже дала отдых. Уют на фотографии и свободный час в расписании — разные вещи.

С курсом бывает ещё заметнее. Желание изменить работу серьёзное. Но между оплатой и новой профессией находятся занятия, практика, поиск возможностей и множество обстоятельств, которые нельзя добавить в корзину. Если курс подходит и для него есть время, он может быть полезным шагом. Если времени нет, скидка не создаст его после оплаты.

Мы умеем покупать принадлежности будущих усилий вместо самих усилий. Новые кроссовки — вместо пробной прогулки, планировщик — вместо выбора трёх дел, приложение — вместо десяти минут занятия. Вещь может поддержать действие, но не совершит его за нас. Планировщик, к счастью для него, не переживает из-за незаполненных клеточек.

Сколько занятий удастся посетить

В исследовании Стефано Делла Виньи и Ульрике Мальмендир изучались договоры и посещения трёх американских фитнес-клубов. Часть клиентов с месячной оплатой посещала зал так редко, что разовые визиты обошлись бы дешевле. Авторы рассматривали переоценку будущих посещений как одно из объяснений выбора и задержки отмены. Это данные определённых клубов, не прогноз для любого российского абонемента. [1]

Покажу на условных тарифах. Месяц стоит 3000 рублей, разовое посещение — 500. За шесть визитов оба способа дают 3000. Начиная с семи абонемент дешевле при одинаковых остальных условиях. На четырёх визитах разовая оплата составит 2000, на двух — 1000.

Вопрос не в том, кто умеет делить. В момент оплаты легко представить три тренировки каждую неделю. А обычная неделя устроена сложнее: дорога, дети, поздняя работа, простуда, дела дома. Сравнивать тарифы лучше с расписанием, которое у нас действительно получается, а не с торжественной версией жизни после понедельника.

Таблица 2. Условные тарифы одного клуба. Остальные условия одинаковы; месяц — один оплачиваемый период.

Визитов за месяц	По 500 ₽ за визит	Абонемент
2	1000 ₽	3000 ₽
4	2000 ₽	3000 ₽
6	3000 ₽	3000 ₽
8	4000 ₽	3000 ₽

Если абонемент включает нужные занятия, а разовый тариф — нет, это уже другое сравнение. Если действует платная регистрация, обязательный годовой договор или ограничения на посещение, их тоже нужно учесть. Простая таблица помогает только при указанных условиях, не отменяет мелкий шрифт.

Можно сначала попробовать короткий период. Разовые визиты могут стоить дороже, зато до покупки абонемента вы поймёте, подходят ли зал, время и дорога. Но если вы давно ходите в этот клуб восемь раз в месяц, снова проверять привычку разовыми визитами незачем.

Объяснение после оплаты

Теперь другая сцена. Вы заказали дорогую сумку, хотя собирались посмотреть цены. Она нравится. После оплаты появляется мысль: зато прослужит долго, подойдёт ко всему и заменит несколько других.

Возможно, так и будет. Но утверждения ещё можно проверить. Удобны ли застёжки? Помещаются ли вещи? Есть ли подходящая одежда? Сумка не обязана оказаться плохой только потому, что доводы пришли позже. Однако поздний довод не становится доказательством: «заменит несколько» нужно сравнить с тем, что вы действительно носите.

Полезно различать причину и объяснение. Причина могла быть простой: понравилось. Объяснение — попыткой сделать расход солиднее. Если сумка помещается в бюджет и радует, простая причина выдерживает разговор. Если для оправдания приходится обещать себе будущую экономию, стоит проверить, получится ли она вообще.

Так же работает фраза «пригодится». У неё нет срока, места и действия, поэтому к ней подходит почти любая вещь. Складная лестница пригодится, если вы регулярно добираетесь до высоких полок. Вторая дорожная косметичка пригодится, если одна используется для поездок, другая для бассейна. Пятый похожий набор без отдельной задачи пока только сможет пригодиться. Возможность ещё не стала планом.

Не надо побеждать себя

Из этого легко вывести суровый совет: не покупать вечером и никогда не доверять желанию после тяжёлого дня. Но иногда вечером как раз появляются время и возможность спокойно выбрать. Иногда нужная вещь замечена случайно. Часы не выдают решениям сертификат качества.

Если вы замечаете, что в определённом состоянии выбираете хуже, можно изменить свои условия: сохранить товар, посмотреть завтра, попросить близкого человека обсудить большой расход. Так будет проще понять, нужна ли вам покупка и подходят ли её условия. Не требуется считать себя человеком без силы воли.

И не обещайте себе, что любая покупка решит то, что она решить не может. Кресло может поддерживать спину и быть удобным. Оно не способно отменить рабочие созвоны. Плед может приятно согревать. У него нет полномочий освободить выходной.

Иногда забота о себе действительно начинается с покупки: подходящей обуви, качественной еды, услуги, которая освобождает время. Иногда — с отказа от ещё одной задачи, которую мы собрались купить вместе с новым увлечением. Главное, чтобы забота доставалась нам, а не только будущему человеку с идеальным расписанием.

4. Что продаёт красивая картинка

На фотографии маленький стол. На нём ноутбук, чашка и одна ветка в вазе. Комната просторная, света много. Вы ищете стол для угла между диваном и батареей. На вашем будущем столе будут монитор, клавиатура, бумаги и зарядка. Ваза, скорее всего, не пройдёт конкурс на свободное место.

Фотография помогает увидеть вещь. Но вместе с ней предлагает готовую сцену, и эти два сообщения легко принять за одно. Стол красивый. Комната красивая. Значит, стол сделает красивой комнату. Между второй и третьей мыслью потерялись размеры, мебель и наша обычная жизнь.

На что здесь можно опереться

Начнём с видимых деталей. Цвет, форма ножек, расположение ручек — всё это действительно относится к товару, хотя оттенок на экране может отличаться. Но простор вокруг стола не входит в коробку. Как и дневной свет, минимальное количество проводов или свободное утро.

Если ширина стола 80 сантиметров, а монитор занимает 55, важно понять, что останется для других вещей. Если глубина 40, нужен ли вам более глубокий стол? На снимке маленький ноутбук оставляет много пустоты; большой монитор изменит вид и удобство.

Надёжнее сначала измерить место дома, затем записать то, что должно поместиться. Не нужно выполнять архитектурный проект ради каждого табурета. Но мебель, техника и крупные вещи редко прощают сравнение на глаз. Переделывать угол после доставки дороже, чем один раз найти рулетку.

С одеждой похожая история. На модели вещь сидит определённым образом; у вас могут быть другие рост и пропорции. Вам может нравиться весь образ, хотя в корзине только жакет. Если нужная длина зависит от роста, полезны замеры, а не только слово «удлинённый». Если впечатление создаёт расстёгнутый жакет поверх подходящей одежды, стоит представить свой обычный комплект.

Когда кадр оставляет вопрос за краем

Предположим, вы выбираете пылесос. На снимке он красиво стоит у чистой стены. Не видны шнур, насадки, контейнер и место, где всё это хранится. Для одного покупателя эти детали несущественны. Для другого именно они определяют удобство.

Не будем требовать от одного кадра показать всё. На главной фотографии подчёркнуты лишь некоторые особенности вещи. Поэтому я предлагаю искать недостающие сведения в характеристиках, других фотографиях, инструкции или ответе продавца. Если важной детали нигде нет, приятная картинка не заменяет её.

Таблица 3. Как перевести впечатление от изображения в проверяемый вопрос.

Что привлекает	Что осталось за кадром	Что посмотреть
Просторный рабочий стол	Размеры своей техники	Замеры места и столешницы
Лёгкая уборка	Вес и хранение насадок	Характеристики и комплект
Удобная одежда	Рост и движение человека	Замеры и условия примерки
Аккуратная кухня	Объём вещей в шкафах	Свободное место дома

Иногда помогает фотография своего угла комнаты, полки или вещей, которые должны войти в сумку. Она нужна только вам: сопоставить предмет со своей обстановкой, пока чужая сцена ещё свежа в памяти.

Комплект на фотографии и комплект в заказе

Отдельная путаница возникает с аксессуарами. Светильник показывают с лампочкой, стеллаж — с коробками, инструмент — с расходниками. Иногда всё это входит в цену, иногда нет. В главе о доставке я покажу, как лампочки меняют стоимость заказа. Такие сведения нужно искать в составе комплекта, а не угадывать по снимку.

Если текст и фотографии противоречат друг другу, уточните у продавца, что придёт. Ответ стоит сохранить вместе с заказом: разбираться после доставки может быть сложнее.

Проверьте и выбранный вариант. На главном изображении может быть большой набор, а в корзине — маленькая упаковка. На фотографии модель с дополнительной функцией, в заказе — без неё. Какую именно версию вы оплачиваете?

С отзывами та же история: уточняйте, какую версию обсуждают покупатели. Подробно поговорим об этом в девятой главе.

Красота может быть настоящим свойством

После всех проверок хочется перестать доверять красивым снимкам. Не надо. Внешний вид — нормальное основание выбора, особенно для вещи, которую мы будем видеть каждый день. Проблема возникает не от красоты, а от незаметной подмены: цвет покупается вместе с обещанием порядка, кресло — вместе с обещанием отдыха, спортивная форма — вместе с обещанием дисциплины.

Можно предпочесть красивый стол обычному и доплатить за него. Важно только, чтобы он был столом нужного размера и не требовал для своего великолепия ещё одной квартиры. Мы вправе любить вид вещи, не усыновляя всю фотографию.

Часть вторая. Цена, которая кажется выгодной
5. Зачёркнутая цена и настоящая выгода

Чайник со скидкой оказался дороже

Представьте, что старый чайник перестал включаться. Новый нужен сейчас, поэтому вы выбираете подходящую модель: тот же объём, удобная крышка, без лишних функций. У одного продавца она стоит 2800 рублей вместо 7000. Рядом крупно написано: «Скидка 60%».

Сумма впечатляет. Четыре тысячи двести рублей словно удалось спасти одним нажатием. Хотя вчера мы их никому не обещали, сегодня уже приятно считать себя людьми, которые умеют экономить.

Открываете ещё два предложения той же модели. Во втором магазине чайник стоит 2590 рублей, без зачёркнутой цены. В третьем — 2690 вместо 4000. Для начала договоримся: комплектация, состояние товара и условия получения одинаковы, доставка бесплатна, дополнительных платежей нет. Это позволит сравнить именно цены, не отвлекаясь на другие различия.

Таблица 4. Одна модель чайника у трёх условных продавцов. Все суммы — окончательные платежи.

Предложение	Что написано об акции	Платим сейчас
Магазин А	7000 → 2800 ₽; скидка 60%	2800 ₽
Магазин Б	Без указанной скидки	2590 ₽
Магазин В	4000 → 2690 ₽	2690 ₽

У магазина А арифметика сходится: из 7000 вычли 4200, осталось 2800. Только магазин Б всё равно дешевле на 210 рублей. Объявленная скидка говорит о разнице между двумя числами в одном предложении. Она не определяет, сколько просят за такую же вещь остальные продавцы.

Для сравнения я оставил на рисунке только суммы к оплате. Никаких эффектных процентов — только деньги, с которыми придётся расстаться.

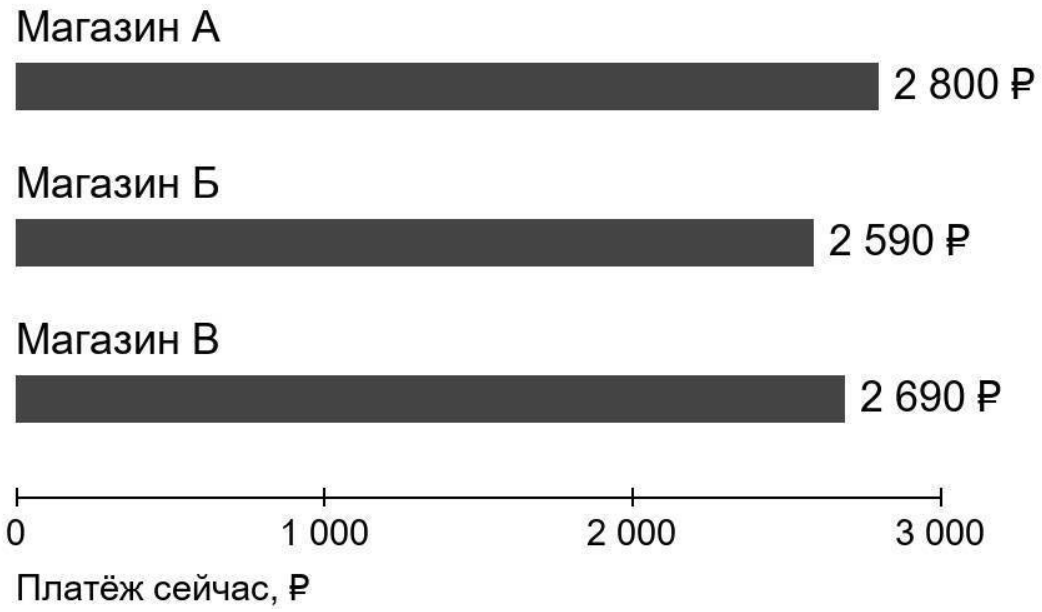

Рисунок 2. Платёж за один и тот же чайник при одинаковых условиях. Цены условные; самая большая объявленная скидка не дала самой низкой цены.

Самая короткая полоса у магазина Б. В этом примере предложение без акции выгоднее обоих предложений с зачёркнутыми ценами. Из этого не следует, что акции бесполезны. Следует лишь, что выбирать победителя по величине скидки рановато.

Если вы предпочитаете магазин А из-за удобного получения или знакомого обслуживания, доплата в 210 рублей может вас устраивать. Тогда вы платите за удобство. Это вполне понятная причина — её незачем переодевать в экономию.

Откуда взялось число под зачёркиванием

В нашем примере написано «вместо 7000». Но что означает эта сумма? Возможно, магазин действительно раньше продавал чайник за 7000. Возможно, производитель рекомендовал такую розничную цену, а реальные магазины давно продают дешевле. Или продавец сравнивает своё предложение с чужим.

В обзоре британского регулятора CMA разделены четыре варианта сравнения: с прежней ценой самого магазина, ценой других продавцов, рекомендованной ценой производителя и ценой, которую магазин собирается установить после акции. Для покупателя это разные сведения, даже если рядом с каждым стоит одинаково красивый процент. [2]

Допустим, 7000 рублей — рекомендованная цена производителя. Из неё можно честно вычесть 60 процентов и получить 2800. Но такой расчёт сам по себе не показывает, сколько чайник стоил вчера. Рекомендация производителя не становится историей продаж от того, что её перечеркнули.

Теперь допустим, что это действительно прежняя цена магазина. Она полезна, если вы давно присматриваетесь именно к этому предложению. Но даже реальное снижение с 7000 до 2800 не исключает цены 2590 у другого продавца. Цена в одном магазине может заметно снизиться и всё ещё быть выше, чем в соседнем.

Поэтому стоит поискать короткое пояснение рядом с ценой или в условиях акции. Что обозначает зачёркнутая сумма? Когда она действовала? К чему относится скидка: ко всей модели или только к одному цвету, размеру, набору?

Если пояснения нет, не обязательно немедленно раскрывать заговор. Просто число пока ничего не рассказывает о прежних платежах покупателей. Сравнить сегодняшние предложения всё ещё можно. Для этого знать биографию каждого ценника не требуется.

Почему большая старая цена так убедительна

Когда мы регулярно покупаем молоко, знакомая цена помогает заметить перемену. С чайником сложнее: его покупают не каждый день, да и моделей много. Увидев 7000 рядом с 2800, легко принять первое число за нормальную стоимость и уже от него оценивать второе.

В исследованиях такое число, от которого начинается сравнение, называют якорем. Не стоит понимать этот образ слишком буквально: человека никто намертво не привязал к покупке. Предложенная цена может повлиять на оценку выгоды. [2]

В работе Джоэла Урбани, Уильяма Бердена и Дэна Уайлбейкера участники выбирали товар, совершая условную покупку на компьютере. Объявленная «обычная» цена повышала оценку предложения; похожий эффект наблюдался и при завышенной цене сравнения, в том числе у более скептичных участников. Это вывод конкретных экспериментов, а не измерение поведения российских покупателей. [3]

Нам не нужно превращать это наблюдение в страшилку о том, что мозг всегда проигрывает магазину. В чайниковом примере достаточно заметить, какой вопрос подсказывает карточка. Вместо «Стоит ли этот чайник 2800?» появляется «Как отказаться от скидки в 4200?».

Второй вопрос уже предполагает, что 7000 — подходящая исходная цена. А мы этого ещё не выяснили.

Попробуйте мысленно закрыть зачёркнутую сумму. Остались чайник, его характеристики и 2800 рублей. Захотелось бы купить его на этих условиях? Такой вопрос не даёт волшебной защиты от рекламы, зато возвращает разговор к самой вещи. У чайника всё-таки должны быть достоинства кроме ценника.

Хорошая скидка бывает настоящей

Поменяем условия. Вы несколько недель смотрели одну и ту же модель, записали её цену — 3500 рублей. Теперь тот же магазин продаёт её за 2800. Получение и комплектация не изменились. Разница — 700 рублей, или 20 процентов от записанных 3500.

Если чайник вам нужен и подходящих предложений дешевле нет, это разумный повод купить. Нет необходимости отказываться от реальной выгоды только потому, что слово «скидка» умеет привлекать внимание.

Но даже здесь полезно различать две вещи. Записанная цена показывает, что предложение стало дешевле по сравнению с конкретным наблюдением. Она не доказывает, что перед вами минимум за год или лучшая цена во всей стране.

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.