

專題討論：個體經濟、產業組織與貿易

導讀

Other-Regarding Preferences: Experiments on Purchasing Behavior

Chang, Wei-Shiun Sanchez-Loor, Daniel A.

1. What is the question of the paper?

當消費者面臨廠商對自己或他人的不道德行為將如何反應？本研究基於公平理論從「消費者的利己怨恨」、「社會支持」及「相對公平性」等三方面，探討消費者拒買反應的動機。透過實驗設計分離出信號理論中可觀察的影響，得出消費者面對廠商的侵權行為所採取的報復行動。

2. Why should we care about this?

市場研究顯示消費者的負面購物經驗將影響其回購行為，若其發現或受到廠商的不公平對待就會採取拒買行動，而現實中的即時訊息技術和社會網路快速傳遞消費者的評價，也讓評價更具價值，因而影響廠商的商業表現。

實際範例：黑海事件

韓國團體「少女時代」被其他團體的粉絲聯合抵制，如 2008 年演場會時觀眾集體將手燈關閉，留其在舞臺尷尬表演，甚至在其表演時喊「Wonder Girl」（另一韓國女團）。原因可能是「少女時代」在節目上失言，或以不禮貌的方式模仿其他團體的成員。社會大眾期待偶像能保有既定行形象，形象的崇拜使粉絲願意消費偶像的週邊商品，一旦形象受損，粉絲感受消費價值受損，便有動機採取報復行動。

3. What is the author's answer?

「消費者的利己怨恨」和「社會支持」顯著影響回購選擇，另「相對公平」的因素並未顯示其效果。

4. How did the author get there?

設計兩輪實驗，第一輪讓賣家選擇生產高品質商品或低品質商品，接著在第二輪觀察第一輪商品如何影響消費者的購買行為。

變數符號說明表

項次	符號	說明	備註
1	F、FR	Fairness	Table 2、Table 3
2	RV	Realized value	Table 2
3	ER	Egoistic resentment	Table 2、Table 7
4	SS	Social support	Table 2、Table 7
5	↑	High	Table 2
6	↓	Low	Table 2
7	N	Total sample	Table 3
8	NRP	No repurchase frequency	Table 3
9	RP	Repurchase frequency	Table 3
10	T	Treatment	Table 3
11	T1、T2、T3、 T4	Treatment 1、Treatment 2、Treatment 3、Treatment 4	Table 3
12	RI	Repurchase Intention	Table 4、Table 5