

*Een theoretische verkenning van winkel reisgedrag*

Patrick van Beynen de Hoog  
pvbeynen@reisinformatiegroep.nl

REISinformatiegroep B.V.

Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2006,  
23 en 24 november 2006, Amsterdam

## **Inhoudsopgave**

<i>Samenvatting</i> .....	3
<i>1. Inleiding</i> .....	4
<i>2. Theorie van verplaatsingsgedrag</i> .....	4
2.1 Leesstijl dimensies .....	5
2.2 Interdependentie .....	6
2.3 Theorie van gepland gedrag/beredeneerde actie .....	7
2.4 Discrete keuze theorie .....	8
2.5 Cognitief mapping .....	8
<i>3. Winkelreisgedrag</i> .....	10
<i>4. Implicaties van reisinformatie op reisgedrag</i> .....	12
<i>5. Conceptueel model</i> .....	13
<i>6. Conclusies</i> .....	15
<i>Referenties</i> .....	16

## **Samenvatting**

### *Een theoretische verkenning van winkel reisgedrag*

Er bestaat een aantal dominante theorieën met betrekking tot reisgedrag. De keuze van gebruik van een bepaalde theorie hangt vaak samen met de opleiding, smaak en de achtergrond van de gebruiker van een theorie. Alle dominante theorieën kennen waardevolle componenten als het gaat om het bestuderen van winkel reisgedrag. Winkelen kan op verschillende wijzen worden gekarakteriseerd. Op de eerste plaats volgens zogenaamde 'nutwaarden' en 'plezierwaarden'. Op de tweede plaats door een onderscheid naar 'doelgericht winkelen' en 'rondwinkelen'. Op de derde plaats door een onderscheid naar soort aankopen: als dagelijkse noodzaak en niet als dagelijkse noodzaak. Er is een sterk relatie tussen deze karakterisering. Reisinformatie kan waardevol zijn met betrekking tot winkelen, maar dient in een minder 'klassieke manier' te worden gepresenteerd dan nu veelal het geval. Tijd-gerelateerde attributen van een winkelverplaatsing spelen een minder grote rol bij modaliteitskeuze, bestemmingskeuze en routekeuze. Een conceptueel model is ontwikkeld waarin verschillende componenten zijn geïntegreerd van de diverse theorieën rond reisgedrag. Dit conceptuele model vormt de basis voor verder empirisch onderzoek.

## **1. Inleiding**

Winkelen vormt een substantieel onderdeel van de vervoersvraag (Min V en W, 2006). Desalniettemin is de kennis op dit terrein beperkt. In dit paper proberen we theoretisch winkel reisgedrag te verkennen. Het is geen overall theoretisch raamwerk, maar er worden beknopt verschillende theoretische manieren om reisgedrag te benaderen besproken. Vervolgens wordt winkelen gekarakteriseerd. Niet alle winkelactiviteiten vinden plaats met dezelfde context en in dezelfde stemming. Dit kan effect hebben op het bijbehorend reisgedrag en de reisinformatie waar behoefte aan bestaat.

Deze theoretische verkenning zal resulteren in een conceptueel model dat een belangrijk instrument vormt om in de toekomst op een zinvolle manier empirische data te verzamelen.

## **2. Theorie van verplaatsingsgedrag**

In tegenstelling tot bijvoorbeeld de algemene relativiteitstheorie bestaat er niets zoiets als dé theorie van verplaatsingsgedrag. Er zijn verschillende manieren om verplaatsingsgedrag te verkennen en te benaderen. Deze manieren hangen nauw samen met de opleiding, smaak en achtergrond van de ontwikkelaar en gebruiker van de theorie. Het concept ‘verplaatsingsgedrag’ staat diverse manieren van benaderen toe. Zo kan verplaatsingsgedrag worden beschouwd als een ‘economisch proces’, een ‘sociaal proces’ of een ‘cognitief proces’. Idealiter evolueert er een breed aanvaarde theorie van verplaatsingsgedrag. Tabel 1 presenteert een overzicht van verschillende benaderingen van verplaatsingsgedrag. Hierbij is onderscheid gemaakt op basis van oorsprong en object van studie. De verschillende theoretische benaderingen kennen hun oorsprong vanuit verschillende wetenschappelijke disciplines. Het object van studie verschilt in die zin dat verplaatsingsgedrag niet altijd als basisgedrag wordt gezien, maar als afgeleide van een bepaald activiteitenpatroon.

**Tabel 1: Theoretische benaderingen van verplaatsingsgedrag**

<i>oorsprong</i>	<i>object van studie</i>	
	<b>activiteiten</b>	<b>verplaatsingen</b>
<b>economie</b>		discrete keuze theorie (Ben-Akiva and Lerman, 1985).
<b>sociologie</b>	leefstijl dimensies (Bourdieu, 1984) interdependentie <sup>1</sup> (Elias, 1970)	
<b>psychologie</b>	theorie van gepland gedrag/beredeneerde actie (Ajzen and Fishbein, 1980)	cognitief mapping <sup>2</sup> (Gärling and Golledge, 2000)

## 2.1 Leefstijl dimensies

De theorie van Bourdieu (1984) hanteert leefstijlen als karakteristieke gedragspatronen waarmee mensen laten zien wie ze zijn en bij welke groep ze behoren of willen behoren. Het is aannemelijk dat de huidige (Westerse) samenleving te divers is om de gehele populatie in te delen in een eindig aantal leefstijlgroepen. Leefstijl dimensies kunnen gebruikt worden om een groot aantal soorten gedragingen te ordenen. Bourdieu gaat er van uit dat mensen de beschikking hebben over twee soorten bronnen om een sociale positie te verkrijgen: economisch en cultureel kapitaal. Leefstijlen worden ontwikkeld in samenhang met de verschillen in gebruik van deze bronnen. De zogenaamd culturele dimensie is gedefinieerd door verschillen in kennis en opleiding en stelt ongeschoolde arbeiders tegenover een culturele elite van academici, docenten, artiesten en hogere ambtenaren. De economische dimensie is gedefinieerd door inkomen en bezit en stelt mensen met een laag inkomen tegenover een economische elite van zakenmensen en ondernemers. De leefstijl dimensies van Bourdieu kunnen worden gekoppeld aan verplaatsingsgedrag (Driessen, 1993; Regterschot, 2002). De conclusie is dat reizigers met een economische leefstijl ten opzichte van reizigers zonder economische leefstijl zeer

<sup>1</sup> Het is enigszins arbitrair om 'interdependentie' als een aparte theorie te beschouwen, 'interdependentie' heeft echter een sterk theoretisch karakter en het is een mogelijk nieuwe theoretisch startpunt van onderzoek m.b.t. verplaatsingsgedrag

<sup>2</sup> 'Cognitief mapping' kan gemakkelijk worden toegekend aan het wetenschappelijke veld van de 'geografie'; de ruimtelijke effecten binnen deze theorie lijken echter ondergeschikt aan het psychologische proces.

mobiel zijn, vaak een rijbewijs hebben en veel rijden. Reizigers met een culturele leefstijl zijn over het algemeen meer mobiel dan reizigers zonder culturele leefstijl, rijden minder en reizen meer geregeld met het openbaar vervoer. Zij hebben minder vaak een auto tot hun beschikking. Men kan zeggen dat Bourdieu de meest volledige theorie over leefstijl dimensies heeft ontwikkeld, maar er bestaan diverse publicaties die verschillende leefstijl dimensies verkennen en het koppelen aan verplaatsingsgedrag (Chliaoutakis *et al.*, 2005; Ory and Mokhtarian, 2005; Götz *et al.*, 2002; Scheider and Kasper, 2003; Bagley and Mokhtarian, 1999). Deze studies laten zien dat traditionele sociaal-demografische variabelen zoals leeftijd, inkomen en opleiding onvoldoende zijn als verklarende variabelen met betrekking tot verplaatsingsgedrag.

## **2.2 Interdependentie**

Keuzeprocessen in de context van verplaatsingsgedrag worden in het algemeen beschouwd als een individuele en onafhankelijke aangelegenheid. In sommige gevallen realiseren theoretici zich dat keuzeprocessen niet louter een individuele zaak zijn (Rose and Hensher, 2004; Arora and Allenby, 1999; Baron *et al.*, 1999; Elias, 1970; Ben-Akiva and Lerman, 1985: 33). Men zou kunnen zeggen dat een groot deel van menselijke activiteit plaatsvindt als resultaat van groepsocialisatie. Om praktische redenen wordt deze notie veelal voor kennisgeving aangenomen.

Mensen zijn onvermijdelijk afhankelijk van elkaar (Wilterdink and Heerikhuizen, 1993: 31-40). Dit is direct waarneembaar via gesprekken, maar 'interdependentie' verwijst ook naar 'sociale betrekkingen die veelomvattend en van grote reikwijdte zijn, die het bewust streven van de betrokken individuen te boven gaan. Het interdependentiebegrip dient als categorie met behulp waarvan we variaties en veranderingen in interactiepatronen en cultuurvormen inzichtelijk proberen te maken'. We kunnen vier typen bindingen onderscheiden waarmee mensen in alle samenlevingen onderling afhankelijk van elkaar zijn: economisch, politiek, affectief en cognitief. Economische bindingen verwijzen naar afhankelijkheden die samenhangen met de productie en distributie van schaarse goederen. Fysieke dwang die mensen op andere mensen kunnen uitoefenen worden politieke bindingen genoemd. Afhankelijkheden tussen mensen die betrekking hebben op de positieve en negatieve gevoelens die ze voor elkaar koesteren worden affectieve

bindingen genoemd. Cognitieve bindingen verwijzen naar afhankelijkheden die voortvloeien uit processen van kennisvorming en kennisoverdracht. Het is aannemelijk dat affectieve en cognitieve bindingen substantiële impact hebben op verplaatsingsgedrag. In de praktijk is het denkbaar dat men binnen een relatie compromissen sluit over een te nemen route, bestemming of vertrektijd. Het kan ook zijn dat men zich bij routekeuze afhankelijk opstelt van iemand anders kennis die vaker betreffende routes rijdt. Economische en politieke bindingen kunnen indirect of indirect effect hebben op verplaatsingsgedrag door bijvoorbeeld door de noodzaak naar het werk te gaan of door beleid van de overheid. In de sociale werkelijkheid heeft men nooit te maken met één soort binding, maar een mix van bindingen. Zodoende omvat elke sociale relatie verschillende bindingen op hetzelfde ogenblik.

### **2.3 Theorie van gepland gedrag/beredeneerde actie**

De theorie van gepland gedrag is de meest gangbare theorie in de psychologie om gedrag te verklaren. De wortels van de theorie liggen in de theorie van beredeneerde actie. De theorie van beredeneerde actie werd gebruikt om menselijk gedrag te bestuderen en gepaste interventies te ontwikkelen. Er werd aangenomen dat ‘individuen meestal vrij rationeel zijn en systematisch gebruikmaken van de informatie die voor hen beschikbaar is. Mensen denken na over de implicaties van hun acties voordat ze besluiten bepaald gedrag wel of niet te vertonen’ (Ajzen and Fishbein, 1980). Volgens deze theorie is de belangrijkste determinant van menselijk gedrag intentie. De intentie van een individu om bepaald gedrag te vertonen is een combinatie van de attitude richting het vertonen van dat gedrag en de subjectieve norm. De theorie van gepland gedrag introduceerde een derde element van gedragsintentie, namelijk gepercipieerde gedragseffectiviteit (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991). Attitude is de mate waarin een persoon een gunstig of ongunstige evaluatie heeft van gedrag in kwestie. Subjectieve norm, of sociale norm, is de invloed van sociale druk die wordt ervaren door het individu om bepaald gedrag te vertonen. Gepercipieerde gedragseffectiviteit is gedefinieerd als de overtuiging van het individu over hoe makkelijk of moeilijk het is om bepaald gedrag te vertonen. De drie determinanten van gedragsintentie worden meestal gemeten via (Likert)schalen.

De theorie van gepland gedrag/beredeneerde actie is zeer nuttig gebleken om determinanten van mobiliteitsbeslissingen te bepalen, maar heeft nog niet geresulteerd in een psychologische verplaatsingstheorie.

#### **2.4 Discrete keuze theorie**

De meest gebruikelijke en wellicht meest state-of-the-art benadering is de discrete keuze theorie. Deze gaat er van uit dat een persoon de mogelijkheid heeft te kiezen tussen wederzijds exclusieve alternatieven en een zekere waarde of nut aan elk alternatief toekent (Ben-Akiva en Lerman, 1985). Dit nut is een functie van de attributen van de alternatieven and de karakteristieken van de persoon die de keuze maakt. Het alternatief met het hoogste nut wordt gekozen. Het nut van elk alternatief is bepaald in termen van voordelen en kosten en andere criteria zoals milieueffecten, veiligheid, etc. (Ortúzar and Willumsen, 2001: 10). De theorie heeft twee nadelen. Nut is niet direct waarneembaar en meetbaar. Verder bestaat de onzekerheid dat niet alle relevante attributen worden meegenomen. Zodoende maken keuzemodellen gebaseerd op de discrete keuze theorie gebruik van waarschijnlijkheidsvariabelen. Deze keuzemodellen geven de waarschijnlijkheid aan dat een alternatief wordt gekozen.

De discrete keuze theorie heeft haar wortels in de ‘random utility theory’ (Domencich and McFadden, 1975; Williams, 1977). In deze theorie wordt er van uitgegaan dat individuen tot een homogene populatie behoren, rationeel handelen en perfecte informatie bezitten. Dit wordt enigszins genuanceerd door Ortúzar en Willumsen (2001: 11) door te stellen dat ‘beslissers geen nut maximalisten zijn maar simpelweg een keuze maken die goed genoeg is. De zoektocht voor betere oplossingen wordt meestal gestaakt als een acceptabele keuze is gemaakt’.

#### **2.5 Cognitief mapping**

Mensen kunnen reizen middels de kennis die bestaat in hun lange-termijn geheugen. ‘Cognitief mapping’ is het proces van coderen, opslaan en manipuleren van ervaren en waargenomen informatie vanuit een ruimtelijke referentie. Een ‘cognitieve kaart’ geeft kennis waarmee men problemen kan oplossen hoe men van A naar B komt. Het is het algemene mentale beeld door een individu van de externe fysieke wereld. Dit beeld is het



product van directe gewaarwording en van het geheugen met ervaringen uit het verleden (Golledge and Gärling, 2004; Weston and Handy, 2004: 533-536; Lynch, 1960: 4). Het laat zien hoe een persoon de relatieve locatie percipieert met bekende elementen in de omgeving. Zodoende is het een verstoorde kijk op de fysieke werkelijkheid. De cognitieve kaart wordt gebruikt om informatie te interpreteren en actie te sturen. Er kunnen vier stappen worden onderscheiden in het proces van cognitief mapping (Weston and Handy, 2004: 536; Downs and Stea, 1977; Gärling *et al.*, 1997; Golledge and Stimson, 1997). Een persoon neemt een element waar in de bebouwde omgeving en kent vervolgens karakteristieken toe aan dit element. Vervolgens wordt dit ‘datapunt’ bewaard voor toekomstig gebruik en haalt uiteindelijk deze informatie op als het nodig is. De elementen in de bebouwde omgeving zijn gegroepeerd in vijf typen: wegen, randen, knooppunten, gebieden en herkenningspunten (Lynch, 1960: 46-48). Via wegen interacteren mensen met de bebouwde omgeving and leren hun weg in de stad. Een cognitieve kaart wordt nauwkeuriger als de ervaring van de persoon met een locatie toeneemt. Kennis over een locatie kan over de tijd echter afnemen zodra ervaringen beperkt raken door gebruik van bepaalde ‘gewoontewegen’ en mensen stoppen met het vergaren van nieuwe informatie over een locatie (Gärling and Golledge, 2000). Het opnemen van cognitieve kaarten in verplaatsings keuze modellen staat nog in de kinderschoenen, ondanks dat modellen die ruimtelijk gedrag koppelen aan verplaatsingskeuze dominant zijn geworden (McFadden, 2001). Gärling en Golledge (2000) stellen dat informatie die opgeslagen is in de cognitieve kaart impact heeft op verplaatsingskeuzen in die zin dat reizigers alleen kunnen kiezen uit bekende bestemmingen die tot de aandacht worden gebracht en kennis. Op de tweede plaats heeft kennis van de ruimtelijke relaties van deze bestemmingen impact op keuze voor deze bestemmingen alsook keuzen voor verplaatsingen tussen deze bestemmingen. Ben-Akiva *et al.* (2001) heeft geëxperimenteerd met een evaluatie van de zelftoetsing van ruimtelijk vermogen door een persoon. De resultaten kunnen worden meegenomen als latente variabelen in verplaatsings keuze modellen.

Het meeste onderzoek dat is gewijd aan cognitieve kaarten, ruimtelijke verwijzingen en ruimtelijke keuzen is gericht op winkelgedrag (Gärling and Golledge, 2000). Downs (1970) heeft beelden van consumenten van winkelcentra onderzocht. Hij stelt dat het

beeld van een binnenstedelijk winkelgebied is gebaseerd op negen cognitieve componenten: prijs, structuur en ontwerp, gemak van interne verplaatsing en parkeren, visuele verschijning, reputatie, assortiment, service, openingstijden en ambiance. Dit beeld is van belang bij het verklaren van ruimtelijk gedrag van consumenten. Het is niet aannemelijk dat dit ruimtelijk gedrag ook verwijst naar vervoerwijze keuze. We kunnen het operationaliseren van het beeld van een winkelcentrum uitbreiden met de component ‘vervoerwijze gerelateerde toegankelijkheid’ zoals in eerdere literatuur gesuggereerd (Beynen de Hoog, 2003).

### 3. Winkelreisgedrag

Onderzoek met betrekking tot verplaatsingsgedrag is in de meeste gevallen gelieerd aan woon-/werkverkeer. Dit is begrijpelijk omdat een groot gedeelte van verkeersproblemen en uitdagingen gerelateerd zijn aan woon-/werkverkeer. Desalniettemin neigen woon-/werkverkeer verplaatsingen van nature naar repetitie en hebben betrekking op reizigers die bekend zijn met het transportsysteem. Dit geeft minder ruimte voor beïnvloeden verplaatsingsgedrag. Bovendien is het meeste reisgedrag niet gerelateerd aan woon-/werkverkeer (Harms, 2006; Gobierno de Chile SECTRA, 2002; Transport Statistics, 2005: 15). Winkelen lijkt een substantieel onderdeel van verplaatsingsgedrag.

Winkelen kan op diverse wijzen worden gekarakteriseerd. De meest gebruikte dimensies zijn ‘nutwaarden’ en ‘plezierwaarden’ (Chebat *et al.*, 2005; Arnold and Reynolds, 2003; Babin *et al.*, 1994). Nutwaarden worden beschouwd als taak-gerelateerd, rationeel en geassocieerd met ‘werk’. Plezierwaarden zijn meer subjectief en persoonlijk en zijn eerder het resultaat van plezier en speelsheid dan van het completeren van een taak. Deze waarden zijn minder vaak in onderzoek meegenomen.

Zogenaamde ‘nut-winkelbezoekers’ richten zich meer op het completeren van een taak om bepaalde goederen te vinden op een rationele en efficiënte wijze. ‘Plezier-winkelbezoekers’ beleven vooral plezier aan het winkelproces. De impact van deze begripsvorming is evident als winkel reisgedrag wordt geconceptualiseerd. De strategieën van nut-winkelbezoekers zijn gericht op het oplossen van problemen op efficiënte wijze, terwijl wordt verondersteld dat plezier-winkelbezoekers zich langzamer verplaatsen,

vaker stoppen en vaker hun routes aanpassen (Titus and Everett, 1995). Er kan worden gesteld dat het rationele gedrag van de nut-winkelbezoeker zijn effect heeft op de waarde die aan tijdattributen van een verplaatsing worden toegekend en zodoende de vervoerwijzekeuze. Het is aannemelijk dat plezier-winkelbezoekers tijdattributen anders waarderen en overall een andere gemoedstoestand kennen.

De tweede manier om winkelen te karakteriseren is door twee oriëntaties op winkelen: 'doelgericht winkelen' (runshoppen) en 'rondwinkelen' (funshoppen). De eerste is meer economische en instrumenteel terwijl de laatste recreatief is (Falk and Campbell, 1997). In de praktijk zijn deze oriëntaties vaak lastig uit elkaar te houden omdat beide aspecten veelal aanwezig zijn bij één winkelactiviteit.

Een derde manier om winkelen te karakteriseren is door onderscheid naar producten die worden gekocht: boodschappen voor de dagelijkse noodzaak en boodschappen zonder dagelijkse noodzaak (Bhat and Srinivasan, 2005: 264; Bhat *et al.*, 2003).

Men kan zich afvragen of deze manieren van karakteriseren van winkelen echt verschillende manieren zijn om winkelen te analyseren of alleen in naam verschillen. Onderscheid naar soort aankopen lijkt het makkelijkst te toetsen. Het is verleidelijk om 'doelwinkelen' en nutwaarden te koppelen aan boodschappen met een dagelijkse noodzaak en 'rondwinkelen' en plezierwaarden te koppelen aan boodschappen doen zonder dagelijkse noodzaak. Echter, doelgericht een nieuwe broek kopen bij je vast boetiek kan nauwelijks worden beschouwd als 'rondwinkelen'. Evenzo kan het plezier in winkelen worden verpest op het moment dat geen parkeerplaats kan worden gevonden. Op dat moment kan 'rondwinkelen' overgaan in 'doelwinkelen' (Borchert, 1995:8). Men kan echter aannemen dat deze voorbeelden uitzonderlijk zijn en genegeerd kunnen worden bij verder onderzoek.

Het is de bedoeling dat deze theoretische verkenning de theorie ondersteunt van winkel reisgedrag met een recreatief karakter. Dit recreatieve element is belangrijk in de zin dat een reiziger een andere stemming heeft en andere keuzen maakt in zijn verplaatsing. Als zodanig is tijd nauwelijks een relevant attribuut van een recreatieve verplaatsing in tegenstelling tot bijvoorbeeld plezier (HBD, 2004: 7; Babin *et al.*, 1994). Het is discutabel of de discrete keuze theorie de meest vanzelfsprekende manier is om dit verplaatsingsgedrag te beschrijven waarbij nut de centrale premisse is. Het gebruik van

een meer verfijnde techniek om verplaatsingsgedrag bij recreatief winkelen te benaderen lijkt noodzakelijk.

#### **4. Implicaties van reisinformatie op reisgedrag**

Reisinformatie wordt beschouwd als een belangrijk thema bij het opstellen van verkeers- en vervoersbeleid, technologische vooruitgang bij vervoerbedrijven en onderzoek op het terrein van verplaatsingsgedrag. Reisinformatie is niet een manier om louter systeemkarakteristieken aan reizigers die reisinformatie wensen kenbaar te maken, maar kan ook worden beschouwd als een manier om de publieke opinie te beïnvloeden en/of de houding die iemand heeft ten aanzien van bepaalde systeemkenmerken of systemen en zodoende het reisgedrag te beïnvloeden. Reisinformatie in het openbare domein, zoals via de radio, rond stations of openbare wegen wordt door mensen die reisinformatie wensen geregistreerd aan de hand van hun specifieke reissituatie. Daarnaast worden deze reizigers ook geconfronteerd met informatie die niets met hun specifieke reissituatie te maken heeft. Evenzo worden reizigers die geen reisinformatie wensen geconfronteerd met reisinformatie. Daarnaast kan de ‘verpakking’ van reisinformatie van invloed zijn op het percipiëren en vervolgens toetsen van systeemkarakteristieken. Men kan zich voorstellen dat de exacte rol van reisinformatie zodoende blootgesteld is aan een continu wetenschappelijk debat. Brede steun is er ten aanzien van het potentieel van reisinformatie om het transportsysteem optimaler te gebruiken (Koppelman and Pas, 1980; Kanninen, 1996). Desondanks is er weinig bewijs dat de voorziening van reisinformatie leidt tot een ‘modal shift’ (Lappin, 2000; Yim, 2001). Het gros van de reizigers denkt niet na over de modaliteitskeuze voor de meeste verplaatsingen. De keuze is automatisch en uit gewoonte, gebaseerd op onderbewuste percepties van de uitvoerbaarheid en wens om te reizen met modaliteiten anders dan de dominante vervoerwijze. Als de informatie bestaat uit attributen met betrekking tot comfort en gemak, naast attributen als kosten en tijdsduur, worden reizigers uitgedaagd alternatieve vervoerwijzen te overwegen en hun modaliteitskeuze aan te passen (Kenyon and Lyons, 2003).

Er is weinig onderzoek gedaan naar het effect van reisinformatie op verplaatsingsgedrag specifiek gericht recreatief winkelen. Het onderzoek dat wel is uitgevoerd (Mahmassani

*et al.*, 2003; Kraan *et al.*, 2000; Bhat *et al.*, 2003) betreft louter bestemmingskeuze en route-keuze met betrekking tot verplaatsingsgedrag en beperkt zich tot autogebruikers. Zoals eerder gesteld waarderen plezier-winkelbezoekers tijd anders dan nut-winkelbezoekers en hebben ze een andere gemoedstoestand. De noodzaak om op een bepaalde tijd te vertrekken of te arriveren<sup>3</sup>, zoals bij woon-/werkverkeer verplaatsingen, is minder belangrijk. Tijd-gerelateerde attributen van een verplaatsing spelen een minder belangrijke rol bij de vervoerwijzekeuze, bestemmingskeuze of routekeuze.. Dit betekent dat algemeen geldende primaire attributen van een reis zoals kosten en reistijd bij het verstrekken van reisinformatie voor recreatief winkelen niet de meeste dominante elementen zouden moeten vormen.

## 5. Conceptueel model

In figuur 1 is een conceptueel model gepresenteerd waarbij gebruikgemaakt wordt van de eerder beschreven theorieën met betrekking tot verplaatsingsgedrag. In het model is de overall context van reisgedrag te zien. In principe wordt verplaatsingsgedrag afgeleid van een activiteitenpatroon. Verplaatsingsgedrag is gedefinieerd als een set van keuzen zoals route keuze ('route'), bestemmingskeuze ('best.'), vertrek- of aankomsttijdkeuze ('tijd') en vervoerwijzekeuze ('mod.'). Strikt genomen bestaat er een reiskeuze. Hiermee wordt bedoeld dat men kan kiezen de reis wel of niet te maken. De mogelijkheid om keuzen te maken wordt gefaciliteerd door het vervoersaanbod.

Leefstijl dimensies representeert waardepatronen die verwijzen naar bijvoorbeeld werk, familie, cultuur, geld en status. Deze waarden resulteren in bepaalde activiteiten<sup>4</sup> en voorkeuren. Om bepaalde verplaatsingskeuzen te kunnen maken, moet er een intentie bestaan bepaald gedrag te vertonen die het resultaat zijn van het maken van deze keuzen. Om bepaalde keuzen mogelijk te maken moet er een discrete keuzeset bestaan van verplaatsingsalternatieven. Dit noemen we het vervoersaanbod. De kennis van deze set is

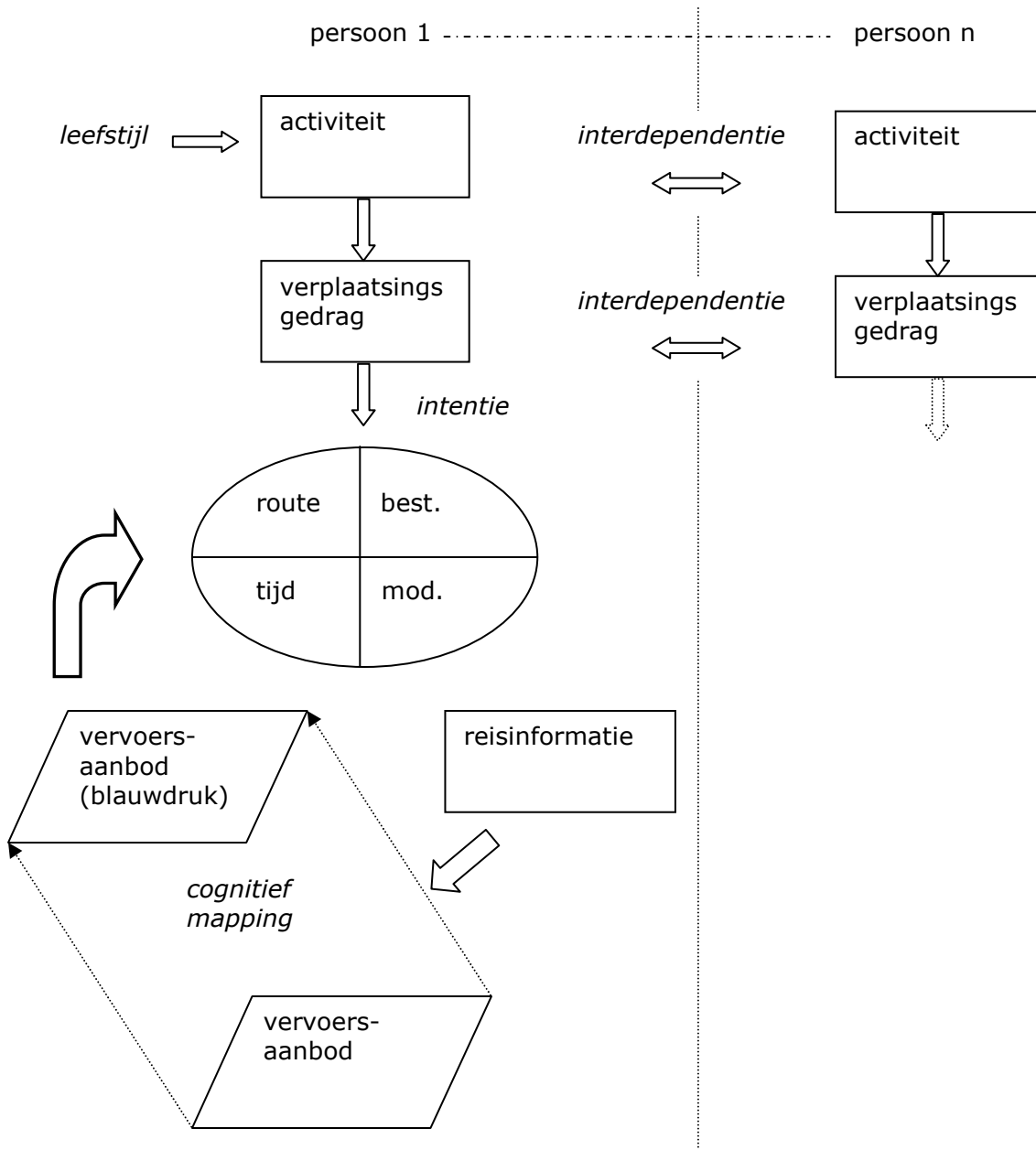
---

<sup>3</sup> Individuen volgen een continu pad door tijd-ruimte om deel te nemen aan activiteiten afhankelijk van zogenaamde bekwaamheids-, gekoppelde - en gezagsbeperkingen (Hägerstrand, 1970). Winkelen wordt juist gekenmerkt door afhankelijkheid van gezagsbeperkingen in verband met de openingstijden van winkels.

<sup>4</sup> Men zou kunnen denken dat leefstijl dimensies niet louter worden gereflecteerd in een activiteitenpatroon, maar dat iemand bijvoorbeeld graag op een bepaald tijdstip met een bepaalde auto op een bepaalde plek rondrijdt. Dit kan echter worden beschouwd als een op zichzelf staande activiteit.

van vitaal belang. Deze keuzeset is een afgeleid beeld van de objectieve werkelijkheid ('blauwdruk'). Het mentaal representeren van de geografische wereld om ons heen wordt cognitief mapping genoemd. Reizigers kunnen alleen kiezen uit bekende bestemmingen en vervoersmogelijkheden die onder de aandacht zijn gebracht. Dit kan gedeeltelijk samenhangen met reisinformatie.

**Figuur 1: Conceptueel model voor recreatief winkel reisgedrag**



Reisinformatie is vooral belangrijk bij het zo objectief mogelijk percipiëren van het vervoersaanbod. Met reisinformatie wordt reisinformatie bedoeld in de meest brede betekenis en gaat verder dan actief of passief ontvangen van informatie. Een activiteitenpatroon staat nooit op zichzelf maar is onderdeel van een sociale werkelijkheid. Zoals eerder gesteld, vindt het grootste gedeelte van menselijke activiteit plaats als het resultaat van groepsocialisatie. Vooral affectieve en cognitieve bindingen hebben grote invloed op het activiteitenpatroon. Deze interdependentie wordt ook gereflecteerd in verplaatsingsgedrag. Het meest sprekende voorbeeld is het overleg binnen een huishouden welke activiteit wordt ondernomen en vervolgens hoe deze activiteit wordt ingevuld. Familierelaties kunnen van essentieel belang zijn in dit keuzeprocess en kunnen bijvoorbeeld variëren per reismotief. Zelfs activiteiten die alleen worden ondernomen kunnen onderdeel zijn van uitvoerige discussie binnen een huishouden. De exacte impact van interdependentie in winkelreisgedrag kan pas worden nagegaan als empirische data is verzameld.

## **6. Conclusies**

In dit paper is winkelreisgedrag theoretisch verkend en een conceptueel model ontwikkeld. Deze verkenning beschrijft de verschillende wijzen waarop dit complexe proces van verplaatsingsgedrag kan worden beschouwd. Deze visies zijn niet strijdig, maar eerder complementair. Het genereert mogelijkheden voor een meer geïntegreerde theoretische kijk op verplaatsingsgedrag. Een eerste stap in deze samengestelde theoretische visie is gezet met de presentatie van een conceptueel model. Dit model is in het bijzonder nuttig bij het analyseren van recreatief winkelgedrag waar ‘nut maximalisatie’ minder belangrijk lijkt en meer onconventionele verklaringsmechanismen wenselijk zijn. Dit geldt ook voor het effectief gebruik van reisinformatie. Traditionele reisattributen zoals tijd en kosten lijken minder belangrijk bij de keuze van een alternatief en zouden zodoende minder dominant moeten zijn bij het conceptualiseren van reisinformatie.

## Referentities

- Arnold, M.J. and K.E. Reynolds (2003) “Hedonic shopping motivations”, *Journal of retailing*, 79: 77-95.
- Ajzen, I. and M. Fishbein (1980) *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1985) “From intentions to actions: a theory of planned behavior” in J. Kuhl and J. Beckmann (eds.), *Action control: From cognition to behavior*, pp. 11-39. Berlin: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991) “The theory of planned behaviour”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.
- Arora N. and Allenby G.M. (1999) “Measuring the influences of individual preference structures in group decision making”, *Journal of Marketing Research*, 36(4): 476-487.
- Babin, B.J., W.R. Darden and M. Griffin (1994) “Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value”, *Journal of Consumer Research*, 20(4): 644-656.
- Bagley, M.N. and P.L. Mokhtarian (1999) “The role of lifestyle and attitudinal characteristics in residential neighborhood choice” in A. Ceder (ed.), *Transportation and traffic theory*, pp. 735-758. Amsterdam: Pergamon.
- Baron, R. S., Kerr, N. L., & Miller, N. (1992) *Group processes, group decision, group action*. Pacific Grove, CA: Brooks Cole.
- Ben-Akiva, M. and S.R. Lerman (1985) *Discrete choice analysis: Theory and application to travel demand*. Cambridge: The MIT Press.
- Ben-Akiva, M., S. Ramming and R.G. Golledge (2001) *Collaborative research: individuals' spatial behavior in transportation networks* (National Science Foundation Grant Proposal BCS-0083110). Santa Barbara: University of California and Massachusetts Institute of Technology.



- Beynen de Hoog, P.L. van (2003) “Vervoerwijzekeuze en reisinformatie: De mental map als instrument om keuzegedrag van vervoerwijze te analyseren” in *Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2003*: 1613-1628.
- Bhat, C.R., A. Sivakumar and K.W. Axhausen (2003) “An analysis of the impact of information and communication technologies on non-maintenance shopping activities”, *Transportation Research Part B* 37(10): 857-881.
- Bhat, C.R. and S. Srinivasan (2005) “A multidimensional mixed ordered-response model for analyzing weekend activity participation”, *Transportation Research part B* 39(3): 255-278.
- Borchert, J. (1995) “Binnenstad of periferie, ‘fun’ of ‘run’? Detailhandel op een tweesprong”, *Geografie* 4(1): 4-8.
- Bourdieu, P (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. R Nice. London: Routledge. [1979]
- Chebat, J., C. G elinas-Chebat and K. Therrien (2005) “Lost in a mall, the effects of gender, familiarity with the shopping mall and the shopping values of shoppers’ way finding processes”, *Journal of Business Research* 58(11): 1590-1598.
- Chliaoutakis, J.E., S. Koukouli, T. Lajunen *et al.*(2005) “Lifestyle traits as predictors of driving behaviour in urban areas”, *Transportation Research part F* 8(6): 413-428.
- Domencich, T., D. McFadden (1975) *Urban travel demand : a behavioural analysis*. Amsterdam: North-Holland.
- Downs, R.M. and D. Stea (1977) *Maps in minds: reflections on cognitive mapping*. New York: Harper and Row.
- Driessen, F.M.H.M. en R.H. Goossens (1993) *Leefstijlen en openbaar vervoer*. Utrecht: Bureau Driessen.
- Elias, N. (1970) *Was ist Soziologie?*. M unchen: Juventa.

- Falk, P. and C. Campbell (eds.) (1997) *The shopping experience*. London: Sage.
- Gärling, T., M. Selart and A. Book (1997) “Investigating spatial choice and navigation in large-scale environments” in N. Foreman and R. Gillet (eds.), *Handbook of spatial research paradigms and methodologies, Volume 1: Spatial cognition in the child and adult*. Hove: Psychology Press.
- Gärling, T. and R.G. Golledge (2000) “Cognitive mapping and spatial decision making” in R. Kitchin and S. Freundschuh (eds.), *Cognitive mapping: past, present and future*, pp. 44-65. London: Routledge.
- Gobierno de Chile SECTRA (2002) *Encuesta origen destino de viajes 2001-2002*. Santiago de Chile: Gobierno de Chile SECTRA.
- Golledge, R.G. and T. Gärling (2004) “Cognitive maps and urban travel” in D.A. Hensher *et al.* (eds.) *Handbook of transport geography spatial systems*. Amsterdam: Elsevier.
- Golledge, R.G. and R.J. Stimson (1997) *Spatial behaviour: a geographical perspective*. New York: Guilford Press.
- Götz, K., W. Loose, M. Schmied *et al.* (2002) *Mobility styles in leisure time*. Frankfurt am Main: Öko-Institut.
- Hägerstrand, T. (1970) “What about people in regional science?”, *Papers of the Regional Science Association*, 14: 7-21.
- Harms, L. (2006) *Op weg in de vrije tijd*. Den Haag: SCP.
- HBD [Hoofdbedrijfschap Detailhandel] (2004) *Dynamische winkelgebieden*. Den Haag: Hoofdbedrijfschap Detailhandel.
- Kanninen, B.J. (1996) “Intelligent transportation systems: an economic and environmental policy assessment”, *Transportation Research part A* 30(1): 1-10.
- Kenyon, S. and G. Lyons (2003) “The value of integrated multimodal traveller information and its potential contribution to modal change”, *Transportation Research Part F* 6(1): 1-21.

- Koppelman, F.S. and E.I. Pas (1980) “Travel choice behaviour: models of perceptions, feelings, preference, and choice”, *Transportation Research Record* 765: 26-33.
- Kraan, M., H.S. Mahmassani and N. Huynh (2000) “Traveller responses to advanced traveller information systems for shopping trips : interactive survey approach”, *Transportation Research Record* 1725: 116-123.
- Lappin, J. (2000) “What we have learned about advanced traveller information systems and customer satisfaction” in J. Sussman (ed.), *What have we learned about intelligent transportation systems?*, pp. 65-86. Washington: WHWA.
- Lynch, K. (1960) *The image of the city*. Massachusetts: MIT.
- Mahmassani, H.S., N.N. Huynh, K. Srinivasan and M. Kraan (2003) “Tripmaker choice behaviour for shopping trips under real-time information : model formulation and results of stated-preference internet-based interactive experiments”, *Journal of Retailing and Consumer Services* 10(6): 311-321.
- McFadden, D. (2001) “Disaggregate behavioral travel demand’s RUM side: a 30-year retrospective” in D.A. Hensher (ed.), *Travel behaviour research: The leading edge*, pp. 17-63. Oxford: Pergamon.
- Min V en W [Ministerie Verkeer en Waterstaat] (2006) *Mobiliteitsonderzoek Nederland 2005: Tabellenboek*. Rotterdam: Ministerie van Verkeer en Waterstaat Rijkswaterstaat.
- Ortúzar, J.D. and L.G. Willumsen (2001) *Modelling Transport*. Chichester: Wiley.
- Ory, D.T. and P.L. Mokhtarian (2005) “When is getting there half the fun? Modeling the liking for travel”, *Transportation Research part A* 39(2): 97-123.
- Regterschot, E. (2002) *Leefstijl en mobiliteit: Een onderzoek naar de invloed van leefstijl op het verplaatsingsgedrag*. Deventer: Goudappel Coffeng.
- Rose, J. and D.A. Hensher (2004) “Modelling agent interdependency in group decision making”, *Transportation Research part E* 40(1): 63-79.

- Scheider, J. and B. Kasper (2003) “Lifestyles, choices of housing location and daily mobility: the lifestyle approach in the context of spatial mobility and planning”, *International Social Science Journal* 55(20): 319-332.
- Titus, P.A. and P.B. Everett (1995) “The consumer retail search process: a conceptual model and research agenda”, *Journal of the Academy of Marketing Science* 23(2): 106-119.
- Transport Statistics (2005) *Transport Statistics Great Britain 2005 31<sup>st</sup> edition*. London: Department for Transport.
- Weston, L. and S. Handy (2004) “Mental maps”, in D.A. Hensher *et al.* (eds.) *Handbook of transport geography spatial systems*, pp.533-545. Amsterdam: Elsevier.
- Williams, H.C.W.L. (1977) “On the formation of travel demand models and economic evaluation measures of user benefit”, *Environment and Planning* 9A(3): 285-344.
- Wilterdink, N. and B. van Heerikhuizen (1993) *Samenlevingen: Een verkenning van het terrein van de sociologie*. Groningen: Wolters-Noordhoff.