

Chang, Wei-Shiun and Sanchez-Loor, Daniel A. "Other-Regarding Preferences: Experiments on Purchasing Behavior"

by 蘇孟謙

1. What is the question?

當觀察到或體驗到商家不公正的行為後，消費者會傾向於拒絕跟該商家（再）消費。這行為背後的驅動力是什麼？本研究根據公平理論(Equity Theory)考慮了三個可能的因素：

「Egoistic Resentment (ER): Care about self-interest (own equality)」

「Relative Fairness (FR): Care about self-interest compared to others (relative equality)」

「Social Support (SS): Care about other's interest (other's equality)」

藉由經濟學實驗，本研究希望能找到影響消費者（再）消費行為的關鍵因素。

2. Why should we care about it?

在現代社會裡，消費者若是跟商家有了不愉快的交易經驗，很容易就可以把自己的壞經驗放上網路（或其他媒介）傳播出去。因此，對現代商家而言，負面評價對於（其他）消費者後續消費行為的影響，是非常重要的問題。

過去的研究難以區分其他消費者之所以拒絕消費，是因為(1)其他消費者的評論傳遞了商品品質的 signal，或是(2)其他消費者在意該消費者所遭受的不公正。

得知消費者拒絕跟商家（再）消費的原因，有助於商家彌補過去的錯誤、回復失去的商譽。

Real World Example: 本文作者提供了台灣之前爆發的食安問題當作例子，我們不妨考慮部落客在網路上寫食記的例子。如果某家餐廳提供了不好的服務，該部落客可能會上網寫一篇評價很差的食記。對餐廳而言，這篇食記的影響可能很大，因此餐廳該如何改進，會是非常重要的問題。例如，若其他人在乎的是該食記所傳遞出的商品/服務品質低落，那麼餐廳只要能保證自己的食物與服務都是高品質的，就不會影響到後續消費；然而，若是其他人在乎該部落客曾遭受過不平等待遇，則餐廳就得想辦法彌補該部落客的不滿，才能回復失去的商譽。

3. What is your answer?

消費者本身受到的不公平待遇會顯著降低他跟同個賣家進行交易的機率，跟之前的文獻一致。其他人受到不公平待遇時，也會增加消費者對該商家的進行交易的傾向。然而，消費者跟其他人相對受到的不公平待遇，對交易傾向沒有顯著影響。

4. How did you get there?

本研究設計了一個交易實驗，一場實驗有兩名買家與兩名賣家。買家可以選擇賣家進行交易，總共有兩次交易。然而，第一次交易時，商品的品質是由賣家所選的 production plan 所決定，第二次交易的商品品質則是固定的。第一次交易完成後，買家會得知商品的真實品質，並做出公開評價，之後才會進行第二次交易。實驗總共有三個不同的 treatment。根據不同的 treatment (ER、FR、SS)，對買家選擇賣家的行為進行假設檢定與 logistic regression，便能得到本實驗的結果。