

Meer bewustwording van koopgedrag door geavanceerde pinmethode

Laura Verhoeven (5605105) en Lucas Hobma (6012523)

Groep F

Toegepaste cognitieve psychologie

06 – 06 – 2019

1271 woorden

Inleiding

Er wordt steeds meer contactloos betaald, het is heel makkelijk om even vlug je pinpas langs het pinapparaat te 'swipen'. Je hoeft eigenlijk niet eens meer echt te kijken naar het bedrag wat je uitgeeft, het zal vast wel goed zijn! In een artikel van de NOS over contactloos betalen stond dat deze manier van betalen steeds vaker wordt gebruikt, en dat er daardoor zelfs nagedacht wordt over het verhogen van het bedrag dat je zonder pincode kan betalen ("Digitaal en contactloos betalen rukt op," 2017). Echter, als er steeds makkelijker betaald kan worden, lijkt het logisch dat consumenten niet meer goed kijken hoe duur iets is. Is het dan wel zo een goed idee dat het bedrag waarmee contactloos kan worden betaald zonder pincode wellicht wordt verhoogd?

In een onderzoek van van der Horst et al. (2017) werd gevonden dat als consumenten met hun pinpas betalen, zij veel eerder ongezonde producten kopen, zoals snoep of frisdranken. Er werd geconstateerd dat contant betalen bijdraagt aan verminderde uitgaven over het algemeen, maar voornamelijk ook bijdraagt aan het vermeerderen van het kopen van gezonde producten. In dit onderzoek van van der Horst (2017) gaat het over de transparantie van betalen, hoe transparanter de betaalmethode is, hoe pijnlijker het is om iets te kopen. Contant betalen is uiteraard de meest transparante methode, en daarmee ook het pijnlijkst met een achterblijvend schuldgevoel bij de consument (van der Horst et al., 2017). Het feit dat er steeds makkelijker en minder transparante betaalmethodes zijn, draagt bij aan vermeerderde uitgaven want consumenten voelen zich minder schuldig over hun aankopen bij bijvoorbeeld contactloos betalen, want contactloos betalen voelt niet als het spenderen van 'echt' geld. Dit blijkt uit een artikel van James (2017), waarin een onderzoek naar uitgaven middels contactloos betalen onder studenten werd verricht. Consumenten, zoals uit dit artikel bleek, ervaren contactloos betalen als een snelle en veilige betaalmethode. Een betaalmethode waarbij consumenten eigenlijk niet eens doorhebben dat ze betaald hebben. Dit wordt ook

aan de kaak gesteld in een onderzoek in de Verenigde Staten over credit card gedrag (Meyll & Walter, 2019). Op dit moment kan alle informatie namelijk opgeslagen worden in de virtuele portemonnee in de telefoon, en vindt er hierdoor een verhoging plaats van koopgedrag van consumenten. Dit kan gelinkt worden aan het opkomende contactloos betalen in Nederland, wat op haar beurt bijdraagt aan een verhoging van koopgedrag.

In dit onderzoek wordt getest om op een andere manier consumenten een bepaalde vorm van realisatie of schuld te laten ervaren bij het contactloos betalen. Aangezien blijkt uit bovenstaande onderzoeken dat consumenten zich niet even goed realiseren hoeveel ze uitgeven omdat het contactloos betalen zo efficiënt en vlug verloopt, is ervoor gekozen om het onderzoek te richten op een verhoging van bewustwording van geld bij contactloos betalen. Er wordt getracht om de pinmethode zo aan te passen, dat de consument beter nadenkt en zich bewuster wordt hoeveel en waaraan geld wordt uitgegeven. De onderzoeksvraag die hieruit voortkomt luidt als volgt: Welk effect heeft een grotere bewustwording bij contactloos betalen op het koopgedrag van de consument? Er wordt verwacht dat als consumenten worden geconfronteerd met het daadwerkelijke geldbedrag, in de vorm van het volledige bedrag in brief- en muntgeld op het boodschappen beeldscherm, er een meer transparante methode wordt gesimuleerd waardoor consumenten meer bewuste keuzes zullen maken omtrent hun koopgedrag. Om deze bewustwording van koopgedrag nog verder te stimuleren, worden er op het beeldscherm ook uitgave percentages getoond van de verschillende categorieën, zoals snoep- en koek; fruit en groente. Dit zal, volgens de hypothese, resulteren in een vermindering van het kopen van ongezonde producten, en een vermeerdering in het kopen van gezonde producten.

Methoden

Participanten

In dit onderzoek zullen geen individuen als participanten gebruikt worden, maar supermarkten. Er zal namelijk onderzocht worden wat en hoeveel er wordt gekocht als de pinmethode wordt aangepast. Daarvoor zullen er tien supermarkten, waarbij ook rekening gehouden wordt met groottes en soort supermarkt, in de regio Utrecht benaderd worden met de vraag of zij mee willen werken aan dit onderzoek. In ruil voor het meedoen aan het onderzoek, zal de supermarkt een compensatie ontvangen.

Operationalisatie

Er zal een nieuw boodschappen scherm op de markt worden gebracht, waardoor de consument zich meer bewust wordt van het bedrag dat wordt uitgegeven. Er wordt hierbij een aanpassing doorgevoerd, welke zal bestaan uit het projecteren van het geldbedrag in brief- en muntgeld op een scherm. Het scherm dat hiervoor gebruikt zal worden is het scherm waar normaliter het bedrag in cijfers wordt weergegeven en waar de boodschappen staan. Er is voor dit scherm gekozen, omdat de consument waarschijnlijk meekijkt met de boodschappen die worden gescand en dus kijkt de consument al naar dit scherm. Zodra de consument aangeeft dat hij of zij wilt pinnen verschijnt het bedrag in cijfers in een deel van het scherm, in het andere deel van het scherm wordt het aantal munten en briefjes wat dat bedrag waard is geprojecteerd. Daarnaast wordt er in percentages geprojecteerd aan welke categorieën het geld wordt uitgegeven, zoals snoepgoed, fruit, brood of zuivel.

Procedure

De uitgekozen supermarkten zullen worden benaderd en er zal een contract worden aangeboden, waarin zij overeenkomen met een aantal afspraken. Ten eerste zal hierin staan dat de totale verkoop en omzet per week gedeeld wordt. Ten tweede wordt er gevraagd om een kopie van de wekelijkse bestellijst. Iedere supermarkt stelt iedere week een lijst samen, waarin staat wat er die week en in welke mate verkocht is, zodat die producten in de juiste hoeveelheden besteld kunnen worden. Zodra hier een kopie van is ontvangen, kan er

bijgehouden worden of en hoeveel ongezonde, dan wel gezonde producten iedere week zijn verkocht. Hierbij wordt ook rekening gehouden met artikelen die in de aanbieding zijn per week, er wordt namelijk aangenomen dat artikelen die in de aanbieding zijn vaker zullen worden gekocht. Het onderzoek zal in totaal een jaar duren, op deze manier kan er rekening worden gehouden met de eventuele invloed van de verkoop van bepaalde seizoensproducten, zoals mandarijnen, pepernoten of paaseieren.

Groepen en condities

De tien deelnemende supermarkten zullen in twee groepen worden verdeeld. Deze groepen zullen zo gelijk mogelijk zijn qua grootte van de supermarkt, aanbod, omzet en winkelend publiek. In de eerste groep zal zes maanden lang de geavanceerde pinmethode worden ingevoerd. De omzet en bestellijsten van deze groep kunnen worden vergeleken met de cijfers van de andere groep én met de cijfers van deze supermarkten voordat de nieuwe pinmethode werd ingevoerd. Na zes maanden zullen de pinapparaten in de eerste groep vervangen worden door de huidige, normale schermen en zullen de nieuwe, geavanceerde schermen zes maanden in de tweede groep worden geplaatst. Hierdoor kan er weer het verschil in omzet en bestellijst tussen beide groepen worden berekend. Ook kan worden berekend of het beoogde effect van minder en gezondere producten kopen stand houdt in de eerste groep. Dit laatste is zeker interessant om te onderzoeken, omdat op deze manier berekend kan worden of het beoogde effect stand houdt of niet. In het geval dat het effect stand houdt, kan verondersteld worden dat de manipulatie heeft gewerkt en de nieuwe pinmethode dus een blijvend effect heeft op het koopgedrag van de consument.

Data-analyse

Ten eerste zal de omzet van de supermarkt worden uitgezet tegen tijd in een simpele regressie-analyse. Daarnaast zal de verkoop van het aantal gezonde en ongezonde producten worden getest met een t-toets. Hierbij zullen meerdere t-toetsen worden uitgevoerd, namelijk

één met de gemiddelden van de bestellijsten van iedere maand. Zo kan ook berekend worden wanneer het verwachte effect van minder- en minder ongezonde producten verkopen plaatsvindt. Ook kunnen met een t-toets de gemiddelden tussen de groepen supermarkten worden vergeleken.

Feedback

Na het inleveren van het onderzoeksvoorstel en het geven van de pitch is er goede feedback ontvangen, waar wij zelf veel mee konden. Zo hebben wij op basis van deze feedback, waarin gesteld werd of het onderzoek wel haalbaar was met betrekking tot het meedoen van de supermarkten, een kleine compensatie toegevoegd om supermarkten over te halen mee te doen. Wij weten natuurlijk niet in hoeverre dit genoeg is, maar dit leek ons de meest goede oplossing.

Een ander punt wat wij ook verbeterd hebben naar aanleiding van de feedback, is het verband tussen gezond eten en de bewustwording van het uitgegeven geld. Wij hebben getracht dit verband duidelijker zichtbaar te maken door middel van het toevoegen van de uitgave percentages op het scherm naast het brief- en muntgeld.

Ook hebben wij nagedacht over de vraag die we tijdens de pitch kregen of het effect groot genoeg zal zijn als je de bedragen in brief- en muntgeld op het scherm laat zien aangezien de meeste mensen nu alleen met de pinpas en dergelijke betalen. Wij hebben wel over een andere oplossing hiervoor nagedacht, bijvoorbeeld het laten zien van alleen de uitgave percentages en wat je voor het uitgegeven bedrag kan krijgen. Hiermee denken wij echter dat consumenten hiermee nog een groter schuldgevoel zullen krijgen en eerder geneigd zijn niet meer terug te gaan naar de winkel, en wij zouden niet zo goed weten wat je hier dan neer zou moeten zetten aangezien voedsel een levensbehoefte is. Wij blijven in dit geval dus

bij ons oorspronkelijke idee, en hopen dat de manipulatie op een bepaalde manier wel zal lukken.

Referenties

Digitaal en contactloos betalen rukt op. (2017, January 25). Retrieved May 22, 2019,

from <https://nos.nl/artikel/2154813>

-digitaal-en-contactloos-betalen-rukt-op.html

James, B. (2017). *How has the Adoption of Contactless Payment Affected UK*

Students' Spending Habits? Thesis retrieved from

<https://repository.cardiffmet.ac.uk/bitstream/handle/>

10369/8745/JAMES%2C%20Brett%20Dissertation.pdf?

sequence=1&isAllowed=y

Meyll, T., & Walter, A. (2019). Tapping and waving to debt: Mobile payments and credit card behavior. *Finance Research Letters*, 28, 381–387.

<https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.06.009>

van der Horst, F., Miedema, J., Schreij, D., & Meeter, M. (2018). Effects of Payment Instruments on Unhealthy Purchases. *SSRN Electronic Journal*.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.3103028>

- Een voorblad met groepsnummer en studentnummers, naam cursus, en datum. (Telt niet mee in het aantal woorden)
- Geef aan bij welk onderwerp in de cognitieve psychologie het voorstel aansluit. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de onderwerpen die in de cursus aan bod komen (aandacht, betrouwbaarheid, human error, visuele perceptie, geluid, **omgevingsfactoren**, compatibiliteit, veroudering). (Telt niet mee in het aantal woorden)
Omgevingsfactoren: wij veranderen een factor bij het pinnen, namelijk de aanwezigheid van een scherm waarop het brief/muntgeld wordt geprojecteerd, hiermee willen wij het gedrag veranderen.
- Een pakkende titel. (Telt niet mee in het aantal woorden)
- Een inleiding met de aanleiding en relevantie van het onderzoek gebaseerd op wetenschappelijke literatuur en definiëring van belangrijke begrippen (**contactloos betalen**), de hieruit voortvloeiende onderzoeksvraag en een onderbouwde hypothese.
- Een beschrijving van de onderzoeksmethode: de operationalisatie (**brief/muntgeld projecteren op scherm**), het onderzoeksdesign (variabelen, condities, groepen, etc.), de benodigde materialen, de uitkomstmaten, werving en selectie van participanten en de onderzoeksprocedure.
Beargumenteer alle gemaakte keuzes.
- Een referentielijst. (Telt niet mee in het aantal woorden)

Idee: Hoge pinuitgaven (kinderen) verminderen door brief/muntgeld van het pinbedrag te projecteren. Het is wel interessant om uit te zoeken of de hoge pinuitgaven verminderd kunnen worden door brief/muntgeld van het pinbedrag te projecteren.

Kijken naar 3 supermarkten waar wel op het boodschappenscherf van de kassa het brief/muntgeld wordt geprojecteerd, en 3 waar dit niet wordt gedaan. Dit voor een paar maanden (3-6 maanden), dan het omgekeerde. Kijken of het effect bij de supermarkten blijft bestaan. (Als er een verschil is gevonden bij de gemiddelde uitgaven, kan er gekeken

worden of ook ongezonde dingen minder zijn gekocht.)

Van deze supermarkten de totale pinuitgaven gemiddeld nemen en kijken hoe groot het effect is van het projecteren van brief/muntgeld.

(Of misschien te implementeren dat je een bepaald bedrag contant hebt wat je die week/maand kan uitgeven, kijken of dit helpt bij het verminderen van uitgaven of verminderen van ongezonde uitgaven. (Wat is de reden dat er minder met cash wordt betaald.. te lastig, mensen hebben door dat ze veel uitgeven?) Op het moment dat je geconfronteerd wordt met hoeveel je uitgeeft, geef je misschien minder uit.)

- https://www.researchgate.net/profile/Frank_Horst2/publication/324665374_Effects_of_Payment_Instruments_on_Unhealthy_Purchases/links/5c77e160a6fdcc4715a2baa0/Effects-of-Payment-Instruments-on-Unhealthy-Purchases.pdf
 - Ongezonde uitgaven, met pinpas eerder ongezond dan als je cash betaalt. Cash betalen is alleen wel meer moeite en slechter voor het milieu, dus wij keken naar effect van het idee van cash bij contactloos pinnen. Helpt het ook al om het idee van cash op te wekken, het idee van hoeveel je daadwerkelijk uitgeeft te projecteren.
- file:///C:/Users/lucas/AppData/Local/Temp/Temp1_ScienceDirect_articles_21May2019_08-42-53.188%20(1).zip/Tapping-and-waving-to-debt--Mobile-payments-and-cred_2019_Finance-Research-L.pdf
 - Eerder geld uitgeven als je met je mobiel kan betalen door het alleen langs een sensor te bewegen. Als alle informatie in je mobiel zit, is het makkelijker om meer uit te geven. Dit kan gelinkt worden aan contactloos betalen. Makkelijker met contactloos om meer geld uit te geven, dus als je geconfronteerd wordt met het cash bedrag (projectie hiervan) geef je misschien minder uit. Of geef je de volgende keer minder uit.
- file:///C:/Users/lucas/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8b bwe/TempState/Downloads/1-s2.0-S1567422316300734-main%20(1).pdf
- <https://nos.nl/artikel/2266500-kinderen-pinnen-te-nonchalant-en-dit-kun-je-er-als-ouder-tegen-doen.html>
- <https://nos.nl/artikel/2154813-digitaal-en-contactloos-betalen-rukt-op.html>
 - “Mogelijk gaat het bedrag waarbij er geen pincode hoeft te worden ingetikt op termijn omhoog.”
- file:///C:/Users/lucas/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8b bwe/TempState/Downloads/88-266-1-PB%20(1).pdf
- <https://repository.cardiffmet.ac.uk/bitstream/handle/10369/8745/JAMES%2C%20Bret%20Dissertation.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - Contactloos betalen zorgt voor significant meer uitgaven dan andere vormen van betalen. Uit interviews bleek dat men zich minder schuldig voelt bij contactloos betalen en zorgt dit voor een opstapeling van kleine uitgaven, mede doordat contactloos betalen niet voelt als het uitgeven van “echt” geld.
-