

Mental accounting och finansieringsval vid konsumentköp

- kategoriseringens och tidens betydelse för utrymmet

i konsumenters mentala konton

Författare

Henrik Laitala & Joakim Wendelsson

Handledare

Prof. Sven-Olof Collin

Sammandrag

Studien tar sin utgångspunkt i teorin om mental accounting. Vi behandlar för det första kategoriseringen av tillgångar och utgifter i olika konton i det mentala bokföringssystemet. Konkret undersöks huruvida någon skillnad i vilka inkomster eller tillgångar som används till olika typer av utgifter kan påvisas. Kontona som vid operationaliseringen valdes för att beskriva finansieringen av ett köp var "regelbunden inkomst", "plötslig inkomst", "sparade pengar" och "avbetalning". För kategoriseringen av utgifterna användes två skalor, den ena med "nödvändighet" och "nöje" som extremer och den andra med "långsiktig investering" och "kortsiktig konsumtion". Den empiriska undersökningen genomfördes med två olika enkäter. Resultaten från dessa undersökningar visar det som teorin förutsäger, nämligen att olika sorters inkomster eller tillgångar används till olika sorters utgifter. Detta betyder också att kategoriseringen kan beskrivas på det sätt som gjorts i tidigare forskning, något som var en förutsättning för den andra delen av vår analys. På enkäterna ombads nämligen respondenterna även att ange tiden mellan de två senaste köpen över 5 000 kr. Denna tid tillsammans med kombinationen av finansieringsalternativ, uppdelade på kontant eller kredit, används i studien för att testa giltigheten av vår egen teori, som behandlar problemet om hur utrymmet i de mentala kontona beter sig. Vi ville förklara hur detta utrymme förändras av inköp som bokförs på kontot, och då särskilt vilken betydelse valet av finansiering för två på varandra följande köp har för utrymmet. Resultaten för testerna avseende denna teori är osäkra, men vi anser oss finna bättre stöd för ett accepterande av teorin än för ett förkastande av den. Sammantaget kan våra bidrag vara relevanta för att bättre förstå mental accounting samt konsumenters köp- och kreditbeteende. Praktiska användningsområden kan vara riskbedömning vid kreditgivning samt vad vi valt att benämna just-in-time-reklam.

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	5
1.1 Sammanfattning av kapitlet.....	5
1.2 Problemdiskussion	5
1.2.1 Mental accounting.....	5
1.2.2 Kontant eller kredit?	6
1.3 Syfte	7
1.4 Disposition	7
2. Vetenskaplig metod	9
3. Teori.....	10
3.1 Sammanfattning av kapitlet.....	10
3.2 Introduktion till mental accounting	10
3.2.1 Kategorisering och självkontroll.....	11
3.3 Olika inkomstkällor.....	12
3.4 Kreditköp.....	14
3.4.1 Kategorisering och kreditköp.....	15
3.4.2 Integration eller segregation.....	15
3.5 Tidsfaktorn	19
3.5.1 Sunk cost eller inte?	19
4. Empirisk metod	23
4.1 Operationalisering	23
4.2 Undersökningen	24
4.2.1 Undersökning 1	25
4.2.2 Undersökning 2	25
4.3 Enkätfrågorna	26
4.3.1 Finansieringen	26
4.3.2 Kategoriseringen.....	26
4.3.3 Fråga 4 på enkät 1 om tiden	27
4.3.4 Fråga 1 på enkät 2 om tiden	27
4.3.5 Bakgrundsvariablerna.....	28

4.4	Definitionsvaliditeten	28
4.4.1	<i>Kategoriseringen</i>	28
4.4.2	<i>Tiden</i>	29
4.5	Reliabilitet	29
4.6	Statistisk behandling	30
5.	Analys	32
5.1	Urval.....	32
5.2	Översikt av statistiska tester för hypotesprövning	33
5.3	Prövning av hypotes 1a	34
5.3.1	<i>Första köpet</i>	34
5.3.2	<i>Andra köpet</i>	35
5.3.3	<i>Första och andra köpet tillsammans</i>	36
5.4	Prövning av hypotes 1b	37
5.4.1	<i>Första köpet</i>	37
5.4.2	<i>Andra köpet</i>	39
5.4.3	<i>Första och andra köpet tillsammans</i>	40
5.5	Resultatdiskussion för hypotes 1	40
5.6	Prövning av hypoteserna 2	41
5.7	Resultatdiskussion för hypoteserna 2	43
6.	Slutsats	45
6.1	Förslag till fortsatta studier	46
	Referenser	48
	Bilagor	
	Bilaga I: Enkät 1	
	Bilaga II: Enkät 2	
	Bilaga III: Bakgrundsvariabler	
	Bilaga IV: Resultat av vissa statistiska tester	

1. Introduktion

I detta inledande kapitel presenteras uppsatsens vetenskapliga problem och syfte. Vidare ges en kort översikt av hur resten av uppsatsen är disponerad.

1.1 Sammanfattning av kapitlet

En översikt av litteraturen på området mental accounting leder oss in på problemet om hur utrymmet i mentala konton betar sig. Vi resonerar om skillnaden mellan kontant- och kreditköp i detta sammanhang och kompletterar slutligen med tidsaspekten för att anlända i en komplett problembild för studien. Syftet som då följer på detta är att förklara hur tiden mellan två köp förhåller sig till finansieringsvalet. Fortsättningsvis i uppsatsen kommer vi att redovisa en teori med ambitionen att utreda problemställningen och realisera syftet, en empirisk undersökning samt resultaten från denna undersökning.

1.2 Problemdiskussion

1.2.1 Mental accounting

Mental accounting som teori är ett sätt att beskriva beslutsprocesser vid t.ex. köp. Tanken är att människor, mer eller mindre implicit, organiserar sin ekonomi med hjälp av ett slags mentalt bokföringssystem, med tänkta konton för olika inkomster och utgifter. Hur fungerar då dessa mentala konton? Vilken makt har mental accounting över konsumentens beteende? Sedan några grundläggande studier lades fram i slutet av 1970-talet och under 1980-talet (Kahneman & Tversky, 1979; 1984; Thaler, 1985) har området studerats av en mångfald forskare (bl.a. Hirst et al.; 1994; Heath & Soll, 1996; Prelec & Loewenstein, 1998) och mental accounting har etablerats som en allmänt accepterad teori. En rad problemställningar kvarstår emellertid, sannolikt till stor del på grund av att mental accounting är svårt att operationalisera till en empirisk undersökning (Kamleitner & Kirchler, 2006). Denna studie har ambitionen att behandla frågan om hur och varför budgetutrymmet i ett mentalt konto förändras.

1.2.2 Kontant eller kredit?

”Nu tog djävulen honom med sig upp på ett mycket högt berg och visade honom alla riken i världen och deras härlighet och sade: ’Allt detta skall jag ge dig om du faller ner och tillber mig.’”

Matt. 4:8-9

Konsumentens möjlighet att vid köp av kapitalvaror och andra dyrare varor (och vissa tjänster) välja finansieringsalternativ (kontant eller kredit) ger upphov till frågor om hur konsumenten värderar pengar vid olika tillfällen. Det faktum att både kontantköp och avbetalningsköp förekommer visar att olika konsumenter (eller samma konsumenter vid olika tillfällen) värderar pengar eller betalningar olika. Valet av finansieringsmetod handlar mycket om hur man väljer att förlägga betalningar i tiden. Eftersom konsumtionen av en kapitalvara normalt är utsträckt över en längre tid faller det sig naturligt att också ställa sig frågan om huruvida och på vilket sätt konsumenten sambedömer betalningar och konsumtion.

Ett alternativ till krediter som finansiering är att vänta med konsumtionen; att spara ihop pengar för att köpa kontant i framtiden. Vid en jämförelse med avbetalningsköp kan då frågas huruvida konsumenten diskonterar de framtida avbetalningarna på en kredit, och vilken kalkylränta som i så fall används. Uttryckt på ett annat sätt: hur nyttan av användningen och tillfredställelsen med det omedelbara tillgångsinnehavet värderas. Ranyard & Craig (1995) menar att konsumenten i många fall inte diskonterar de framtida betalningarna, men om betalningarna ses som ingående i periodiska budgetar kan det dock hända att de diskonteras på så sätt att betalningar längre fram i tiden ges mindre vikt i förhållande till sådana som inträffar tidigare. Även det omvända observerades dock i deras undersökning, då vissa uttalanden vid intervjuer indikerade en preferens till att tidigarelägga betalningarna, genom handpenning eller återbetalning så snabbt som möjligt. Ytterligare en aspekt är risken att inte klara avbetalningarna på en eventuell kredit. Kalkylerar konsumenten med en sådan risk vid valet mellan kontant- och kreditköp, och vad avgör i så fall riskbenägenheten? Riskaversion föreslogs av Ranyard & Craig som en förklaring på preferensen för tidiga betalningar.

Vi är intresserade av fria val mellan kontant- och avbetalningsköp. Anledningen till att man väljer avbetalningsköp kan vara att man för tillfället inte har möjlighet att betala hela beloppet kontant. Inköp av nödvändiga varor i tider av likviditetsbrist innebär emellertid att

man inte har ett fritt val mellan kontant- och avbetalningsköp. Förekommer det då att konsumenter ”frivilligt” väljer avbetalningsköp? Flera undersökningar (Ranyard & Craig, 1995; Prelec & Loewenstein, 1998; Ranyard et al., 2006) betonar att konsumenter generellt föredrar att betala förr hellre än senare, och förutsatt att man har ett fritt val mellan kontant- och kreditköp, vad skulle fördelen med avbetalningsköp vara? Kreditkostnaden gör att den totala utgiften blir större. Att avbetalningsköp ger möjlighet till ytterligare inköp är inte ett giltigt argument i sammanhanget, eftersom en brist på denna möjlighet vid kontantköp skulle bryta mot villkoret om fritt val.

Vi vill använda kontant och kredit som faktorer i en modell som kan förklara förändringar i utrymmet i ett mentalt konto. Eftersom det är rimligt att anta att utrymmet på ett konto kan förändras över tiden vill vi även, vid sidan av finansieringsvalen, införa tiden mellan två köp som ett sätt att undersöka förändringar i utrymmet i kontot.

1.3 Syfte

Med utgångspunkt i mental accounting skall vi undersöka vilka faktorer som påverkar konsumentens val av finansiering av inköp, avgränsat till att förklara hur tiden mellan två köp förhåller sig till finansieringsvalet. I detta sammanhang vill vi också översiktligt undersöka kategoriseringen av mentala konton.

1.4 Disposition

Det andra kapitlet redogör för vår vetenskapliga metod. Vi beskriver vårt val av ansats och hur vi uppfattar den tidigare forskningens inverkan på oss som författare och på vårt arbete. Hur vi skall gå till väga för att samla in och bearbeta nödvändig information tillsammans med vilka antaganden vårt arbete bygger på och vad vi hoppas kunna uppnå med vår studie tas också upp.

I det efterföljande och tredje kapitlet startar vi med en introduktion till mental accounting. Längre fram presenteras vad forskare som gjort liknande studier kommit fram till och en genomgång av deras teorier. Därefter presenteras våra egna teorier, så att läsaren på ett enkelt sätt kan tolka och förstå den vidareutveckling som vi gjort av den befintliga teorin.

Kapitel 4 behandlar vår empiriska metod och inleds med tidigare använda metoder för att undersöka mental accounting samt varför vi inte valt att använda oss av dessa. Sedan redogör vi för operationaliseringen av en abstrakt teori till en empirisk undersökning som kan ge oss användbar data. Detta efterföljs av en presentation av våra två enkäter och även en närmare förklaring av frågorna.

Efterföljande kapitel (5) är vår analysdel. Där presenterar vi vårt urval och bjuder på en översikt av våra statistiska tester samt prövningen av våra hypoteser. Resultaten presenteras i text men även i enkla tabeller med tillhörande kort förklaring. Därefter bearbetas utfallet från de statistiska testerna i en resultatdiskussion där vi redogör för vad vi anser resultaten visar på.

I det sista kapitlet skriver vi vad vi kan dra för slutsatser av vårt arbete och de resultat det utmynnat i. Slutligen presenterar vi ett antal områden som vi anser skulle vara intressanta att studera närmare i framtiden.

2. Vetenskaplig metod

Här presenteras kortfattat vår inställning till kunskap och forskning. Förhoppningen är att detta kapitel ger läsaren en förståelse för vårt sätt att angripa uppsatsens problemställning.

Vi vill förklara det konkreta problem som presenterades och diskuterades i föregående kapitel. Problemet är tydligt och väl avgränsat och litteraturen och vår egen vidareutveckling av befintliga teorier lämpar sig för en förklarande ansats. Vi gör inget försök att förstå eller tolka beteenden.

Vi anser att tidigare forskning på området ger en god grund för att bygga en stark, abstrakt teori, grundbildande för en studie som utreder vår problemställning. Teorin sammanfattas och konkretiseras i ett antal hypoteser, som används för en undersökning av teorins giltighet. Vi anser att vi kan nå ytterligare kunskap inom området för vår problemställning genom empiriska studier av verkligheten. Vi fokuserar på att hitta kausala samband mellan faktorer och strävar efter kvantitativa eller kvantifierbara data, som med statistiska metoder ger möjligheter till generalisering.

Vi erkänner att vår egen kunskap och förförståelse, liksom våra egna preferenser och värderingar, påverkar studien och hävdar också att något annat skulle vara omöjligt. Vi ser inte heller forskares subjektivitet i detta avseende som någon nackdel, utan ett sätt att maximera sätten att vinna kunskap.

Vi förutsätter att individer handlar rationellt, låt vara utifrån sitt eget perspektiv. Eventuella misslyckanden att utifrån en modell byggd på tanken om rationellt handlande och nyttomaximering förklara beteenden är i vår mening att tillskriva tillkortakommanden hos modellen eller forskaren, inte principen om rationalitet.

Vår förhoppning är att resultaten från denna studie tillför kunskap inom områdena konsument-, köp- och kreditbeteende samt mental accounting.

3. Teori

I detta kapitel presenteras tidigare forskning på området och relevanta teorier från litteraturen förklaras. Med utgångspunkt i detta konstruerar vi sedan vår egen teori, som är en abstraktion av de förhållanden vi anser kan förväntas gälla i verkligheten.

3.1 Sammanfattning av kapitlet

I detta kapitel formulerar vi våra hypoteser, som handlar om kategorisering av mentala konton och budgetutrymmets beteende över tiden. Kategorisering är ett centralt begrepp inom mental accounting och för vår teoribildning. I det kommande skall därför, efter en kort introduktion till mental accounting, förklaras hur kategoriseringen fungerar och varför den förekommer. I samband med detta beskrivs hur principen om pengars substituerbarhet inte efterlevs när vi talar om mentala konton. Vidare resoneras kring det mentala budgetutrymmet, som är det fenomen vi vill studera genom att undersöka tiden mellan två köp och finansieringsvalen för dessa köp, inkl. de begränsningar av detta som kan finnas och hur dessa begränsningar kan avhjälpas. Vi kommer därvid in på avbetalningar, d.v.s. kreditköp, som ett sätt att klara budgetbegränsningar under en period. Ett avsnitt ägnas åt att beskriva den litteratur inom mental accounting som kan vara av intresse vid utredningen av kontant eller kredit som finansieringsalternativ. Efter detta presenterar vi vårt primära undersökningsområde, nämligen sambandet mellan dessa finansieringsalternativ och tiden.

3.2 Introduktion till mental accounting

Tänk dig att du befinner dig på biografen. Du står i kön för att komma in till biosalongen, när du upptäcker att du tappat bort din biljett. Du har redan betalat 100 kr för biljetten, men om du vill se filmen är du nu tvungen att köpa en ny biljett för ytterligare 100 kr. Köper du en ny biljett?

Tänk dig istället att du står i kön till biljettluckan. Du upptäcker då att du tappat bort 100 kr på bussen på väg till biografen. Köper du biobiljetten?

Kände du annorlunda inför att köpa biljetten i det första jämfört med det andra exemplet? De flesta människor känner i det första exemplet en stark ovilja att betala ytterligare 100 kr för en biljett. Man känner att man i så fall har betalat 200 kr för en film som bara kostar 100 kr att se. Men om man tappat 100 kr på bussen så är oviljan att köpa en biljett för att se filmen inte alls lika stor, för trots att det i båda fallen handlar om 2 x 100 kr kopplar man samman de två hundrakronorsutgifterna på olika sätt i de två exemplen. Det här fenomenet förklaras av ”mental accounting”.

Redan Bernoulli (1954¹) ägnade sig åt problematiken rörande skillnaden mellan faktiska objektiva förhållanden och det av involverade personer uppfattade förhållandet. Arbeten av t.ex. Kahneman & Tversky (1984), som presenterar ett liknande exempel som ovan, och Thaler (1985) kan ses som fortsättningar på Bernoullis banbrytande teorier om bl.a. risk och marginalnytta, men tar steget vidare till vad de benämner ”mental accounting”. Syftet är att på ett bättre sätt än traditionell ekonomisk teori klargöra människors beteende; teorin kan förklara vissa i praktiken förekommande brott mot allmänt antagna ekonomiska principer.

3.2.1 Kategorisering och självkontroll

Mental accounts kan ses som ett implicit bokföringssystem, som hjälper individen eller hushållet att organisera sin ekonomi och fatta beslut om t.ex. konsumtion och sparande. Mental accounting kan bl.a. förklara varför principen om pengars substituerbarhet inte alltid efterlevs. Principen säger att alla pengar är lika, oavsett var de kommer ifrån eller hur de används. Och även om det kan förefalla självklart att en krona alltid är en krona och att vilken krona som helst kan bytas mot vilken annan krona som helst, så finns det gott om tillfällen då människor inte betar sig i enlighet med denna princip. Thaler (1985) menar att inkomster från olika källor placeras i olika konton i det tänkta bokföringssystemet, och att utgifter på samma sätt kategoriseras i olika konton. Dessa mentala konton avgränsas både tidsmässigt, så att olika konton kan representera olika ”budgetperioder”, och av inkomst- resp. utgiftstyp. Beslut som hänför sig till vissa särskilda konton påverkas, enligt Thaler, inte av balanserna eller förändringarna på övriga konton. Följaktligen är inte pengar på ett konto utbytbara mot pengar på ett annat konto, något som strider mot det traditionella ekonomiska synsättet.

¹ Nutida engelsk översättning. Originalen är Bernoulli, D. (1738). *Specimen Theoriae Novae de Mensura Sortis. Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae*, V, 175-192.

Den viktigaste anledningen till att kategorisering förekommer är förmodligen att dessa ”mentala budgetar” fungerar som verktyg för självkontroll; kategoriseringen av inkomster och utgifter förenklar beräkningar vid transaktioner och möjliggör kontroll av spenderandet på olika typer av utgifter (Heath & Soll, 1996). I linje med detta sätts vissa budgetar medvetet lågt för att skydda mot tillfälliga frestelser (Thaler, 1999). Den i föregående stycke beskrivna oförmågan att flytta medel mellan kontona är i detta fall ingen nackdel, utan tvärtom nödvändig om den mentala budgeteringen skall kunna fungera som ett medel för självkontroll (Heath & Soll, 1996).

När beslutet om konsumtion skall fattas, måste konsumenten mentalt återskapa den relevanta budgeten (ibid.). I första hand återskapas då en total, periodisk, budget med alla utgifter samlade på ett konto (Thaler, 1985). Perioden är oftast en månad; detta är den vanligaste tidsuppdelning människor gör när det gäller privatekonomiska beslut (ibid.). I andra hand återskapas därefter budgeten för en särskild utgiftskategori, relevant för det aktuella beslutet (ibid.). Utgiften för konsumtionen måste rymmas både i den totala periodiska budgeten och i den särskilda budgeten för det aktuella utgiftsslaget. Utrymmet i budgeten beror på tidigare (ihågkomna) bokningar på samma konto (Heath & Soll, 1996). Den mentala avgränsningen, i tidsperioder och utgiftsslag, gör att ett inköp som bokas på kontot minskar utrymmet för framtida köp av varor av samma slag (ibid.). Detta sista konstaterande kommer att bli en essentiell del av vårt fortsatta resonemang.

3.3 Olika inkomstkällor

”Windfall cash – this is the kind of shit you play with.”

Anthony Soprano (The Sopranos, 2007).

I detta avsnitt ställer vi upp en hypotes som skall fungera som ett slags kontroll av giltigheten i resonemanget om mental accounting. Om vi senare kan bekräfta hypotesen tyder detta på att mental accounting och kategorisering rättvisande kan beskrivas så som vi i detta teorikapitel har förutsatt. Ett accepterande av hypotesen ger således, hävdar vi, våra fortsatta argument mer styrka och trovärdighet när vi sedan i avsnitt 3.5 presenterar vår egen vidareutveckling av teorin, syftande till att applicera den på tiden mellan två köp i förhållande till finansieringsvalen vid dessa köp.

Thaler (1990) menar att hushållet delar in inkomstsidan i sin mentala budget i tre huvudkontogrupper, nämligen tillgångskonton, nuvarande inkomstkonton och framtida inkomstkonton. Den marginella konsumtionsbenägenheten, den andel av marginalinkomster man använder till konsumtion, skiljer sig markant mellan de tre kontogrupperna. I konton klassade som framtida inkomstkonton, som t.ex. individuellt pensionssparande, är den marginella konsumtionsbenägenheten noll. I tillgångskonton är den mellan noll och ett, d.v.s. konsumtionen påverkar inte det sparade kapitalet; det flyter inte ut mer pengar än vad man tidigare avsatt från sitt nuvarande inkomstkonto. I nuvarande inkomstkonton sparas inget eller nästan inget, d.v.s. den marginella konsumtionsbenägenheten är nära eller lika med ett (dock kan som sagt medel överföras till tillgångskonton).

Människor uppfattar alltså, som tidigare också sagts, inte alltid pengar lika. ”Windfall cash” är en särskild typ av inkomst i detta avseende. Slår man upp windfall i ett engelsksvenskt lexikon får man: ”oväntad tur, skänk från ovan”. Ett sätt att förstå karaktären av windfall cash är att sätta det i relation till hur hårt man arbetat för att erhålla pengarna. Som exempel kan nämnas att storleken på en lottovinst då ska jämföras med arbetsinsatsen för att lämna in lottoraden. Oavsett hur mycket man vinner räknas tiden det tar att fylla i och lämna in lottoraden inte som någon större arbetsinsats. Detta kan jämföras med flera timmar på jobbet och den lön man får för den insatsen. Thaler (1990) menar att windfall-inkomster placeras i ett nuvarande inkomstkonto, eftersom benägenheten att spendera dem är större än inkomster i både tillgångs- och framtida inkomstkonton. Den marginella konsumtionsbenägenheten är emellertid inte nödvändigtvis större än den är för andra medel i nuvarande inkomstkonton. Detta enligt Arkes et al. (1994), vilka dock i ett experiment visade att människor som tvingats arbeta för pengarna var mindre benägna att spendera dem jämfört med om de skulle ha vunnit dem. Dessutom var det avgörande huruvida och till vilken grad pengarna var förväntade. Ej förväntade pengar hade en avsevärt högre marginell konsumtionsbenägenhet än förväntade pengar. Eftersom windfall, som nu konstaterats, är ett fenomen där pengar dyker upp oväntat och eftersom dessa pengar inte finns med i någon kalkyl tenderar folk att betrakta dessa annorlunda och spendera dem på saker de inte skulle ha köpt om lika mycket pengar hade behövt tas från t.ex. sparkontot.

Vi har tidigare beskrivit kategoriseringen inom mental accounting. En logisk följd av denna är att olika tillgångskonton kopplas ihop med olika utgiftskonton, så att pengar används till olika sorters inköp beroende på var pengarna kommer ifrån (ibid.; Thaler, 1999; Kirchler et al., 2007). Det har visats (Karlsson et al., 1997; refererad av Kirchler et al., 2007) att, om en

utgiftstyp väsentligt skiljer sig från den typ av tillgång som normalt kopplas ihop med den, konsumenter har en motvilja till att använda pengar från ”fel” tillgångskonto. Detta är uppenbarligen i överensstämmelse med tanken om mental accounting som ett verktyg för självkontroll, så som sades i avsnitt 3.2.1. Resonemanget så här långt leder oss till att konstruera följande två hypoteser:

***H 1a:** Vid kontantköp är benägenheten att använda sparade pengar större för köp av varor som upplevs som nödvändiga än för köp av varor som upplevs vara för nöjes skull.*

***H 1b:** Vid kontantköp är benägenheten att använda sparade pengar större för köp av varor som upplevs vara en långsiktig investering större än för köp av varor som upplevs vara avsedda för kortsiktig konsumtion.*

Vi förväntar oss med andra ord att kategoriseringen medför att olika sorters tillgångskonton används till olika sorters utgifter och vi har valt att i denna studie koncentrera oss på de samband som vi förväntar oss skall finnas mellan å ena sidan regelbunden inkomst och nöjeskonsumtion och å andra sidan sparade pengar och nödvändiga inköp. Kan vi visa detta skulle det stärka uppfattningen att mental accounting, och den däri ingående kategoriseringen, är en reell företeelse, som vi kan bygga vårt fortsatta resonemang på.

3.4 Kreditköp

I detta avsnitt föreslår vi att budgetbegränsningar kan avhjälpas genom att en utgift kostnadsförs över flera budgetperioder. Detta för oss in på området för kreditköp som en del av teoribildningen. Vi använder också teorin om koppling av tillgångs- och utgiftskonton, som kort presenterades i avsnitt 3.3, för att motivera relevansen av att särskilt fokusera på kreditköp. Därefter går vi djupare in i teorin om mental accounting, för att beskriva ytterligare forskning som antyder att kreditköpet kan inta en särställning av särskilt intresse vid skapandet av en modell för hur de mentala kontona ser ut. I sammanfattning åskådliggör det följande varför vi senare väljer att dela upp finansieringsalternativen på kontant resp. kredit.

3.4.1 Kategorisering och kreditköp

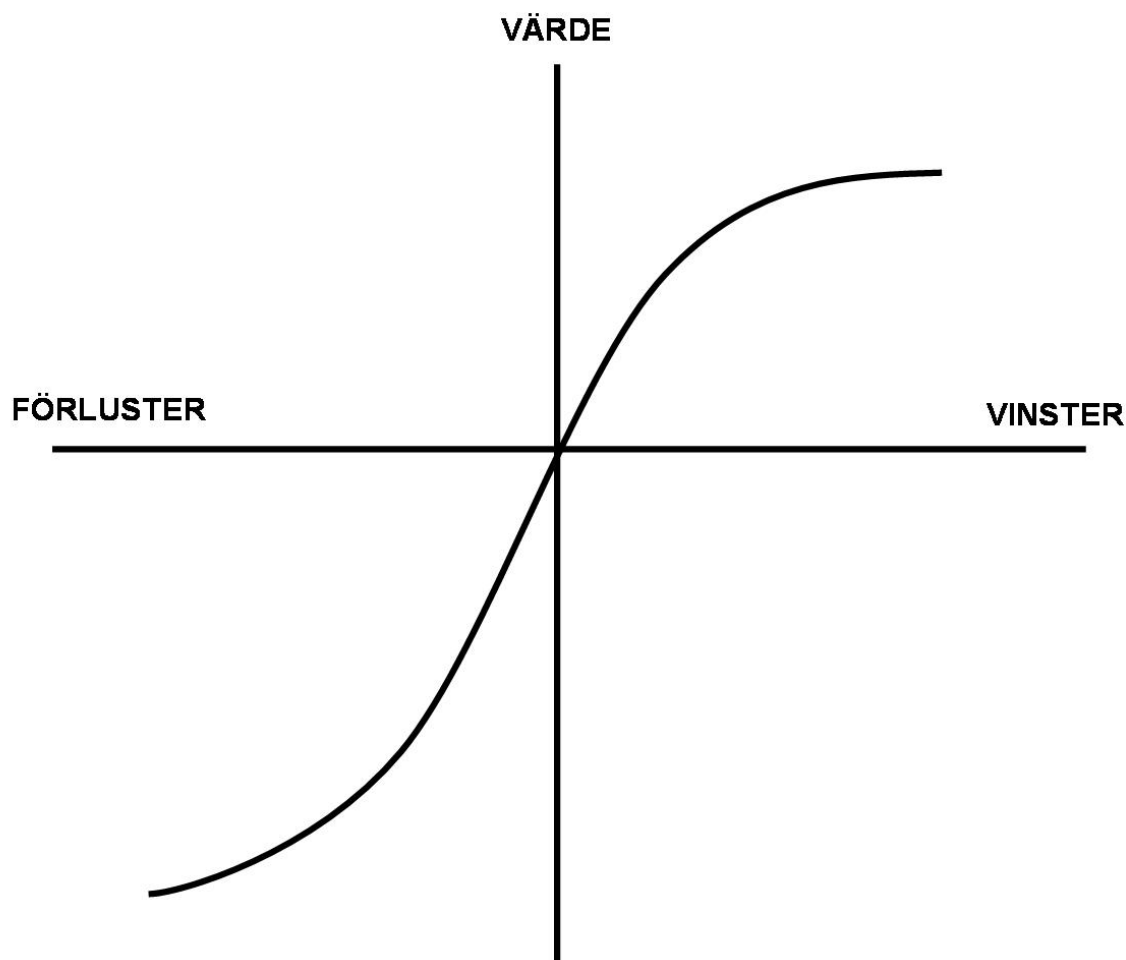
Vi har i avsnitt 3.2.1 redogjort för att mentala konton lider av budgetbegränsningar. Det innebär att man inte kan överskrida en viss storlek på utgifter som hänförs till samma konto (Thaler, 1999). Eftersom budgetarna är periodiska torde dessa begränsningar emellertid kunna avhjälpas genom att en utgift delas upp på flera budgetperioder. Med andra ord kan avbetalningsköp bli aktuellt, även om totalutgiften då blir större; individen är villig att betala en premie för att inte under någon period spräcka budgeten. Ett sådant beteende kan jämföras med att konsumenter i vissa fall är beredda att betala mer för möjligheten att köpa en mindre kvantitet av en produkt, för att därigenom kontrollera sin konsumtion (Wertenbroch, 1996; refererad av Thaler, 1999).

Att olika tillgångskonton kopplas ihop med olika utgiftskonton inom modellen för mental accounting kan appliceras på kreditbeslut (Kirchler et al., 2007), eftersom det även innebär att konsumenter är mer benägna att använda sig av avbetalningsköp för vissa särskilda utgiftstyper (bl.a. Thaler, 1999). Om utgiftstypen väsentligt skiljer sig från den typ av tillgång som normalt kopplas ihop med den, ökar dessutom sannolikheten för att konsumenten tar en kredit istället för att ta pengar för kontantköp från ”fel” tillgångskonto. (Karlsson et al., 1997; refererad av Kirchler et al., 2007).

3.4.2 Integration eller segregation

Thaler (1985) redogör i sin för mental accounting fundamentala studie för vissa begrepp som ligger till grund för vårt fortsatta resonemang. Han utnyttjar att Kahneman & Tverskys (1979) vidareutveckling (värdefunktionen, se figur 1) av den nyttofunktion som beskrevs redan av Bernoulli (1954) är konkav för positiva värden, men konvex för negativa värden, för att förklara hur ett tvådelat utfall kan behandlas för att maximera värdet av den totala effekten. Antingen kan de två ingående utfallen värderas tillsammans, sammanslagna, eller så värderas de var för sig, separat. Thaler benämner dessa två alternativ integration resp. segregation. Figur 1 visar värdefunktionen. Det totala värdet på y-axeln blir olika stort för två utfall (längs x-axeln) beroende på om de läggs ihop eller separeras. Eftersom marginalvärdet är avtagande längs den positiva sidan av x-axeln blir det totala värdet större om två positiva utfall (vinster) registreras separat. På samma sätt blir det totala negativa värdet större om det handlar om två

negativa utfall (förluster) som registreras separat. Alltså bör två positiva utfall segregeras, men två negativa utfall integreras.



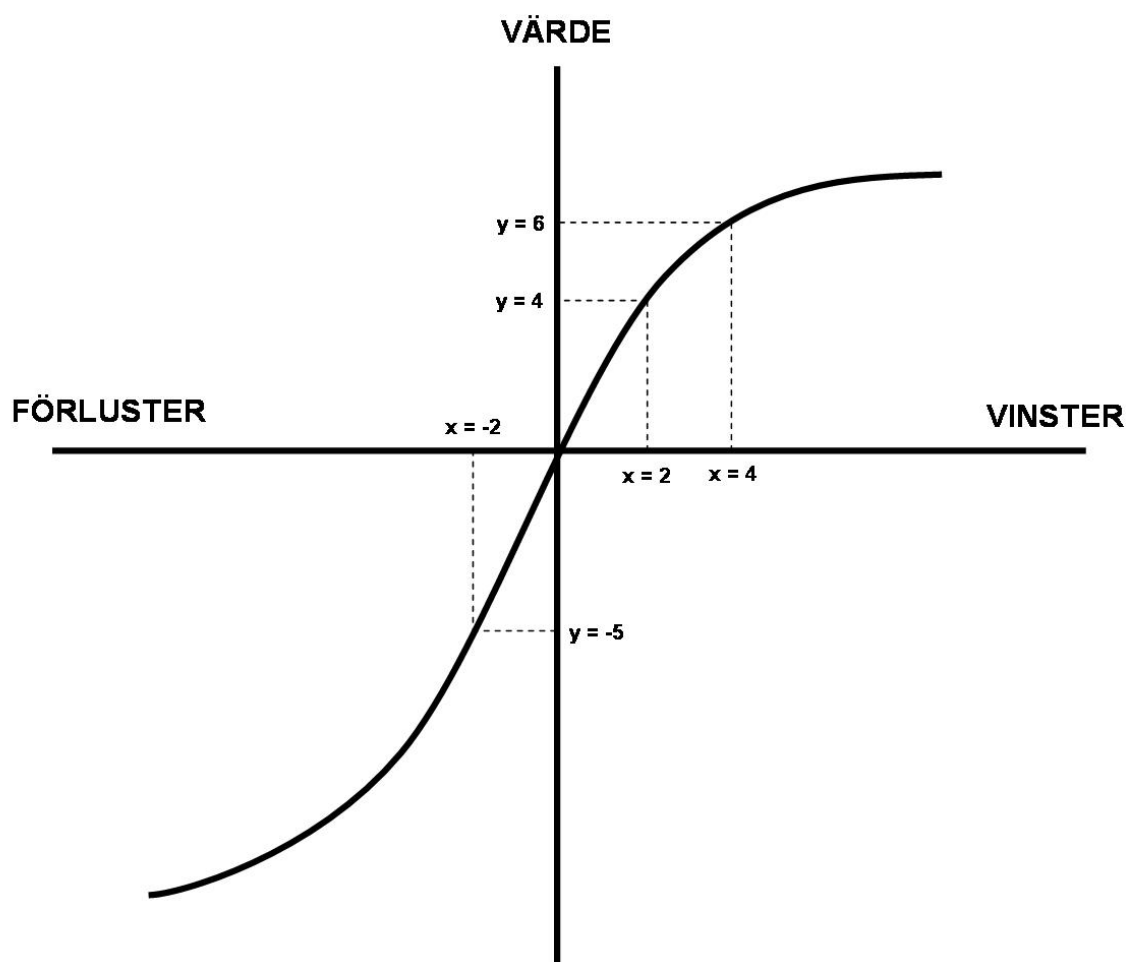
Figur 1: Värdefunktionen, så som den beskrivs av Kahneman & Tversky (1979).

Mental accounting påverkar konsumentens finansieringsbeslut, eftersom ett vanligt köp kan betraktas som det som Thaler (1985) betecknar "mixed gain", en större vinst² (konsumtionen) och en mindre förlust (betalningen). I detta fall blir det totala värdet störst genom integration (ibid.), eftersom värdet av den integrerade netto nyttan är större än värdet av summan av den positiva nyttan av konsumtionen och den negativa nyttan av betalningen segregerade, något som följer av den tidigare nämnda funktion som beskrivs av Kahneman & Tversky (1979) (bl. a. Thaler, 1985; Hirst et al., 1994). Om dessa utfall segregerades skulle nämligen vinsten mer än förlusten drabbas av det avtagande marginalvärdet, eftersom vinsten är större. När det negativa värdet sedan dras bort från det positiva blir inte mycket kvar. Integration däremot

² Lägg märke till att vinst, liksom förlust, i detta sammanhang inte används i riktigt samma betydelse som vi är vana vid från ekonomisk teori. De engelska begrepp som används i litteraturen är "gain" resp. "loss".

innebär att förlusten kvittas mot vinsten, vilket lämnar en mindre nettovinst kvar. Tack vare den branta lutningen i början av kurvans positiva del blir emellertid värdet av denna netto nytta förhållandevis stor.

Figur 2 visar ett exempel på skillnaden mellan integration och segregation vid "mixed gain". I exemplet är de två utfallen $x = 4$ resp. $x = -2$. Värdet av denna kombination beror på om utfallen integreras eller segregeras. Om vi först tittar på segregation, så innebär detta att värdena för de båda utfallen mäts separat, d.v.s. $x = 4$ motsvarar $y = 6$ och $x = -2$ motsvarar $y = -5$. Det totala värdet vid segregation blir alltså $y = 6 + (-5) = 1$. Om utfallen istället integreras, så är det nettovinsten som registreras, alltså $x = 4 + (-2) = 2$, vilket motsvarar $y = 4$. Värdet vid integration blir således 4.



Figur 2: Exempel på "mixed gain".

För att gå tillbaka till situationen med två förluster, så konstaterade vi tidigare att förluster blir mindre kännbara om de integreras, d v s "buntas ihop" med andra förluster. Detta skulle

antyd att man upplever det som mindre negativt om en utgift kan läggas till en redan existerande mängd. Istället för att betrakta utgiften som ensamt stående skulle konsumenten alltså föredra att integrera den med andra utgifter. Genom att dela upp betalningarna genom avbetalningar i framtiden skulle integration kunna åstadkommas, förutsatt att varje framtida betalning betraktas som ingående i en större budget, tillsammans med andra betalningar under den perioden.

Kahneman & Tversky (1984) påpekar att det vanligtvis skiljs på ”experience value” och ”decision value”, när det gäller nyttan (positiv eller negativ) av ett beslut. ”Experience value” hänför sig till den faktiska upplevelsen av resultatet av beslutet, medan ”decision value” är det förväntade utfallets bidrag till den totala nyttan. Möjligen utgör anskaffningen av varan ”experience value”, medan de framtida betalningarna på krediten betraktas som (negativ) ”decision value”. Nyttan av det förstnämnda behöver enligt den här modellen i så fall inte sammanfalla med motviljan till det sistnämnda. Nettonyttan skulle således kunna vara positiv, trots kreditkostnaden.

Mental accounting kan alltså som ovan beskrivits användas för att undersöka förhållandet mellan värdet av konsumtionen och förlusten förknippad med betalningen. Hur dessa kopplas samman, integreras eller segregeras, beskrivs av Prelec & Loewenstein (1998) under begreppet ”coupling”, som innefattar dels att betalningen väcker olustkänslor och försvagar nyttan av konsumtionen av den vara som är kopplad till krediten, och dels att värdet av konsumtionen mildrar obehaget av betalningen.

Det optimala är att det mentala bokföringssystemet bidrar till rationalitet genom att erbjuda en möjlighet till självkontroll, samtidigt som det ger nöjet av att minska kännbarheten av betalningarna (ibid.). Mental accounting ger konsumenten möjligheten att kontrollera sin konsumtion, men den gör det genom att tydliggöra kostnaden av konsumtionen. Eftersom medvetenheten om kostnaden minskar nöjet av konsumtionen vill den hedonistiska människan emellertid slippa tänka på kostnaden i samband med konsumtionen, men mildra motviljan till betalningen genom att sammankoppla denna med konsumtionen (ibid.). Att kredittagare i verkligheten förmår göra på just detta sätt har nyligen visats av Kamleitner & Kirchler (2006), vilka fann att konsumenter som köpt en vara på kortkredit förefaller vara förmögna att separera konsumtionen av varan från tankar på krediten samtidigt som de påminde sig nyttan av konsumtionen vid tillfällena för avbetalningarna. Resultaten bekräftar att kredittagare är kapabla att åtskilja konsumtionens påverkan på tankar om krediten och kreditens påverkan på tankar om varan.

3.5 Tidsfaktorn

Mentala budgetar har ett begränsat utrymme, så om ett köp belastar framtida periodiska budgetar, vilket vi liksom Heath & Soll (1996) föreslår, kommer möjligheten till framtida belastning av dessa konton att minska, vilket får konsekvenser för framtida inköps tidsmässiga förläggning. Som det föregående avsnittet beskrev, är valet av finansiering intressant för budgetutrymmet, och vi ställer här nedan upp hypoteser med innebörden att budgetutrymmet betar sig annorlunda beroende på om köpen är kontant- eller kreditköp.

3.5.1 Sunk cost eller inte?

En sunk cost är en kostnad som redan inträffat. En ekonomiskt rationell individ ska därför inte låta den inverka på framtida beslut. Enligt Awasthi et al. (1998) händer det däremot ofta att man stöter på beslutsprocesser där en redan inträffad händelse inte bara påverkar utan till och med är en drivande kraft bakom ett beslut. Vi föreslår att konsumenten, oavsett om ett köp sker kontant eller på avbetalning, på något vis periodiserar kostnaden för detta köp över framtida mentala budgetperioder, så att utrymmet i dessa budgetar blir mindre. Detta följer av en studie av Heath & Soll (1996), så som redan nämnts i avsnitt 3.2.1. Om vi vidare accepterar deras teori att mentala budgetar har ett begränsat utrymme, så kan vi uttrycka begränsningen som att budgeten har ett ”tak”. Omedelbart efter ett köp bör sannolikt i så fall taket i den berörda budgeten sjunka till en lägre nivå.

Utbetalningen vid kontantköpstillfället är större än den relativt låga månadskostnaden för avbetalningen. Den upplevda utgiften torde vara större för konsumenten, som därför blir mer återhållsam med ytterligare inköp efter ett kontantköp jämfört med ett avbetalningsköp. Vi föreslår följaktligen, i kontrast till teorin om sunk cost, att taket i det mentala kontot sjunker till en lägre nivå vid ett kontantköp jämfört med ett avbetalningsköp. Detta är den första av vår andra grupp av hypoteser:

***H 2a:** Budgettaket sjunker mer omedelbart efter ett köp om köpet är ett kontantköp än om det är ett kreditköp.*

Vår teori förutsätter alltså att den mentala budgeten har ett tak som begränsar utrymmet i budgeten. Vi kallar den maximala nivån på detta tak för maxtak, den nivå vid vilken budgeten

inte är belastad av någon utgift. För att ett köp skall göras måste ett tillräckligt stort utrymme finnas i den mentala budgeten, d.v.s. taket skall vara på en tillräckligt hög nivå. Nivån på detta "minimitak" är, föreslår vi, olika hög beroende på om det tänkta köpet är kontant eller kredit. Mer specifikt antar vi att budgetutrymmet behöver vara större för ett kontantköp än för ett kreditköp; att minimitalet för kreditköp är lägre än minimitalet för kontantköp. Vi formulerar detta till vår nästa hypotes:

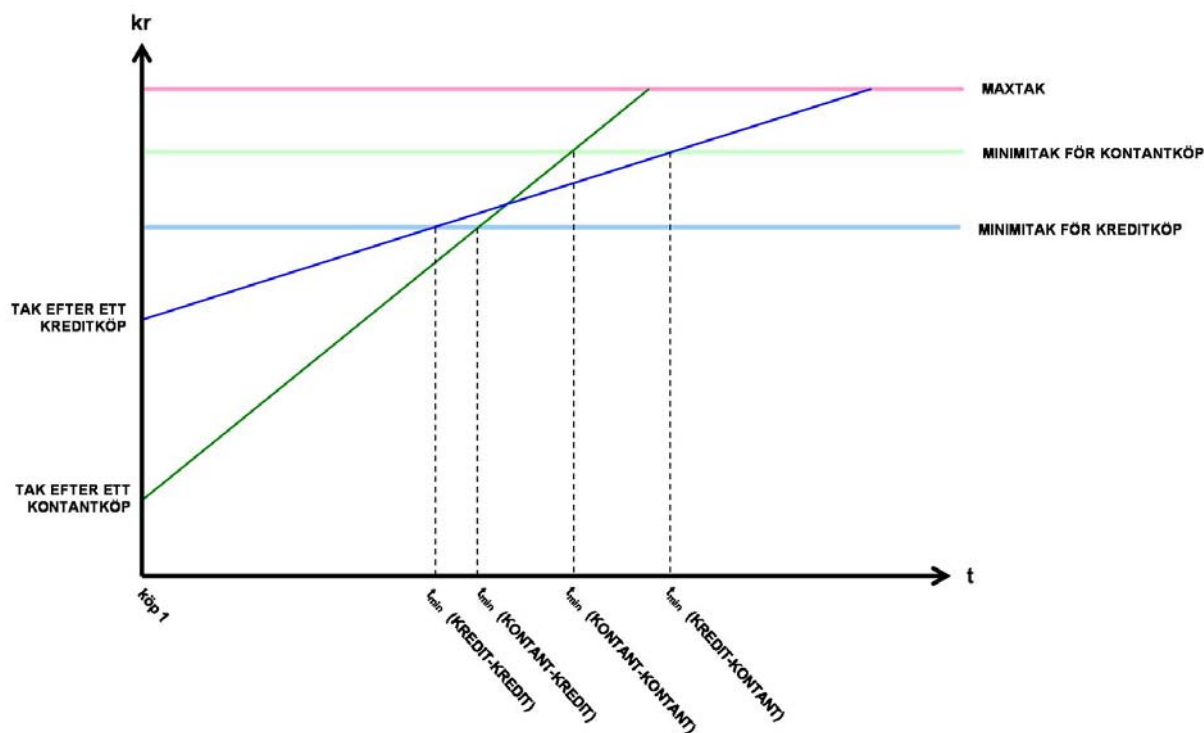
H 2b: *Utrymmet som krävs för ett köp är större för ett kontantköp än för ett kreditköp.*

Hur förhåller sig då den aktuella nivån på taket till dessa minimi- och maximitak? Kamleitner & Kirchler (2006) menar att konsumenten, vid kreditköp, efterhand som tiden går separerar varan från avbetalningen. Den (oftast) månatliga kostnaden flyttas från ursprungskontot till ett konto som innehåller mer anonyma kostnader. Det kan tolkas som att taket återgår till en "normal" nivå, vilket motsvarar maximitaket, förutsatt att ytterligare köp i samma kategori inte görs. Takets återgång gör ytterligare köp möjliga även om avbetalningsperioden inte har löpt ut. Kamleitners & Kirchlers teori är alltså konstruerad för kreditköp, men vi ser ingen anledning till varför den inte skulle vara giltig även på kontantköp. Vi applicerar här tanken om takets återgång på både kredit- och kontantköp och antar därvid att taket återhämtar sig snabbare om köpet var ett kontantköp jämfört med om det var ett kreditköp. Uttryckt som den tredje och sista delen av vår andra grupp av hypoteser blir det som följer:

H 2c: *Taket återhämtar sig snabbare om köpet var ett kontantköp jämfört med om det var ett kreditköp.*

Figur 3 är ett exempel på hur det vi diskuterat hittills i det här avsnittet, och som kommit till uttryck i de tre hypoteserna 2, skulle kunna se ut. De båda lutande linjerna visar takets återhämtning efter det första köpet. De fyra " t_{\min} " markerar de tidigast möjliga köptillfällena för köp 2 för olika kombinationer av finansiering av de två köpen. Vilken inbördes ordning de fyra alternativen i verkligheten har beror på skillnader i linjernas ekvationer (y-intercept och lutningskoefficient) samt på minimitalets nivåer. Om vi vänder på det innebär detta att om vi empiriskt kan undersöka förhållandet mellan de fyra alternativen skulle vi kunna konstruera en realistisk version av grafen. Ett problem som uppkommer är att " t_{\min} " markerar det tidigast

möjliga köptillfället, inte det faktiska köptillfället. Ju tidigare man har möjlighet att välja ett alternativ desto tidigare torde man emellertid i genomsnitt också välja detta alternativ jämfört med andra alternativ.



Figur 3: Utrymmet i den mentala budgeten, uttryckt med begreppet "tak", som en funktion av tiden. Köp 1 inträffar vid $t = 0$. Köp 2 är markerad för olika finansieringskombinationer.

Betrakta figur 3. För det fortsatta resonemanget; märk att tiden mellan t_{\min} (KREDIT-KREDIT) och t_{\min} (KREDIT-KONTANT) är tiden mellan det att ett kreditköp möjliggjorts och det att ett kontantköp blir möjligt, givet att första köpet är ett kreditköp (mörkblå linje). Låt oss kalla denna tid Δt_1 . Analogt är tiden mellan t_{\min} (KONTANT-KREDIT) och t_{\min} (KONTANT-KONTANT) tiden mellan det att ett kreditköp möjliggjorts och det att ett kontantköp blir möjligt, givet att första köpet är ett kontantköp (mörkgrön linje). Denna tid kan då betecknas Δt_2 . Antag vidare att Δy är avståndet mellan minimitaken samt att k_1 och k_2 är takens återhämtningshastighet efter ett kreditköp (mörkblå linje) respektive ett kontantköp (mörkgrön linje). Vi kan då ställa upp följande ekvationer:

$$\Delta y / \Delta t_1 = k_1 \quad (1)$$

$$\Delta y / \Delta t_2 = k_2 \Leftrightarrow \Delta y = k_2 \Delta t_2 \quad (2)$$

$$(2) \text{ insättes i (1): } k_2 \Delta t_2 / \Delta t_1 = k_1 \Leftrightarrow k_2 / k_1 = \Delta t_1 / \Delta t_2 \quad (3)$$

Det vänstra ledet i (3) uttrycker förhållandet mellan linjernas lutning, d.v.s. förhållandet mellan återhämtningshastigheterna. Ett värde för det högra ledet bör vara möjligt att erhålla genom en empirisk undersökning. Vi kan därmed se hur snabbt budgetutrymmet återskapas efter ett kontantköp relativt ett kreditköp.

4. Empirisk metod

I detta kapitel presenteras de metoder med vilka teorin testats empiriskt. I detta sammanhang redogörs också för sättet som de teoretiska begreppen överförs till att fungera i den empiriska undersökningen och de problem som kan uppstå i samband med detta.

Kamleitner & Kirchler (2006) menar, efter att ha påpekat det vanskliga i att empiriskt undersöka konsumenters mental accounting, att det finns två möjliga tillvägagångssätt för att undersöka strukturen i mental accounting: deduktivt med hjälp av kvasiexperiment, eller via intervjuer. Liksom Ranyard & Craig (1995) väljer de det sistnämnda, medan flera andra undersökningar av konsumentkrediter har gjorts i experimentform, där personer har presenterats tänkta scenarier och exempelvis fått svara på hur de skulle ha betett sig, eller hur de tror att andra människor skulle bete sig eller känna, i en viss situation (bl. a. Hirst et al. 1994; Heath & Soll, 1996). Vår ambition var att komplettera denna forskning med en mer omfattande survey, som undersöker faktiska köp och hur dessa finansierats.

4.1 Operationalisering

Vi antar att människor i allmänhet inte är medvetna om eller resonerar i termer av mentala konton eller budgetar. Visst kan man t.ex. uppleva att man inte har råd med ett särskilt inköp, men att därifrån ta steget till att explicit tolka detta som att utrymmet i ett mentalt budgetkonto, kategoriserat på ett särskilt vis, är för litet eller att taket i kontot är för lågt är förmodligen inte något som de flesta gör. Eftersom begrepp som mentala konton och kategorisering är centrala för vår teori och det område vi vill undersöka måste emellertid undersökningen utgå från den begreppsram som finns i mental accounting. Utmaningen blir då att fånga individens eller hushållets omedvetna bokföring av sina inkomster och utgifter; att synliggöra de mentala kontona.

Operationaliseringen omfattar två begrepp från teorin: kategoriseringen och tiden. Kategorisering innebär en uppdelning av den mentala bokföringen på konton avgränsade efter något slags användningsområde. Frågan är då vilka kriterier som används när utgifter, inkomster och tillgångar tilldelas sina konton. För utgiftskontona kan tänkas att uppdelningen

sker efter typ av vara eller tjänst, så att inköp av varor som konsumenten uppfattar som ”besläktade” hamnar i samma konto. T.ex. skulle då kanske en soffa och en bokhylla hamna i samma konto, det för möbler, och TV:n och datorn skulle båda hamna på kontot ”hemelektronik”. En annan möjlighet är att kontona avgränsas av hur varorna används; om de t.ex. är avsedda för nöjen och förlustelser, t.ex. en hemmabioanläggning, eller för mer ”seriösa” och nödvändiga ändamål, som en tvättmaskin. Till sist räknar vi med att det är rimligt att olika konton används beroende på om varorna är tänkta att användas under lång tid, och ses som en investering, eller mer har karaktären av en konsumtionsvara. Dessa tre nu nämnda sätt att kategorisera utgifter för konsumtion används i denna studie. Vi kallar dem för ”typ”, ”nödvändighet/nöje” resp. ”långsiktighet/kortsiktighet”. De två sistnämnda begreppen känns igen från hypoteserna 1.

Tillgångs- och inkomstkonton handlar om hur man finansierar konsumtion och sparande. Operationaliseringen av denna sorts konton är därför relativt rättfram; olika former av finansiering av inköp blir den empiriska variabeln. Eftersom vi i teorin skiljer på förväntade inkomster och ”windfall cash” skall dessa begrepp överföras till lättolkade alternativ i vår undersökning. Vidare har vi nämnt sparade pengar i hypoteserna 1 samt tagit upp kreditköp som en central del i hypoteserna 2. Alternativen för finansiering är i linje med detta ”regelbunden inkomst”, ”plötslig inkomst”, ”sparade pengar” och ”avbetalning”.

4.2 Undersökningen

Händelser som påverkar de mentala kontona torde behöva vara tillräckligt kännbara för att registreras. För att fånga de betydelsefulla händelserna satte vi en nedre gräns för inköpets storlek. När vi skall bestämma denna beloppsgräns för vilka som skall besvara enkäten ställs vi inför flera problem. För det första får gränsen inte vara för låg, eftersom respondenterna kommer att ha svårigheter att komma ihåg småinköp och eftersom avbetalningsköp oftast inte är en möjlighet vid köp för låga belopp. För det andra får gränsen inte vara för hög, eftersom konsumenter sällan köper mycket dyra varor och det därför skulle bli praktiskt svårt att samla in tillräcklig data. För det tredje får gränsen gärna vara ett belopp som konsumenten ser som en tröskel, dels för att respondenterna då lättare kommer ihåg köpet och dels för att frågan om kontant eller kredit blir särskilt intressant i denna gränstrakt. Gränsen som valts, 5 000 kr, är trots hänsyn till dessa faktorer givetvis subjektiv.

4.2.1 Undersökning 1

Undersökningen genomfördes på Elgiganten i Kristianstad vid ett flertal tillfällen utspridda över olika veckodagar och tider under hela oktober 2007. För att fånga de kunder som gjort större inköp, utfördes undersökningen vid utlämningen, där kunden hämtar ut större varor efter att ha erhållit ett kvitto i kassan. Enkät 1 (bilaga I) delades ut till personer som svarade ja på en muntlig fråga om huruvida de handlat för mer än 5 000 kr vid besöket. Respondenten fick fylla i enkäten på egen hand; eventuella frågor de hade besvarades så neutralt som möjligt för att inte påverka respondentens svar.

På besvarade enkäter markerades respondentens kön, huruvida han eller hon gjort köpet tillsammans med någon samt om dessa i så fall hjälptes åt med att fylla i enkäten. Detta kunde observeras i samband med att respondenten fyllde i enkäten och krävde ingen ytterligare medverkan av respondenten, varför denna information betraktades som ”gratis” och valdes att samlas in trots att inget tydligt användningsområde fanns.

Enkäten saknar vissa typiska frågor, såsom sådana om ålder och inkomst. Avsikten är att, med tanke på distributionssättet, hålla enkäten kortfattad och opersonlig. Vi riskerar på detta sätt att förlora information, men eftersom individens ålder, inkomst eller förmögenhet inte har dykt upp i vår teoribildning skulle dessa frågor bli rena bakgrundsfrågor. Vår avsikt är inte att undersöka vilka demografiska faktorer som ligger bakom köp- eller kreditbeteende.

4.2.2 Undersökning 2

Konstruktionen av den första undersökningen hade fördelen att respondenterna i nära anslutning till undersökningstillfället gjorde ett inköp. Detta innebär en stor tillförlitlighet med avseende på studiens möjlighet att fånga konsumentens uppfattningar av köpet vid köptillfället. För den andra undersökningen adresserades emellertid två nackdelar med den första undersökningen, nämligen beroendet av ett genomfört inköp vid undersökningstillfället för att kvalificera individen till deltagande samt nödvändigheten av att enkäten var kortfattad och enkel.

Den andra enkäten konstruerades för att kunna tillställas en större grupp människor. För detta ändamål slopades kravet på ett inköp tidsmässigt i omedelbar anslutning till

undersökningstillfället. Istället för en fråga om tiden till föregående köp över 5 000 kr, ställdes frågan om när de två senaste köpen över 5 000 kr gjordes.

Eftersom den första undersökningens, som var av påstan karaktär, behov av enkelhet, manifesterad främst genom begränsningen till endast en sida, inte på samma sätt var aktuell för den andra undersökningen såg vi en möjlighet att denna gång insamla mer datamaterial genom att tillföra fler frågor. Frågor om vilken typ av vara eller tjänst som köpet innefattade inkluderades, liksom ett antal frågor avseende demografiska uppgifter (kön, ålder, hushållets sammansättning och inkomst). För jämförbarhet och möjlighet till samanalysering med datan från den första undersökningen ingick frågorna på den första enkäten även på den andra (frågan om tiden blir dock med nödvändighet annorlunda konstruerad).

Enkät 2 (bilaga II) distribuerades bland anställda på Kristianstads kommun och Försäkringskassan i Kristianstad under november 2007.³

4.3 Enkätfrågorna

4.3.1 Finansieringen

Detta är fråga 1 och 5 på enkät 1 resp. fråga 2 och 6 på enkät 2. För att kunna jämföra finansieringsval vid två köp ställs frågan om varifrån pengarna till köpet togs både för det senaste köpet och för det föregående köpet. Delbetalning (avbetalning) ingår som ett alternativ, för att vi skall kunna särskilja respondenter som köpt på kredit från dem som köpt kontant. Övriga alternativ ger oss möjlighet att undersöka kopplingen av tillgångs- och utgiftskonton, t.ex. huruvida windfall-cash och sparade pengar används till olika sorters köp.

4.3.2 Kategoriseringen

Detta är fråga 2-3 och 6-7 på enkät 1 resp. fråga 3-4 och 7-8 på enkät 2. Frågorna operationaliserar faktorn kategorisering (av de mentala kontona) till grad av nytta/nöje samt långsiktig/kortsiktig konsumtion. Respondenten får markera på en sjugradig diskret skala,

³ Orsaken till dessa val var delvis en svårighet att erhålla access till andra arbetsplatser. Vi upplevde det huvudsakliga skälet till detta vara att denna studie inte faller inom verksamhetsområdet för de större arbetsplatser som tillfrågades. Vi kunde därmed inte erbjuda organisationerna någon motprestation. Även en generell ”enkättrötthet” inom organisationen var något som nämndes som skäl för att inte acceptera enkäten. Båda dessa faktorer beskrivs av Saunders (2007) som typiska svårigheter vid sökande av access.

som löper från 1 (köptes av nödvändighet) till 7 (köptes för nöjes skull), resp. 1 (långsiktig investering) till 7 (kortsiktig konsumtion). På enkät 2 finns även frågor (5 och 9) om vilken typ av vara eller tjänst som köpet avser.

Medelvärden för olika grupper av respondenter (grupperade efter finansieringsform) kan jämföras för att utreda huruvida köp i olika kategorier finansieras på olika sätt.

Dessa frågor kan också användas för att undersöka tiden mellan två köp på ett specifikt mentalt konto. För att försäkra sig om att de båda köpen verkligen har bokförts på samma konto behöver man då ta reda på huruvida respondenten kategoriserat köpen lika. Jämförelser mellan frågorna om kategorisering (t.ex. fråga 2 och fråga 6 på enkät 1) kan användas för att sortera ut de respondenter som kategoriserat båda köpen på samma konto. Detta möjliggör analys av ett specifikt mentalt konto, något som vi dock inte utnyttjat i denna studie.

4.3.3 Fråga 4 på enkät 1 om tiden

Svarsalternativ på den här typen av frågor konstrueras ofta som tidsintervall, alternativt är frågan öppen. Vi använder ett mellanting. Vi utgår från tanken på en öppen fråga, med månader som enhet, för att därefter lista respondentens möjliga (korrekta) svarsalternativ (upp till en gräns), det vill säga 0, 1, 2 och så vidare. Detta förfarande ger enkla och tydliga svarsalternativ, samtidigt som det ger oss möjligheten att beräkna ett medelvärde. Lagg märke till att alternativet "0" är nödvändigt för att datan skall kunna användas för att beräkna medelvärdet. I enkäten har det emellertid ersatts med "0-15 dagar", eftersom vi tror att respondenterna har lättare att förstå detta.

Köp som ligger längre tillbaka i tiden än sex månader är inte intressanta, av två anledningar. Dels tror vi att respondenter får stora problem att på ett meningsfullt sätt uppskatta tiden till köpet, då det var så länge sedan, och dels är det av mindre intresse att undersöka konsumenter som så sällan gör köp över 5 000 kr.

4.3.4 Fråga 1 på enkät 2 om tiden

Eftersom respondenter till den andra enkäten inte hade gjort ett inköp vid svarstillfället, behövde vi ta reda på både tiden till det senaste köpet och tiden till köpet dessförinnan. Den tid vi är intresserade av är tiden mellan köpen, men vi ansåg att det skulle vara enklare för respondenten att markera när i tiden de två senaste köpen inföll, snarare än att direkt ange

tiden mellan dessa. Den andra enkätens första fråga består därför av en tidslinje, varpå de två senaste köptillfällena skall markeras. Tidslinjen går från 12 till 0 månader, med en markering på varje hel månad och gott om plats mellan dessa markeringar. Dessutom finns möjlighet att kryssa i att köpet/köpen inträffade för mer än 12 månader sedan samt att man inte vet eller kommer ihåg och att man inte gjort något köp över 5 000 kr.

Vi frångår alltså upplägget med individuella alternativ för varje månad för att markera tiden, såsom är fallet på den första enkäten.

4.3.5 Bakgrundsvariablerna

De fem sista frågorna på den andra enkäten handlar om kön, ålder, utbildningsnivå, hushållets storlek och inkomst. Dessa bakgrundsvariabler inkluderades av två anledningar, dels för att få en överblick av sammansättningen av respondenterna med avseende på dessa faktorer, och dels för att vissa av variablerna, i första hand inkomst, skulle kunna användas för att förklara eventuella avvikelser från utifrån teorin förväntade resultat.

4.4 Definitionsvaliditet⁴

4.4.1 Kategoriseringen

Att operationalisera kategoriseringen kompliceras av att alla människor förmodligen inte delar upp sina konton på samma sätt, liksom av att det är fullt möjligt att ett inköp placeras i flera olika konton; de mentala kontona lär inte strikt följa den dubbla bokföringens principer, och ingen revisor kommer någonsin att granska dem. Sannolikt är också att det finns en korrelation mellan olika sätt att kategorisera, så att t.ex. vissa typer av varor generellt betraktas som mer nödvändiga, medan andra typer betraktas som rena nöjesprylar. I detta exempel är det inte nödvändigtvis så stor skillnad mellan om kontona delas upp efter typ eller efter nödvändighet.

Vissa konsumenter kanske inte uppfattar att de gör ett avbetalningsköp, även om finansieringssättet är sådant att vi skulle vilja kategorisera det som ett kreditköp. För det första kan kunden i de flesta fall fatta beslut om avbetalning, eller delbetalning som

⁴ Denna definieras som "[graden av] överensstämmelse (...) mellan de teoretiska begreppen och de empiriska variablerna" (Andersen, 1998, sid. 85).

näringsidkarna själva oftast kallar det, separerat från själva inköpet. Detta på grund av att skulden hamnar på ett kortkonto och kunden själv kan välja när och hur han fattar beslut om den faktiska betalningen. Det är därför rimligt att anta att konsumenter i många fall uppfattar att finansieringen inte alls görs på avbetalning, utan t.ex. med regelbunden inkomst. För det andra fångar vår översättning av ”kredit” till ”delbetalning (avbetalning)” inte de konsumenter som först tar ett lån för att sedan använda dessa pengar till inköpet.

4.4.2 Tiden

Särskilt värt att notera är att, liksom i övrigt när vi diskuterar mental accounting, det är konsumentens uppfattning, om köpet, finansieringen och konsumtionen, som är det väsentliga att undersöka. Vad vi t.ex. själva anser nödvändigt eller för nöjes skull, eller vad som objektivt sett kan anses vara det är inte relevant för att utreda mental accounting. Inte ens, hävdar vi, konsumentens eventuella missuppfattningar eller oriktiga minnesbilder är felaktigt att använda sig av. Tvärtom är det som sagt just hur han uppfattar situationen som rimligtvis har betydelse för de mentala kontona, som ju finns ”inne i hans huvud”. Det är följaktligen den vid köptillfället upplevda, inte verkliga, tiden till det förra köpet vi önskar mäta. Det är därför inget problem om respondenterna till enkät 1 inte beräknar den verkliga tiden korrekt.

Däremot kan respondenterna ha svårigheter att komma ihåg den vara som de köpte senast.. Risker är att respondenten har lättare att komma ihåg varor av samma karaktär som den som köptes på undersökningdagen, vilket skulle innebära att vi i många fall mäter fel tid.

Detta bör inte vara något problem på enkät 2, men eftersom denna inte tillställdes respondenter vid något köptillfälle och de därför skulle markera både det senaste köpet och köpet dessförinnan, svarar respondenterna inte på hur de upplevde tiden vid köptillfället, utan hur de upplever tiden vid undersökningstillfället.

4.5 Reliabilitet⁵

Tiden mättes i hela månader, vilket kan vara ett alltför grovt mått för att få rättvisande svar. Å andra sidan bedömer vi att det är tveksamt huruvida de flesta människor i detta sammanhang förmår dela upp tiden i mindre enheter. Som nämnts i flera tidigare studier (Thaler, 1985;

⁵ Detta begrepp ”anger i hur hög grad resultaten från ett mätinstrument eller en mätmetod påverkas av tillfälligheter, eller hur säkert och exakt vi mäter det som vi faktiskt mäter (...)” (Andersen, 1998, sid. 85; refererande till Winter, 1992).

Kamleitner & Kirchler, 2006) tenderar konsumenter också att organisera sin ekonomi i månatliga perioder, vilket gör valet av månader som enhet logisk. Vidare valde vi att begränsa den längsta tid vi behandlade i analysen till sex månader, trots att det är uppenbart att tiden i vissa fall kan överskrida denna gräns, något som bekräftas av en enkel genomgång av vårt insamlade datamaterial. Att tider över sex månader inte ingår i analysen är självfallet ett tillkortakommande. Vi antar emellertid att ju längre tiden blir desto mindre blir sambandet med finansieringen. Att inkludera långa tider skulle därmed kunna ”tunna ut” de samband som kan gälla för kortare tider. Det skall här självklart slås fast att våra resultat följaktligen är giltiga endast för tider t.o.m. sex månader. Vi berättade i avsnitt 4.5.2 att utformningen av fråga 1 på enkät 2 gav upphov till brister i validiteten vad gäller tiden. Ytterligare ett problem skall nämnas här i diskussionen om reliabilitet, nämligen att det är den verkliga tiden till det senaste köpet som vi vill mäta. Detta är inget problem för validiteten, men respondenterna kan ha svårt att korrekt bedöma tiden, vilket ger ett mätfel.

4.6 Statistisk behandling⁶

I detta avsnitt redovisas de anpassningar av rådatan som gjordes för att få lämpliga testvariabler att använda i analysen.

Fråga 1 på enkät 2 kunde ge svar mer än 6 månader. Eftersom alla svar över 6 månader på motsvarande fråga (fråga 4) i undersökning 1 kodades lika, ändrades även svaren i undersökning 2 till att ingå i kategorin ”annat”.

Vissa respondenter gjorde endast en markering på tidslinjen på enkät 2, men fyllde ändå i både frågorna rörande det första och det senaste köptillfället. Vi har i dessa fall antagit att köpen inträffat med mindre än 15 dagars mellanrum och kodat tiden som 0.

Variablerna avseende det första och det senaste köpet sammanfördes i separata variabler för långsiktighet/kortsiktighet, nödvändighet/nöje resp. finansieringsval. Denna nya variabel användes för att pröva hypotes 1 för första och andra köpet tillsammans och är anledningen till att vissa tester har $n > 130$, trots att antalet enkäter är 130.

Till prövningen av hypotes 2 behövde vi urskilja för både det första och det andra köpet om varje fall var ett kontant- eller kreditköp. För detta ändamål skapades variabler med alternativen kontant, innehållande de tre kontantköpsalternativ som finns på enkäterna, och

⁶ De statistiska testerna genomfördes med hjälp av dataprogrammet SPSS ver. 12 och 13.

kredit, innehållande avbetalningsköparna, för vardera köp. De fyra grupper av finansieringsalternativ som nämndes i teoridelen, kontant-kontant, kredit-kontant, kontant-kredit samt kredit-kredit, skapades därefter genom att kombinera dessa variabler. Slutligen slogs de tre av dessa grupper som innehåller kreditköp ihop till ett alternativ i en separat variabel, med kontant-kontant som det andra alternativet. Denna sistnämnda variabel användes för att översiktligt studera huruvida kreditköpare skiljer sig från konsumenter som föredrar kontantköp.

5. Analys

Här presenteras hur datan från den empiriska undersökningen testats, vilka resultat detta gett och hur vi tolkar dessa resultat.

Vi skall i detta kapitel redovisa resultaten från tester av våra hypoteser. För prövningen av hypoteserna 1 görs testerna både för det första och det andra köpet separat, samt för båda köpen tillsammans. Vi testar först hypotes 1a, om graden av upplevd nödvändighet jämfört med nytta av varan eller tjänsten. Därefter gör vi samma tester för hypotes 1b, om graden av upplevd långsiktighet jämfört med kortsiktighet för varan eller tjänsten. Avslutningsvis testar vi hypoteserna 2.

Resultaten påvisar kategorisering genom att konstatera samband mellan valet av finansiering och den upplevda karaktären av varan eller tjänsten. Vidare finner vi visst stöd för att människor ändrar uppfattning om köpet efterhand som tiden går. Avslutningsvis anser vi inte att vi kan förkasta vår huvudteori om tiden och finansieringskombinationerna, trots att hypoteserna 2 inte kan prövas direkt.

5.1 Urval⁷

Med undantag för kön, som observerades och markerades på enkäten, innehöll undersökning 1 (n=40) inga uppgifter om bakgrundsvariabler. Den andra undersökningen (n=90) gav däremot svar på hur den demografiska sammansättningen av urvalet såg ut med avseende på kön, ålder, utbildningsnivå, hushållets storlek och inkomst. Vi fann urvalet vara heterogent inom samtliga dessa kategorier.

Totalt deltog 59 kvinnor och 54 män, samt ytterligare 17 respondenter som svarade i grupp⁸, i undersökningen. Respondenterna fördelade sig relativt jämnt över åldersgrupperna 26-35, 36-45, 46-55 och 56-65, med flest i gruppen 46-55 år. Endast ett fåtal svar fanns i gruppen 18-25 och inga alls i gruppen över 65 år, vilket får antas bero på att undersökning 2 genomfördes på arbetsplatser. 38 (42,2 %) av 90 respondenter hade högskole- eller universitetsexamen och ytterligare 11 (12,2 %) hade viss utbildning på akademisk nivå,

⁷ Kompletta tabeller finns i bilaga III.

⁸ På enkät 1 markerades om respondenten var man, kvinna eller grupp (två eller fler), medan motsvarande alternativ på enkät 2 var man eller kvinna.

medan en (1,1 %) inte svarade. Hushållen bestod av mellan en och sex personer, med typvärdet 2 ($n=90$, $M=2,68$, $\sigma=1,26$) och dessa fördelade sig över inkomstgrupperna 0-250, 250-500, 500-750 och över 750 tkr med frekvenserna 12, 45, 28 resp. 4 (13,3 %, 50,0 %, 31,1 % resp. 4,4 %), samt en (1,1 %) som inte svarade.

5.2 Översikt av statistiska tester för hypotesprövning

Inledningsvis skall påminnas om att den empiriska undersökningen omfattade två på varandra följande köp. Vi benämner dessa ”första köpet” resp. ”andra köpet”.

Tre grupper av möjliga samband analyserades. Den första gruppen behandlar kopplingen av mentala tillgångs- och utgiftskonton, något som hypoteserna 1 tar upp. Två variabler undersöks, nämligen graden av nödvändighet/nöje och långsiktighet/kortsiktighet. Finansieringsalternativen jämförs med avseende på var och en av dessa variabler för att se om det finns någon skillnad i upplevd kategorisering mellan olika typer av finansieringsalternativ. För dessa tester används data avseende både det första och det andra köpet, både separat och sammanförd. Resultaten från dessa tester presenteras i avsnitt 5.3-5.4. De två resterande grupperna avser tiden mellan två köp och anknyter till hypoteserna 2. Det vi undersöker är om det finns skillnader i tiden mellan två köp beroende på inkomstkälla eller finansieringsalternativ. Först undersöks om det finns en skillnad i genomsnittlig tid mellan två köp beroende på var pengarna kommer ifrån. Alternativen är regelbunden inkomst, plötslig inkomst, sparade pengar och avbetalning. Både det första och det andra köpet undersöks (separat). Därefter undersöks eventuella skillnader i tiden mellan två köp beroende på kombinationen av finansieringsalternativ grupperade efter kontant eller kredit för båda köpen, så som beskrivs ovan i avsnitt 4.7. Det blir följaktligen fyra grupper som undersöks; vi benämner dem kontant-kontant, kontant-kredit, kredit-kontant och kredit-kredit. Vi vill, i enlighet med vad som följer av hypoteserna 2, undersöka huruvida det kan konstateras någon skillnad mellan dessa grupper med avseende på genomsnittlig tid mellan två köp. Resultaten från dessa tester presenteras i avsnitt 5.6.

Testerna som används är t-test och Mann-Whitney. Det förstnämnda då samtliga ingående stickprov har $n > 29$, i annat fall det sistnämnda.

Resultaten samt diskussion av dessa presenteras i de följande fem avsnitten, där tabellerna a redovisar medelvärden som sedan testas parvis mot varandra för statistiskt oberoende.

Resultaten från dessa tester, uttryckt som signifikans för nollhypotesen (ju lägre siffra i tabellen, desto mer signifikant är alltså resultatet för våra hypoteser 1 resp. 2), redovisas sedan i tabellerna b. För att tolka resultaten måste sedan medelvärdena från motsvarande tabell a jämföras; den inbördes ordningen mellan alternativen kan då utläsas.

5.3 Prövning av hypotes 1a

Vi skall nu redovisa resultat från den empiriska undersökningen för att pröva hypotes 1a, som ställdes upp för att testa giltigheten i den inledande teoridiskussionen. Hypotesen återges nedan.

***H 1a:** Vid kontantköp är benägenheten att använda sparade pengar större för köp av varor som upplevs som nödvändiga än för köp av varor som upplevs vara för nöjes skull.*

Det följande skall visa att skillnad, i upplevd nödvändighet av köpet i förhållande till upplevelsen att köpet gjordes för nöjes skull, mellan regelbunden inkomst och sparade pengar föreligger. Vi accepterar därför utan ytterligare dröjsmål hypotes 1a.

5.3.1 Första köpet

Tabell 1a: Medelvärden för nödvändighet/nöje-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (endast nödvändighet) till 7 (endast nöje).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	52	3,77	2,13
Plötslig inkomst	5	3,40	2,51
Sparade pengar	45	2,62	1,87
Avbetalning	18	2,94	1,66
<i>Totalt</i>	<i>120</i>	<i>3,18</i>	<i>2,03</i>

Tabell 1a visar i hur stor utsträckning köpen uppfattas som gjorda för nöjes skull, uppdelade efter finansieringsalternativ. Detta anges som medelvärdet (M) på den skala från 1 till 7 som finns på enkäterna (bilaga I & II). I tabell 1b redovisas därefter resultat från statistiska tester

avseende skillnad mellan dessa medelvärden. Frågan är alltså om en skillnad i medelvärde kan påvisas mellan finansieringsvalen.

Tabell 1b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av nödvändighet/nöje. Trippel asterisk markerar signifikans på 1 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,668
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,006***
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,175
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,533
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,675
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,345

Som tabell 1b visar fann vi en mycket stark signifikans för kombinationen regelbunden inkomst och sparade pengar för det första köpet. Medelvärdet för regelbunden inkomst är 3,77 och för sparade pengar 2,62 (tabell 1a), vilket alltså innebär att man uppfattar inköp gjorda med sparade pengar som väsentligt mer nödvändiga än inköp finansierade med regelbunden inkomst.

5.3.2 Andra köpet

Tabell 2a: Medelvärden för nödvändighet/nöje-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (endast nödvändighet) till 7 (endast nöje).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	56	3,89	2,29
Plötslig inkomst	5	3,40	2,30
Sparade pengar	49	3,08	1,91
Avbetalning	11	3,09	2,02
Totalt	121	3,37	2,13

Liksom för det första köpet visar här a-tabellen i hur stor utsträckning köpen uppfattas som gjorda för nöjes skull, uppdelade efter finansieringsalternativ, medan b-tabellen visar resultaten från testerna avseende skillnad i medelvärdena.

Tabell 2b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av nödvändighet/nöje. Asterisk markerar signifikans på 10 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,688
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,054*
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,367
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,727
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,728
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,992

För det andra köpet är signifikansen mellan regelbunden inkomst och sparade pengar inte lika stark som för det första köpet, men resultaten tyder ändå på att en skillnad finns. Generellt är skillnaderna mellan de olika paren av finansieringsalternativ inte lika tydliga för det andra köpet, jämfört med det första köpet.

5.3.3 Första och andra köpet tillsammans

Tabell 3a: Medelvärden för nödvändighet/nöje-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (endast nödvändighet) till 7 (endast nöje).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	108	3,83	2,21
Plötslig inkomst	10	3,40	2,27
Sparade pengar	94	2,86	1,90
Avbetalning	29	3,00	1,77
Totalt	241	3,27	2,08

Tabell 3b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av nödvändighet/nöje. Asterisk markerar signifikans på 10 %-nivån, trippel asterisk signifikans på 1 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,533
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,001***
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,094*
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,487
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,682
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,568

När vi lägger ihop den data som redovisades i de två föregående styckena framträder skillnaden mellan regelbunden inkomst och sparade pengar ännu tydligare. Dessutom får vi

nu en svagt signifikant skillnad även mellan regelbunden inkomst och avbetalning. Generellt är skillnaderna tydligare nu än i de tidigare testerna.

5.4 Prövning av hypotes 1b

Vi går vidare genom att pröva hypotes 1b, som återges nedan.

***H 1b:** Vid kontantköp är benägenheten att använda sparade pengar större för köp av varor som upplevs vara en långsiktig investering större än för köp av varor som upplevs vara avsedda för kortsiktig konsumtion.*

Resultaten ger en inte helt entydig bild av hur det förhåller sig med hypotes 1b. Vi finner en signifikant skillnad mellan regelbunden inkomst och sparade pengar för det första köpet, men inte för det andra. Efterföljande test av de båda köpen tillsammans ger återigen en stark signifikans. Samtidigt finner vi signifikans också mellan andra kombinationer av finansieringsalternativ, vilket tyder på att sambanden inte är lika enkla för långsiktighet jämfört med kortsiktighet som för nödvändighet jämfört med nöje. Sammantaget är det dock tydligt att testerna stöder tanken att mental accounting genomförs genom kategorisering av tillgångs/inkomst-konton och utgiftskonton. Huruvida hypotes 1b skall accepteras är en bedömningsfråga, men vi finner att sannolikheten för att det samband den beskriver föreligger är större än sannolikheten att det inte gör det. Liksom hypotes 1a accepteras därför även hypotes 1b. Resultaten från testerna presenteras nedan.

5.4.1 Första köpet

Tabell 4a: Medelvärden för investering/konsumtion-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (långsiktig investering) till 7 (kortsiktig konsumtion).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	52	2,81	1,88
Plötslig inkomst	5	1,20	0,45
Sparade pengar	45	1,93	1,37
Avbetalning	19	2,11	1,60
Totalt	121	2,31	1,67

Tabell 4a visar i hur stor utsträckning köpen uppfattas som gjorda för kortsiktig konsumtion, uppdelade efter finansieringsalternativ. Detta anges som medelvärdet (M) på den skala från 1 till 7 som finns på enkäterna (bilaga I & II). I tabell 4b redovisas därefter resultat från statistiska tester avseende skillnad mellan dessa medelvärden. Frågan är alltså om en skillnad i medelvärde kan påvisas mellan finansieringsvalen.

Tabell 4b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av investering/konsumtion. Dubbel asterisk markerar signifikans på 5 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,040**
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,011**
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,128
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,181
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,269
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,974

Testerna visar på skillnader mellan flera av finansieringsmetoderna. Signifikant skillnad mellan regelbunden inkomst och sparade pengar kan påvisas med god marginal och även kombinationen regelbunden inkomst och plötslig inkomst faller inom ramen för 5 %-nivån. Detta tyder på att människor använder ”olika sorters” pengar på olika sätt beroende på hur länge de har tänkt använda varan eller tjänsten.

Det finansieringsalternativ med lägst medelvärde på skalan, som går från långsiktig investering till kortsiktig konsumtion, är plötslig inkomst, d.v.s. windfall-inkomsterna. Detta är inte vad vi förväntade oss och frågan är om resultaten speglar verkligheten på ett rättvist sätt. För det första är det endast fem personer som valt plötslig inkomst, vilket ger en betydande osäkerhet när vi skall tolka resultaten. En teori är att windfall-inkomsten visserligen utlöser köpet, men att det inte är den huvudsakliga källan till pengarna. Kanske ligger sparade pengar till stor del bakom finansieringen och när oväntade pengar dyker upp så används de i kombination med de sparade pengarna för att köpa något som det annars hade tagit längre tid att spara ihop till. Respondenter kan i ett sådant fall ha kryssat i plötslig inkomst, trots att merparten av pengarna egentligen kommer från annat håll.

Näst mest långsiktiga betraktas de inköp som görs med sparade pengar. Det är tydligt att sparade pengar i större utsträckning än regelbunden inkomst används till varor som förmodas ha en längre livslängd; signifikansen för oberoende är endast 1,1 % (tabell 4b). Anledningarna till detta kan vara många, men närmast till hands ligger enligt vår uppfattning att anta att

pengar på bankkontot väger tyngre än pengar från den regelbundna inkomsten, och att man därför reserverar användandet av sina sparade medel till inköp av varor som ses som mer bestående.

5.4.2 Andra köpet

Tabell 5a: Medelvärden för investering/konsumtion-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (långsiktig investering) till 7 (kortsiktig konsumtion).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	56	2,66	1,77
Plötslig inkomst	5	3,40	2,51
Sparade pengar	49	2,27	1,59
Avbetalning	11	2,00	1,90
Totalt	121	2,58	1,75

Liksom för det första köpet visar här a-tabellen i hur stor utsträckning köpen uppfattas som gjorda för kortsiktig konsumtion, uppdelade efter finansieringsalternativ, medan b-tabellen visar resultaten från testerna avseende skillnad i medelvärdena.

Tabell 5b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av investering/konsumtion.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,447
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,234
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,151
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,272
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,127
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,243

Liksom för hypotes 1a hittar vi en starkt signifikant skillnad för det första köpet, men inte för det senare köpet. I det här fallet hittar vi ingen signifikans alls för det andra köpet.

5.4.3 Första och andra köpet tillsammans

Tabell 6a: Medelvärden för investering/konsumtion-skalan, uppdelade efter finansieringsval. Skalan går från 1 (långsiktig investering) till 7 (kortsiktig konsumtion).

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	108	2,73	1,82
Plötslig inkomst	10	2,30	2,06
Sparade pengar	94	2,11	1,49
Avbetalning	30	2,07	1,68
Totalt	242	2,30	1,71

Tabell 6b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på graden av investering/konsumtion. Asterisk markerar signifikans på 10 %-nivån, trippel asterisk signifikans på 1 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,349
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,009***
Regelbunden inkomst Avbetalning	t-test	0,074*
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,855
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,676
Sparade pengar Avbetalning	t-test	0,902

Liksom för hypotes 1a ger den sammanslagna datan en tydligare skillnad mellan paren av finansieringsalternativ än de gav var för sig och även här får vi en svag signifikans också för kombinationen regelbunden inkomst och avbetalning.

5.5 Resultatdiskussion för hypotes 1

Resultaten stärker uppfattningen att människor kategoriserar för det första sina tillgångar eller inkomster i olika mentala konton, alla pengar är inte lika, och för det andra sina utgifter i olika konton sorterade efter graden av nödvändighet eller nöje. Detta eftersom testerna visar att man betraktar varor inköpta med sparade pengar som mer nödvändiga än inköp gjorda med regelbunden inkomst. Vår tolkning av detta är att man är ovillig att använda sina sparade medel till annat än inköp som anses nödvändiga. Man betraktar dessutom dessa inköp som en mer långsiktig investering, jämfört med inköp gjorda med regelbunden inkomst (hypotes 1b).

Det är troligt att det finns en stark korrelation mellan dessa två kategoriseringssätt, en synpunkt som framfördes i avsnitt 4.5.1

Skillnaderna mellan finansieringsalternativen blir tydligare i testerna med den sammanslagna datan. Detta kan bero på att antalet fall är större, men eftersom det nu finns två fall från nästan varje respondent finns också risken att samband som gäller för endast en mindre andel av populationen förstärks och därför ger ett missvisande resultat.

Vidare kan vi konstatera en skillnad mellan det första och det andra köpet när vi undersöker paren av finansieringsalternativ, både då vi ser till graden av nödvändighet eller nöje och då vi ser till graden av långsiktighet eller kortsiktighet. Det förefaller som att det finns en mindre skillnad i upplevd nödvändighet eller nöje resp. långsiktighet eller kortsiktighet mellan de olika finansieringsalternativen för det första köpet jämfört med det senaste köpet. Eftersom det första köpet ligger längre tillbaka i tiden än det senaste köpet kanske detta förhållande beror på att konsumenter ändrar sin uppfattning om köpet efterhand som tiden går.

5.6 Prövning av hypoteserna 2

Efter att ha funnit stöd för teoribildningen, genom acceptandet av hypotes 1, går vi vidare med de tre hypoteserna 2.

***H 2a:** Budgettaket sjunker mer omedelbart efter ett köp om köpet är ett kontantköp än om det är ett kreditköp.*

***H 2b:** Utrymmet som krävs för ett köp är större för ett kontantköp än för ett kreditköp.*

***H 2c:** Taket återhämtar sig snabbare om köpet var ett kontantköp jämfört med om det var ett kreditköp.*

Dessa tre hypoteser prövas tillsammans. Inledningsvis testade vi om något samband mellan finansieringsalternativen, antingen för det första eller andra köpet, och tiden mellan köpen fanns. För att bättre stämma överens med förutsättningarna i teorin skapade vi också två

grupper av finansieringsalternativ, kontant och kredit, för både det första och det andra köpet. I gruppen kontant ingick regelbunden och plötslig inkomst samt sparade pengar, medan kreditgruppen omfattade avbetalningsköparna. Resultaten från dessa tester var emellertid inte särskilt användbara och redovisas därför endast i bilaga IV.

Istället går vi nu över till det som behandlar den här studiens primära intresseområde, nämligen kombinationen av de två finansieringssätten kontant och kredit för första och andra köpet.

Tabell 7a: Medelvärden i månader för tiden mellan två köp, uppdelade på de fyra möjliga kombinationerna av finansieringssätten.

Grupp	n	M	σ
Kontant - Kontant	66	2,45	2,39
Kredit - Kontant	6	3,33	2,25
Kontant - Kredit	5	3,40	2,61
Kredit - Kredit	4	0,75	1,50
Totalt	81	2,49	2,38

Tabell 7a visar hur lång tid som i genomsnitt förflyter mellan de två köpen, uppdelade efter de fyra möjliga kombinationerna av finansieringssätt för de båda köpen. T.ex. är gruppen Kredit-Kontant de fall där första köpet var på kredit och andra köpet var kontant. Värdena för de olika genomsnittliga tiderna jämfördes parvis medelst statistiska tester för att utröna om någon skillnad föreligger. Resultaten från dessa tester presenteras i tabell 7b.

Tabell 7b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika grupperna av finansieringsalternativ, testade parvis, med avseende på tiden mellan de två köpen. Asterisk markerar signifikans på 10 %-nivån.

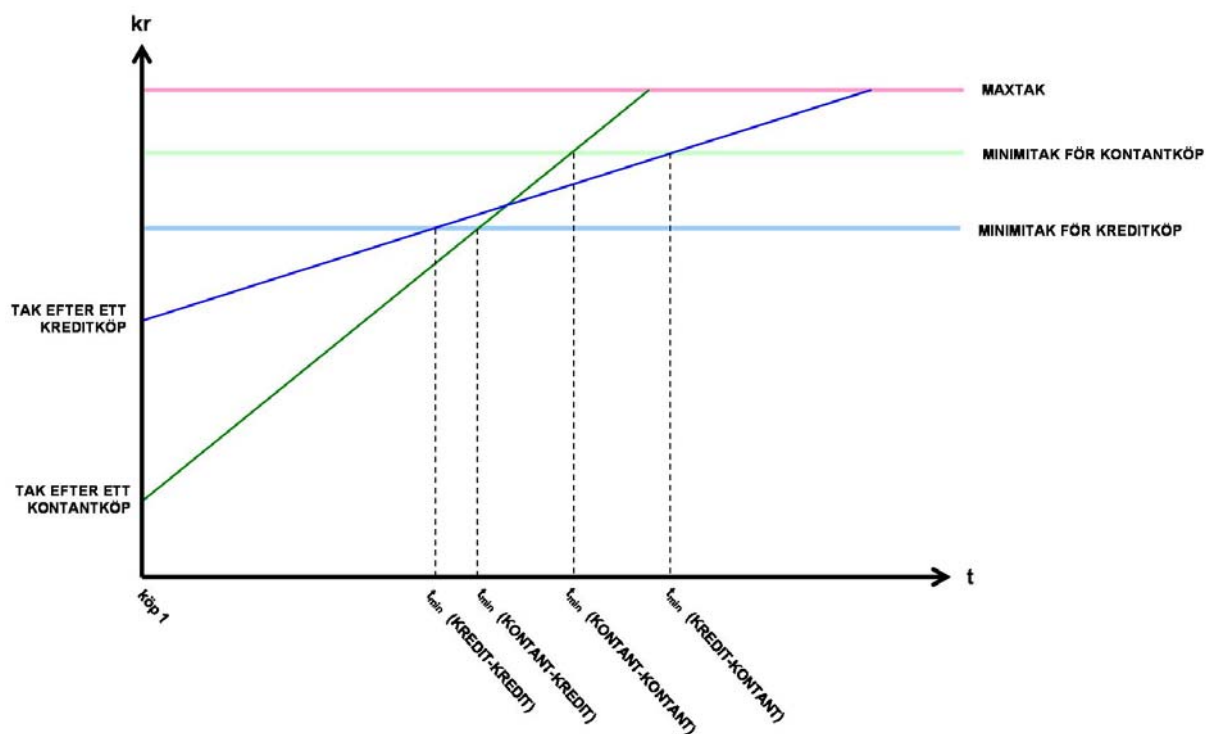
Grupper testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Kontant - Kontant Kredit - Kontant	Mann-Whitney	0,283
Kontant - Kontant Kontant - Kredit	Mann-Whitney	0,356
Kontant - Kontant Kredit - Kredit	Mann-Whitney	0,105
Kredit - Kontant Kontant - Kredit	Mann-Whitney	0,781
Kredit - Kontant Kredit - Kredit	Mann-Whitney	0,058*
Kontant - Kredit Kredit - Kredit	Mann-Whitney	0,121

5.7 Resultatdiskussion för hypoteserna 2

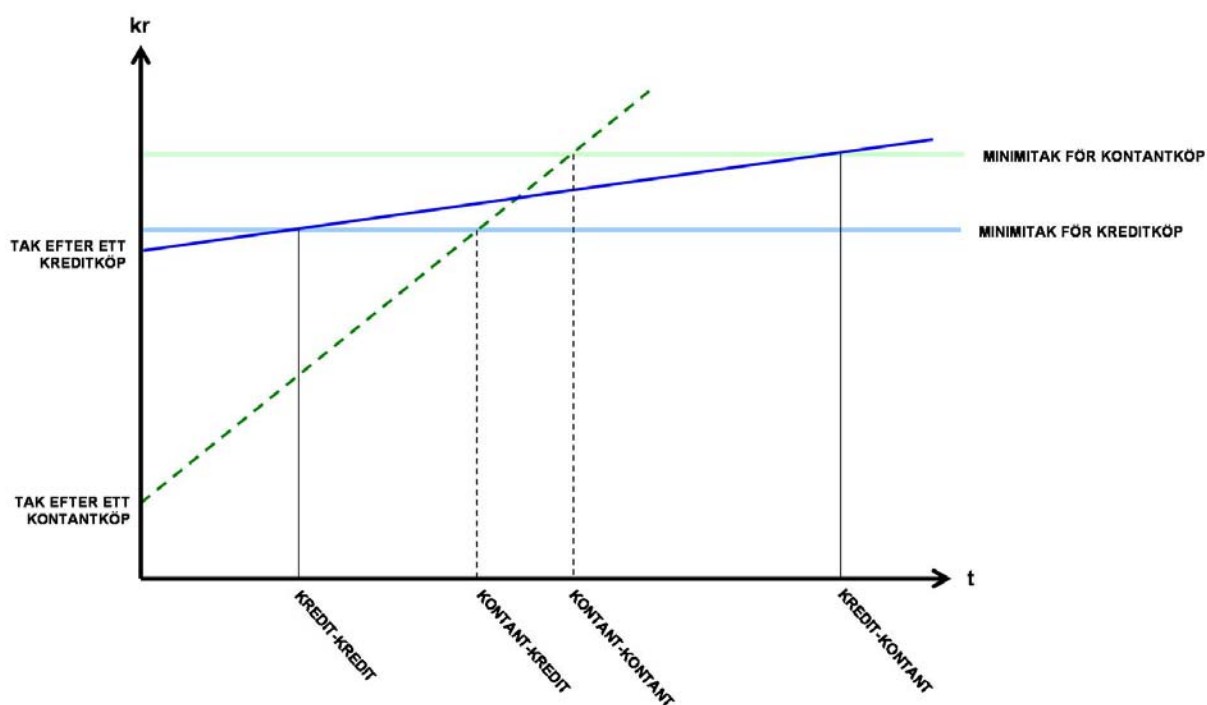
Sett endast till medelvärdena i tabell 7a förefaller dessa tester inte stödja vår teori. Exempelvis har gruppen kontant-kredit den längsta tiden mellan köpen, medan vår teori säger att det bör vara längst tid mellan två kontantköp. En så simpel granskning av medelvärdena är dock inte rättvisande, eftersom den inte tar hänsyn till signifikansnivån på testerna. Betrakta istället tabell 7b. Kombinationen [kredit-kontant och kredit-kredit] har den lägsta siffran i tabellen. Det innebär att sannolikheten för att de två medelvärden som kombinationen representerar (3,33 och 0,75 i tabell 7a) verkligen skiljer sig åt är förhållandevis stor. Vi kan med andra ord åtminstone med viss säkerhet sluta oss till att det, efter ett inledande kreditköp, förflyter längre tid till det andra köpet om detta är kontant, jämfört med om det är kredit.

De två kombinationer som därefter uppvisar de högsta signifikanserna är [kontant-kontant och kredit-kredit] samt [kontant-kredit och kredit-kredit]. Om vi därefter tittar på medelvärdena för de ingående finansieringsgrupperna (tabell 7a) ser vi att både kontant-kontant och kontant-kredit har högre värden än kredit-kredit. Det innebär att om vi ritat in detta i ett diagram (figur 4, som nedan återges tillsammans med figur 3 från avsnitt 3.5.1) liknande det som föreslogs i teoridelen, så ligger både kontant-kontant och kontant-kredit längre bort på tidsaxeln än kredit-kredit. Detta är i linje med vår teori. Sett till medelvärdena i tabell 7a är däremot den inbördes ordningen mellan kontant-kontant och kontant-kredit omvänd mot teorin. Signifikanssiffran för den kombinationen är emellertid hela 0,358 (tabell 7b), vilket ger en alltför stor osäkerhet i empirin för att vi på den grunden skall kunna avfärda teorin. Istället kan vi konstatera att även den fjärde mest signifikanta kombinationen överensstämmer med vår teori och säger att kredit-kontant inträffar senare i tiden än kontant-kontant.

De fyra kombinationer i tabell 7b som uppvisar de största sannolikheterna för att en skillnad i tid föreligger har alltså medelvärden (tabell 7a) som stöder vår teori. De två kvarvarande kombinationerna har mer osäkra resultat. Att dessa två har medelvärden som går emot teorin är, på grund av denna osäkerhet, i vår mening inte ett tillräckligt skäl för att förkasta teorin.



Figur 3: Utrymmet i den mentala budgeten som en funktion av tiden, enligt vår ursprungliga teori.



Figur 4: Utrymmet i den mentala budgeten som en funktion av tiden, förädlad med hjälp av resultaten från vår empiriska undersökning. Kontantköpskurvan är streckad, eftersom vi inte kan dra någon definitiv slutsats om hur den ser ut.

6. Slutsatser

I detta avslutande kapitel presenteras de slutsatser som kan dras av resultatet av analysen, samt vilka teoretiska och praktiska implikationer dessa resultat kan ha.

Vi har visat att kategorisering förekommer och att den kan påvisas genom att utgiftskonton uppdelas på nödvändiga inköp resp. inköp av varor eller tjänster för nöjes skull. På samma sätt kan en uppdelning av tillgångar och inkomster i olika konton påvisas. Mental accounting så som vi beskrivit den har därmed fått stöd av en empirisk studie.

Vi har föreslagit en utvidgning av möjliga tillämpningar av mental accounting, nämligen för att förstå aspekter av konsumentköpsbeteende med avseende på tiden. Vi har tillfört ny kunskap och nya infallsvinklar inom området för mental accounting genom att ta första steget till att förklara hur tiden mellan två köp beror av finansieringen av dessa köp.

Vi demonstrerar att utrymmet i ett mentalt konto påverkas av ett köp. Kontantköp och kreditköp påverkar i detta avseende utrymmet på olika sätt och tiden är en väsentlig faktor för att förklara utrymmets beteende. Vi kan därmed sluta oss till att finansieringssättet har ett samband med tiden mellan två köp. Därmed tillförs en ny synvinkel på konsumentbeteende; att på detta sätt undersöka tiden mellan två köp har inte gjorts tidigare.

Praktiska tillämpningar av resultaten, eller utvecklingar av dessa, kan finnas inom marknadsföring och kreditgivning. T.ex. kan de användas för att skicka ut reklam när den gör som mest nytta. Har marknadsföraren information om när kunden gjorde sitt förra stora inköp och hur han finansierade detta kan han räkna ut när kunden är mentalt beredd att göra nästa inköp. Därmed kan marknadsföraren skicka ut reklam om varor på avbetalningsköp när tiden är inne för det. Detta skulle bidra till att effektivisera utskicket av reklam så att konsumenten får reklamen just-in-time.

Sammanfattningsvis kan våra resultat vara relevanta för att bättre förstå mental accounting samt konsumenters köp- och kreditbeteende. Praktiska användningsområden kan vara riskbedömning vid kreditgivning samt just-in-time-reklam.

6.1 Förslag till fortsatta studier

Mental accounting och angränsande ämnesområden är omfattande och till stor del fortfarande outforskade. Både processen före, under och efter själva köpet och i vilken grad mental accounting inverkar bör studeras vidare. I detta sammanhang behövs främst bättre sätt att fånga mental accounting som fenomen och operationalisera detta till något som går att undersöka empiriskt.

Vissa demografiska faktorer bakom olika köp- och kreditbeteenden har identifierats i tidigare studier (bl.a. Lea et al., 1993; Kirchler et al., 2007) men det har gjorts få försök att visa hela bilden. En noggrann genomgång av vad som styr hur konsumenter resonerar i dessa situationer, som t.ex. inställningen till konsumentkrediter, skulle förstärka fundamenten som våra och framtida teorier vilar på. På samma sätt är lite känt om huruvida olika individer eller hushåll behandlar mental accounting på fundamentalt olika sätt, och i så fall vad som ligger bakom att mental accounting inte fungerar likadant hos alla människor. Vilka faktorer som påverkar hur olika individer utför mental accounting skulle därför ge ett välbehövligt tillskott till vårt forskningsområde.

Vår modell, med tiden mellan två köp och finansieringsvalet som variabler, är endast det första försöket att hitta ett samband mellan dessa variabler. Modellen är i sin linda och har möjlighet att bli mer omfattande genom att t.ex. fler förklarande variabler tillsätts. Förhoppningsvis kan vår teori prövas på nytt och utsättas för försök att förkastas.

Gångbara idéer om hur man kan få in fler respondenter i undersökningen, samtidigt som man ökar datavaliditeten, genom t.ex. en annan typ av empirisk metod, är värda att fundera på. En ambitiös studie bland t.ex. 1 000 hushåll där dessa ombads att föra dagbok på sina inköp under en längre tidsperiod, förslagsvis ett år, skulle kunna vara betydelsefull för mental accounting i allmänhet och ett eventuellt accepterande eller förkastande av vår teori i synnerhet.

En intressant tanke att beakta är huruvida människor faktiskt känner till sina mentala konton och om detta i så fall har någon betydelse för deras köp- eller kreditbeteende? Om pengars outbyttbarhet (mellan de olika kontona) är ett exempel på ett irrationellt beteende, borde inte sättet att använda sig av mental accounting ändras om man blev medveten om sin irrationalitet och hur mental accounting fungerar? En studie som undersöker inverkan av större kunskap om vårt ämnesområde på köp- eller kreditbeteende hos ”vanliga konsumenter” skulle vara av intresse.

En konkret tanke angående denna studie är att vi borde ha tagit hänsyn till kategoriseringen i samband med prövningen av hypotes 2 och endast undersökt köp som alla faller inom samma kategori. Detta visade sig inte vara möjligt den här gången, utan får hänvisas till framtida studier.

Referenser

Andersen, I. (1998). *Den uppenbara verkligheten*. Lund: Studentlitteratur.

Arkes, H. R., Joyner, C. A., Pezzo, M. V., Nash, J. G., Siegel-Jacobs, K., & Stone, E. (1994). The psychology of windfall gains. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59, 331-347.

Awasthi, V. N., Chow, C. W., & Harrison, P. D. (1998). VIP company: A mini-case for reinforcing students understanding of sunk costs, ethics and the role of management controls. *Journal of Accounting Education*, 16:3-4, 545-562.

Bernoulli, D. (1954). Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk. *Econometrica*, 22:1, 23-36.

Heath, C., & Soll, J. B. (1996). Mental budgeting and consumer decisions. *The Journal of Consumer Research*, 23:1, 40-52.

Hirst, D. E., Joyce, E. J., & Schaedewald, M. S. (1994). Mental accounting and outcome contiguity in consumer-borrowing decisions. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 58, 136-152.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47:2, 263-291.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values and frames. *American Psychologist*, 39:4, 341-350.

Kamleitner, B., & Kirchler, E. (2006). Personal loan users' mental integration of payment and consumption. *Market Lett*, 17, 281-294.

Karlsson, N., Gärling, T., Selart, M. (1997). Effects of mental accounting on intertemporal choice. *Göteborg Psychological Reports*, 27, 1-17.

Kirchler, E., Hoelzl, E., & Kamleitner, B. (2007). Spending and credit use in the private household. *The Journal of Socio-Economics*, in press.

Lea, S. E. G., Webley, P., & Levine, M. (1993). The economic psychology of consumer debt. *Journal of Economic Psychology*, 14, 85-119.

Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing science*, 17, 4-28.

Ranyard, R., & Craig, G. (1995). Evaluating and budgeting with instalment credit: An interview study. *Journal of Economic Psychology*, 16, 449-467.

Ranyard, R., Hinkley, L., Williamson, J., & McHugh, S. (2006). The role of mental accounting in consumer credit decision processes. *Journal of Economic Psychology*, 27, 571-588.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students* (fjärde uppl.), Harlow, England: FT Prentice Hall.

Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing science*, 4, 199-214.

Thaler, R. H. (1990). Anomalies: Saving, fungibility, and mental accounts. *The Journal of Economic Perspectives*, 4:1, 193-205.

Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 183-206.

The Sopranos. Säsong 6 (2007). *Chasing it*, Home Box Office, 2007-04-29.

Wertenbroch, K. (1996). Consumption self-control via purchase rationing. *Working paper*, Yale University.

Winter, J. (1992). *Problemformulering, undersökning och rapport*. Stockholm: Almquist & Wiksell.

Bilaga I

Enkät 1



1. Vilket av följande alternativ beskriver bäst varifrån pengarna till detta köp togs?

(Markera det alternativ som bäst överensstämmer).

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Regelbunden inkomst (t.ex. lön, ersättningar) | <input type="checkbox"/> Kommer att delbetala (avbetalning) |
| <input type="checkbox"/> Plötslig, oväntad inkomst (t.ex. lotterivinst, gåvor) | <input type="checkbox"/> Sparade pengar |
| <input type="checkbox"/> Annat / vet ej | |

2. I hur stor utsträckning upplever du att det köpta är för ett nödvändigt behov jämfört med för nöjes skull?

Köptes av nödvändighet					Köptes för nöjes skull	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

3. I hur stor utsträckning upplever du att det köpta är en långsiktig investering jämfört med för kortsiktig konsumtion?

Långsiktig investering					Kortsiktig konsumtion	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

4. När gjorde du förra gången ett köp för mer än 5 000 kr?

(Markera det alternativ som ligger närmast i tiden för ditt förra köp).

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 0 – 15 dagar sedan | <input type="checkbox"/> 4 månader sedan | <input type="checkbox"/> Har aldrig tidigare köpt en vara för mer än 5 000 kr |
| <input type="checkbox"/> 1 månad sedan | <input type="checkbox"/> 5 månader sedan | <input type="checkbox"/> Vet ej / kommer inte ihåg |
| <input type="checkbox"/> 2 månader sedan | <input type="checkbox"/> 6 månader sedan | |
| <input type="checkbox"/> 3 månader sedan | <input type="checkbox"/> 7 + månader sedan | |

5. Vilket av följande alternativ beskriver bäst varifrån pengarna till det förra köpet togs?

(Markera det alternativ som bäst överensstämmer).

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Regelbunden inkomst (t.ex. lön, ersättningar) | <input type="checkbox"/> Använde(r) delbetalning /avbetalning |
| <input type="checkbox"/> Plötslig, oväntad inkomst (t.ex. lotterivinst, gåvor) | <input type="checkbox"/> Sparade pengar |
| <input type="checkbox"/> Annat / vet ej | |

6. I hur stor utsträckning upplevde du att det köpta vid det förra tillfället var för ett nödvändigt behov jämfört med för nöjes skull?

Köptes av nödvändighet					Köptes för nöjes skull	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

7. I hur stor utsträckning upplevde du att det köpta vid det förra tillfället var en långsiktig investering jämfört med för kortsiktig konsumtion?

Långsiktig investering					Kortsiktig konsumtion	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

Tack för din medverkan!

Bilaga II

Enkät 2



1. Vänligen markera på tidslinjen de två senaste tillfällen där du eller ditt hushåll gjorde ett inköp för mer än 5 000 kr. (Markera med **två** kryss på linjen).

Månader sedan

|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
 Mer 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0
 Vet ej / Kommer inte ihåg Har aldrig köpt för mer än 5 000 kr

2. Vilket av följande alternativ beskriver bäst varifrån pengarna till det första köpet togs? (Markera det alternativ som bäst överensstämmer).

- Regelbunden inkomst (t.ex. lön, ersättningar) Delbetalning (avbetalning)
 Plötslig, oväntad inkomst (t.ex. lotterivinst, gåvor) Sparade pengar
 Annat / vet ej

3. I hur stor utsträckning upplevde du att det du köpte vid det första tillfället var för ett nödvändigt behov jämfört med för nöjes skull?

Köptes av nödvändighet					Köptes för nöjes skull	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

4. I hur stor utsträckning upplevde du att det du köpte vid det första tillfället var en långsiktig investering jämfört med för kortsiktig konsumtion?

Långsiktig investering					Kortsiktig konsumtion	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7

5. Vilken vara / tjänst avser det första köptillfället?

(Markera det alternativ som bäst överensstämmer. Endast en varugrupp får markeras).

- Hemelektronik
 Möbler / heminredning
 Vitvaror
 Resor
 Bil
 Köks- / badinredning
 Annat

6. Vilket av följande alternativ beskriver bäst varifrån pengarna till det senaste köpet togs? (Markera det alternativ som bäst överensstämmer).

- Regelbunden inkomst (t.ex. lön, ersättningar) Delbetalning (avbetalning)
 Plötslig, oväntad inkomst (t.ex. lotterivinst, gåvor) Sparade pengar
 Annat / vet ej

7. I hur stor utsträckning upplevde du att det du köpte vid det *senaste tillfället* var för ett nödvändigt behov jämfört med för nöjes skull?

Köptes av nödvändighet

- 1 2 3 4 5

Köptes för nöjes skull

- 6 7

8. I hur stor utsträckning upplevde du att det du köpte vid det *senaste tillfället* var en långsiktig investering jämfört med för kortsiktig konsumtion?

Långsiktig investering

- 1 2 3 4 5

Kortsiktig konsumtion

- 6 7

9. Vilken vara / tjänst avser det *senaste köptillfället*?

(Markera det alternativ som bäst överensstämmer. Endast en varugrupp får markeras).

- Hemelektronik
- Möbler / heminredning
- Vitvaror
- Resor
- Bil
- Köks- / badinredning
- Annat

Kön

- Man Kvinna

Vänligen ange vilken ålderskategori du tillhör.

- 18 – 25 år 26 – 35 år
 36 – 45 år 46 – 55 år
 56 – 65 år Äldre än 65 år

Vänligen ange din senast *slutförda* utbildningsnivå.

- Grundskolenivå Gymnasieskolenivå
 Kurser på högskole- / universitetsnivå Yrkesförberedande eftergymnasial utbildning
 Högskole- / universitetsexamen Doktorsexamen

Vänligen ange hur många personer som ingår i ditt hushåll, *inklusive dig själv*.

- 1 2 3 4 5 6 Fler än 6

Vänligen ange *ditt hushålls* sammanlagda årsinkomst, brutto.

- 0 – 250 000 kr 250 000 – 500 000 kr
 500 000 – 750 000 kr Mer än 750 000 kr
 Föredrar att inte svara

Tack för din medverkan!

Observera att de här uppgifterna inte kommer att kunna spåras tillbaka till dig personligen.

Bilaga III

Bakgrundsvariabler

Tabell III:1: Könsfördelning.

	Undersökning 1		Undersökning 2		Totalt	
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Man	20	50,0 %	34	37,8 %	54	41,5 %
Kvinna	3	7,5 %	56	62,2 %	59	45,4 %
Grupp	17	42,5 %	0	0,0 %	17	13,1 %
<i>Totalt</i>	<i>40</i>	<i>100,0 %</i>	<i>90</i>	<i>100,0 %</i>	<i>130</i>	<i>100,0 %</i>

Tabell III:2: Ålder i år.

	Antal	Andel
18-25	4	4,4 %
26-35	17	18,9 %
36-45	21	23,3 %
46-55	28	31,1 %
56-65	20	22,2 %
66-	0	0,0 %
<i>Totalt</i>	<i>90</i>	<i>100,0 %</i>

Tabell III:3: Utbildningsnivå.

	Antal	Andel
Grundskola	7	7,8 %
Gymnasieskola	23	25,6 %
Yrkesutbildning	10	11,1 %
Viss akademisk utbildning	11	12,2 %
Akademisk examen	38	42,2 %
Doktorsexamen	0	0,0 %
Inget svar	1	1,1 %
<i>Totalt</i>	<i>90</i>	<i>100,0 %</i>

Tabell III:4: Antal personer i hushållet.(M=2,68, $\sigma=1,26$.)

	Antal	Andel
1	16	17,8 %
2	30	33,3 %
3	21	23,3 %
4	15	16,7 %
5	6	6,7 %
6	2	2,2 %
fler än 6	0	0,0 %
<i>Totalt</i>	<i>90</i>	<i>100,0 %</i>

Tabell III:5: Hushållets inkomst i tkr.

	Antal	Andel
-250	12	13,3 %
250-500	45	50,0 %
500-750	28	31,1 %
750-	4	4,4 %
Inget svar	1	1,1 %
<i>Totalt</i>	<i>90</i>	<i>100,0 %</i>

Bilaga IV

Resultat av vissa statistiska tester

Genomsnittlig tid för finansieringsalternativen, första köpet**Tabell IV:1a:** Medelvärden i månader för tiden mellan två köp, uppdelade på finansieringsalternativ.

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	35	2,94	2,77
Plötslig inkomst	3	1,67	1,53
Sparade pengar	34	2,18	1,96
Avbetalning	10	2,30	2,31
Totalt	82	2,50	2,36

Tabell IV:1b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på tiden mellan de två köpen.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,493
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,190
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,560
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,777
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,661
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,989

Genomsnittlig tid för finansieringsalternativen, andra köpet**Tabell IV:2a:** Medelvärden i månader för tiden mellan två köp, uppdelade på finansieringsalternativ.

Finansieringsval	n	M	σ
Regelbunden inkomst	38	1,92	2,19
Plötslig inkomst	2	2,50	3,54
Sparade pengar	33	3,15	2,45
Avbetalning	9	2,22	2,49
Totalt	82	2,46	2,38

Tabell V:2b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de olika finansieringsalternativen, testade parvis, med avseende på tiden mellan de två köpen. Dubbel asterisk markerar signifikans på 5 %-nivån.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Regelbunden inkomst Plötslig inkomst	Mann-Whitney	0,848
Regelbunden inkomst Sparade pengar	t-test	0,029**
Regelbunden inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	0,802
Plötslig inkomst Sparade pengar	Mann-Whitney	0,720
Plötslig inkomst Avbetalning	Mann-Whitney	1,000
Sparade pengar Avbetalning	Mann-Whitney	0,265

Genomsnittlig tid för kontant- resp. kreditköp, första köpet

Tabell IV:3a: Medelvärden i månader för tiden mellan två köp, uppdelade på om det första köpet var kontant eller kredit.

Finansieringsval	n	M	σ
Kontant	72	2,53	2,39
Kredit	10	2,30	2,31

Tabell IV:3b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de två finansieringsalternativen, med avseende på tiden mellan de två köpen.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Kontant Kredit	Mann-Whitney	0,785

Genomsnittlig tid för kontant- resp. kreditköp, andra köpet

Tabell IV:4a: Medelvärden i månader för tiden mellan två köp, uppdelade på om det andra köpet var kontant eller kredit.

Finansieringsval	n	M	σ
Kontant	73	2,49	2,38
Kredit	9	2,22	2,49

Tabell IV:4b: Resultat av statistiska tester för oberoende mellan de två finansieringsalternativen, med avseende på tiden mellan de två köpen.

Finansieringsval testade för oberoende	Testmetod	Signifikans
Kontant Kredit	Mann-Whitney	0,684