



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Observable persuaders: A longitudinal study on the effects of quality signals in the contemporary visual art market

Kackovic, M.

Publication date

2016

Document Version

Final published version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Kackovic, M. (2016). *Observable persuaders: A longitudinal study on the effects of quality signals in the contemporary visual art market*. [Thesis, fully internal, Universiteit van Amsterdam].

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

WAARNEEMBARE VERLEIDERS

Een longitudinale studie naar de effecten van kwaliteitssignalen in de hedendaagse beeldende kunstmarkt

SAMENVATTING

Informatie over de kwaliteit van producenten en producten heeft strategische waarde en beïnvloedt economische beslissingen. Maar wat gebeurt er in markten waar extreme onzekerheid bestaat, omdat kwaliteit moeilijk direct waarneembaar is en objectieve criteria ontbreken om kwaliteit te beoordelen? Kwaliteit die niet te onderscheiden, onbepaald, of zelfs latent is, leidt er in belangrijke mate toe dat de onderliggende kwaliteiten van producenten onbekend blijven voor alle deelnemers aan een transactie. In markten waar kwaliteitsinformatie incompleet en imperfect is, zijn signalen, die kunnen dienen als benadering van moeilijk waar te nemen kwaliteit, nuttig om onzekerheden te reduceren. Dit kan een concurrentieel voordeel geven aan sommige producenten, hetgeen zich kan vertalen in positieve gedifferentieerde lange termijn-effecten in vergelijking met andere mededingers.

De kern van dit proefschrift richt zich op het verkrijgen van een gedetailleerd begrip van het positieve effect van signalen op de uitkomsten voor producenten en meer in het bijzonder op de persistentie in de prestaties die veroorzaakt worden door zelfversterkende terugkoppelingen. Deze zijn weer het gevolg van initiële voordelen veroorzaakt door signalen aan het begin van een carrière of signalen die wijzen op concurrentiële activiteiten in latere stadia. De nadruk wordt gelegd op het analyseren van de differentiërende effecten, van verschillende soorten signalen, die worden afgegeven door verschillende bronnen met verschillende kwalitatieve eigenschappen in verschillende stadia van de carrières van producenten. Het gaat om signalen die worden afgegeven aan kopers en tussenpartijen, en om hoe eenvoudige of complexe combinatorische uitkomsten de prestaties beïnvloeden van producenten in verschillende stadia van hun concurrerende activiteiten. Om een dieper inzicht te krijgen in de persistentie in de verschillen in de prestaties, wordt bijzondere aandacht besteed aan het verkennen van de mate waarin behaalde resultaten uit het verleden, zoals beschreven door verschillende combinaties van signalen en bronnen, interacties tussen kwantitatieve signaalkenmerken en kwalitatieve eigenschappen van bronnen, en reeksen van signalen, in het bijzonder de volgorde in de tijd van signalen, invloed hebben op de aankoopbeslissingen van verschillende kopers en verschillende intermediairs.

In het kort, de signalen - recensies, prijzen, tentoonstellingen, subsidies, affiliaties met kunstgalerijen - overgedragen door bronnen en kopers - musea, bedrijfsverzamelaars en privéverzamelaars, tussenpersonen, selectiecommissies voor prestigieuze kunstprogramma's en belangrijke bemiddelaars, die de geselecteerde producenten volwaardige legitimiteit verlenen - worden onderscheiden en gebruikt om het succes van de producenten te voorspellen, zowel qua reputatie als financieel. Daarnaast wordt observerend leren en kuddegedrag onder kopers bestudeerd. Vaak, wanneer er onzekerheid in de markt is als gevolg van gebrekkige en onvolledige informatie, wordt het observeren van anderen, hun acties, de opbrengsten en/of de gevolgen van hun acties, het dominante signaal.

Dit proefschrift onderzoekt de mate waarin "doen wat iedereen doet" informatie van goede kwaliteit, die door andere signalen wordt afgegeven, kan overvleugelen.

De empirische resultaten van de vier belangrijkste studies wijzen allemaal op het feit, dat in markten gekenmerkt door onzekerheid over de kwaliteit van de producenten en/of producten, signalen er toe doen. Maar de mate waarin verschillende soorten signalen in een multi-signaalomgeving er toe doen, is afhankelijk van complexe processen die geworteld zijn in het transformeren van verschillende informatie in een geaggregeerde indicator van kwaliteit. In de context van beperkte rationaliteit vertrouwen tussenpersonen en kopers - ook die met een hoge mate van specialistische kennis, - vaak op eenvoudige vuistregels om de overbelasting met informatie, die wordt veroorzaakt door heterogene signalen van heterogene bronnen over de kwaliteit van de producenten, te overwinnen. Dit proefschrift geeft een gedetailleerde empirische analyse van deze complexe processen en een diepgaand inzicht in hoe eenvoudige en ingewikkelde samenstellingen van signalen en bronnen die deze signalen verzenden, van invloed zijn op de korte en de lange termijn uitkomsten van de producenten tijdens de verschillende stadia van hun loopbanen.