

Other-Regarding Preferences: Experiments On Purchasing Behavior

Wei-Shiuna Chang and Daniel A. Sanchez-Loor

涉他偏好：購買行為實驗

1. 問題是什麼?

品質差的購物經驗如何影響顧客回購率? 探討原因：私人恩怨、相對公平、社會支持。

2. 為什麼要關注這個問題?

拒買黑心商品的背後動機似乎重要，但文獻上只有私人恩怨有得到證實。

實例：

我之前買了個巧房牛肉餡餅，肉裡面竟然有個塑膠碎片，再也不去買第二次 (私人恩怨)。

我同學有一次抱怨吃了第一腿便當後重度落賽，我從此再沒去買過 (社會支持)。

3. 答案是什麼?

私人恩怨和社會支持都降低回購率，但相對公平沒有顯著地提高回購率。

4. 答案怎麼來的?

實驗得數據做假設檢定。2 個買家和 2 個賣家進行 2 次交易，第一次賣家各有 2 個商品要賣，賣家先選擇兩個商品的品質。買家只知道兩個賣家商品的期望利潤，然後選擇購買其中一個賣家的商品。買家得到正或負利潤 (賣家用高品質或低品質) 並評價滿意度。第二次交易類似但賣家只能選高品質，且買家知道所有買家第一次跟誰買以及其滿意度。只要買家表達滿意，表示他無私人恩怨；只有 1 個買家滿意，表示有相對不公平；只要買方 A 不滿意，就表示買方 B 有社會支持。第二次交易如果買家換了賣家，表示沒有回購。

WOM: Word of mouth

RV: realized value

FR: relative fairness

ER: egoistic resentment

SS: social support

RP: repurchase frequency

T1: treatment 1

NRP: no repurchase frequency

ROC curve: receiver operating characteristic curve