

VOORBEELDEXAMENVRAAG CONSUMENTENGEDRAG

- (6ptn) Kan het streven naar variëteit een kostelijk signaal zijn van consument tot consument? Bespreek beide concepten (2 x 2ptn) en speculeer over de link. (2 ptn)

De vraag moet drie elementen bevatten, namelijk de bespreking van de kernaspecten van beide elementen van de vraag, en het verband tussen beide. Bij de elementen, geef je de definitie, en de belangrijkste aspecten, lijn je goed af wat het wel en niet is, en kies je empirische bevindingen ter illustratie (een of enkele is genoeg). Kies dat voorbeeld best zo dat het al aansluit bij het andere element van de vraag. Het derde punt gaat dan over de speculatie over het verband tussen beide elementen. Daar kan je om te beginnen de definitie aan elkaar toetsen, maar ook bedenkingen of voorwaarden formuleren. Je antwoordt bij voorkeur in telegramstijl.

Hoe dit oplossen?

Zoek de papers die relevant kunnen zijn

Signaling:

Griskevicius et al

Rao en Kirmanie

Variety seeking

Goukens et al

Ratner en Kahn

(EVTL mimicry paper)

Andere mogen er altijd bij betrokken worden !

Voorbeeldoplossing (schets)

1. Kostelijk signaal (van consument tot consument)
 - a. Een gedrag dat op zich een kost bevat
 - b. Dat opvallend is, dus gezien wordt door een publiek
 - c. Dat verbonden is aan een individuele verschilvariabele, die een kwaliteit weergeeft. Het verband is zo, dat het kostelijk gedrag minder kostelijk is voor degenen met een hoge waarde op de kwaliteit dan voor degenen met een lage waarde op de kwaliteit.
 - d. Ondanks de kost, moet het signaal voor de zender op termijn voordelen opleveren.
 - e. Specificatie: het gaat hier om een signaal van consument naar consument, niet van bedrijf naar consument (bvb adverteren). (dus eerder Griskevicius et al.)

- f. Voorbeeld. Conspicuous consumption (bvb de duurste producten op de markt kopen).
 - i. Kost: hoge relatieve prijs
 - ii. Opvallend: vaak is het gebruik van dure producten (bvb ipod toen het verscheen, gsm in het begin) opvallend
 - iii. Kwaliteit: onzeker, rijkdom?
 - iv. het publiek is het andere geslacht.

2. Zoeken van variëteit

- a. Het zoeken van variëteit:
 - i. Gedrag: de kans op het kopen/consumeren/kiezen van X vermindert als bij een vorige gelegenheid X gekocht/geconsumeerd/gekozen is.
 - ii. Het is een afwijken van je persoonlijke voorkeur
 - iii. Waarom?
 - 1. voldoen aan een nood (Goukens et al.)
 - 2. tonen wie je bent (Ratner en Kahn)
 - 3. stimulatie (inleiding Ratner Kahn)
 - iv. Voorbeeld van factoren die VS beïnvloeden:
 - 1. keuze laten maken in publiek verhoogt de variety seeking in de keuzeset
 - 2. heeft te maken, onder andere, met het feit dat variëteit kiezen als positief ervaren wordt

3. Mogelijke link

- a. VS is kostelijk, het behelst het afwijken van de eigen voorkeuren. Je kan vervallen brood eten bvb, je kan dingen kopen die niet lekker zijn.
- b. Het wordt gezien (cfr. (iii.2) in bovenstaande redenering. Het verhoogt bij een publiek
 - i. Waarschijnlijk niet partnergerelateerd. Misschien algemener.
- c. De kwaliteit is onzeker.
 - i. Voor wie is afwijken van de voorkeur minder kostelijk?
 - 1. mensen die veel geld hebben? (weggooien is niet erg)
 - 2. mensen die een heel flexibele voorkeur hebben (gemakkelijke mensen)
 - 3. mensen die intelligent zijn? (geïnteresseerd in de voorkeur)

Evtl voorstel voor experiment.

Evtl uitbreiding naar Chartrand / mimicry: mensen doen de anderen na (GEEN variety seeking). Is dit inconsistent? Verklaring?

Doelactivatie.(om identiteit te tonen). Indien niet actief: nadoen. Indien wel actief, variety seeken.

OF

Variety seeking is misschien mimicry. Je wijkt af van je eigen voorkeuren maar je doet anderen na: berekend risico.

Persoonseigenschappen deel I (2ptn.)

We weten dat mensen terughoudend lijken te zijn om bepaalde persoonseigenschappen artificieel (bv., door het nemen van een pil) te veranderen. Maar men is niet altijd terughoudend.

a. Haal uit de paper van Riis et al (2008) over 'enhancement pharmaceuticals' twee factoren die de bereidheid of terughoudendheid om dergelijke artificiële 'enhancement' middelen te gebruiken beïnvloeden, en leg uit waarom ze dat doen.

Answer

Persoonseigenschappen deel 2 (1pt)

In de discussiesectie van hun paper vragen Riis en zijn collega's zich af

"... how people's beliefs about their own capabilities might affect their desire to enhance themselves. It is possible that people who perceive themselves as worse than they "should be" on some trait dimension are more likely to enhance that trait in an effort to become "who they really are."

Het werk van Gao et al (2009) over de effecten van een 'shaken self' helpt die suggestie onderbouwen.

Selecteer een persoonseigenschap waarvoor mensen terughoudend zijn om hem artificieel te verbeteren, maar eventueel wel bereid om die artificieel te herstellen wanneer hun zelfbeeld over die eigenschap 'dooreengeschied' is. Leg uit waarom de eigenschap die je kiest hieraan beantwoordt.

Answer

Persoonseigenschappen deel 3 (TEKST)

Zet een experiment op waarin je (1) aantoonst dat een tijdelijk beschadigd zelfbeeld de aanvaardbaarheid van een 'enhancement' pil zou vergroten, en dat (2) die pil aantrekkelijk wordt omdat ze het zelfbeeld herstelt. Je experiment moet een statistische interactie testen.

a. Wat is je afhankelijke variable, en hoe zou je die meten?

b. Wat zijn je onafhankelijke variabelen, en hoe zou je die operationaliseren?

c. Toon je verwachte resultaten in tabel of grafiek-vorm. De GRAFIEK OF DE TABEL mag je uploaden bij de volgende vraag. Leg (hier) uit hoe de interactie die je voorspelt een antwoordt biedt op de vragen (1) en (2) hierboven.

Answer

Persoonseigenschappen deel 3 (FIG of TAB)

Hier kan je de grafiek of tabel van je interactie uploaden. dat mag in word, excel, paint, of wat dan ook dat duidelijk de tekening of de tabel toont.

Answer

persoonseigenschappen deel 4 (1pt)

Zou het belang hebben of het zelfbeeld op één enkele eigenschap beschadigd wordt, of op verschillende eigenschappen tegelijk? Leg uit.

Answer

Te veel betalen deel 1

In de economie wordt ervan uitgegaan dat de markt efficiënt is. Dat betekent ondermeer dat als er sommige producten te duur verkocht worden, concurrenten de markt gaan opkomen met een product van gelijkaardige kwaliteit maar tegen een lagere prijs. Op die manier ontstaat er een billijke prijs/kwaliteitsverhouding op de markt, en*voldoende differentiatie in prijs/kwaliteitsverhoudingen. Laat ons dit nemen als een waarheid: Dit proces bestaat en doet zijn werk (tot op zekere hoogte).

In de cursus kwamen heel wat theorieën en effecten aan bod die de werking van dit basisproces zouden kunnen vervormen. Mensen betalen immers soms te veel voor hun product, zelfs al zijn er alternatieven voorhanden die beter aan de nood van deze specifieke consument kan voldoen, of alternatieven aan een betere prijs. Te veel betalen kan zeker 2 verschillende dingen betekenen. Men kan een product kopen van een te hoge kwaliteit in vergelijking met de behoeften (bvb een Ferrari als men maar een auto nodig heeft). Men kan voor een bepaald product ook te veel betalen omdat men de waarde van een product overschat (bvb men betaalt een te hoge prijs voor een welbepaalde auto). Bij dit antwoord gaat het om het tweede type: te veel betalen voor een product dat eigenlijk minder waard is.

Ik zou je nu willen vragen om het perspectief aan te nemen van een potentiële koper van een welbepaald product of dienst. Je mag dit product of dienst zelf kiezen, maar het moet om het zelfde product of dienst blijven gaan doorheen je antwoord. Zoek*twee*redenen of oorzaken waarom je te veel zou kunnen betalen,*in vergelijking met een*'billijke prijs'

voor hetzelfde product.*

Leg telkens kort en krachtig uit wat het effect is, en geef een illustratief empirisch voorbeeld ter staving hiervan, op basis van de beschikbare data in de literatuur.* Pas dit inzicht toe op jouw situatie, en argumenteer kort en krachtig waar de meerprijs juist vandaan komt. Let hierbij op jouw eigen uitgangspunt van de billijke prijs.*Heb je bij je antwoord extra assumpties nodig, dan maak je die ook expliciet.

Belangrijk: de twee processen komen*uit twee verschillende thema's van de les. Hoe diverser ze zijn qua theoretisch uitgangspunt, hoe beter.

Specificeer bij het begin van het antwoord ook om welk product het in je antwoord gaat. Werk hieronder je eerste effect/theorie uit die er kan toe leiden dat consumenten te veel betalen.

Te veel betalen deel 2

Beschrijf hieronder het tweede effect/theorie die er kan toe leiden dat consumenten te veel betalen

Answer

Te veel betalen deel 3

Bespreek nu kort (gestaafd door inzichten uit de cursus) hoe deze effecten elkaar kunnen beïnvloeden in jouw specifieke situatie. Zullen ze gewoon naast elkaar bestaan (additief effect) of gaan ze elkaar ook beïnvloeden (interactie-effect)?

Answer

Verwoording deel 1

Weber et al. (coefficient of variation) toonden aan welke grote impact de formulering van een probleem kan hebben op de keuze van consumenten. Deze auteurs vonden dat mensen zich conform de algemene wetmatigheden in het dierenrijk gedragen als ze risico-informatie krijgen op een niet-verbale manier. Deze vraag gaat over de mogelijkheid dat deze bevinding implicaties heeft voor het rationaliteitsdebat (Rieskamp et al)?

1. Selecteer een fenomeen*uit deze paper en licht het kort toe (wat is het, en wat vindt men?). Hou daarbij rekening met de vraag 'verwoording deel 3'

Verwoording deel 2

Situeer het fenomeen uit 'verwoording deel 1' kort in het rationaliteitsdebat (Bij welke principe hoort het, welk principe schendt het?)

Answer

Verwoording deel 3

Ik veronderstel dat de vorm van de instructies (verbaal versus niet-verbaal) een impact zou kunnen hebben op de uitkomst van dergelijke proeven.*De impact kan*analoog zijn aan de bevinding van Weber et al. (zie verwoording deel 1). Schets hoe*een experiment om dit aan te tonen er kan uitzien, en schets*ten slotte in één of enkele zinnen de mogelijke implicaties voor het rationaliteitsdebat.

Answer