

Weird weather turns us
into irrational shoppers.



“이상한 날씨가
우리를 비이성적인 소비자로 만든다”

Psychologists have long been aware of a curious phenomenon known as “projection bias.” We tend to think the future will resemble the present more closely than it actually does. So, for example, studies have found that shoppers who buy groceries for the week on an empty stomach tend to buy far more food (and more junk food) than they end up needing. When you're hungry, you expect you'll always want a lot of food.



심리학자들은 “투사편향”이라는 현상에 대해서 오랫동안 알고 있었습니다. 미래가 현재와 유사할 것이라고 생각하는 심리적 편향입니다. 예를 들어, 배가 고픈 상태에서 장을 보면 필요 이상의 음식을 구매한다는 것을 밝혔습니다. (정크 푸드 구매 또한 증가). 배고픈 상태일 때는, 항상 많은 음식이 필요할 것이라고 생각하는 것입니다.

But it turns out that projection bias can be surprisingly pervasive and affects even massive purchases like cars and homes. A new NBER paper (pdf) finds that abnormal weather can dramatically shape our buying habits. People are far more likely to buy SUVs with four-wheel drive when it's snowing, or overvalue homes with swimming pools when the sun is scorching — and often end up lamenting the purchases later.

더욱더 놀라운 것은, 투사편향은 자동차나 집을 구매할 때도 매우 큰 영향을 끼친다는 것 입니다. 전미경제연구소 논문에 의하면 비정상적인 날씨가 우리의 구매 행동에 영향을 끼칩니다. 예를 들어 자동차를 구매하는 날 눈이 온다면, 사람들은 사륜구동 SUV를 구매할 가능성이 매우 높아지고, 또한 매우 더운 날씨에 집을 구매 할 때는 수영장이 있는 집을 구매할 가능성이 높아집니다 — 많은 사람들은 이러한 구매를 나중에 매우 후회하게 됩니다.

Okay, no big deal, right? Except, as the economists found, many people end up later regretting their weather-influenced purchases. "[A] vehicle is more likely to be returned quickly," the authors note, "when purchased on a day with abnormal weather—evidence in favor of projection bias."

그래서 이게 왜 중요한가요? 날씨로 인해 소비 패턴이 바뀐 경우 사람들은 매우 후회한다고 경제학자들이 밝혔습니다. “비이상적인 날씨에 구입한 차량은 소비자들이 환불할 가능성이 매우 높아진다” 라고 논문 저자들은 썼으며, 이러한 행동들은 투사편향을 보여주는 증거로 보입니다.

