



Vrije Universiteit Brussel

FACULTEIT ECONOMISCHE, SOCIALE EN POLITIEKE
WETENSCHAPPEN EN SOLVAY BUSINESS SCHOOL

Winkelen shopaholics anders?

Relatie tussen persoonlijkheid en
compulsief koopgedrag

2009-2010

Sara Lesage

Promotor: Malaika Brengman



Eindverhandeling ingediend tot het behalen van
de graad master in de bedrijfskunde

Woord vooraf

“Dames en heren, we komen aan station Etterbeek.” Deze zin heb ik meerdere malen per week gehoord tijdens mijn treinrit van Kortrijk naar de VUB, waar ik gedurende twee jaar de opleiding bedrijfskunde volgde. Voor ik aan deze studies begon, had ik al een diploma marketing in handen. Deze opleiding deed mijn interesse in marketing stijgen en zorgde er ook voor dat ik in het kader van mijn masterproef een marketinggerelateerd onderwerp koos: de relatie tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag.

De realisatie van deze masterproef was echter niet mogelijk geweest zonder de steun van enkele personen, die ik dan ook heel graag zou willen bedanken. Allereerst gaat mijn dank uit naar mijn ouders, die mij de kans gaven om deze opleiding te volgen. Graag had ik ook nog mijn broer en al mijn vrienden bedankt voor hun steun die ik kreeg gedurende mijn hele opleiding

Vervolgens nog een woord van dank voor mijn promotor Prof. Dr. Malaika Brengman en haar twee assistentes Birgit Wauters en Kalina Mikolajczak. Zij waren steeds bereid mijn teksten na te lezen en mij bij te staan met raad en daad.

Tot slot wil ik nog de respondenten bedanken die de tijd hebben genomen om de vragenlijst in te vullen. Zonder hun medewerking was dit onderzoek niet mogelijk geweest.

Samenvatting

Consumptie vormt een belangrijk onderdeel van de huidige economie. Maar wat gebeurt er als deze consumptie een obsessie wordt. Meer bepaald, wat zorgt ervoor dat iemand een compulsieve koopverslaving ontwikkelt. Er zijn tal van variabelen die hierin een rol kunnen spelen zoals de gezinssituatie, de materialistische waarden die een bepaald persoon heeft en het al dan niet bezitten van een kredietkaart. Uit een literatuurstudie hieromtrent kan worden afgeleid dat er een positief verband bestaat tussen ontwrichte gezinssituaties (bijvoorbeeld door echtscheiding) en compulsief koopgedrag (Pechman et al.,2005). Op vlak van materialistische waarden, werd gevonden dat personen die materialistisch zijn ingesteld, dezelfde eigenschappen bezitten als personen die compulsief koopgedrag vertonen (bijvoorbeeld een laag zelfbeeld) (Burroughs en Reindfleisch, 2002). Tot slot brengt de mogelijkheid tot betalen met een kredietkaart een gebrek aan zelfcontrole met zich mee. Dit gebrek aan zelfcontrole is op zijn beurt een kenmerk van personen met compulsief koopgedrag (Livingstone en Lunt, 1992).

Door middel van het uitvoeren van een kwantitatief onderzoek werd gezocht naar de relatie tussen de variabelen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag. Er werd hierin naar een antwoord gezocht op de vraag hoe een compulsieve koper omschreven kan worden aan de hand van bepaalde persoonlijkheidskenmerken.

Door het uitvoeren van een factoranalyse op de mini-IPIP-schaal (een schaal die de persoonlijkheid meet) werd bepaald welke factoren van belang waren. Uit deze analyse blijkt dat het beoordelen van de persoonlijkheid op basis van vijf factoren kan gebeuren: extraversie, emotionele instabiliteit, nauwgezetheid, openheid en meegaandheid. Voor deze vijf dimensies werd uitgegaan van vijf hypothesen.

Drie van de vijf hypothesen werden door het kwantitatief onderzoek ondersteund. Er mag worden geconcludeerd dat koopverslaafden hoger scoren op vlak van extraversie en emotioneel instabieler zijn dan niet-koopverslaafden. Ook wat meegaandheid betreft, hebben koopverslaafden een hogere score. Voor de relatie openheid en compulsief koopgedrag werd in het onderzoek een negatieve significante relatie gevonden. Deze relatie was wel het tegenovergestelde van wat werd verondersteld te vinden. Op vlak van nauwgezetheid werden geen significante verschillen gevonden tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden.

Het profiel van koopverslaafden met betrekking tot hun persoonlijkheid kan op basis van de resultaten in dit onderzoek omschreven worden als: koopverslaafden zijn extravarter, emotioneel instabieler en meegaander dan niet-koopverslaafden en staan minder open voor nieuwe ervaringen.

Inhoudsopgave

Woord vooraf.....	2
Samenvatting	3
Inleiding	15
1. Compulsive Buying.....	16
1.1. Definitie	16
1.2. Motivaties en gevolgen	17
1.3. Compulsief koopgedrag versus impulsief koopgedrag	18
1.4. Samenvatting	19
2. Meten van compulsief koopgedrag	19
2.1. Verschillende meetschalen	19
2.1.1. De Valence schaal	20
2.1.2. De Faber en O'Guinn schaal.....	20
2.1.3. Edwards schaal.....	21
2.1.4. De Ridgway schaal	21
3. Variabelen die compulsief gedrag bepalen	22
3.1. Ontwrichte gezinnen.....	22
3.1.1. Menselijk kapitaal	23
3.1.2. Stress.....	24
3.1.3. Socialisatie	24
3.1.4. Schematische voorstelling: relatie tussen ontwrichte gezinnen en compulsief koopgedrag	26
3.2. De materialistische waarden.....	27
3.2.1. Algemeen	27

3.2.2.	Relatie materialisme en compulsieve consumptie.....	29
3.2.3.	Schematische voorstelling: relatie tussen materialisme en compulsief koopgedrag	30
3.3.	Het bezit van een kredietkaart.....	30
3.3.1.	De rol van de kredietkaart	31
3.3.2.	De invloed op jonge consumenten.....	31
3.3.3.	Relatie tussen kredietkaart en compulsieve consumptie	34
3.3.4.	Schematische voorstelling: relatie tussen kredietkaartgebruik en compulsief koopgedrag	36
3.4.	Persoonlijkheid.....	37
3.4.1.	Definitie.....	37
3.4.2.	Big Five model.....	38
3.4.3.	Personality Adjective Check List (PACL).....	39
3.4.4.	De mini – IPIP schaal	39
4.	Conceptueel model.....	40
4.1.	Toelichting van de verschillende variabelen.....	40
4.1.1.	Extraversie (Extraversion).....	40
4.1.2.	Emotionele instabiliteit (Neuroticism).....	41
4.1.3.	Nauwgezetheid (Conscientiousness).....	41
4.1.4.	Openheid voor nieuwe ervaringen (Openness)	41
4.1.5.	Meegaandheid (Agreeableness).....	41
4.2.	Gevonden relaties tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag	42
4.2.1.	Mowen en Spears (1999).....	42

4.2.2.	Balabanis	43
4.2.3.	Schematische voorstelling van de gevonden relaties tussen de persoonlijkheidskenmerken en compulsief koopgedrag	45
4.3.	Relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag : een veronderstelling	46
4.3.1.	Relaties tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag via de variabele impulsief koopgedrag	46
4.3.2.	Relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag via de variabelen tevredenheid met leven en subjectief welzijn.....	51
5.	Hypotheses	53
5.1.	Extraversie.....	53
5.2.	Emotionele instabiliteit	54
5.3.	Nauwgezetheid	54
5.4.	Openheid voor nieuwe ervaringen	54
5.5.	Meegaandheid	55
6.	Onderzoeksopzet	55
6.1.	Doelstellingen van het onderzoek	55
6.2.	Beschrijving van de vragenlijst.....	55
6.2.1.	Overzicht	56
6.3.	Verzamelen van de data.....	57
6.4.	Verwerking en analyse van de data	57
6.5.	Steekproef (beschrijving)	58
6.5.1.	Verdeling naar geslacht	58
6.5.2.	Respondenten en leeftijdsklasse	59

6.5.3.	Verdeling naar beroep	60
6.5.4.	Verdeling naar diploma	61
6.5.5.	Inkomensverdeling	62
6.6.	Analyse van de verzamelde data	63
6.6.1.	Aantal koopverslaafden	63
6.6.2.	Verdeling naar geslacht	64
6.6.3.	Verdeling naar leeftijd	66
6.6.4.	Verdeling naar beroep	69
6.6.5.	Verdeling naar diploma	72
6.6.6.	Verdeling naar inkomen	75
6.6.7.	Verdeling naar koopkanaal	77
6.7.	Factoranalyse	79
6.7.1.	Het begrip factoranalyse.....	79
6.7.2.	Is factoranalyse hier zinvol	79
6.7.3.	Gebruikte methode.....	80
6.7.4.	Factoranalyse mini-IPIP schaal	81
6.8.	Betrouwbaarheidsanalyse van de verschillende factoren.....	83
6.8.1.	Betrouwbaarheidsanalyse voor extraversie	83
6.8.2.	Betrouwbaarheidsanalyse voor emotionele instabiliteit	84
6.8.3.	Betrouwbaarheidsanalyse voor nauwgezetheid	84
6.8.4.	Betrouwbaarheidsanalyse voor openheid.....	85
6.8.5.	Betrouwbaarheidsanalyse voor meegaandheid.....	86
6.9.	Testen van de hypothesen.....	87
6.9.1.	Normaal verdeling (Kolmogorov Smirnov)	87

6.9.2. T-testen	89
7. Conclusie	93
7.1. Algemeen	93
7.2. Beperkingen	96
8. Literatuurlijst.....	98
9. Bijlagen.....	107
Bijlage 1: Compulsief koopgedrag schaal van Ridgway (Ridgway et al., 2008)	107
Bijlage 2: De mini-IPIP schaal (Donnellan et al., 2006)	108
Bijlage 3: Overzicht van de vragenlijst	108
Bijlage 4: Verdeling naar geslacht (algemeen)	109
Bijlage 5: Verdeling van geslacht (Vlaams Gewest) volgens NIS in 2008	109
Bijlage 6: Verdeling naar leeftijdsklasse (algemeen)	110
Bijlage 7: Verdeling van leeftijdsklasse (Vlaams Gewest) volgens NIS in 2008	110
Bijlage 8: Verdeling volgens beroep (algemeen)	110
Bijlage 9: Verdeling naar beroep (Vlaams Gewest) volgens NIS (actieve en inactieve bevolking) in 2008.....	111
Bijlage 10: Verdeling naar diploma (algemeen)	111
Bijlage 11: Verdeling naar diploma (Belgische bevolking) volgens NIS in 2008	112
Bijlage 12: Verdeling naar inkomen (algemeen).....	112
Bijlage 13: Aantal koopverslaafden binnen steekproef.....	113
Bijlage 14: Verdeling naar geslacht binnen koopverslavingsgehalte	113
Bijlage 15: Verdeling naar leeftijdsklasse binnen koopverslavingsgehalte	114
Bijlage 16: Verdeling naar beroep binnen koopverslavingsgehalte	117
Bijlage 17: Verdeling naar diploma binnen koopverslavingsgehalte.....	119

Bijlage 18: Verdeling naar inkomen binnen koopverslavingsgehalte.....	122
Bijlage 19: Koopkanalen van koopverslaafden	123
Bijlage 20: Zinvolheid van de factoranalyse (KMO en Bartlett's test)	126
Bijlage 21: Factoranalyse van de mini-IPIP schaal	135
Bijlage 22: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor extraversie	138
Bijlage 23: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor emotionele instabiliteit.....	138
Bijlage 24: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor nauwgezetheid	139
Bijlage 25: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor openheid	140
Bijlage 26: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor meegaandheid	141
Bijlage 27: Normaalverdelingstest (Kolmogorov Smirnov).....	141
Bijlage 28: T-testen	146

Tabel 1: Valence schaal	20
Tabel 2: Faber en O'Guinn schaal (Faber en O'Guinn, 1989).....	20
Tabel 3: Edwards schaal (Edwards, 1992).....	21
Tabel 4: verband tussen leeftijd en bezit van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikerssateljee, 2001)	32
Tabel 5: verband tussen beroepsstatus van jongeren tussen 12 en 25 jaar en bezit van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikerssateljee, 2001)	33
Tabel 6: reden van gebruik van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikerssateljee, 2001)	33
Tabel 7: aantal betaalkaarten in omloop, per 1000 (Overleg Schuldoverlast en Verbruikerssateljee, 2001)	34
Tabel 8: overzicht vragenlijst	56
Tabel 9: verdeling geslacht (algemeen)	58
Tabel 10: verdeling leeftijdsklasse (algemeen).....	59
Tabel 11: verdeling beroep (algemeen).....	60
Tabel 12: verdeling diploma (algemeen)	61
Tabel 13: verdeling inkomen (algemeen)	62
Tabel 14: aantal koopverslaafden.....	63
Tabel 15: verdeling geslacht binnen koopverslavingsgehalte	64
Tabel 16: Chi-square en Cramer's V van geslacht	65
Tabel 17: verdeling leeftijdsklasse binnen koopverslavingsgehalte	66
Tabel 18: Chi-square en Cramer's V van leeftijd	68
Tabel 19: verdeling beroep binnen koopverslavingsgehalte	69
Tabel 20: Chi-square en Cramer's V van beroep.....	71
Tabel 21: verdeling diploma binnen koopverslavingsgehalte.....	72
Tabel 22: Chi-square en Cramer's V van diploma	74
Tabel 23: verdeling inkomen binnen koopverslavingsgehalte.....	75
Tabel 24: Chi-square en Cramer's V van inkomensklasse.....	77
Tabel 25: koopkanalen van koopverslaafden	77
Tabel 26: KMO en Bartlett's test	80
Tabel 27: factoranalyse van de mini-IPIP schaal: rotated component matrix.....	82
Tabel 28: Cronbach's Alpha extraversie.....	83

Tabel 29: Cronbach's Alpha emotionele instabiliteit	84
Tabel 30: Item-Total Statistics van emotionele instabiliteit	84
Tabel 31: Cronbach's Alpha nauwgezetheid	84
Tabel 32: Item-Total Statistics van nauwgezetheid	85
Tabel 33: Cronbach's Alpha van openheid.....	85
Tabel 34: Item-Total Statistics van openheid.....	85
Tabel 35: Cronbach's Alpha van meegaandheid	86
Tabel 36: Item-Total Statistics van meegaandheid	86
Tabel 37: Kolmogorov - Smirnov test.....	87
Tabel 38: Skewness van factoren	88
Tabel 39: T- test extraversie.....	89
Tabel 40: Levene's test extraversie.....	89
Tabel 41: T- test emotionele instabiliteit	90
Tabel 42: Levene's test emotionele instabiliteit	90
Tabel 43: T-test nauwgezetheid.....	91
Tabel 44: Levene's test nauwgezetheid	91
Tabel 45: T-test openheid	91
Tabel 46: Levene's test openheid	91
Tabel 47: T-test meegaandheid	92
Tabel 48: Levene's test meegaandheid.....	92

Grafiek 1: verdeling geslacht (algemeen)	58
Grafiek 2: verdeling leeftijdsklasse (algemeen)	59
Grafiek 3: verdeling beroep (algemeen)	60
Grafiek 4: verdeling diploma (algemeen).....	61
Grafiek 5: verdeling inkomen (algemeen).....	62
Grafiek 6: aantal koopverslaafden	63
Grafiek 7: relatie geslacht en koopverslaving	64
Grafiek 8: relatie koopverslaving en geslacht	64
Grafiek 10: leeftijdsklasse en koopverslaving.....	67
Grafiek 9: koopverslaving binnen leeftijdsklasse.....	67
Grafiek 11: koopverslaving binnen beroep.....	70
Grafiek 12: beroep en koopverslaving	70
Grafiek 13: koopverslaving binnen diploma	73
Grafiek 14: diploma en koopverslaving	73
Grafiek 15: koopverslaving binnen inkomensklasse.....	76
Grafiek 16: inkomensklasse en koopverslaving	76
Grafiek 17: koopkanalen van koopverslaafden.....	78
Grafiek 18: histogram emotionele instabiliteit	88
Grafiek 19: histogram nauwgezetheid	88
Grafiek 20: histogram meegaandheid.....	88
Grafiek 21: histogram extraversie.....	88
Grafiek 22: histogram openheid	88

Figuur 1: een algemeen conceptueel model van de levenscyclus van consumentengedrag (Moschis, 2007).....	23
Figuur 2: een model van compulsief koopgedrag gebaseerd op gebeurtenissen in het leven (Moschis et al., 2009).....	25
Figuur 3: relatie tussen gezinsstructuur en compulsief koopgedrag.....	26
Figuur 4: relatie tussen materialisme en compulsief koopgedrag.....	30
Figuur 5: relatie tussen kredietkaartgebruik en compulsief koopgedrag.....	36
Figuur 6: reeds gevonden relaties tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag	45
Figuur 7: relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en impulsief koopgedrag.....	50
Figuur 8: relatie tussen persoonlijkheidsdimensies, tevredenheid met het leven en materialisme	52

Inleiding

Velen onder ons kunnen genieten van een dagje shoppen, van de voldoening na het kopen van een door ons uitgekozen goed of dienst. In onze cultuur lijkt het wel zo te zijn dat niet de gebruiksvriendelijkheid of de economische waarde primeert, maar wel degelijk de psychologische voordelen die verbonden zijn aan de aankoop. We kopen immers geregeld om onszelf wat op te vrolijken. Geld en materiële bezittingen worden dan ook als een vorm van persoonlijk succes beschouwd. Consumptie lijkt een manier om ons zelfbeeld, ons imago en onze relaties met anderen op te krikken. Waarom zouden we geen zaken kopen die ons een gevoel van welbehagen geven, zeker na een baaldag? Koopimpulsen worden beschouwd als normaal en beïnvloeden onze gevoelens op een positieve manier, tenminste tijdelijk toch. Want iemand kan wel degelijk geobsedeerd raken door materieel bezit en dat bezit kan worden gebruikt als een remedie om problemen met het zelfbeeld op te lossen. Deze donkere kant van het kopen heeft dan ook al veel aandacht genoten in de literatuur. Welke variabelen kunnen dienen als voorspellers van dit gedrag of kunnen dit gedrag enigszins beïnvloeden? Deze variabelen vormen het onderwerp van deze masterproef.

De variabelen die door de meeste onderzoekers worden bekeken, bevinden zich in het marketinggebied (de massamedia), in de sociale omgeving (de gezinssituatie) en in de psychologie (de persoonlijke karaktertrekken) (D'Atous et al., 1990; DeSarbo en Edwards, 1996; Kwak et al., 2002; Mowen en Spears, 1999; Rindfleisch et al., 1997; Roberts, 1998; Valence et al., 1988). De kern van dit onderzoek ligt in de laatste variabele, namelijk de persoonlijkheid. Er zal worden gezocht naar een relatie tussen de vijf dimensies van persoonlijkheid en compulsief koopgedrag. Zo worden persoonlijkheid en consumentengedrag in een directe relatie met elkaar gebracht.

Eerst wordt de term 'compulsive buying' besproken en gekeken naar de manieren waarop dit gedrag kan worden gemeten. Daarna volgt een literatuurstudie over een aantal variabelen die een rol kunnen spelen in het ontwikkelen van compulsief koopgedrag zoals de gezinssituatie, de materialistische waarden en het al dan niet bezitten van een kredietkaart. Ten slotte wordt dan door middel van een kwantitatief onderzoek gezocht naar de relatie tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag.

1. Compulsive Buying

Wat wordt er nu precies verstaan onder de term compulsief koopgedrag, en wat kunnen de kenmerken en motivaties zijn van compulsieve kopers? In dit deel wordt compulsief koopgedrag besproken en wordt ook toegelicht wat de oorzaken kunnen zijn die aan de basis liggen van dit compulsieve koopgedrag.

1.1. Definitie

‘Compulsive buying’ werd voor het eerst geïdentificeerd en beschreven als het chronisch en herhaaldelijk plegen van aankopen dat ontstaat als een eerste reactie op negatieve gevoelens of negatieve gebeurtenissen (O’Guinn en Faber, 1989a, p.155).

Compulsief kopen levert aanvankelijk enkel maar voordelen op voor de consument in kwestie. Men koopt om zich beter te voelen en het kopen wordt dus geassocieerd met tal van positieve gevoelens. Maar op lange termijn wordt dit chronische gedrag een moeilijk te stoppen gewoonte.

De gevolgen hiervan zijn niet louter economisch, maar ook psychologisch en sociaal (O’Guinn en Faber, 1989a). Op economisch vlak leidt compulsief koopgedrag tot zware financiële schulden, op psychologisch vlak tot een lager zelfbeeld en compulsief koopgedrag schaadt ook de onderlinge relaties met mensen.

Onderzoekers definieerden compulsief koopgedrag reeds op verschillen manieren: het chronisch, herhaaldelijk aankopen (O’Guinn en Faber, 1989, p.155), impulsief en/of dwangmatig kopen¹ van onnodige voorwerpen (Ninan et al., 2000, p.362) en buitensporig of slecht gecontroleerd gedrag ten aanzien van uitgaven (Black, 2001, p.17).

‘Retail therapy’² wordt in onze cultuur van massaconsumptie als normaal beschouwd en tot op zeker hoogte drukken wij allemaal ons gevoel voor identiteit en onze relaties met anderen uit via geld en materiële bezittingen (Coombs, 2004, p.411).

¹ Definitie zie 1.3 Compulsief koopgedrag versus impulsief koopgedrag

² ‘the act of going shopping and buying things in order to make yourself feel more cheerful.’ (Oxford Advanced Learner’s Dictionary, 2005)

1.2. Motivaties en gevolgen

Als men een profiel zou opstellen van compulsieve kopers zou men tot de volgende conclusie komen. Compulsieve kopers hebben een laag niveau van eigenwaarde (O'Guinn en Faber, 1989; Scherhorn, Reisch en Raab, 1990) en hebben in hoge mate last van depressies (Scherhorn et al., 1990; Valence et al., 1988), angstreacties en obsessies (O'Guinn en Faber, 1989; Scherhorn et al., 1990). Compulsieve kopers zien kopen als een middel om negatieve gevoelens om te keren naar positieve en zoeken een kortetermijnbevrediging in hun koopgedrag (Christenson et al., 1994; O'Guinn en Faber, 1989).

De motivaties van een consument die lijdt aan compulsief koopgedrag, moet dus worden gezocht in het feit dat die consument zijn of haar zelfbeeld wil opkrikken en niet zozeer in de wil om zoveel mogelijk dingen te bezitten (O'Guinn en Faber, 1989a). Compulsieve kopers kopen dan ook een abnormaal hoog aantal goederen die ze niet nodig hebben en die ze zich ook dikwijls niet kunnen veroorloven (Hoyer en MacInnis, 2001).

Dwangmatig kopen verslechtert niet alleen op lange termijn het welzijn van de individuen zelf, maar ook dat van hun families en zelfs dat van de samenleving waartoe zij behoren, wegens de ernstige financiële en emotionele gevolgen die dit gedrag met zich meebrengt (Burns et al., 2005).

Compulsief koopgedrag kan echter ook voorkomen als een compensatie voor gevoelens van stress, frustratie, teleurstelling of een gebrek aan eigenwaarde (Neuner et al., 2005; Koran et al., 2006).

Dit alles suggereert dus dat consumenten met een compulsief koopgedrag handelen als reactie op inwendige, negatieve gevoelens die ze op de een of andere manier kwijt willen. Gradaties in compulsief koopgedrag kunnen dan worden verklaard door de persoonlijkheid van de persoon in kwestie. Is de compulsieve koper iemand die zeer gevoelig is voor negatieve impulsen in zijn of haar omgeving of is de compulsieve koper iemand die dit alles meer kan relativiseren.

Het probleem met compulsief koopgedrag is dat het door de samenleving niet wordt erkend als een verslaving. April Lane Benson maakte in 2005 op de 'Association for consumer research conference' in San Antonio de terecht opmerking dat compulsief koopgedrag niet als schadelijk wordt beschouwd, omdat dit gedrag brandstof is voor de economie. Dit in

tegenstelling tot alcohol- en drugsmisbruik, die ook onder de categorie 'compulsive disorders' worden geplaatst. Blijkbaar, aldus Benson, staart iedereen zich blind op het aspect van het overdreven consumeren. En consumptie wordt nu eenmaal beschouwd als de motor van onze economie.

Toch vormt dit consumentengedrag voor vele mensen wel degelijk een groot probleem. Een studie uitgevoerd in de VS in 2006 (Faber et al.), kwam tot de volgende resultaten wat het compulsieve koopgedrag betreft: 1 op de 20 volwassenen vertoonde tekenen van compulsief koopgedrag. Procentueel uitgedrukt waren hiervan 6% vrouwen en 5,5% mannen. En vergeleken met andere respondenten waren compulsieve kopers jongeren en beschikten ze over een inkomen van lager dan 50,000 dollar.

1.3. Compulsief koopgedrag versus impulsief koopgedrag

In de literatuur over compulsief koopgedrag duiken geregeld de termen 'compulsive buying' en 'impulsive buying' op. Bij impulsief kopen richt men zich op de aankoop van een bepaald moment. Bovendien is het een tijdelijke vorm van consumentengedrag. Compulsief kopen daarentegen is een blijvend probleem dat zich richt op het proces van de aankoop zelf en niet op het effectieve aanschaffen van het product (Solomon, 2004).

Compulsief kopen is een vorm van dwangmatig consumeren dat kan worden geplaatst onder abnormaal consumentengedrag (Shiffman en Kanuk, 2000). Compulsieve consumptie is dan ook duidelijk destructief voor het leven van personen die impulsief gedreven blijken te zijn om te consumeren (Faber et al., 1987). Andere vormen van dwangmatig gedrag zijn gokverslaving, drugsverslaving en alcoholverslaving (Shiffman en Kanuk, 2000).

Vandaag geloven veel onderzoekers dat compulsief kopen moet worden beschouwd als zowel een compulsieve als een impulsieve stoornis (Hollander en Allen, 2006; Hollander en Dell'Osso, 2005; McElroy et al., 1994; Ridgway et al., 2008). Andere stoornissen in deze categorie zijn internetverslaving, gokken en kleptomanie. Een impulsstoornis wordt gekenmerkt door onbedwingbare impulsen met betrekking tot het uitvoeren van schadelijk gedrag. Aan de andere kant komen ook compulsieve stoornissen voor die worden gerekend onder de angststoornissen. Een compulsieve stoornis veroorzaakt leed en angst, neemt heel wat tijd in

beslag en heeft gevolgen voor het dagelijkse functioneren van het individu (McElroy et al., 1994).

1.4. Samenvatting

Compulsief koopgedrag wordt vooral beschouwd als een koopstoornis die wordt gevoed door inwendige negatieve gevoelens. Kopen wordt een manier om het zelfbeeld op te krikken, of om gevoelens van stress, teleurstelling en lage eigenwaarde te compenseren. Het wordt door de buitenwereld niet echt als een verslaving erkend, maar kan nefaste gevolgen hebben voor het individu in kwestie.

2. Meten van compulsief koopgedrag

Nu duidelijk is wat compulsief koopgedrag inhoudt, wordt hier nader bekeken op welke manieren dit compulsief koopgedrag kan worden gemeten. Er bestaan hiervoor 4 belangrijke schalen. In dit onderzoek worden de Edwards- en de Ridgway- schaal gebruikt maar enkel de Ridgway-schaal wordt geïnterpreteerd en gebruikt om te bepalen of de respondent koopverslaafd is of niet.

2.1. Verschillende meetschalen

Hoe meer aandacht werd besteed aan de term compulsief kopen, hoe meer onderzoek er werd gevoerd naar de manier om compulsief koopgedrag te meten en te identificeren. Na verloop van tijd zijn er dus een aantal meetschalen ontstaan die het mogelijk maken om compulsief koopgedrag te meten. Hieronder een korte omschrijving van de belangrijkste reeds opgestelde meetschalen.

2.1.1. De Valence schaal

Omschrijving:	Een schaal die bestaat uit 16 items die vier factoren meten: een grote neiging om geld uit te geven, psychologische spanning, gevoelens van schuld na een compulsieve aankoop en ouderlijke attitudes.
Focus:	Deze schaal focust zich op de impulscontrole, de gevolgen van het kopen, de positieve gevoelens en het algemene koopgedrag.
Minpunten:	Deze schaal houdt geen rekening met de compulsieve dimensie van het kopen.

Tabel 1: Valence schaal

2.1.2. De Faber en O'Guinn schaal

Omschrijving:	Een schaal die bestaat uit 8 items en die de gevoelens en opvattingen beoordeelt over het proces van aankopen en de soorten producten die werden aangeschaft.
Focus:	Deze schaal focust zich op het identificeren van de variabelen die compulsieve kopers onderscheiden van de algemene bevolking door de impulscontrole te onderzoeken, de financiële gevolgen, de sociale gevolgen en de positieve gevoelens.
Minpunten:	Ook hier worden geen vragen gesteld die betrekking hebben op de compulsieve dimensie.

Tabel 2: Faber en O'Guinn schaal (Faber en O'Guinn, 1989)

2.1.3. Edwards schaal

Omschrijving:	Een schaal die drie vergelijkbare factoren bevroegt: de neiging tot besteden, de dwang naar uitgeven en de disfunctionele uitgaven.
Focus:	Deze schaal focust zich op de impulscontrole, de positieve en de negatieve gevoelens.
Minpunten:	Ook hier ontbreken vragen die rekening houden met de compulsieve dimensie van het kopen.

Tabel 3: Edwards schaal (Edwards, 1992)

2.1.4. De Ridgway schaal³

Om in het eigen onderzoek de koopverslaving te meten, zal gebruik worden gemaakt van de recent ontwikkelde meetschaal opgesteld door Nancy M. Ridgway. Deze schaal houdt rekening met de tekortkomingen van de vorige schalen. De Ridgway schaal is tot nu toe de enige schaal die rekening houdt met zowel de compulsieve als de impulsieve dimensie van het kopen. De bovenvermelde schalen bevatten allemaal vragen die peilen naar de schadelijke gevolgen van het compulsieve kopen. Volgens Ridgway et al. (2008) horen deze niet thuis in een meetschaal die peilt naar het effectieve koopgedrag. De Ridgway schaal overwint dan ook deze beperkingen door de gevolgen te meten onafhankelijk van het compulsieve koopgedrag. Bovendien mogen de gevolgen van compulsief koopgedrag volgens Ridgway et al. (2008) niet zuiver financieel worden bekeken. Er bestaan andere gevolgen, zoals het verbergen van de aankopen, het herhaaldelijk aankopen en het effect dat compulsief koopgedrag heeft op een gezin.

Compulsief kopen moet dus niet enkel worden gemeten in termen van gevolgen voor de compulsieve koper, zoals financiële schade. Door deze gevolgen te scheiden van de meting zelf, kan deze aankoopstoornis van invloed zijn op een groter percentage van de consumenten dan eerder gedefinieerd. Zo stelden Ridgway et al. (2008) al vast dat 15% van de studenten konden worden geclassificeerd als compulsieve kopers.

³ De volledige schaal is te vinden in bijlage 1

3. Variabelen die compulsief gedrag bepalen

Wanneer er wordt gezocht naar oorzaken die aan de basis kunnen liggen van compulsief koopgedrag duiken in de literatuur telkens 4 grote domeinen op.

- de gezinssituatie, die wordt besproken door onder anderen Rindfleisch et al. (1997), Pechman et al. (2005) en Moschis et al (2007,2009).
- de materialistische waarden, die werden onderzocht door onder anderen Veblen (2001), Dittmar (2004, 2008) en Wang et al. (2006).
- de relatie tussen gebruik/bezit van kredietkaarten en compulsief koopgedrag, beschreven door onder meer D'astous (1990), O'Guinn en Faber (1989) en Roberts en Jones (2001).
- de link tussen compulsief koopgedrag en persoonlijkheid, besproken door onder anderen Mowen en Spears (1999) en Balabanis (2001).

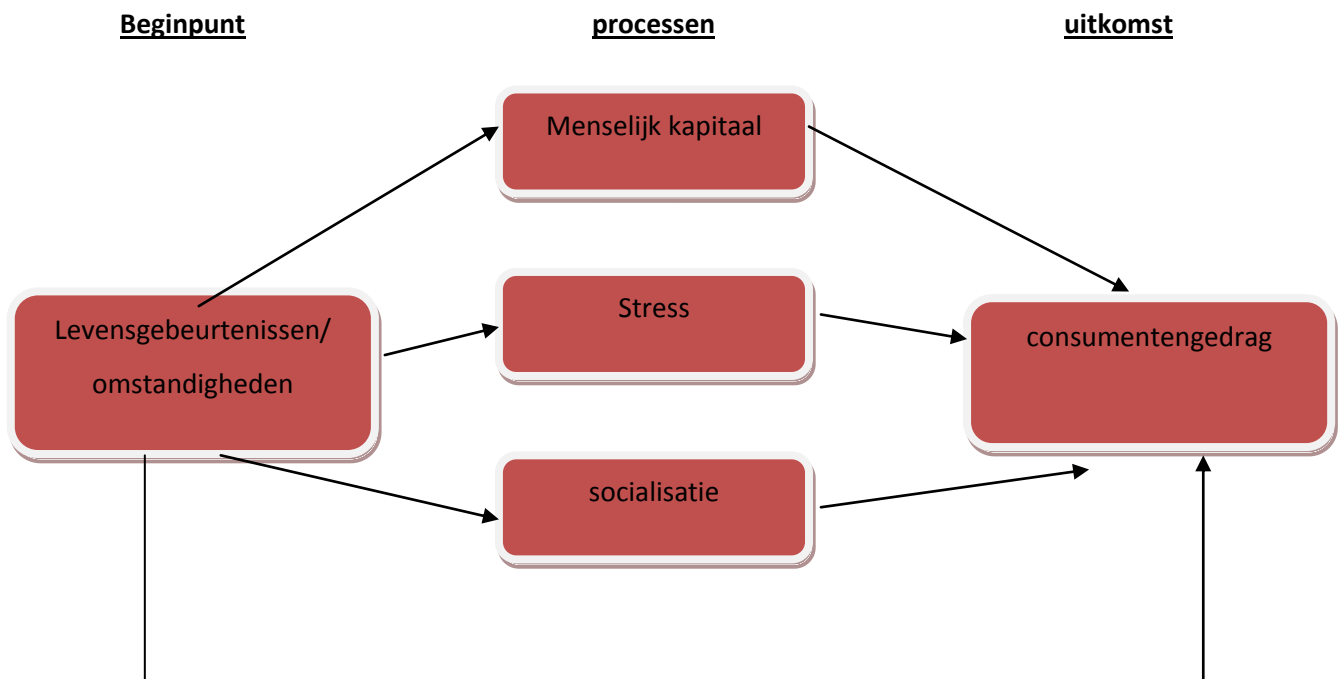
In dit onderzoek zal de focus op de variabele persoonlijkheid liggen en zal er worden gezocht naar specifieke persoonlijkheidskenmerken van compulsieve kopers.

3.1. Ontwrichte gezinnen

Volgens een eerste onderzoek uitgevoerd door Rindfleisch et al. (1997) zijn jongvolwassenen die worden opgevoed in een ontwricht gezin materialistischer ingesteld dan jongvolwassenen die worden opgevoed in intacte gezinnen. Ze vertonen ook een hogere mate van dwangmatige consumptie.

Dit kan volgens Rindfleisch et al. (1997) deels worden verklaard doordat gescheiden ouders vaak voor de genegenheid van hun kind concurreren door middel van het geven van cadeaus. Dit kan leiden tot het feit dat het kind op deze manier materiële goederen koppelt aan het gevoel bemind te zijn en gewild te worden.

De volgende figuur geeft een beeld van de belangrijkste variabelen en de meest relevante relaties die koopactiviteiten van mensen beïnvloeden. T1 staat voor evenementen die zich voordoen op een specifiek tijdstip in het leven van een persoon en T2 is de uiteindelijke uitkomst van deze evenementen die eerder in de tijd hebben plaatsgevonden. Naar aanleiding van deze bepaalde evenementen ontstaan er processen die dan resulteren in een bepaald koopgedrag (Moschis 2007).



Figuur 1: een algemeen conceptueel model van de levenscyclus van consumentengedrag (Moschis, 2007)

Benmoyal-Bouzaglo en Moschis (2009) ontwikkelden een dergelijk model voor compulsieve kopers (Figuur 2), ook gebaseerd op deze drie perspectieven.⁴

3.1.1. Menselijk kapitaal

Menselijk kapitaal verwijst naar de middelen, kwalificaties, vaardigheden en kennis die mensen vergaren en die invloed uitoefenen op het toekomstige inkomen en de toekomstige consumptie (Frytak et al., 2003, p. 627)

Verstoringen in gezinssituaties, door echtscheidingen bijvoorbeeld, kunnen leiden tot het vertragen van de ontwikkeling van menselijk kapitaal. (Frytak et al., 2003). Uhlenberg en Mueller (2003) constateerden dat onvoldoende ouderlijk toezicht in gebroken gezinnen kan leiden tot het wegvallen van remmingen wat betreft impulsief gedrag voor de kinderen van deze gezinnen. Een studie van Pechman et al. (2005) toonde aan dat een vertraagde of verstoorde ontwikkeling van menselijk kapitaal leidt tot het verhogen van impulsieve keuzes

⁴ Zie punt 3.1.3. Socialisatie

als een reactie op stressvolle gebeurtenissen en resulteert in het ontwikkelen van verslavend gedrag.

Het tekort aan menselijk kapitaal, door bijvoorbeeld verstoringen in gezinssituaties, beïnvloedt dus impulsief gedrag, wat op zijn beurt een voorloper is van dwangmatig gedrag (Uhlenberg en Muller, 2003; Pechman et al., 2005).

Volgens Pechman et al. (2005) blijkt dat jongeren die tekenen vertonen van potentieel dwangmatig gedrag, zoals alcoholgebruik en sigaretten, een groter risico lopen op verslaving. Compulsief koopgedrag is ook een vorm van verslaving.

3.1.2. Stress

Gebeurtenissen in het leven van een persoon, zowel negatieve als neutrale, worden gezien als een vorm van stress, omdat ze een psychologisch onevenwicht creëren (De Jong Gierveld en Dykstra, 1993). Een persoon bouwt een unieke set van strategieën op, zowel op geestelijk vlak als op vlak van gedrag, om met negatieve gevoelens om te gaan die uit bepaalde levensgebeurtenissen voortkomen (Heckhausen en Schulz, 1995).

Gedachten en gedragingen die bijdragen tot het verminderen van stress kunnen na verloop van tijd geconditioneerde reacties worden die resulteren in het ontwikkelen van gewone vormen van gedrag, zoals hobby's en een breed spectrum van diverse compulsieve stoornissen (Hirschman, 1992; Faber et al. 1995).

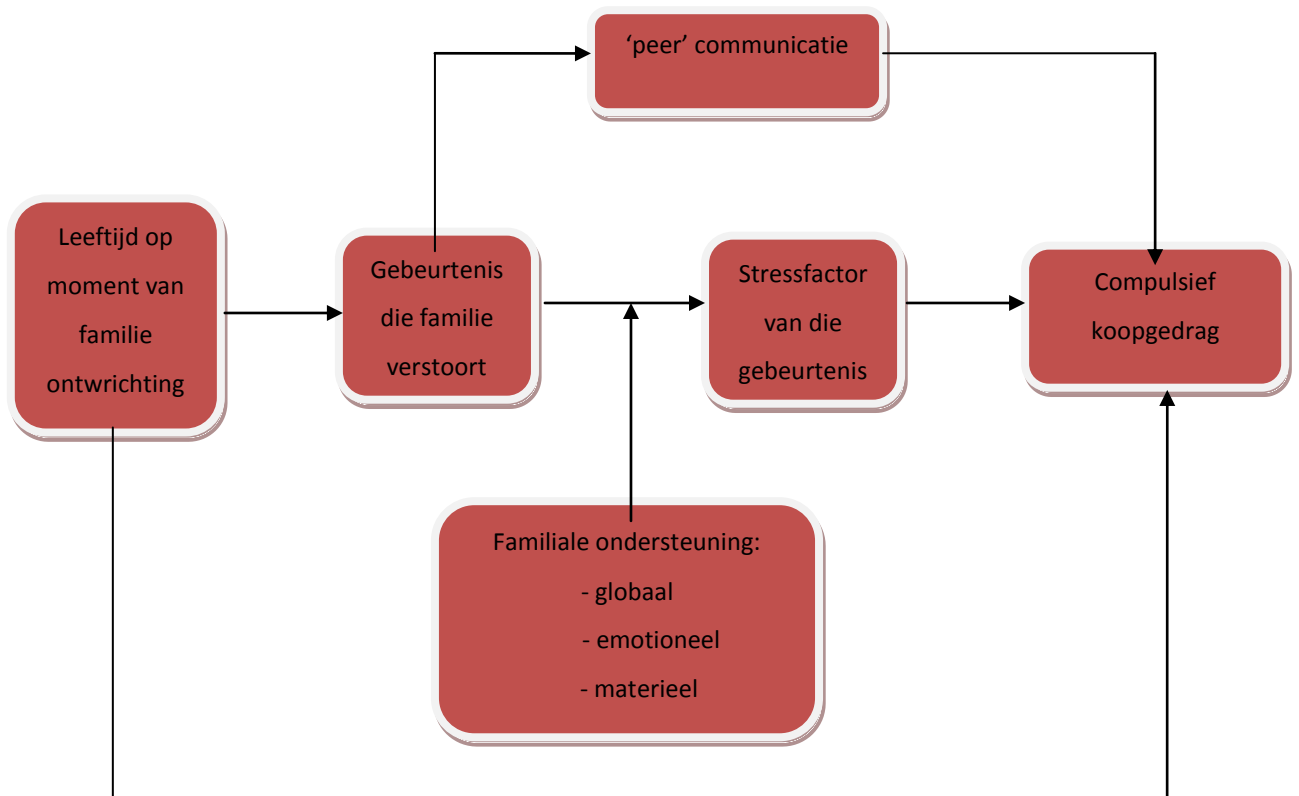
Volgens verschillende theorieën over stress zijn het vooral veranderingen in het gezinsleven die gedragingen van kinderen en ouders beïnvloeden. Vooral echtscheidingen en het verlies van één van beide ouders worden gezien als een belangrijke stressfactor, omdat deze leiden tot verzwakking van de emotionele veiligheid, wat op zijn beurt kan leiden tot probleemgedrag (Hill et al., 2001). Stresservaringen kunnen dus tevens worden beschouwd als een oorzaak van dwangmatig consumptiegedrag (Moschis et al., 2009).

3.1.3. Socialisatie

Bepaalde levensfasen, zoals huwelijk, echtscheiding en pensioen, dienen als belangrijke fasen voor de overgang naar bepaalde rollen in het leven (vb. echtgenoot, ouder en gepensioneerde). Door het proces van socialisatie verwerft men vaardigheden en attitudes die verenigbaar zijn met deze rollen. De persoon verandert geleidelijk zijn of haar identiteit om zich aan te passen aan de veronderstelde of verwachte rol (Wheaton, 1990; McAlexander et

al., 1993). Echtscheidingen kunnen echter leiden tot het verwaarlozen van het ouderschap (Elder et al., 1996; Hill et al., 2001). Zowel het ouderlijk toezicht als het opvolgen van het gedrag van het kind kunnen hieronder leiden. Deze taken zijn echter zeer belangrijk, want ze zorgen ervoor dat het kind sociale waarden en normen aanleert, die hen kunnen beschermen tegen de betrokkenheid in maatschappelijk ongewenst gedrag (vb. alcoholmisbruik, winkeldiefstal, gokken,...) Ook compulsief koopgedrag kan worden gecatalogeerd onder maatschappelijk ongewenst gedrag (Uhlenberg en Mueller, 2003; Moschis, 1987).

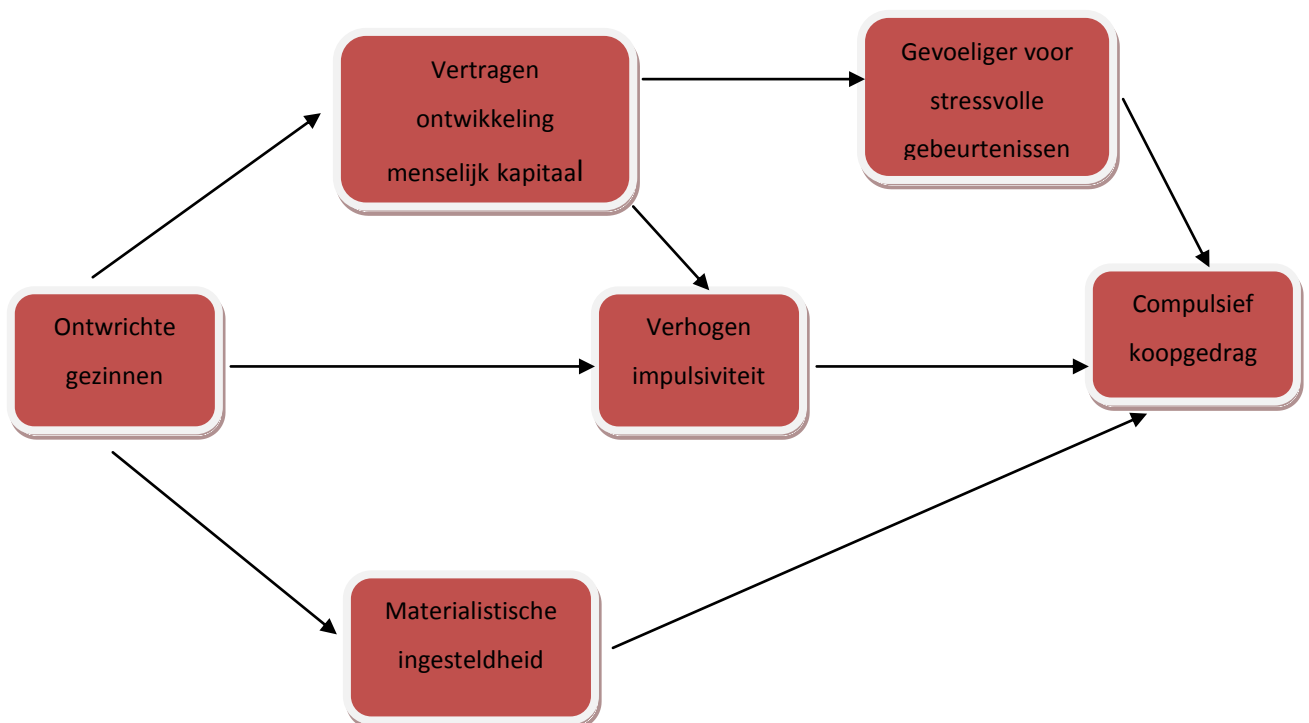
Op basis van deze drie belangrijke theoretische perspectieven ontwikkelden Sarah Benmoyal-Bouzaglo en George P. Moschis een model specifiek voor compulsieve kopers.



Figuur 2: een model van compulsief koopgedrag gebaseerd op gebeurtenissen in het leven (Moschis et al., 2009)

In een studie uitgevoerd door Roberts et al. (2003) vond men dat de manier waarop het gezin is samengesteld (gescheiden, eenoudergezinnen, ...) gerelateerd is aan materialisme. Ze vonden dat respondenten van gescheiden ouders meer kans hebben om materiële bezittingen te zien als een middel om geluk te bereiken dan respondent van niet-gescheiden ouders. Zo worden materiële behoeften hier gezien als een poging om problemen te verlichten en aan bepaalde behoeften te voldoen. Vandaar dat ook materialisme wordt beschouwd als één van de parameters van compulsief koopgedrag.

3.1.4. Schematische voorstelling: relatie tussen ontwrichte gezinnen en compulsief koopgedrag



Figuur 3: relatie tussen gezinsstructuur en compulsief koopgedrag

Zowel materialistische ingesteldheid, de verhoging van de impulsiviteit en het vertragen van de ontwikkeling van menselijk kapitaal zijn drie gevolgen van ontwrichte gezinssituaties. Uit de vertraging van het ontwikkelen van menselijk kapitaal volgt tevens de verhoging van impulsiviteit en de gevoeligheid voor stressvolle gebeurtenissen. Beide aspecten hebben een rechtstreekse positieve relatie met compulsief koopgedrag. Impulsiviteit wordt immers beschouwd als een voorloper van dwangmatig koopgedrag.

Er wordt dus gesteld dat er een positief verband bestaat tussen ontwrichte gezinssituaties en compulsief koopgedrag.

De link tussen materialistische ingesteldheid en compulsief koopgedrag wordt verondersteld, aangezien werd bewezen dat kinderen uit ontwrichte gezinnen meer kans hebben om compulsief koopgedrag te ontwikkelen en materialistische ingesteldheid één van de gevolgen kan zijn van ontwrichte gezinssituaties

3.2. De materialistische waarden

3.2.1. Algemeen

De waarde van bezittingen wordt niet alleen bepaald door hun utilitaire kwaliteiten, maar ook door hun rol als symbolen die effect hebben op het ontwikkelen van sociale relaties (Veblen, 2001).

Als consumentengoederen op een dieper niveau worden bekeken, spelen ze eigenlijk voor de consument ook een psychologische rol. Ze worden gekocht om sociale status te winnen en om onze identiteit of onze ideale zelf te uiten. (Dittmar, 1992a, 2004a).

In onze consumentencultuur wordt de link tussen materiële goederen en identiteit veel gebruikt in advertenties en reclames. Goederen worden zo weergegeven als de manier om het 'perfecte lichaam' of het 'perfecte leven' te bereiken als symbool voor een 'ideale zelf'. De boodschap die hier wordt meegegeven is dat je jezelf als het ware kan transformeren om zo meer te lijken op de modellen of de sterren die deze producten promoten. Consumenten geloven dat nu ook niet zomaar, maar het is wel moeilijk om niet te worden beïnvloed door deze continue voorstellingen van ideale mensen. De massamedia en deze geïdealiseerde modellen communiceren dus als het ware dat mooi zijn en succesvol zijn een centraal doel moet zijn in iedereen zijn leven (Dittmar en Halliwell, 2008).

Als je dan als consument al te kampen hebt met een laag zelfbeeld en een ontevredenheid met het eigen leven is compulsief koopgedrag geen onrealistisch gevolg (Dittmar en Halliwell, 2008).

Consumenten drukken hun culturele en hun economische kapitaal uit doorheen consumentenproducten. Een onderzoek van Jeff Wang en Melanie Wallendorf (2006) toont aan dat materialistische consumenten echter een lage tevredenheid over hun bezittingen hebben omdat deze niet de gewenste sociale status en prestige met zich meebrengen. Deze

ontevredenheid vindt zijn wortels in het feit dat hun economische middelen het vaak niet mogelijk maken om juist die consumentenproducten te kopen, die hun status effectief verhogen. Dit zou tot gevolg kunnen hebben dat materialistische consumenten blijven zoeken en blijven kopen tot ze tevreden zijn en zo in een spiraal van compulsief koopgedrag terecht komen.

Richins en Dawson (1992, p.307) definieerden materialisme als een verzameling van opvattingen over het belang van de bezittingen in je leven. Het is een waarde die de mensen leidt in hun keuzes en hun gedrag, onder andere op vlak van consumptie. Fournier en Richins (1991) betogen dat materialistische consumenten denken dat het onmogelijk is om een status van erkenning of geluk te bereiken zonder voldoende of geschikte bezittingen. Materialisme zou dus negatief gerelateerd zijn aan de tevredenheid van mensen wat betreft hun levensstandaard en de tevredenheid met hun leven in het algemeen (Sirgy 1998).

Er zijn echter verschillende niveaus van materialisme terug te vinden bij consumenten. Dit heeft ook effect op de betekenis die aan de producten wordt gegeven. Consumenten met een hoge materialistische waarde zullen meer nadruk leggen op het openlijk gebruik van dure consumentenproducten zoals dure auto's, dure kledij,... Zo willen ze op een publieke manier succes en prestige afdwingen (Wang en Wallendorf, 2006).

Aan de andere kant zijn er ook materialistische consumenten die de nadruk meer op de utilitaire functies van een product leggen in plaats van op de sociale dimensies. Bij het kopen, zoeken zij dus niet naar consumentenproducten die een bepaalde status of een bepaald prestige met zich meebrengen (Wang en Wallendorf, 2006).

"To have is to be?" Dat is de vraag die Helga Dittmar (2008) stelt in haar boek 'Consumer culture, identity and well-being'. Materiële bezittingen beïnvloeden het beeld dat wordt gevormd van de identiteit van andere mensen. Het beïnvloedt echter niet alleen de identiteit van anderen; materiële bezittingen worden ook gebruikt om een eigen identiteit uit te drukken. Hieruit blijkt dat materiële goederen worden verbonden met tal van psychologische functies. Materiële bezittingen geven mensen controle, onafhankelijkheid, plezier of emotionele steun. Materiële goederen worden in de eerste plaats natuurlijk wel gezien als goederen die ons het leven makkelijker en comfortabeler kunnen maken. Een auto bijvoorbeeld wordt in de eerste plaats beschouwd als een transportmiddel dat ons van de ene naar de andere plaats kan brengen. Maar hoe langer hoe meer wordt er aan een auto ook een

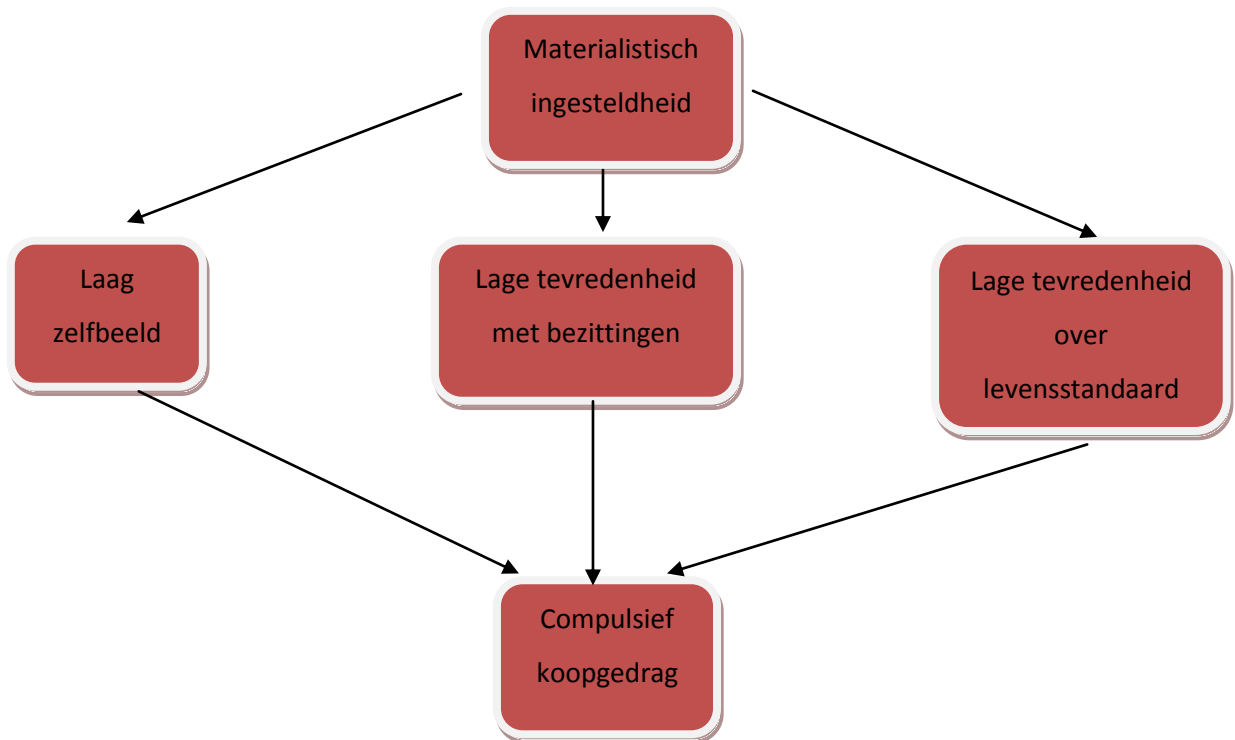
bepaalde status verbonden, die afstraalt op de eigenaar van die bepaalde auto (Dittmar en Halliwell, 2008). Compulsieve kopers zijn dan ook vaak geneigd om producten te kopen die hun fysieke verschijning verbeteren en hun aantrekkelijker maken, zoals kleding, sieraden, schoenen, cosmetica (Christenson et al., 1994; McElroy et al. 1995; O'Guinn en Faber, 1989; Schlosser et al., 1994).

3.2.2. Relatie materialisme en compulsieve consumptie

Wanneer een beroep wordt gedaan op ons gezond verstand, kan worden afgeleid dat een persoon met zeer hoge materialistische waarden van mening is dat het aanschaffen van goederen voor hem of haar een centrale doelstelling in het leven is en bovendien een indicator van succes en de sleutel tot geluk (Richins, 2004).

Eén van de redenen om een verband te verwachten tussen materialisme en compulsieve consumptie, is de gelijkenis in eigenschappen. Wanneer materialistische waarden sterk aanwezig zijn, bezitten ze schadelijke eigenschappen, zoals een laag zelfbeeld, ontevredenheid over het eigen leven en een laag persoonlijk welzijn (Burroughs en Reindfleisch, 2002; Kasser en Kanner, 2004, Kasser en Ryan, 1993). Ook bij dwangmatig kopen wordt consequent het verband gelegd met een laag zelfbeeld (D'Astous, 1990; DeSarbo en Edwards, 1996, Elliott, 1994, Faber en O'Guinn, 1992; Hanley en Wilhelm, 1992). Compulsieve kopers bezitten ook zeer emotioneel gedreven koopmotivaties, zoals het opkrikken van hun zelfbeeld, en brengen hun aankoop dan ook in verband met hun identiteit: ze kopen goederen met het oog op het verbeteren van hun gemoedstoestand en om dichterbij hun ideale identiteit te komen (Dittmar et al., 2004).

3.2.3. Schematische voorstelling: relatie tussen materialisme en compulsief koopgedrag



Figuur 4: relatie tussen materialisme en compulsief koopgedrag

In de vorige figuur werd materialisme reeds in relatie gebracht met compulsief koopgedrag via de relatie met ontwrichte gezinssituaties. In deze figuur wordt materialisme op een andere manier in relatie gebracht met compulsief koopgedrag. Uit onderzoek blijkt dat mensen die materialistisch zijn ingesteld, dezelfde eigenschappen bezitten als mensen die leiden aan dwangmatig koopgedrag: laag zelfbeeld, lage tevredenheid met bezittingen en lage tevredenheid met levensstandaard en het leven in het algemeen. Deze negatieve gevoelens proberen ze als het ware weg te kopen, omdat ze hopen dat het bezitten van bepaalde materiële zaken hun zelfbeeld en hun tevredenheid zal opkrikken.

3.3. Het bezit van een kredietkaart

Eerder uitgevoerde studies (D'astous, 1990; Feinberg, 1986; Magee, 1994; O'Guinn en Faber, 1989; Roberts, 1998; Roberts en Jones, 2001) toonden reeds een relatie aan tussen het gebruik van een kredietkaart en het compulsieve koopgedrag. Ook bestaat er een wijdverspreide mening dat de houding tegenover schulden in de loop van de twintigste eeuw drastisch is veranderd : van een algemene afkeer van schulden naar een aanvaarding van schulden en

krediet (Zuckerman, 2000). Dit kan tevens een gevolg zijn van het feit dat geld een belangrijkere rol gaat spelen in het leven van jonge mensen die zijn opgegroeid in een zgn. kredietmaatschappij (Ritzer, 1995). Een waarschijnlijke uitkomst van deze geëvolueerde cultuur is dan ook compulsief koopgedrag (Roberts en Jones, 2001).

3.3.1. De rol van de kredietkaart

McElroy et al. (1994) stelden dan ook vast dat mensen die lijden aan problematisch koopgedrag meer gemotiveerd werden om te kopen door het gebruik van een kredietkaart. Het bezit en gebruik van een kredietkaart kan dus zowel een oorzaak als een gevolg zijn van compulsief koopgedrag.

Mitchel en Mickel (1999) beschreven kredietkaarten als een uitbreiding van de geldhoeveelheid, die toestaat dat de betaling wordt uitgesteld. Daarom kan worden aangenomen dat het gebruik van een kredietkaart kan worden gelinkt aan hoe een consument omgaat met zijn geld. Meer bepaald, dat ze de consumenten stimuleren om meer geld uit te geven (Phau en Woo, 2008).

Voorafgaand onderzoek heeft ontdekt dat een kredietkaart één van de belangrijkste stimuli vormt, die uitgaven vergemakkelijkt (O'Guinn en Faber, 1989; Burns, 2005). Dit werd ondersteund door Phau en Woo (2008). Zij hebben vastgesteld dat compulsieve consumenten meer kredietkaarten bezitten dan normale consumenten.

3.3.2. De invloed op jonge consumenten

Hoewel compulsief koopgedrag onder jongeren al enige aandacht heeft genoten van verschillende onderzoekers, wijst de aanhoudende groei in kredietkaartgebruik onder studenten op het belang van de voortzetting van onderzoek naar dwangmatig koopgedrag bij deze groep (Norum, 2008). Financiële instellingen, detailhandelaars en andere kredietaanbieders zijn van mening dat het ontwikkelen van een klantenrelatie tijdens de vroege volwassenheid, zal resulteren in loyaliteit op lange termijn (Weiss, 2003). Kaynak en Harcar (2001) stelden vast dat de mensen jonger dan 25 jaar een positievere houding hadden tegenover kredietkaarten in vergelijking met mensen die ouder waren dan 25 jaar. Mensen jonger dan 25 jaar staan minder wantrouwig tegenover het gebruik van kredietkaarten. In oktober 2001 werd er een onderzoek gevoerd naar jongeren en hun kredietgebruik. Het

onderzoek werd gevoerd door 'Overleg Schuldoverlast en Verbruikersateljee'(een Belgische consumentenorganisatie) in opdracht van toenmalig minister van Begroting Johan Vande Lanotte . Volgens dit onderzoek is onder nul gaan op de zichtrekening de vorm van krediet die het meest wordt gebruikt bij jongeren. 4 op de 10 meerderjarigen hebben de mogelijkheid om van deze dienst gebruik te maken. De helft hiervan heeft een kredietlijn van 250 euro.

In totaal werden er 927 Vlaamse jongeren tussen 12 en 25 jaar ondervraagd. Deze jongeren werden onderverdeeld in vijf verschillende categorieën:

- schoolgaande jongeren
- jongeren in deeltijds onderwijs
- studenten in hoger onderwijs
- werkende jongeren
- werkzoekende jongeren

Het onderzoek gaf volgende bevindingen weer:

	Geen kredietkaart in bezit	Kredietkaart in bezit
<18 jaar	96,3%	3,7%
18 – 25 jaar	85,5%	14,5%
TOTAAL	88,7%	11,3%

Tabel 4: verband tussen leeftijd en bezit van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikersateljee, 2001)

Uit deze tabel blijkt dat één op de tien jongeren (11,3%) in het bezit is van een kredietkaart. 14,5% hiervan is meerderjarig.

	Niet in bezit van een kredietkaart	In bezit van een kredietkaart
Scholieren	96,4%	3,6%
Deeltijds onderwijs	91,9%	8,1%
Studenten	88,8%	11,3%
Werkzoekende jongeren	76,7%	23,3%
Werkende jongeren	81,4%	18,6%
TOTAAL	88,7%	11,3%

Tabel 5: verband tussen beroepsstatus van jongeren tussen 12 en 25 jaar en bezit van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikersatelljje, 2001)

Bijna een kwart (23,3%) van de werkzoekende jongeren is in het bezit van een kredietkaart. Van de werkende jongeren is bijna een vijfde (18,6%) in het bezit van een kredietkaart. Iets meer dan een tiende (11,3%) van de studenten heeft een kredietkaart. Aangezien het grootste deel van de schoolgaande jongeren nog niet meerderjarig is, is de meerderheid van de scholieren (96,4%) en leerlingen uit het deeltijds onderwijs (91,9%) niet in het bezit van een kredietkaart.

Ik gebruik mijn kredietkaart vooral als:	Aantal respondenten	%
Er geen saldo meer op mijn rekening staat	14	13,9%
Ik onder nul dreig te gaan	10	9,9%
Mijn gewone bankkaart niet bruikbaar is	77	76,2%

Tabel 6: reden van gebruik van een kredietkaart (Overleg Schuldoverlast en Verbruikersatelljje, 2001)

Driekwart van de respondenten die in het bezit zijn van een kredietkaart gebruiken de kaart vooral als hun gewone bankkaart niet bruikbaar is (bijvoorbeeld in het buitenland, als betaling enkel via kredietkaart mogelijk is, bij verlies van de gewone bankkaart e.d.). Iets meer dan een tiende (13,9%) van de jongeren gebruikt zijn of haar kredietkaart als er geen saldo meer op de zichtrekening staat.

3.3.3. Relatie tussen kredietkaart en compulsieve consumptie

Eén van de grootste zorgen met betrekking tot de kredietschuld is de relatie met overtollige uitgaven (Schor, 1998; Lee en Kwon, 2002) en compulsief koopgedrag (Roberts en Jones, 2001).Kredietkaartgebruik stimuleert de uitgaven en in vergelijking met contant geld leiden kredietkaarten tot grotere onvoorzichtigheid (Robert, 1998). Bij kredietkaarttransacties is het geld abstract en onwerkelijk (Ritzer, 1995). Het is dan ook niet meer dan realistisch dat het probleem van compulsief koopgedrag is toegenomen door de snelle expansie van de kredietkaartindustrie (Robert, 1998).

Aantal betaalkaarten (Per 1000) (1)	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bancontact/Mister Cash (2)	6.715	8.371	9.423	9.914	10.448	10.752	10.2719
Kredietkaarten(3)	2.271	2.745	2.809	2.805	2.837	2.915	3.008
Proton(4)	–	7.931	7.998	8.271	8.803	8.979	9.617
Maestro (5)	–	8.327	8.953	9.409	9.786	10.174	10.289

Tabel 7: aantal betaalkaarten in omloop, per 1000 (Overleg Schuldoverlast en Verbruikersatelliet, 2001)

Bron: BVB-berekeningen op gegevens Banksys, Europay Belgium, Visa Belgium.

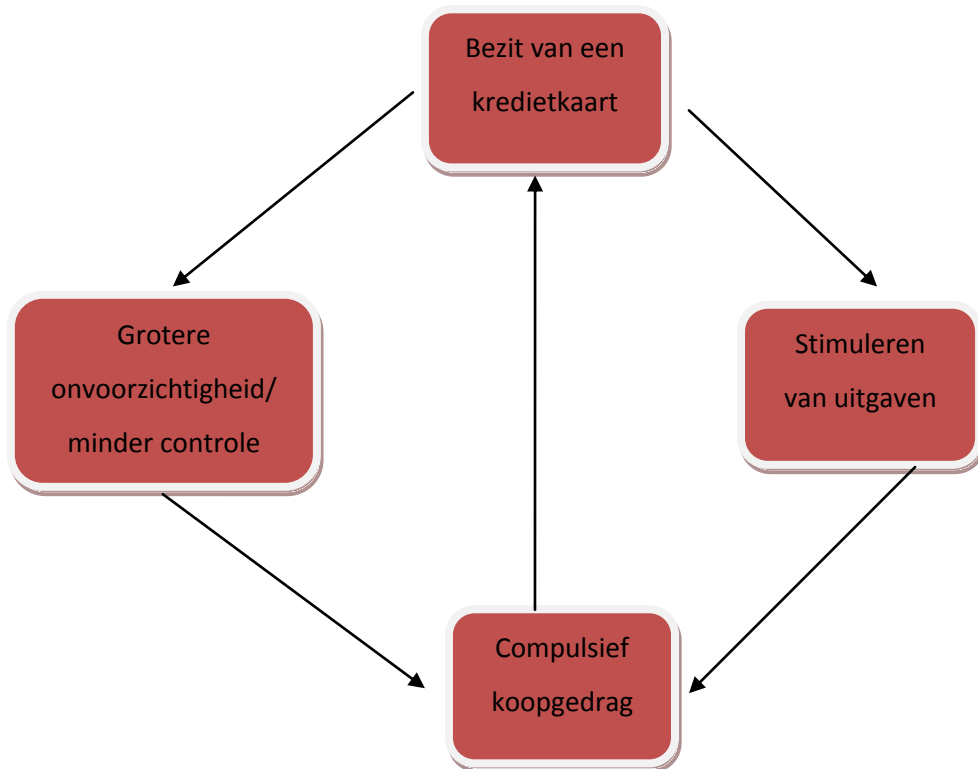
1. Een zelfde kaart kan verscheidene functies hebben en kan dan ook in verscheidene rubrieken voorkomen.
2. Debetkaarten.
3. Visa, Eurocard/MasterCard. Voor 1995, Amex- en Diners Club-kaarten inbegrepen.
4. Sedert 1998 zijn de meeste Bancontact/Mister Cash-kaarten uitgerust met de Proton-functie.
5. Kaarten met Maestro-functie.

Deze tabel geeft de evolutie van het aantal betaalkaarten in omloop in België weer. Hieruit kan worden afgeleid dat er dus wel degelijk een expansie heeft plaatsgevonden in de kredietkaartindustrie. Het aantal kredietkaarten in omloop is van 1995 tot 2005 gestegen van 2 271 000 naar 3 008 000, een stijging dus van 737 000 over een periode van 10 jaar. Livingstone en Lunt (1992) hebben vastgesteld dat personen met schulden krediet gebruikten om zich beter te voelen en minder controle hadden over hun financiële situatie. Compulsieve kopers worden geconfronteerd met een gebrek aan controle en dit kan negatieve gevolgen hebben, zoals schulden (Phau en Woo, 2008).

Volgens Pirog en Roberts (2007) hebben consumenten die regelmatig gebruik maken van hun kredietkaart als betalingsmethode, een verhoogde kans om meer uit te geven dan consumenten die andere betalingsmethoden hanteren (Park en Burns, 2005).

In eerder uitgevoerde onderzoeken suggereert men dat compulsieve consumenten waarschijnlijk meer eigen kredietkaarten bezitten dan andere consumenten (O'Guinn en Faber, 1989) en ook grotere bedragen gaan lenen (Ritzer, 1995). Naast het aantal kredietkaarten vond D'astous (1990) dat de omvang van irrationeel kredietkaartgebruik sterk werd geassocieerd met dwangmatig kopen. Uit klinische interviews afgenomen door McElroy et al. (1994) bleek dat de meeste consumenten die lijden aan compulsief koopgedrag worden gestimuleerd door kredietkaarten.

3.3.4. Schematische voorstelling: relatie tussen kredietkaartgebruik en compulsief koopgedrag



Figuur 5: relatie tussen kredietkaartgebruik en compulsief koopgedrag

Uit bovenstaande figuur kan worden afgeleid dat het bezit van een kredietkaart dus zowel een oorzaak als een gevolg kan zijn van compulsief koopgedrag. De mogelijkheid tot betalen met een kredietkaart brengt een grotere mate van onvoorzichtigheid met zich mee en ook een gebrek aan controle over financiële uitgaven. Het gebrek aan controle is op zijn beurt een kenmerk van personen met dwangmatig koopgedrag.

Personen die als compulsieve kopers worden beschouwd, kunnen op hun buurt kredietkaarten gebruiken als een extra middel om geld uit te geven en producten aan te schaffen.

3.4. Persoonlijkheid

Persoonlijkheid wordt behandeld als vierde variabele, die een oorzaak kan zijn van compulsief koopgedrag. De link tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag vormt dan ook de kern van dit onderzoek.

3.4.1. Definitie

Persoonlijkheid wordt omschreven als een verzameling van kenmerken, uniek aan een persoon. Deze kenmerken (vb. verlegen, creatief, spontaan,...) ontstaan door middel van karakteraanpassingen door bepaalde gebeurtenissen in iemands leven. Die gebeurtenissen zijn gesitueerd in een culturele en sociale context. Deze principes en opvattingen zorgen voor het vormen van het kader voor het Big-Five model van persoonlijkheidskenmerken. Het zijn de psychologische en individuele kenmerken die men ontwikkelt als reactie op sociale taken die men wordt verwacht uit te voeren. Dit samen met de menselijke behoefte om iets te betekenen in een culturele en sociale context, definieert elke persoon op een eigen, unieke manier (McAdams en Pals, 2006).

Er zijn reeds variabelen gevonden die verband houden met dwangmatig kopen: laag zelfbeeld, depressie, angst (Faber, Christenson, de Zwaan, en Mitchell 1994), impulsiviteit (DeSarbo en Edwards, 1996; Dittmar, Beattie en Friese, 1996; Mowen en Spears, 1999; Yurchisin en Johnson, 2004), een grote mate van fantasie (O'Guinn en Faber, 1989) en een lage emotionele stabiliteit (Mowen en Spears, 1999).

Het kopen van goederen met het oog op bijvoorbeeld het verminderen van dat lage zelfbeeld is waarschijnlijk een motivatie die een rol speelt bij sommige mensen. Die motivatie wordt echter belangrijker wanneer mensen zich laten verleiden door niet-geplande, impulsieve aankopen. Deze worden aangeschaft zonder zorgvuldige beraadslagingen en voorafgaande planning en kunnen later worden betreurd (Dittmar en Drury, 2000).

Zoals eerder aangehaald zeggen de objecten waar consumenten waarde aan hechten iets over hun persoonlijkheid (Richins, 1994). En Rochberg-Halton (1984, p. 346) beschrijft bezittingen als representaties van het 'zelf'. Het aanschaffen van materiële dingen hangt dus nauw samen met de persoonlijkheid van de consumenten, omdat ze de identiteit van de consument

weerspiegelen. Er mag dus worden geconcludeerd dat compulsieve kopers aankopen gaan doen als reactie op angsten, depressie, lage zelfbeeld,...

Er bestaan verschillende manieren om persoonlijkheid te meten. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van het Big Five model, de mini-IPIP-schaal en de PACL's.

3.4.2. Big Five model

McAdams (1996, 2001) suggereert dat de studie naar de persoonlijkheidspsychologie kan worden gevoerd in het kader van drie aparte, maar overlappende niveaus: persoonlijke problemen, levensverhalen en persoonlijkheidskenmerken.

Het eerste niveau, de persoonlijke problemen, gaat over de doelen die mensen nastreven en de strategieën die zij gebruiken om die doelen te bereiken. Het tweede niveau, de levensverhalen, behandelt verhalen die mensen opbouwen door het verleden, de huidige situatie en de toekomstige verwachtingen te integreren. Dit vormt een geheel dat de identiteit weergeeft en zin geeft aan het leven. Het derde niveau, de persoonlijkheidskenmerken, handelt over persoonlijke eigenschappen die variëren in tijd en ruimte, en die individuen van elkaar onderscheiden. Begin jaren '80 werd hiervoor een Big Five model opgesteld. Hierin werden 5 dimensies opgenomen die voldoende zouden moeten zijn om de persoonlijkheidseigenschappen van iemand weer te geven (John, 1999).

De 5 dimensies richten zich vooral op de sociale en emotionele categorieën in iemands leven (McAdams en Pals, 2006).

- Extraversie (vs. introversie)
- Genegenheid
- De mate van controle en zelfbewustzijn
- Neuroticisme (negatieve affectiviteit)
- Openheid voor ervaringen of originaliteit

In het onderzoek wordt de BFI-10 gebruikt. Dit is een verkort model van the Big Five Inventory die oorspronkelijk 44 items bevat.

3.4.3. Personality Adjective Check List (PACL)

De PACL werd opgebouwd door Strack (1987) met oog op het evalueren van de persoonlijkheidsschalen van Millon (1981) (Tous et al., 2006). Ze bevat 153 verschillende adjectieven die betrekking hebben op iemand zijn persoonlijkheid. Deze bijvoeglijke naamwoorden werden door Strack zodanig gekozen dat ze de verschillende persoonlijkheidstypen weerspiegelen op een normaal en adaptief niveau. Dit brengt met zich mee dat ze uitermate geschikt zijn voor het gebruik in een normale populatie (Tous et al., 2006).

Deze schaal wordt gebruikt als meetinstrument voor persoonlijkheidskenmerken bij volwassenen. In de PACL zijn negen schalen verwerkt die betrekking hebben op de acht fundamentele persoonlijkheidsvormen, nl. Introvert/asociaal, geremd/ vermijding, coöperatief, gezellig/ teatraal, zelfverzekerd/narcistisch, krachtdadig/agressief, respectvol/obsessief compulsief, gevoelig/ negatief en een experimentele schaal die schizofrenie en paranoia vertegenwoordigt (Tous et al., 2006).

3.4.4. De mini – IPIP schaal⁵

De mini-IPIP (de mini international personality item pool)-schaal is een schaal ontwikkeld door Donnellan et al. (2006). Deze schaal werd opgesteld omdat er nood was aan een kortere schaal voor het meten van persoonlijkheid. De mini-IPIP-schaal bestaat uit 20 items en is een verkorte versie van de International Personality Item Pool, die uit 50 items bestaat. (Donnellan et al., 2006). De schaal werd dan ook zodanig opgesteld dat er telkens 4 items waren per gemeten persoonlijkheidsdimensie, 2 negatieve en 2 positieve. Het vooropgestelde doel was immers het creëren van schalen die empirisch van elkaar konden worden losgemaakt (Cooper et al. 2010).

In dit onderzoek zal op de mini-IPIP een factoranalyse worden uitgevoerd om te kijken welke dimensies door welke vragen worden gemeten.

⁵ De volledige schaal is te vinden in bijlage 2

Zeer recent werd de mini-IPIP-schaal al eens onderworpen aan een factoranalyse door Cooper et al. (2010). Het doel van hun studie was om de psychometrische eigenschappen van de schaal te onderzoeken. Het potentiële probleem met de mini-IPIP-schaal had immers betrekking op de factoranalyse. Terwijl de verkennende factoranalyse (EFA) doorgaans succesvolle resultaten opleverde voor de 5 factoren, gaf de confirmatieve factoranalyse (CFA) doorgaan geen zo'n adequaat model van deze structuur (Cooper et al. 2010). Ook hier werd nog eens aangetoond dat de mini-IPIP-schaal effectief kan worden gebruikt als verkort meetinstrument voor de persoonlijkheidsdimensie. De items hadden sterke factorscores op hun primaire factor en de overlappings die optreden over de factoren heen, mogen als verwaarloosbaar worden beschouwd (Cooper et al. 2010).

4. Conceptueel model

In dit onderzoek ligt de nadruk vooral op het vinden van relaties tussen de verschillende persoonlijkheidsdimensies en het effectieve compulsieve koopgedrag. Voor hierop verder wordt ingegaan, worden eerst de reeds vastgestelde relaties tussen persoonlijkheid en de variabelen die aan compulsief koopgedrag worden gelinkt, besproken. Zo kan al een beeld worden gevormd van de mogelijke resultaten van het effectieve onderzoek.

4.1. Toelichting van de verschillende variabelen

Eerst volgt een toelichting van alle variabelen die in de volgende schematische voorstellingen zullen voorkomen.

4.1.1. Extraversie (Extraversion)

Extraversie beschrijft de mate waarin mensen assertief zijn, dominant, energiek, actief, spraakzaam en enthousiast (Costa en McCrae, 1992). Mensen die hoog scoren op vlak van extraversie zijn vaak vrolijk en zoeken spanning en stimulatie. Mensen die een lage score hebben op vlak van extraversie spenderen bij voorkeur meer tijd alleen en worden gekenmerkt als gereserveerd, rustig en onafhankelijk (Zhao en Seibert, 2006).

4.1.2. Emotionele instabiliteit (Neuroticism)

Emotionele instabiliteit vertegenwoordigt de individuele verschillen in aanpassingsvermogen en in emotionele stabiliteit. Individuen die hoog scoren op emotionele instabiliteit zijn meer geneigd om een aantal negatieve emoties te ervaren zoals angst, vijandigheid, depressie, impulsiviteit en kwetsbaarheid (Costa en McCrae, 1992). Mensen die een lage score hebben wat betreft emotionele instabiliteit kunnen worden gekarakteriseerd als zelfverzekerd, rustig, beheerst en ontspannen (Zhao en Seibert, 2006).

4.1.3. Nauwgezetheid (Conscientiousness)

Nauwgezetheid geeft de graad van organisatie weer, werklust en de motivatie om een bepaald doel te bereiken (Zhao en Seibert, 2006). Individuen met een hogere graad van nauwgezetheid zijn meer georganiseerd, hebben een grotere mate van zelfcontrole en zijn minder gevoelig voor verleidingen dan individuen met een lage graad van nauwgezetheid (Wang et al. 2008).

4.1.4. Openheid voor nieuwe ervaringen (Openness)

De openheid voor ervaringen is een persoonlijkheidsdimensie die kenmerkend is voor iemand die nieuwsgierig is en graag nieuwe ervaringen zoekt en nieuwe paden verkent. Iemand met een hoge score op openheid kan worden omschreven als creatief, innovatief, fantasierijk en ontraditioneel. Iemand met een lage score kan worden gekenmerkt als conventioneel en met beperkte interesse (Zhao en Seibert, 2006).

4.1.5. Meegaandheid (Agreeableness)

Meegaandheid beoordeelt de interpersoonlijke oriëntatie. Een individu dat hoog scoort op meegaandheid kan worden gekarakteriseerd als te vertrouwen, vergevingsgezind en zorgzaam. Iemand met een hoge score vertegenwoordigt een persoon die voorkeur heeft voor positieve interpersoonlijke relaties. Iemand die laag scoort op deze dimensie kan worden gekarakteriseerd als manipulatief, egocentrisch, achterdochtig en meedogenloos (Costa en McCrae, 1992).

4.2. Gevonden relaties tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag

Enkele onderzoekers hebben reeds een rechtstreeks verband onderzocht tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag: Mowen en Spears (1999) en Balabanis (2001). De resultaten vermeld in onderstaande punten zijn dan ook gebaseerd op deze onderzoeken. Als deze resultaten echter naast elkaar worden bekeken, duiken er enkele tegenstrijdigheden op.

Om een inzicht te verwerven in wat zij reeds bestudeerden en bewezen, werd een conceptueel model opgesteld. Deze schematische voorstelling moet de verschillpunten weergeven en zal dienen als startpunt voor het formuleren van de hypothesen.

4.2.1. Mowen en Spears (1999)

Er moet op worden gewezen dat Mowen en Spears (1999) ervoor hebben gekozen om de dimensie emotionele stabiliteit te nemen in plaats van de dimensie emotionele instabiliteit, de dimensie die in dit onderzoek wordt gebruikt. Bij de interpretatie van de resultaten zal hiermee rekening worden gehouden.

Mowen en Spears (1999) voerden 2 verschillende studies uit. Ze gingen uit van 7 verschillende hypothesen waarvan 5 werden bevestigd door het onderzoek. Mowen en Spears stelden volgende relaties vast:

- een negatief verband tussen emotionele stabiliteit en compulsief koopgedrag
- een positief verband tussen materialisme en compulsief koopgedrag
- een positief verband tussen openheid voor nieuwe ervaringen en nood aan opwinding
- een positief verband tussen nauwgezetheid en materialisme
- een negatief verband tussen emotionele stabiliteit en materialisme

Door het voeren van dit onderzoek naar de relaties tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag werden nog enkele nieuwe bevinden vastgesteld:

- een negatief verband tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag
- een positief verband tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag
- een positief verband tussen extraversie en nood aan opwinding
- een negatief verband tussen nauwgezetheid en nood aan opwinding

- een positief verband tussen nood aan opwinding en materialisme
- een positief verband tussen nauwgezetheid en materialisme

Mowen en Spears (1999) vonden dus een directe negatieve relatie tussen emotionele stabiliteit en compulsief koopgedrag en tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag en een directe positieve relatie tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag. Hierbij dient te worden opgemerkt dat in de schematische voorstelling hieronder de term emotionele instabiliteit zal worden gebruikt, die een positieve directe relatie zal hebben met compulsief koopgedrag.

Een negatieve relatie tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag kan erop wijzen dat individuen die problemen ondervinden bij het onder controle houden van hun aankopen, een gebrek aan organisatie, nauwkeurigheid en effectiviteit hebben in hun dagelijkse leven (Mowen en Spears, 1999). De positieve relatie tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag wijst er dan weer op dat compulsief koopgedrag kan worden geassocieerd met eigenschappen zoals vriendelijk zijn, oprecht en sympathiek (Mowen en Spears, 1999).

Tussen extraversie en compulsief koopgedrag en tussen openheid voor nieuwe ervaringen en compulsief koopgedrag vonden ze echter geen directe significante relatie. Deze kan echter wel worden afgeleid uit andere resultaten en relaties die ze hieromtrent vaststelden. Extraversie en openheid voor nieuwe ervaringen blijken positief gerelateerd te zijn aan nood aan opwinding. Nood aan opwinding is positief gerelateerd aan materialisme, dat op zijn beurt een positieve relatie heeft met compulsief koopgedrag. Hieruit kan dus worden afgeleid dat er ook een positieve directe relatie zou kunnen bestaan tussen extraversie en compulsief koopgedrag en openheid voor nieuwe ervaringen en compulsief koopgedrag.

4.2.2. Balabanis

Ook hier moet worden opgemerkt dat Balabanis(2001) in zijn paper emotionele stabiliteit gebruikt als dimensie in plaats van emotionele instabiliteit, de dimensie die in dit onderzoek wordt gehanteerd. Ook gaat het in het onderzoek van Balabanis (2001) over compulsief koopgedrag met betrekking tot loterijbiljetten en krasbiljetten, niet over compulsief koopgedrag in het algemeen.

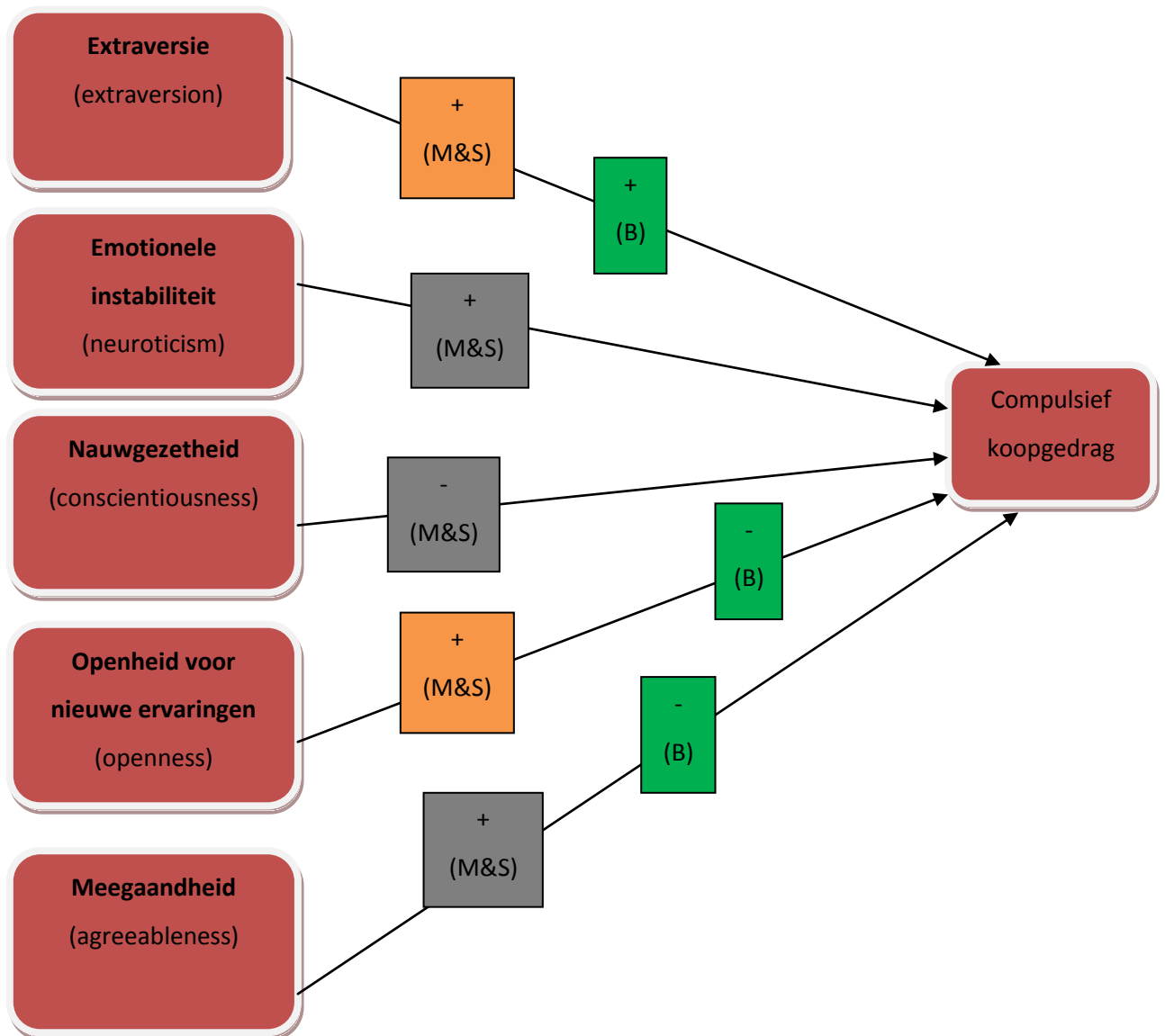
Balabanis (2001) ging uit van 5 hypothesen met betrekking tot de relatie tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag van loterijbiljetten en krasbiljetten , namelijk:

- een positieve relatie met extraversie
- een negatieve relatie met meegaandheid
- een positieve relatie met nauwgezetheid
- een positieve relatie met emotionele stabiliteit
- een negatieve relatie met openheid voor nieuwe ervaringen

Voor 3 van deze 5 relaties vond Balabanis(2001) een rechtstreeks significant verband met compulsief koopgedrag. Tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag en openheid voor nieuwe ervaringen en compulsief koopgedrag werd een negatief verband vastgesteld, tussen extraversie en compulsief koopgedrag een positief verband.

Voor de relatie tussen emotionele stabiliteit en compulsief koopgedrag en de relatie tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag werd geen significant direct verband vastgesteld.

4.2.3. Schematische voorstelling van de gevonden relaties tussen de persoonlijkheidskenmerken en compulsief koopgedrag



Figuur 6: reeds gevonden relaties tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag

De grijze kaders geven de rechtstreekse relaties weer zoals vastgesteld door Mowen en Spears (M&S) (1999). De oranje kaders geven de relaties weer die via verbanden met de variabelen nood aan opwinding en materialisme, ook vastgesteld door Mowen en Spears (M&S) (1999), kunnen worden afgeleid. De groene kaders geven de rechtstreekse relaties weer vastgesteld door Balabanis (B) (2001). Uit het schema kan worden afgelezen dat er enkel eensgezindheid bestaat over de positieve relatie tussen extraversie en compulsief koopgedrag. Voor de relatie

tussen emotionele instabiliteit en nauwgezetheid werd er door Balabanis (2001) geen significante relatie gevonden. Bijkomend onderzoek is dus noodzakelijk. In de volgende paragraaf wordt geprobeerd om de tegenstrijdigheden enigszins weg te werken.

4.3. Relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag : een veronderstelling

In dit onderdeel wordt gekeken naar de indirecte relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag. Via het onderzoeken van relaties tussen variabelen die compulsief koopgedrag beïnvloeden en de persoonlijkheidsdimensies wordt gezocht naar een directe relatie tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag.

4.3.1. Relaties tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag via de variabele impulsief koopgedrag

4.3.1.1. Nauwgezetheid en compulsief gedrag

Zoals hierboven reeds vermeld zijn individuen met een hogere graad van nauwgezetheid meer georganiseerd, hebben ze een grotere mate van zelfcontrole en zijn ze minder gevoelig voor verleidingen dan individuen met een lage graad van nauwgezetheid (Wang et al. 2008). Er zou dus worden geconcludeerd dat compulsieve kopers een lagere graad van nauwgezetheid vertonen dan gewone consumenten. Een andere reden waarom een negatief verband tussen deze variabelen kan worden verwacht, is terug te vinden in de relatie tussen een kredietkaartgebruiker en een compulsieve koper. Er werd reeds aangehaald dat mensen die in het bezit zijn van een kredietkaart meer kans maken om een compulsief koopgedrag te vertonen. Kredietkaartgebruikers vertonen immers de eigenschap een lagere zelfcontrole te hebben (Livingstone et al. 1992). En zoals bovenvermeld hebben mensen met een hoge graad van nauwgezetheid, een grote mate van zelfcontrole.

4.3.1.2. Impulsiviteit en dimensies van persoonlijkheid

Hoewel uit eerder onderzoek blijkt dat er een element van plezier betrokken is bij impulsaankopen zijn er ook aanwijzingen dat impulsaankopen dienen als een middel om onaangename psychologische toestanden te verlichten. Mick en DeMoss (1990) stelden vast dat mensen zich soms belonen met 'self-gifts' als een middel tegen een negatieve emotionele toestand. Baumeister et al. (2002) suggereren dat mensen impulsaankopen verrichten omdat

ze denken dat ze zich door deze aankopen beter zullen voelen en hiervoor offeren ze hun zelfbeheersing op. Rook en Gardner (1993) stelden een relatie vast tussen impulsaankopen en een toestand van negatieve en positieve stemming. Op basis van al deze resultaten kan worden geopperd dat de primaire functie van impulsaankopen kan worden gebruikt als een middel tot het verminderen van negatieve gevoelens.

Hoewel impulsaankopen meestal worden gemeten in verband met aankopen verricht in winkelcentra (Rook en Gardner, 1993) zijn er ook sterke aanwijzingen voor individuele verschillen in de neiging van consumenten om te kopen op impuls (Dittmar en Drury, 2000; Hausman, 2000; Verplanken en Herabadi, 2001). Verplanken en Herabadi (2001) ontwikkelden met betrekking tot impulsaankopen een schaal die twee aspecten in verband met de neiging tot impulsaankopen weergeeft: een cognitief met betrekking tot een gebrek aan planning bij de aankoopbeslissingen en een affectief aspect dat wordt geassocieerd met gevoelens van opwinding en de drang om dingen te kopen. Deze onderzoekers hebben dus aangetoond dat de neiging tot chronische impulsaankopen gerelateerd is aan een aantal persoonlijkheidskenmerken: personen die gevoelig zijn voor impulsaankopen scoren laag op vlak van nauwgezetheid, autonomie, persoonlijke behoefte aan structuur en aan evaluatie, maar scoren hoog op vlak van extraversie en actiegerichtheid.

4.3.1.3. Impulsiviteit en compulsiviteit

Rook (1987) definieerde impulsaankopen als een gedrag dat wordt gekenmerkt door onvoorziene en plotselinge aankopen. De cognitieve en affectieve drijfveren die leiden tot de aankoop worden dan ook meestal gevormd op het moment dat de aankoop plaatsvindt. Impulsaankopen gaan vaak gepaard met sterke affectieve reacties, zoals een sterke drang om aankopen te doen of gevoelens van plezier en opwinding (Rook, 1987). Vergeleken met niet-impulsieve kopers vertonen impulsieve kopers hedonistische overwegingen eerder dan utilitaire overwegingen voor hun aankopen (Verplanken et al. 2005).

De neiging om impulsaankopen te doen wordt gedefinieerd als de mate waarin een individu een ongeplande, onmiddellijke aankoop zou kunnen uitvoeren (Weun et al., 1997, p. 306). Impulsaankopen worden gedaan op het ogenblik dat men de winkel binnenkomt en verschillen van de aankopen die de consument van plan was om te doen. Kopers met een grote neiging tot impulsiviteit hebben dus een minder strak boodschappenlijstje en staan open voor

plotselinge en onverwachte koopideeën en zijn bijgevolg meer geneigd te reageren op spontane aankoopstimuli (Bearden en Netemeyer, 1999).

Compulsief koopgedrag wordt gekenmerkt door buitensporige of slecht gecontroleerd gedrag bij het aan kopen en uitgeven van geld (Black, 2001). Dwangmatig verbruik is een kenmerk van compulsief gedrag. De consument voelt zichzelf niet in staat om te stoppen met de enigszins stereotiepe wijze waarop hij aankopen verricht (Bearden en Netemeyer, 1999). Psychiatrisch onderzoek heeft aangetoond dat dwangmatig kopen een psychiatrische stoornis is (Black, 1996). Black et al. (1998) stelden vast dat compulsieve kopers gevoeliger waren voor het ontwikkelen van stemmingsstoornissen en dan vooral van depressies. DeSarbo en Edwards (1996) koppelden compulsief verbruik aan eigenschappen zoals afhankelijkheid, materialisme, perfectionisme, ontkenning en depressie, en ook aan lage zelfwaardering, het zoeken naar spanning en een gebrek aan impulscontrole.

Gebaseerd op voorgaande onderzoeken kan dus worden gesteld dat impulsief en compulsief koopgedrag gerelateerd zijn door de eigenschap van verlies van impulscontrole. Er kan dus worden verondersteld dat er een positieve relatie bestaat tussen impulsief koopgedrag en compulsief koopgedrag. Hieruit kan worden besloten dat de persoonlijkheidskenmerken die inspelen op impulsief koopgedrag op dezelfde manier inspelen op compulsief koopgedrag. Deze positieve relatie werd bevestigd door een onderzoek uitgevoerd door Tao Sun et al. (2004).

4.3.1.4. Schematische voorstelling

Mowen (2000) ontwikkelde een diagram waarin hij de Big Five persoonlijkheidskenmerken in opnam en ook de behoefte aan materialistische zaken, met impulsiviteit als bemiddelende variabele en compulsief koopgedrag als afhankelijke variabele. Dit levert het volgende resultaat op:

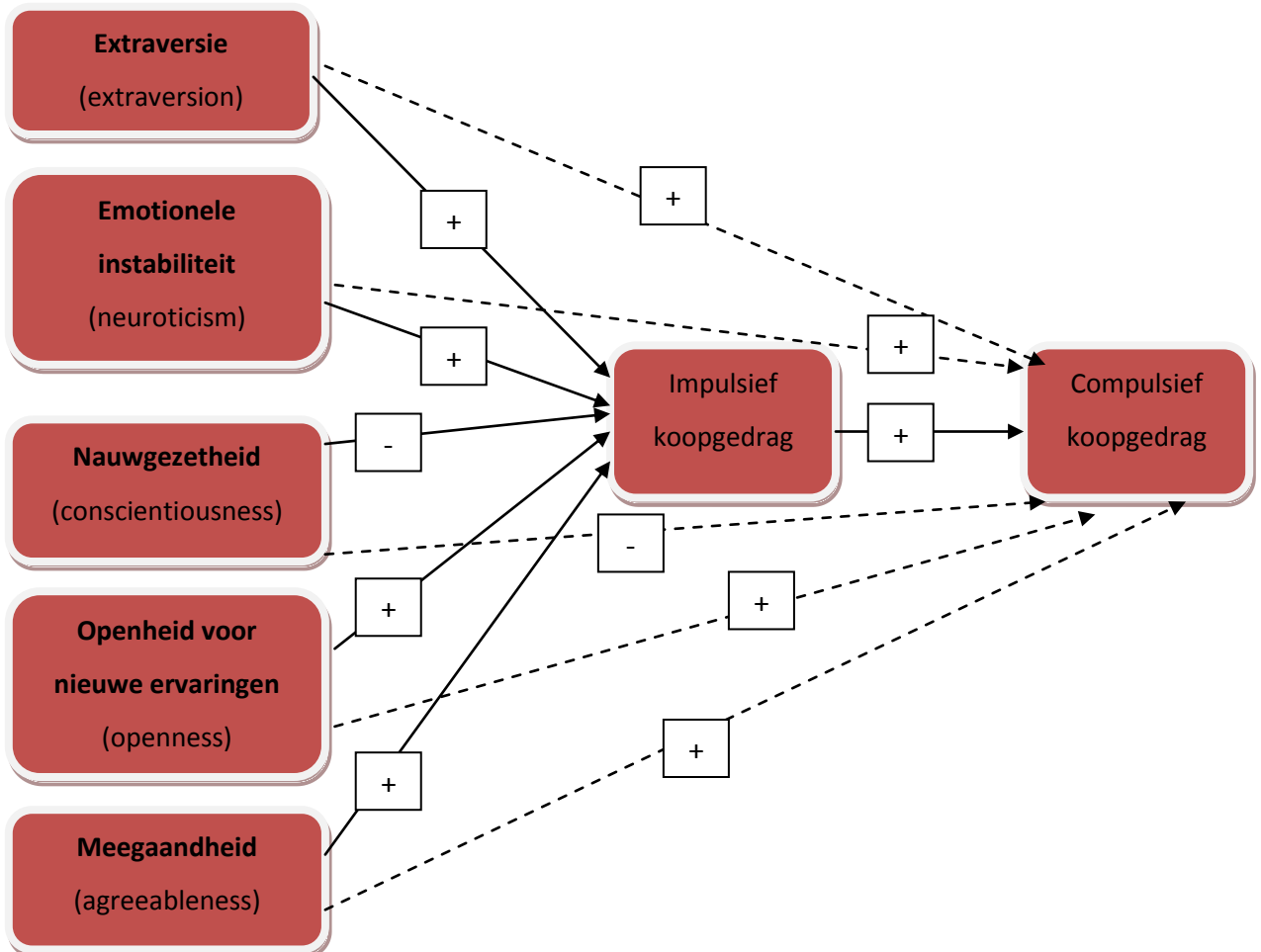
- Openheid voor nieuwe ervaringen en nauwgezetheid waren negatief gerelateerd aan impulsiviteit.
- Materialisme, emotionele instabiliteit en extraversie waren positief gerelateerd aan impulsiviteit.
- Een positieve relatie werd vastgesteld tussen impulsiviteit en compulsiviteit

De positieve relatie tussen impulsiviteit en compulsiviteit werd ook reeds onderbouwd door onderzoeken van DeSarbo en Edwards (1996) en Lejoyeux et al. 1997.

In een onderzoek verricht door Tao Sun et al. (2004) werd een positieve relatie vastgesteld tussen impulsiviteit en compulsiviteit alsook een positieve relatie tussen extraversie en impulsiviteit enerzijds, emotionele instabiliteit en impulsiviteit en openheid voor nieuwe ervaringen en impulsiviteit anderzijds. Dit in tegenstelling tot Mowen (2000) die een negatieve relatie vond tussen openheid voor nieuwe ervaringen en impulsiviteit. Er wordt echter geopteerd om de positieve relatie aan te nemen, omdat ongeplande en impulsaankopen worden geassocieerd met neigingen om creatief, origineel en fantasierijk te zijn (Sun et al., 2004).

De positieve relatie tussen extraversie en impulsiviteit werd ook reeds aangetoond door Verplanken en Herabadi (2001), die bovendien een negatieve relatie vaststelden tussen nauwgezetheid en impulsiviteit.

Onderstaand schema geeft de reeds gevonden relaties weer tussen de 5 dimensies van persoonlijkheid en impulsief koopgedrag. Hieruit worden dan de relaties tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag afgeleid.



Figuur 7: relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en impulsief koopgedrag

De volle peilen stellen de reeds onderzochte relaties voor, de stippellijnen zijn de relaties die werden afgeleid van de gevonden relaties tussen de verschillende variabelen. Laatstgenoemde relaties ondersteunen de relaties die ook door Mowen en Spears (1999) werden vastgesteld. Uit hun onderzoek bleken namelijk dezelfde directe relaties tussen de dimensies emotionele instabiliteit, nauwgezetheid en meegaandheid met betrekking tot compulsief koopgedrag. Op vlak van de dimensies extravert en openheid werden door Mowen en Spears (1999) ook dezelfde verbanden vastgesteld. Het waren evenwel geen directe verbanden, maar relaties afgeleid via de variabelen nood aan opwinding en materialisme.

4.3.2. Relatie tussen persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag via de variabelen tevredenheid met leven en subjectief welzijn.

In figuur 9 werden de relaties tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag afgeleid via de variabele impulsief koopgedrag. Als de relatie tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag echter wordt afgeleid via de variabele tevredenheid over het leven (subjectief welzijn) en de variabele materialisme, bekomt men verbanden die zowel de relaties vastgesteld door Mowen en Spears (1999) en Balabanis (2001) ondersteunen.

4.3.2.1. Subjectief welzijn en dimensies van persoonlijkheid

Subjectief welzijn is een breed begrip dat de aspecten bevat van de positieve en negatieve gevoelens van een individu, hun tevredenheid met een aantal specifieke aspecten van hun leven (vb. werk en familie) en de globale tevredenheid over het leven (Diener et al., 1999).

Eerder onderzoek (DeNeve en Cooper, 1998), toont aan dat de tevredenheid over het leven direct gerelateerd is aan positieve invloeden en omgekeerd evenredig is met negatieve invloeden. De tevredenheid over het leven is negatief geassocieerd met emotionele instabiliteit en positief geassocieerd met extraversie meegaandheid, nauwgezetheid, en openheid voor nieuwe ervaringen (DeNeve en Cooper, 1998).

4.3.2.2. Materialisme, tevredenheid met het leven en dimensies van persoonlijkheid

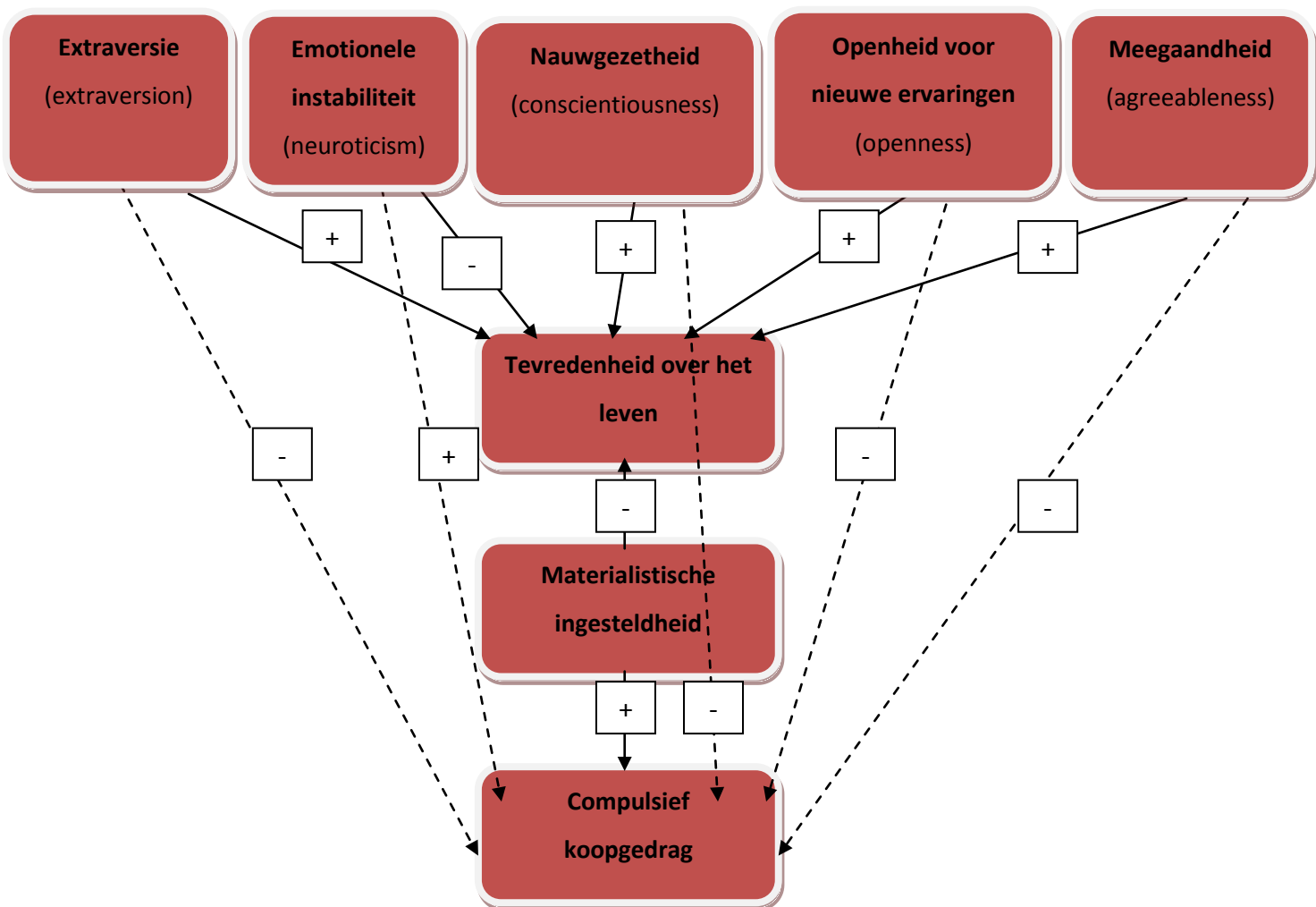
In het marketingonderzoek ligt de focus op hoe het aanschaffen van materiële zaken gerelateerd is aan de tevredenheid met het leven. De conclusies die hieruit voortvloeien zijn dat het bezitten van een groot aantal materiële goederen positief geassocieerd is met de tevredenheid over het leven (Oropesa, 1995). Sterke materiële waarden en het willen bezitten van vele materiële goederen zou dan weer negatief worden geassocieerd met de tevredenheid over het leven (Burroughs en Rindfleisch, 2002). Hieruit volgt dan weer dat hoe materialistisch iemand ingesteld is, hoe meer kans die persoon heeft om compulsief koopgedrag te vertonen.

6

⁶ Zie punt 3.2. De materialistische waarden

Er kan dus worden geconcludeerd dat een individu met een lage tevredenheid over het leven een hoge emotionele instabiliteit heeft, een lage vorm van extraversie, een lage vorm van meegaandheid, een lage vorm van motivatie en nauwgezetheid en een lage openheid voor nieuwe ervaringen. Bovendien bezit een individu met een lage tevredenheid over het leven hoge materialistische waarden en wordt de kans dat compulsief koopgedrag wordt ontwikkeld groter.

4.3.2.3. Schematische voorstelling



Figuur 8: relatie tussen persoonlijkheidsdimensies, tevredenheid met het leven en materialisme

De volle peilen staan voor de reeds gevonden relaties, de stippellijnen zijn de relaties die worden afgeleid van de gevonden relaties tussen de verschillende variabelen. Als naar de relaties wordt gekeken die door de stippellijnen worden weergegeven, kan worden vastgesteld dat op vlak van meegaandheid en openheid de resultaten gevonden door Balabanis (2001) worden ondersteund. Ook Balabanis (2001) stelde dezelfde directe negatieve relaties vast tussen deze variabelen. Wat de dimensies emotionele instabiliteit en nauwgezetheid betreft, komen de resultaten overeen met deze vastgesteld door Mowen en Spears (1999).

Als er dus wordt gekeken naar de indirecte relaties tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag kan worden vastgesteld dat vooral de resultaten van het onderzoek van Mowen en Spears(1999) worden ondersteund. Voor het formuleren van de hypotheses in dit onderzoek wordt dan ook uitgegaan van de door hen vastgestelde relaties.

5. Hypotheses

Aan de hand van het conceptuele model wordt er uitgegaan van volgende vijf hypotheses wat betreft de vijf persoonlijkheidsdimensies.

5.1. Extraversie

Mensen die extravert zijn, neigen karaktertrekken te vertonen zoals sociaal, opgewekt en assertief en hebben behoefte aan avontuur (Costa en McCrae, 1992). Individuen die extravert zijn vertonen een hoge mate van impulsiviteit en hebben een lagere zelfcontrole. (Eysenck en Eysenck, 1985). Omdat impulsiviteit en lage zelfcontrole beiden kenmerken zijn van compulsief koopgedrag (Rook, 1987; Natarajan en Goff, 1991) wordt een positieve relatie verwacht tussen extraversie en compulsief koopgedrag.

H1: mensen die hoog scoren op vlak van extraversie zijn meer geneigd om compulsieve gedragingen te vertonen.

5.2. Emotionele instabiliteit

Zoals eerder vermeld hebben mensen met een hoge emotionele instabiliteit een grotere neiging tot het ontwikkelen van angstgevoelen en gevoelens van depressie of boosheid. Emotionele mensen hebben ook een laag zelfbeeld (Costa en McCrae, 1992) en Faber et al. (1995) vonden een relatie tussen laag zelfbeeld en compulsief koopgedrag. Er wordt dus verwacht dat een positieve relatie zal worden gevonden tussen emotionele instabiliteit en compulsief koopgedrag.

H2: Mensen die hoog scoren op vlak van emotionele instabiliteit zijn meer geneigd compulsieve koopgedragingen te ontwikkelen.

5.3. Nauwgezetheid

Nauwgezetheid wordt gekoppeld aan karaktertrekken zoals verantwoordelijk zijn, gedisciplineerd en georganiseerd zijn. Mensen die hoog scoren op vlak van nauwgezetheid zijn betrouwbare mensen (Costa en McCrae, 1992). Ze overwegen ook zorgvuldig de consequenties van elke actie die ze ondernemen (Balabanis, 2001). Er wordt dus een negatieve relatie verwacht tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag.

H3: mensen die hoog scoren op vlak van nauwgezetheid zijn niet geneigd compulsieve gedragingen te vertonen.

5.4. Openheid voor nieuwe ervaringen

Mensen die een openheid vertonen voor nieuwe ervaringen hebben nood aan variatie, hebben ook een brede waaier van interesses en zijn nieuwsgierig (Balabanis, 2001).

Mowen en Spears (1999) concludeerden dat mensen die hoog scoren op vlak van nood aan opwinding ook hoog scoorden op vlak van openheid voor nieuwe ervaringen. Nood aan opwinding staat op zijn beurt dan weer in relatie met compulsief koopgedrag via de variabele materialisme.

Hierop gebaseerd zou er dus kunnen worden besloten dat er een positieve relatie bestaat tussen openheid voor nieuwe ervaringen en compulsief koopgedrag

H4: mensen die hoog scoren op vlak van openheid voor nieuwe ervaringen zijn meer geneigd om compulsieve koopgedragingen te vertonen.

5.5. Meegaandheid

Mensen die hoog scoren op meegaandheid zijn doorgaans mensen die vertrouwen uitstralen en vriendelijk en sympathiek overkomen. (Costa en McCrae, 1992). Meegaandheid manifesteert zich bij individuen die proberen anderen tevreden te stellen en een sociaal aanvaardbaar gedrag vertonen (Mowen en Spears, 1999). Er wordt dus een positieve relatie verwacht tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag.

H5: mensen die hoog scoren op vlak van meegaandheid zijn meer geneigd compulsieve gedragingen te vertonen.

6. Onderzoeksopzet

6.1. Doelstellingen van het onderzoek

Zoals vermeld en voorgesteld in het conceptuele model bestaan er tegenstrijdigheden op vlak van de gevonden relaties tussen de persoonlijkheidsdimensies en compulsief koopgedrag. Dit bijkomende onderzoek wordt dan ook gevoerd in de hoop dat deze tegenstrijdigheden enigszins kunnen worden weggewerkt.

6.2. Beschrijving van de vragenlijst

Om de data voor het kwantitatieve onderzoek te verzamelen werd gebruik gemaakt van 9 verschillende schalen. De vragenlijst werd volledig opgesteld in het programma Osucree, dat de mogelijkheid biedt om vragenlijsten via een link op het internet in te vullen. Hieraan werd een database verbonden die de ingevulde antwoorden opsloeg en weergaf in een Excel bestand. Dit zorgde ervoor dat de verwerking van de gegevens meteen in SPSS kon gebeuren, zonder de antwoorden manueel te moeten overtypen.

Eerst werd kort het kader geschetst waarin de vragenlijst wordt afgenomen en wordt ook vermeld welke incentive eraan het invullen van deze vragenlijst verbonden was. Vervolgens worden de verschillende vragen met betrekking tot de negen schalen geformuleerd. Deze vragen werden afwisselend op een vijfpunts-Likertschaal en een zevenpunts-Likertschaal gesteld. De vragenlijst wordt afgesloten met een vragenreeks die betrekking heeft op de socio-

demografische gegevens van de respondent. Hieronder volgt een overzicht van de negen verschillende schalen met de overeenkomstige vragen.

6.2.1. Overzicht ⁷

Onderwerp	Vragen
Koopkanalen	Vraag 1 tot en met 4
Koopplezier (Cox)	Vraag 5 tot en met 21
Compulsief koopgedrag (Ridgway)	Vraag 22 tot en met 30
Compulsief koopgedrag (Edwards)	Vraag 31 tot en met 43
Persoonlijkheid –mini IPIP (Donnellan)	Vraag 44 tot en met 63
Koopgedrag –EBBT (Baumgartner)	Vraag 64 tot en met 83
Zelf-controle (Tangney)	Vraag 84 tot en met 96
Verslaving (Meyer)	Vraag 97 tot en met 144
Persoonlijkheid – PACL	Vraag 145 tot en met 297
Socio-demografische gegevens	Vraag 298 tot en met 304

Tabel 8: overzicht vragenlijst

⁷ Een overzicht van de vragenlijst die tijdens het kwantitatief onderzoek werd gebruikt is terug te vinden in bijlage 3

6.3. Verzamelen van de data

Zoals reeds vermeld ⁸, werd de vragenlijst opgesteld met het programma Osucre. Dit programma laat toe de vragenlijst online te plaatsen en via een link te versturen naar een webpagina. Deze link werd naar zoveel mogelijk vrienden, kennissen en ouders van kennis verstuurd. Om een zo groot mogelijke diversiteit in onze respondenten te verkrijgen werd de link ook gepost op fora van onder andere Libelle, Flair, Seniorennet en een forum speciaal voor mensen met een koopverslaving (yes-forum). Om onze steekproef voldoende groot te maken werd de link nog eens vermeld in de nieuwsbrief van de VUB en nog eens persoonlijk verstuurd naar alle studenten van de VUB.

6.4. Verwerking en analyse van de data

De verwerking en de analyse van de data gebeurde aan de hand van het computerprogramma SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Voor de schalen werd er uitsluitend met gesloten vragen gewerkt waarop dus telkens maar één antwoord kon worden gegeven. De codering van de vragen werd hierdoor ook eenvoudiger en gebeurde als volgt. Zowel bij de vijfpunts- als de zevenpunts-Likertschalen was code 1 helemaal niet akkoord/helemaal niet mee eens en code 5 of 7 helemaal akkoord/helemaal mee eens. Aangezien enkel volledig ingevulde vragenlijsten werden opgenomen in onze dataset was het niet nodig om missing values aan te maken in SPSS.

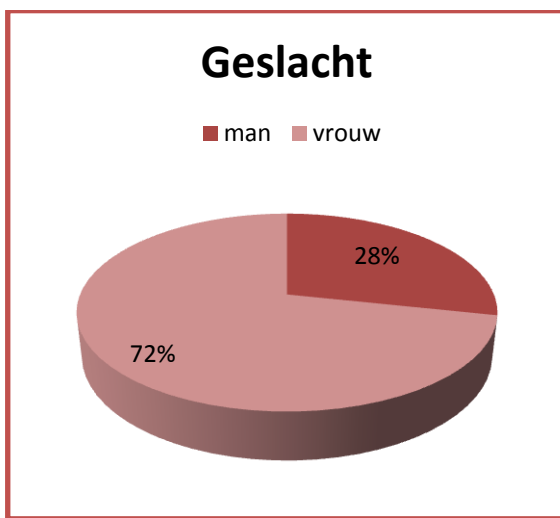
Omdat in dit onderzoek de nadruk op de relatie persoonlijkheid en compulsief koopgedrag ligt, werd gekozen om voor de analyse enkel te kijken naar de mini-IPIP-schaal, die de persoonlijkheidsdimensies meet. Op deze schaal werd een factoranalyse uitgevoerd. In de mini-IPIP-schaal werden voor het meten van de 5 dimensies van persoonlijkheid telkens 4 items per dimensie gebruikt. Twee daarvan meten de dimensie in de positieve richting, de andere twee meten de dimensie in de negatieve richting, met uitzondering van de dimensie openheid voor nieuwe ervaringen die 3 negatieve en 1 positief item bevat. Alvorens over te gaan tot de factor analyse werden de 11 negatieve items gehercodeerd in SPSS. Dit werd weergegeven door een (r) na elke vraag die werd gehercodeerd.

⁸ Zie punt 6.2. Beschrijving van de vragenlijst

6.5. Steekproef (beschrijving)

In het totaal hebben 2271 mensen de enquête ingevuld. Voor onze analyse werd echter gewerkt met een database van 1513 mensen. Er werden 704 mensen geëlimineerd, omdat zij de vragenlijst niet volledig hadden ingevuld. Eén persoon werd geschrapt omdat deze een leeftijd had van minder dan 18 jaar. Nog eens 46 mensen werden geëlimineerd omdat deze een responstijd hadden die minder dan 10 minuten bedroeg. Deze tijd is te kort om de vragenlijst naar behoren in te vullen. Als laatste werden nog 7 mensen verwijderd omwille van het geven van onrealistische antwoorden.

6.5.1. Verdeling naar geslacht⁹



geslacht	aantal	%	NIS %
man	429	28,35	49,00%
vrouw	1084	71,65	51,00%
Totaal	1513	100%	100%

Tabel 9: verdeling geslacht (algemeen)

Grafiek 1: verdeling geslacht (algemeen)

Van het totale aantal respondenten waren er 429 mannen (28%) en 1084 vrouwen (72%).

De oorzaak hiervan zou kunnen liggen in het feit dat vrouwen meer interesse tonen voor dit onderwerp en dus vlugger geneigd waren om de vragenlijst in te vullen.

Volgens het NIS (Nationaal Instituut voor de Statistiek)¹⁰ is de verdeling tussen mannen en vrouwen in het Vlaams Gewest respectievelijk 49% en 51%. De steekproefverdeling, wat mannen en vrouwen betreft, kan dus niet als representatief beschouwd worden voor het

⁹ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 4

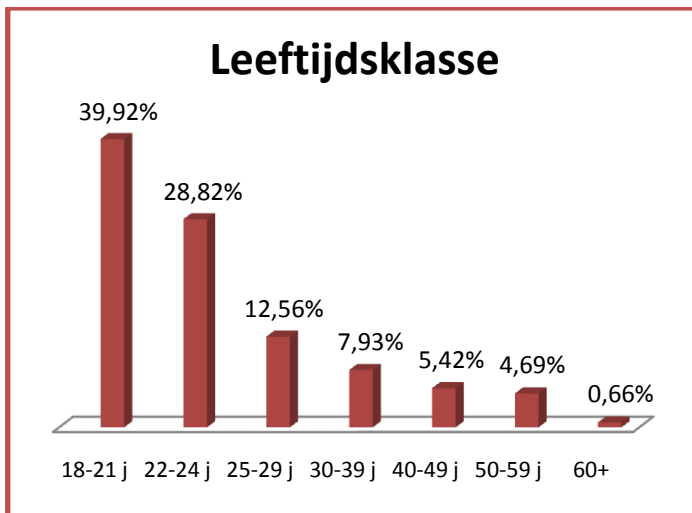
¹⁰ De tabellen van het NIS zijn te vinden in bijlage 5

Vlaams Gewest. In deze steekproef zijn er ook meer vrouwen als mannen, zoals ook uit de procenten van het NIS kan worden afgeleid, maar het verschil is te groot om representatief te zijn. De besluiten die dus op vlak van geslacht uit deze steekproef zouden kunnen worden getrokken, mogen niet worden doorgetrokken voor de gehele Vlaamse populatie.

Er werd voor geopteerd om de mannelijke respondenten in de steekproef toch te behouden, maar bij de interpretatie van de resultaten dient met dit verschil wel degelijk rekening te worden gehouden.

6.5.2. Respondenten en leeftijdsklasse¹¹

Om de resultaten hieromtrent wat overzichtelijker te maken, werden de leeftijden opgedeeld in de leeftijdsklassen voorgesteld door NIS. Voor de mensen onder de 30 jaar werden meer klassen gemaakt, omdat deze ook meer vertegenwoordigd waren in de steekproef.



Grafiek 2: verdeling leeftijdsklasse (algemeen)

leeftijdsklasse	aantal	%	NIS %
18-21 j	604	39,92	14,02%
22-24 j	436	28,82	
25-29 j	190	12,56	7,48%
30-39 j	120	7,93	15,72%
40-49 j	82	5,42	18,55%
50-59 j	71	4,69	16,07%
60+	10	0,66	28,16%
Totaal	1513	100%	100%

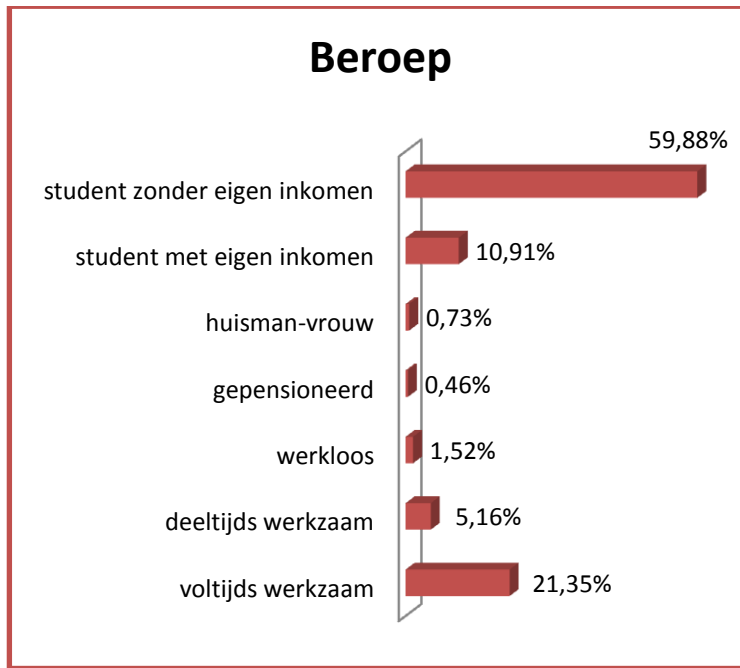
Tabel 10: verdeling leeftijdsklasse (algemeen)

De leeftijdsklassen 18-21j en 22 tot 24j zijn met respectievelijk 39,92% en 28,82% respondenten sterk vertegenwoordigd. De 14,02% berekent door het NIS geldt voor de leeftijdsklasse 15 tot 21 jaar. Deze ligt merkkelijk lager dan 68,74% (39,92% + 28,82%) die in dit onderzoek de leeftijdsklasse 18 tot 24 vertegenwoordigt. De oorzaak hiervan ligt bij het feit

¹¹ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 6

dat de vragenlijst naar heel wat studenten werd doorgestuurd. Volgens de cijfers van het NIS is de leeftijdscategorie 60+, met 28,16% het meest vertegenwoordigd in de Vlaamse populatie. In deze steekproef geldt dit niet. De 60+'ers vormen de kleinste groep. Slechts 10 mensen van deze leeftijdscategorie hebben de vragenlijst ingevuld. Ook de verdeling op basis van leeftijdsklasse is in deze steekproef niet representatief voor de Vlaamse bevolking¹².

6.5.3. Verdeling naar beroep¹³



Grafiek 3: verdeling beroep (algemeen)

beroep	aantal	%	NIS %
voltijds werkzaam	323	21,35	66,48
deeltijds werkzaam	78	5,16	
werkloos	23	1,52	2,73
gepensioneerd	7	0,46	
huisman-vrouw	11	0,73	
student met eigen inkomen	165	10,91	
student zonder eigen inkomen	906	59,88	
Totaal	1513	100%	

Tabel 11: verdeling beroep (algemeen)

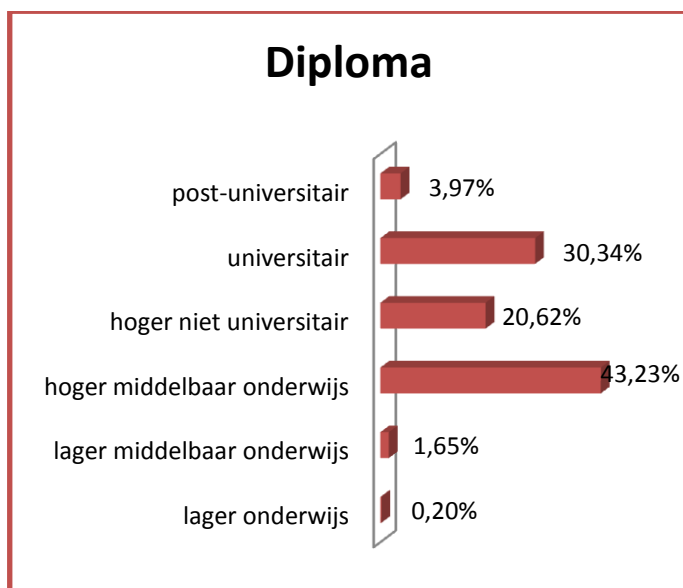
De grootste groep vertegenwoordigd in deze steekproef is de groep 'studenten zonder eigen inkomen' met bijna 60%. Dit percentage is zo hoog omdat, zoals eerder vermeld, de studenten overgewaardeerd waren in de steekproefgrootte. De tweede grootste groep

¹² De tabellen van het NIS zijn terug te vinden in bijlage 7

¹³ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 8

vertegenwoordigd in deze steekproef is de groep 'voltijds werkzaam' met 21,35%. Volgens het NIS¹⁴ bestaat de totale populatie van het Vlaams Gewest uit 66,48% voltijds tewerkgestelden. Dit percentage is berekend voor de leeftijdscategorie 15-64 jaar. In vergelijking met het NIS zijn de voltijds tewerkgestelden in deze steekproef dus ondergewaardeerd, net zoals de werklozen. Voor de andere categorieën zijn geen percentages bekendgemaakt door het NIS.

6.5.4. Verdeling naar diploma¹⁵



Grafiek 4: verdeling diploma (algemeen)

diploma	aantal	%	NIS %
lager onderwijs	3	0,20	20,24%
lager middelbaar onderwijs	25	1,65	20,49%
hoger middelbaar onderwijs	654	43,23	34,22%
Hoger niet - universitair	312	20,62	16,49%
universitair	459	30,34	
post-universitair	60	3,97	8,55%
Totaal	1514	100%	100%

Tabel 12: verdeling diploma (algemeen)

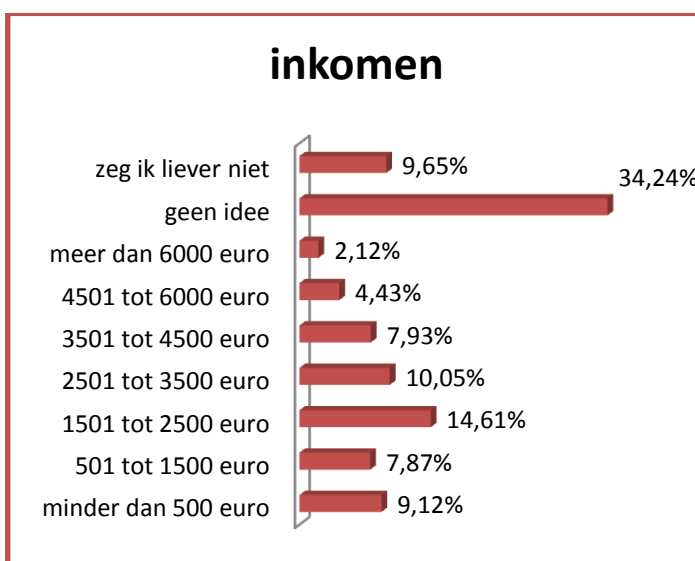
Mensen met als hoogst behaalde diploma 'hoger middelbaar onderwijs' zijn het meest aanwezig in deze steekproef. Als dit wordt vergeleken met de resultaten van het NIS, is ook deze groep bij de totale bevolking het grootst. In vergelijking met het NIS zijn de categorieën 'lager onderwijs' en 'lager middelbaar onderwijs' in deze steekproef ondergewaardeerd,

¹⁴ De tabellen van het NIS zijn te vinden in bijlage 9

¹⁵ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 10

terwijl de categorie 'Universitair' sterk overgewaardeerd is. Een reden dat dit percentage veel hoger ligt ten opzichte van het percentage voor de Belgische bevolking kan te maken hebben met het feit dat de vragenlijst naar alle studenten van de VUB is verstuurd. Hier moet echter wel de opmerking worden gemaakt dat deze studenten normaal gezien het diploma van universitair nog niet hebben behaald. Ze zouden dus deze vraag kunnen hebben ingevuld met de gedachte het diploma in de komende jaren te behalen. De verdeling op vlak van onderwijsniveau is voor deze steekproef niet representatief ten opzichte van de Belgische populatie¹⁶.

6.5.5. Inkomensverdeling¹⁷



Grafiek 5: verdeling inkomen (algemeen)

inkomen	aantal	%
minder dan 500 euro	138	9,12
501 tot 1500 euro	119	7,87
1501 tot 2500 euro	221	14,61
2501 tot 3500 euro	152	10,05
3501 tot 4500 euro	120	7,93
4501 tot 6000 euro	67	4,43
meer dan 6000 euro	32	2,12
geen idee	518	34,24
zeg ik liever niet	146	9,65
Totaal	1513	100

Tabel 13: verdeling inkomen (algemeen)

In de vragenlijst werd ook gepeild naar het maandelijks netto-inkomen van de gezinnen. Zoals kan worden afgelezen, heeft bijna 35% hierop 'geen idee' geantwoord en bijna 10% wou hier liever geen uitspraak over doen. Als deze twee antwoorden buiten beschouwing worden gelaten, is de inkomensklasse die in de steekproef het meest vertegenwoordigd was deze van

¹⁶ De tabellen van het NIS zijn te vinden in bijlage 11

¹⁷ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 12

1501 euro tot 2500 euro. De oorzaak van die 35% kan worden gezocht in het feit dat vooral studenten de vragenlijst hebben ingevuld en zij meestal geen idee hebben hoeveel het maandelijkse netto-inkomen van hun gezin (hun ouders) bedraagt. Of deze inkomensverdelingen representatief zijn voor de Vlaamse populatie kan niet worden vastgesteld, omdat het NIS hieromtrent nog geen specifieke resultaten heeft gepubliceerd.

6.6. Analyse van de verzamelde data

In het vorige onderdeel werden de socio-demografische gegevens van de respondenten besproken. Nu zal worden nagegaan of deze socio-demografische gegevens verschillend zijn voor compulsieve kopers en niet-compulsieve kopers.

6.6.1. Aantal koopverslaafden¹⁸



	aantal	%
Niet koopverslaafd	1421	93,92%
koopverslaafd	92	6,08%
totaal	1513	100

Tabel 14: aantal koopverslaafden

Grafiek 6: aantal koopverslaafden

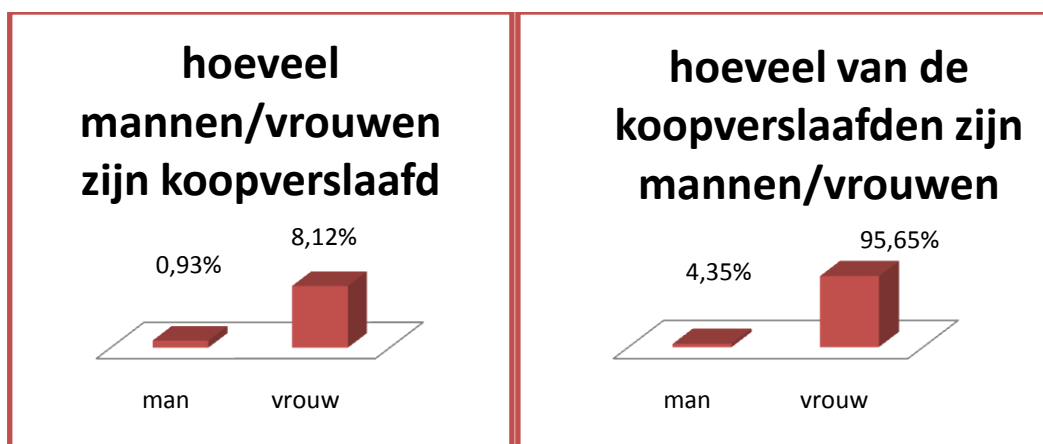
In de totale steekproef van 1513 respondenten zijn er 92 koopverslaafden en 1428 niet-koopverslaafden. 6% van het aantal respondenten is m.a.w. koopverslaafd.

¹⁸ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 13

6.6.2. Verdeling naar geslacht¹⁹

geslacht		niet		Totaal
		koopverslaafd	koopverslaafd	
man	Aantal	425	4	429
	% binnen geslacht	99,07%	0,93%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	29,91%	4,35%	28,40%
vrouw	Aantal	996	88	1084
	% binnen geslacht	91,88%	8,12%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	70,09%	95,65%	71,6

Tabel 15: verdeling geslacht binnen koopverslavingsgehalte



Grafiek 7: relatie geslacht en koopverslaving

Grafiek 8: relatie koopverslaving en geslacht

Het totaal aantal koopverslaafden in deze steekproef bedraagt dus 92. Zoals uit bovenstaande grafieken kan worden afgelezen, bestaan de koopverslaafden uit 4,35% mannen en 95,65% vrouwen. 0,93% van het totaal aantal mannen die werden ondervraagd, zijn koopverslaafd en 8,12% van de ondervraagde vrouwen. Er kan dus worden geconcludeerd dat koopverslaving meer bij vrouwen voorkomt. Deze conclusie moet echter wat worden genuanceerd, omdat ruim de helft meer vrouwen werden ondervraagd dan mannen.

¹⁹ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 14

	waarde
Pearson Chi-square	0,000
Cramer's V	0,136

Tabel 16: Chi-square en Cramer's V van geslacht

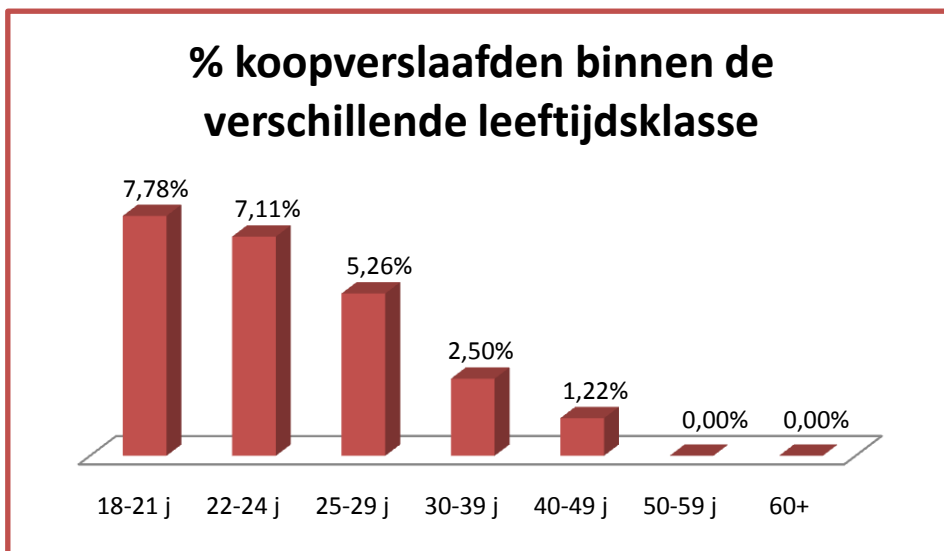
Om te bepalen of het verschil in koopverslaving tussen mannen en vrouwen significant is, kan worden gekeken naar de Pearson Chi-square (Wijnen et al. 2002). Deze heeft hier een significantie(0,000) die kleiner is dan 0,05. Bijgevolg kan de nulhypothese, die stelt dat er geen significante verschillen zijn, worden verworpen. Vrouwen blijken dus significant meer koopverslaafd te zijn dan mannen. De Cramer's V zegt iets over de sterkte van het significante verband. Als deze waarde gelijk is aan 0 duidt dit op geen verband. Een waarde van 1 wordt gelijk gesteld aan een perfect verband (Wijnen et al., 2002). Hier is deze waarde gelijk aan 0,136, wat wijst op een zwak verband.

6.6.3. Verdeling naar leeftijd²⁰

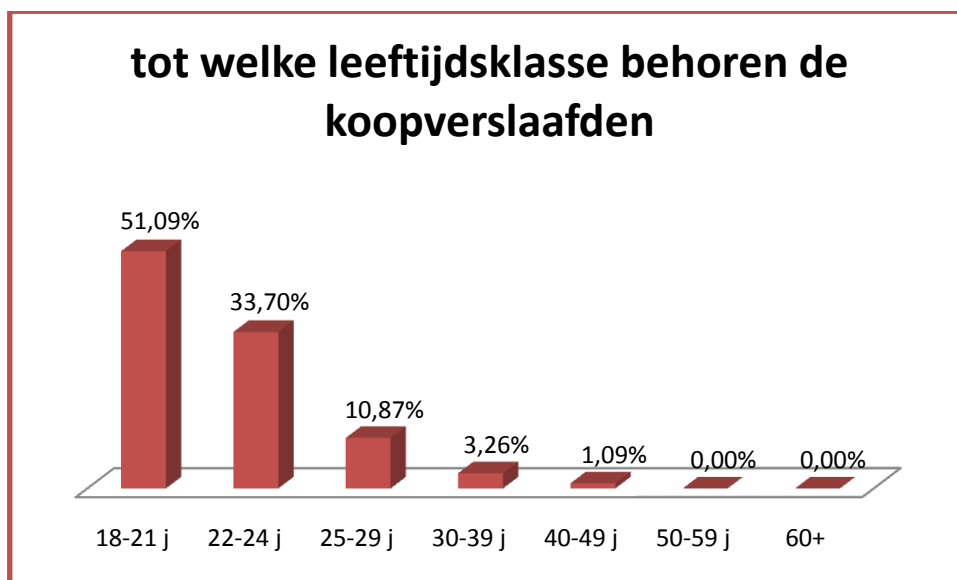
leeftijds klasse		niet		Totaal
		koopverslaafd	koopverslaafd	
18-21 j	Aantal	557	47	604
	% binnen leeftijdsklasse	92,22%	7,78%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	39,20%	51,09%	39,9%
22-24 j	Aantal	405	31	436
	% binnen leeftijdsklasse	92,89%	7,11%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	28,50%	33,70%	28,8%
25-29 j	Aantal	180	10	190
	% binnen leeftijdsklasse	94,74%	5,26%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	12,67%	10,87%	12,6%
30-39 j	Aantal	117	3	120
	% binnen leeftijdsklasse	97,50%	2,50%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	8,23%	3,26%	7,9%
40-49 j	Aantal	81	1	82
	% binnen leeftijdsklasse	98,78%	1,22%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	5,70%	1,09%	5,4%
50-59 j	Aantal	71	0	71
	% binnen leeftijdsklasse	100%	0%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	5,00%	0%	4,7%
60+	Aantal	10	0	10
	% binnen leeftijdsklasse	100%	0%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	0,70%	0%	0,7%

Tabel 17: verdeling leeftijdsklasse binnen koopverslavingsgehalte

²⁰ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 15



Grafiek 9: koopverslaving binnen leeftijdsklasse



Grafiek 10: leeftijdsklasse en koopverslaving

Zoals uit bovenstaande grafieken kan worden afgeleid is 7,78% van de leeftijdscategorie 18-21 jaar koopverslaafd en 7,11% van de leeftijdscategorie 22-24 jaar. Dit is niet echt verwonderlijk, omdat deze twee klassen wat overgewaardeerd waren in de steekproef. De compulsieve kopers bevinden zich dan ook vooral in de leeftijdscategorieën 18-21 jaar en 22-24 jaar, respectievelijk 51,09% en 33,70%. Als deze overgewaardeerde leeftijdsgroepen

even buiten beschouwing worden gelaten, dan is het vooral in de leeftijdsklasse 25-29 jaar dat de koopverslaafden zich bevinden, met name 10,87%.

De leeftijdscategorie 25-29 jaar vertegenwoordigt 12,60% van de steekproef. Als de leeftijdscategorieën 40-49, 50-59 en 60+ worden samengenomen in 1 categorie, tellen deze voor 10,77% van de steekproef. Ze vertegenwoordigen dus ongeveer een even groot deel van de steekproef. In de categorie 25-29 jaar werden 10 (10,87%) koopverslaafden gevonden. Over de 3 laatste leeftijdscategorieën heen werd slechts 1 (1,09%) koopverslaafde gevonden. Er kan dus worden geconcludeerd dat de koopverslaafden zich eerder in de jongere leeftijdscategorieën bevinden.

	waarde
Pearson Chi-square	0,017
Cramer's V	0,101

Tabel 18: Chi-square en Cramer's V van leeftijd

De significantie van de Pearson Chi-square(0,017) is bij de verdeling naar leeftijdsklasse kleiner dan 0,05. De koopverslaafden zouden zich dus voornamelijk in de jongere leeftijdsklassen bevinden (18 – 24 jaar). De Cramer's V waarde duidt hier echter op een eerder zwak verband.

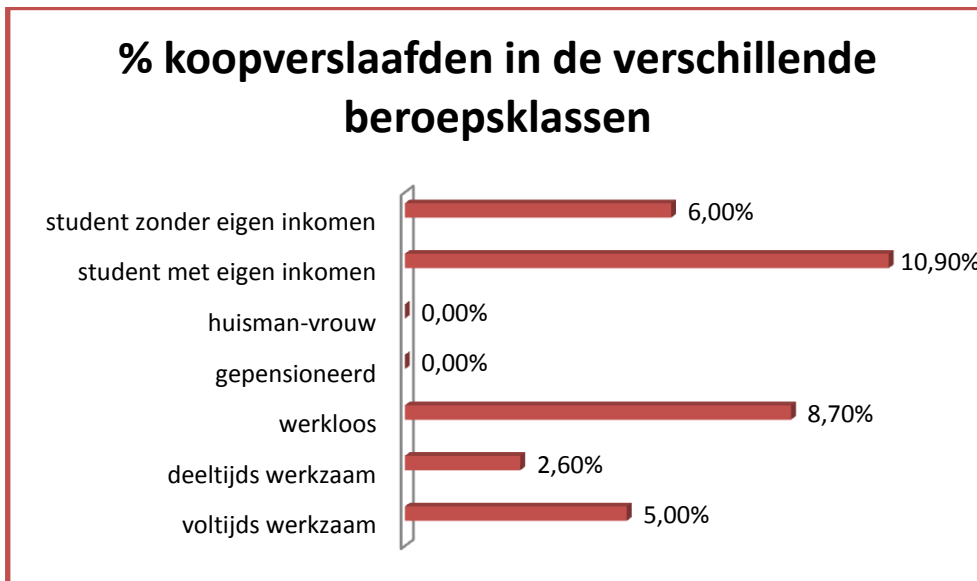
Een andere reden waarom deze veronderstelling moet worden genuanceerd is het feit dat er niet voldoende waarnemingen zijn om deze analyse correct te kunnen uitvoeren. Drie cellen (21,4%) hebben echter een verwachte frequentie die kleiner is dan 5. De aanbeveling is dat dit percentage kleiner moet zijn dan 20% (Wijnen et al., 2002). De minimale verwachte frequentie, die volgens de normen minstens 1 moet zijn(Wijnen et al., 2002), is hier 0,61. De klassen 40-49 jaar, 50-59 jaar en 60+ zijn onvoldoende aanwezig in de steekproefgrootte om met zekerheid te kunnen zeggen dat de koopverslaafden effectief in de jongere leeftijdsklassen voorkomen. In een volgende stap werden de leeftijdsklassen 50-59 jaar en 60+ samengenomen. In dit geval is de Pearson Chi-square 0,009 en zijn er dus wel significante verschillen tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van leeftijd.

6.6.4. Verdeling naar beroep²¹

beroep		niet		Totaal
		koopverslaafd	koopverslaafd	
voltijds werkzaam	Aantal	307	16	323
	% binnen beroep	95,00%	5,00%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	21,60%	17,40%	21,30%
deeltijds werkzaam	Aantal	76	2	78
	% binnen beroep	97,40%	2,60%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	5,30%	2,20%	5,20%
werkloos	Aantal	21	2	23
	% binnen beroep	91,30%	8,70%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	1,50%	2,20%	1,50%
gepensioneerd	Aantal	7	0	7
	% binnen beroep	100,00%	0,00%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	0,50%	0,00%	0,50%
Huisman/vrouw	Aantal	11	0	11
	% binnen beroep	100,00%	0,00%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	0,80%	0,00%	0,70%
student met eigen inkomen	Aantal	147	18	165
	% binnen beroep	89,10%	10,90%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	10,30%	19,60%	10,90%
student zonder eigen inkomen	Aantal	852	54	906
	% binnen beroep	94,00%	6,00%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	60,00%	58,70%	59,90%

Tabel 19: verdeling beroep binnen koopverslavingsgehalte

²¹ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 16



Grafiek 11: koopverslaving binnen beroep



Grafiek 12: beroep en koopverslaving

Uit bovenstaande grafieken kan worden afgeleid dat 10,90% van de studenten met eigen inkomen koopverslaafd is, en 8,70% van de werklozen. Een belangrijke vaststelling hier is dat hoewel de studenten zonder eigen inkomen het grootste deel van de steekproef innamen (59,90%), er in de categorie werklozen procentueel meer koopverslaafden zitten (8,70%) dan

in de categorie studenten zonder eigen inkomen (6%). De koopverslaafden bevinden zich vooral in de categorieën 'student zonder eigen inkomen' (58,70%) en 'student met eigen inkomen' (19,60%). Als ook hier de categorieën 'studenten' buiten beschouwing worden gelaten, bevinden de koopverslaafden zich vooral in het item 'voltijds werkzaam' (17,40%). Dit is maar 2% meer dan in de categorie 'studenten met eigen inkomen' die een dubbel zo groot aandeel in de steekproef vertegenwoordigt. De categorieën 'gepensioneerd' en 'huisman/vrouw' bevatten geen koopverslaafden maar ze vertegenwoordigen dan ook maar een klein deel van de steekproefgrootte in (1,20%).

	waarde
Pearson Chi-square	0,101
Cramer's V	0,084

Tabel 20: Chi-square en Cramer's V van beroep

De significantie van de Pearson Chi-square (0,101) is bij de onderverdeling volgens beroep groter dan 0,05. Dit wil zeggen dat de nulhypothese hier moet worden behouden. De veronderstelling dat de koopverslaafden vooral tot de studenten met/zonder eigen inkomen behoorden, is dus niet significant.

Hier dient wel te worden opgemerkt dat er niet voldoende waarnemingen gebeurd zijn om de analyse correct te kunnen uitvoeren. Vier cellen (28,6%) hebben een verwachte frequentie die kleiner is dan 5. De minimale verwachte frequentie hier is 0,43. De beroepsklassen 'deeltijds werkzaam', 'werkloos', 'gepensioneerd' en 'huisman-vrouw' zijn te weinig bevraagd om met zekerheid een uitspraak te kunnen doen over de relatie beroep en koopverslaving.

In een volgende stap werden enkel de beroepsklassen 'voltijds werkzaam', 'studente met eigen inkomen' en 'student zonder eigen inkomen' bekeken. Voor deze drie categorieën werd een Pearson Chi-Square vastgesteld van 0,029. In dit geval is zijn er wel significante verschillen op een significantieniveau van 5% ²² en bevinden de koopverslaafden zich vooral in de categorie 'studenten zonder eigen inkomen'.

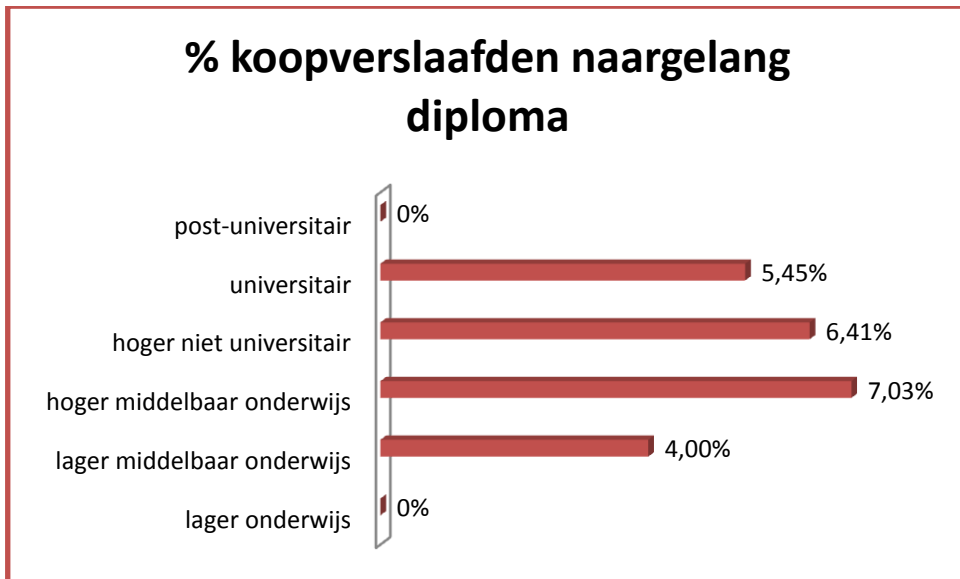
²² De volledige tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 16

6.6.5. Verdeling naar diploma²³

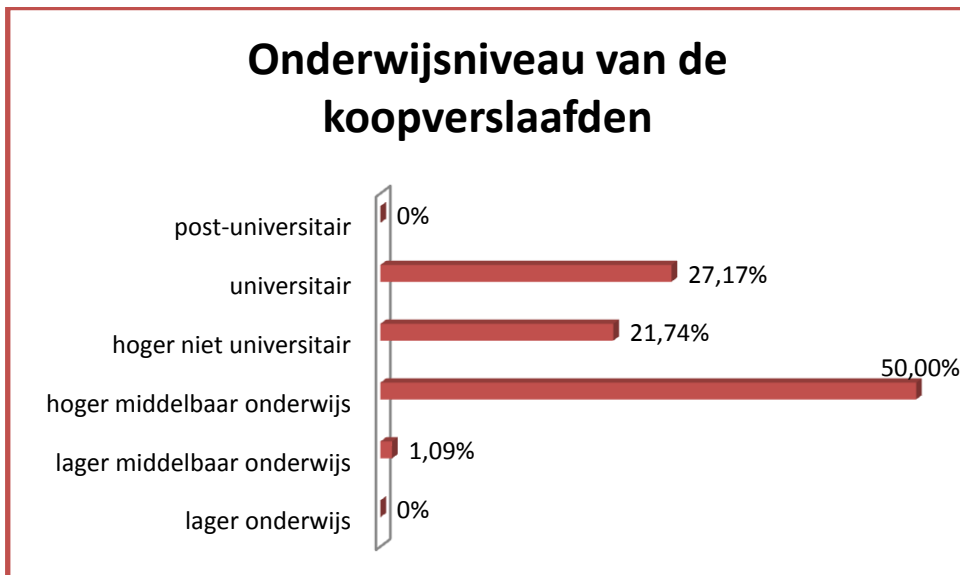
diploma		niet koopverslaafd	koopverslaafd	Totaal
lager onderwijs	Aantal	3	0	3
	% binnen diploma	100%	0%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	0,21%	0%	0,20%
lager middelbaar onderwijs	Aantal	24	1	25
	% binnen diploma	96,00%	4,00%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	1,69%	1,09%	1,65%
hoger middelbaar onderwijs	Aantal	608	46	654
	% binnen diploma	92,97%	7,03%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	42,79%	50,00%	43,23%
Hoger niet -universitair	Aantal	292	20	312
	% binnen diploma	93,59%	6,41%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	20,55%	21,74%	20,62%
universitair	Aantal	434	25	459
	% binnen diploma	94,55%	5,45%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	30,54%	27,17%	30,34%
post-universitair	Aantal	60	0	60
	% binnen diploma	100%	0%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	4,22%	0%	3,97%

Tabel 21: verdeling diploma binnen koopverslavingsgehalte

²³ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 17



Grafiek 13: koopverslaving binnen diploma



Grafiek 14: diploma en koopverslaving

Uit de bovenstaande grafieken kan worden afgelezen dat de categorieën ' hoger middelbaar onderwijs' en ' hoger niet-universitair' de meeste koopverslaafden bevatten, respectievelijk 7,03% en 6,41%. De categorie 'universitair' neemt een groter deel van de steekproef in (30,34%) dan de categorie ' hoger niet-universitair' (20,62%). Toch bevinden er zich procentueel minder koopverslaafden in de 'categorie' universitair dan in de categorie 'hoger niet-universitair', respectievelijk 5,45% en 6,41%.

De helft van de koopverslaafden behaalde als hoogste diploma het diploma van hoger middelbaar onderwijs. Daarna volgt de categorie 'universitair', die 27,17% koopverslaafden bevat. Deze 2 categorieën zijn ook het meest vertegenwoordigd in de steekproef, met respectievelijk 43,23% en 30,34%. Dit resultaat is niet verwonderlijk, aangezien de leeftijdsklassen 18-21 jaar en 22-24 jaar het meest vertegenwoordigd zijn, met respectievelijk 39,9% en 28,8%. Van de respondenten tussen 18 en 21 jaar is het hoogste diploma dat van hoger middelbaar onderwijs. Op de leeftijd van 22 jaar kan men al een universitair diploma hebben behaald.

	waarde
Pearson Chi-square	0,337
Cramer's V	0,061

Tabel 22: Chi-square en Cramer's V van diploma

De significantie van de Pearson Chi-square (0,337) is bij de verdeling naar diploma groter dan 0,05. Ook hier wordt dus de nulhypothese behouden en kan worden gesteld dat er geen significante verschillen zijn voor de verdeling naar diploma van de koopverslaafden. Een andere reden waarom deze veronderstelling moet worden genuanceerd is het feit dat er niet voldoende waarnemingen gebeurd zijn om de analyse correct te kunnen uitvoeren. Er zijn vier cellen (33,3%) die een verwachte frequentie hebben die kleiner is dan 5. Dit percentage is groter dan de aanbevelingsnorm van 20%. De minimale verwachte frequentie is in dit geval 0,18, een cijfer dat normaal gezien groter zou moeten zijn dan 1 (Wijnen et al., 2002).

In een volgende stap wordt het onderwijsniveau opgedeeld in drie klassen. De eerste klasse bevat het lager onderwijs, het lager middelbaar onderwijs en het hoger middelbaar onderwijs. De tweede klasse bevat enkel de categorie 'hoger niet-universitair' en de derde klasse tenslotte bestaat uit de categorieën 'universitair' en 'post-universitair'²⁴. Opnieuw wordt gekeken naar de significantie die in dit geval gelijk is aan 0,317. Dus ook al wordt het aantal klassen gereduceerd, nog zijn er geen significante verschillen terug te vinden tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden.

²⁴ De volledige tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 17

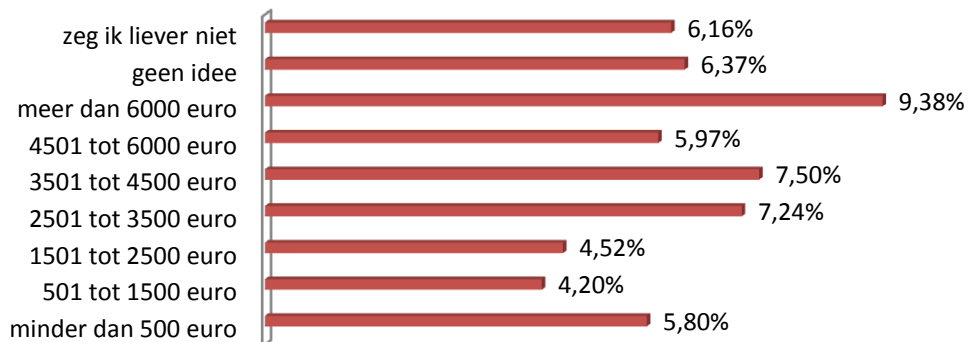
6.6.6. Verdeling naar inkomen²⁵

inkomen		niet koopverslaafd	koopverslaafd	Totaal
minder dan 500 euro	Aantal	130	8	138
	%binnen inkomen	94,20%	5,80%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	9,15%	8,70%	9,12%
501 tot 1500 euro	Aantal	114	5	119
	% binnen inkomen	95,80%	4,20%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	8,02%	5,43%	7,87%
1501 tot 2500 euro	Aantal	211	10	221
	% binnen inkomen	95,48%	4,52%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	14,85%	10,87%	14,61%
2501 tot 3500 euro	Aantal	141	11	152
	% binnen inkomen	92,76%	7,24%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	9,92%	11,96%	10,05%
3501 tot 4500 euro	Aantal	111	9	120
	% binnen inkomen	92,50%	7,50%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	7,81%	9,78%	7,93%
4501 tot 6000 euro	Aantal	63	4	67
	% binnnen inkomen	94,03%	5,97%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	4,43%	4,35%	4,43%
meer dan 6000 euro	Aantal	29	3	32
	% binnen inkomen	90,63%	9,38%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	2,04%	3,26%	2,12%
geen idee	Aantal	485	33	518
	% binnen inkomen	93,63%	6,37%	100%
	% binnnen koopverslavingsgehalte	34,13%	35,87%	34,24%
zeg ik liever niet	Aantal	137	9	146
	% binnen inkomen	93,84%	6,16%	100%
	% binnen koopverslavingsgehalte	9,64%	9,78%	9,65%

Tabel 23: verdeling inkomen binnen koopverslavingsgehalte

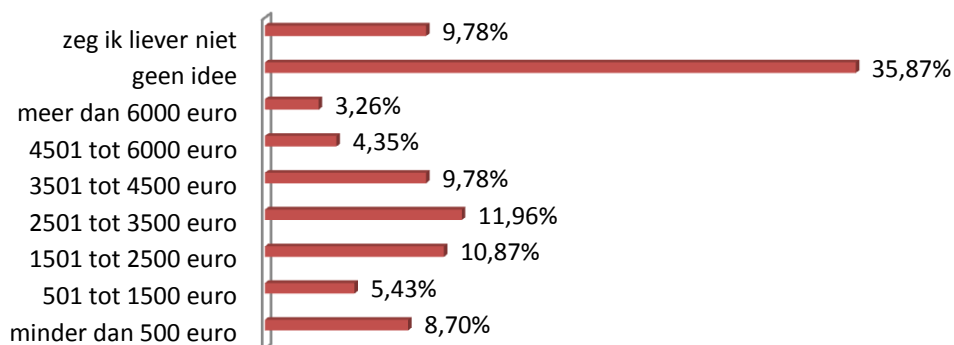
²⁵ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 18

% koopverslaafden in verschillende inkomensklassen



Grafiek 15: koopverslaving binnen inkomensklasse

tot welke inkomensklasse behoren de koopverslaafden



Grafiek 16: inkomensklasse en koopverslaving

Hoewel de inkomensklasse 'meer dan 6000 euro' maar 2,12% van de totale steekproef inneemt, kan uit de bovenstaande grafieken worden afgelezen dat er procentueel binnen deze klasse het meest koopverslaafden voorkomen (9,38%). En uit de tabel kan worden afgelezen dat 34,24% van de totale steekproef op deze vraag 'geen idee' heeft geantwoord. De oorzaak hiervoor kan liggen in het feit dat er in de vragenlijst werd gepeild naar het maandelijkse nettogezinsinkomen en dus niet naar het individuele inkomen. Bijgevolg kunnen er op basis van het maandelijkse netto-inkomen van koopverslaafden geen conclusies worden getrokken.

	waarde
Pearson Chi-square	0,924
Cramer's V	0,046

Tabel 24: Chi-square en Cramer's V van inkomensklasse

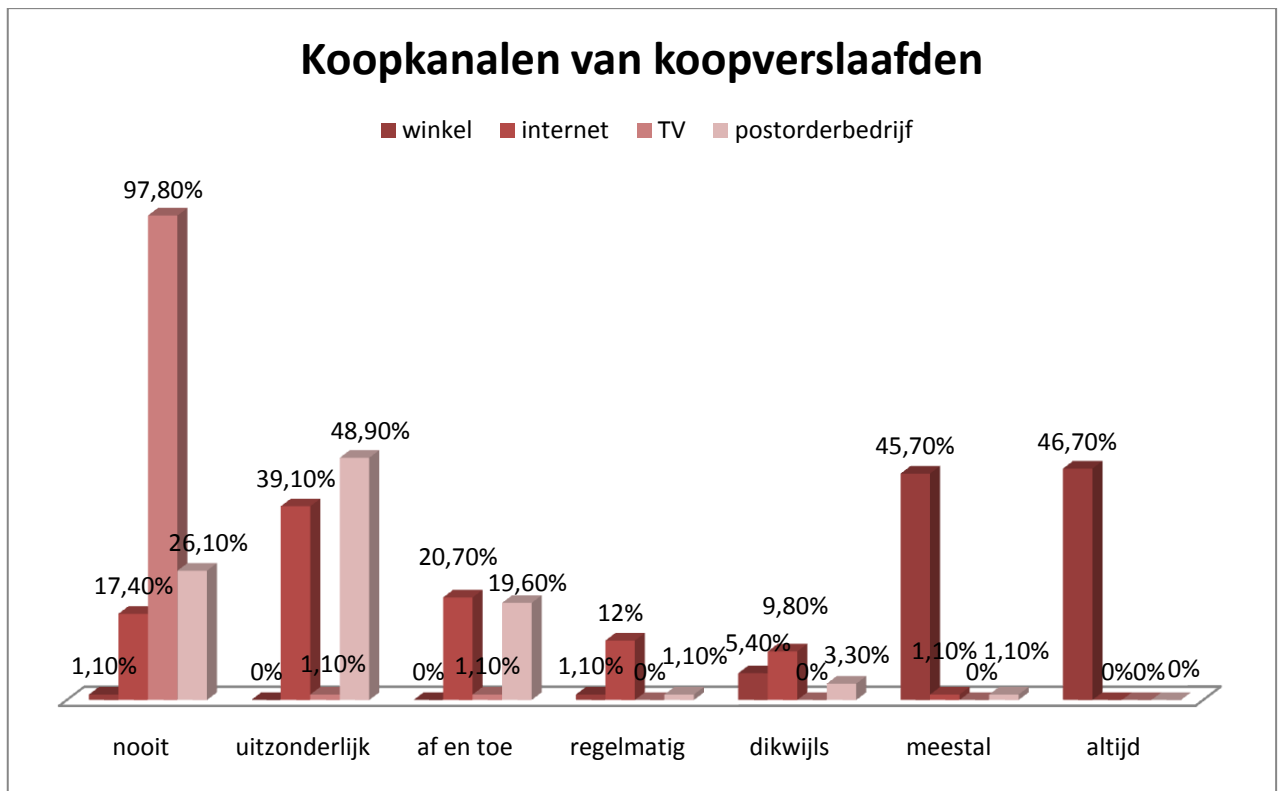
De significantie van de Pearson Chi-square (0,924) is bij de onderverdeling naar inkomensklasse groter dan 0,05. De nulhypothese die stelt dat er geen significante verschillen zijn, moet dus worden behouden. Er kan dus niet met zekerheid worden gezegd dat de koopverslaafden zich vooral in de inkomensklassen van 1501-2500 en van 2501-3500 bevinden. Hier waren wel voldoende waarnemingen om de analyse correct uit te kunnen voeren. Twee cellen (11,1%) hebben een verwachte frequentie die kleiner is dan 5. Dit percentage is kleiner dan de maximum norm van 20%. De minimale verwachte frequentie is in dit geval 1,95 en dit is boven de minimum norm van 1 (Wijnen et al., 2002).

6.6.7. Verdeling naar koopkanaal²⁶

Koopkanalen van koopverslaafden				
	winkel	internet	TV	postorderbedrijf
nooit	1,10%	17,40%	97,80%	26,10%
uitzonderlijk	0%	39,10%	1,10%	48,90%
af en toe	0%	20,70%	1,10%	19,60%
regelmatig	1,10%	12%	0%	1,10%
dikwijls	5,40%	9,80%	0%	3,30%
meestal	45,70%	1,10%	0%	1,10%
altijd	46,70%	0%	0%	0%

Tabel 25: koopkanalen van koopverslaafden

²⁶ De oorspronkelijke tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 19



Grafiek 17: koopkanalen van koopverslaafden

Zoals uit bovenstaande grafiek kan worden afgeleid, winkelen bijna alle koopverslaafden nooit via TV (97,80%). Bijna de helft van de koopverslaafden verricht hun aankopen altijd in de winkel (46,70%) en slechts uitzonderlijk via postorderbedrijven (48,90%). Bijna 40% (39,10%) winkelt uitzonderlijk via het internet. Er kan dus worden geconcludeerd dat het overgrote deel van de koopverslaafden meestal of altijd in een winkel koopt en dat bijna geen enkele koopverslaafde via TV zijn aankopen verricht. Per uitzondering doen de koopverslaafden hun aankopen via internet of postorderbedrijven.

6.7. Factoranalyse

Zoals hierboven reeds vermeld, wordt de relatie tussen compulsieve kopers en persoonlijkheid bekeken aan de hand van het analyseren van de mini-IPIP-schaal. Deze bestaat uit 20 items. Om de data overzichtelijker te maken werd er gekozen om op deze schaal een factoranalyse uit te voeren en zo de achterliggende dimensies te bepalen.

6.7.1. Het begrip factoranalyse

Een factoranalyse is een multivariabele analysetechniek die kan worden uitgevoerd in SPSS, met als doel de variabelen te herleiden tot een kleiner aantal achterliggende dimensies (Wijnen et al., 2002). Een factoranalyse mag theoretisch enkel worden uitgevoerd op variabelen van interval-of ratioschaal. De mini-IPIP-schaal bestaat echter uit een Likertschaal waardoor de gemeten variabelen eigenlijk van ordinaal niveau zijn. Onderzoek heeft wel uitgewezen dat het toepassen van een factoranalyse op ordinale schalen niet noodzakelijk onbetrouwbare resultaten oplevert (Wijnen et al. 2002). Het minimum aantal waarnemingen dat nodig is om een factoranalyse te mogen uitvoeren betreft 10 keer zoveel als er variabelen zijn, met een absoluut minimum van 100 respondenten. (Wijnen et al. 2002). In dit geval zijn er dus 200 respondenten nodig, aangezien er 20 stelling zijn. Met een steekproefgrootte van 1520 is dit minimum dus meer dan voldoende overschreden.

6.7.2. Hoe zinvol is factoranalyse voor dit onderzoek?²⁷

De zinvolheid van een factoranalyse wordt bepaald aan de hand van de correlatie. Als er voldoende correlatie tussen de variabelen is, wordt de factoranalyse zinvol geacht (Wijnen et al., 2002)

Er zijn drie verschillende methoden om inzicht te krijgen in de correlatie (Wijnen et al., 2002):

- De 'Bartlett test of sphericity': gaat uit van de nulhypothese dat de variabelen ongecorrleerd zijn.
- De anti-image correlatiematrix: hier wordt gekeken naar de waarden die op de MSA (Measures of Sampling Adequacy) liggen. Alle waarden die hoger zijn dan 0,50 worden als aanvaardbaar beschouwd en zullen bijgevolg niet worden verwijderd.

²⁷ De resultaten in SPSS zijn terug te vinden in bijlage 20

- De 'Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy': geeft een globale waarde weer voor de MSA. Deze moet ook groter zijn dan 0,50 om te worden aanvaard.

Volgens de 'Bartlett test of sphericity' zien we dat de significantie gelijk is aan 0,000, wat kleiner is dan 5%, waaruit volgt dat we de nulhypothese kunnen verwerpen. Met andere woorden, de variabelen zijn gecorreleerd. De laagste waarde die op de MSA ligt is 0,583, wat groter is dan 0,50. Dit wil zeggen dat geen enkele waarde moet worden verwijderd en dat ze allemaal als aanvaardbaar kunnen worden beschouwd. De globale waarde van de 'Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy' geeft een waarde weer van 0,724. Dit is ook hoger dan de minimumwaarde van 0,50, wat ook betekent dat alle waarden kunnen worden aanvaard.

De 3 verschillende methodes geven bijgevolg allemaal aan dat het uitvoeren van een factoranalyse inderdaad zinvol is.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity Sig.
0,724	0,000

Tabel 26: KMO en Bartlett's test

6.7.3. Gebruikte methode

Er bestaan verschillende technieken om een factoranalyse uit te voeren: 'Image factoring', 'Principal components', 'Principal axis factoring', etc. In dit onderzoek werd gekozen voor de 'Principal Components' methode, omdat deze het maximaal aandeel van de variantie verklaart (Wijnen et al. 2002). Om het aantal factoren te bepalen, geldt het criterium dat best het aantal factoren wordt gebruikt die een eigenwaarde groter dan 1 bezitten (Wijnen et al. 2002).

Bij het interpreteren van de gevonden factoren wordt vaak gekeken naar de rotatie van de verschillende factoren. Ook hiervoor bestaan verschillende methodes, zoals 'varimax', 'quartimax' en 'equamax'. In dit onderzoek werd gekozen voor de methode 'varimax', omdat deze het aantal variabelen die een hoge lading hebben op elk van de factoren minimaliseert. Dit maakt de interpretatie van de factoren eenvoudiger (Wijnen et al. 2002). Hoe hoger de absolute waarde van de getallen in de 'Rotated Component Matrix' hoe beter dit item de dimensie meet.

6.7.4. Factoranalyse mini-IPIP schaal²⁸

Aangezien de studie uitgevoerd door Donnellan et al. (2006) aantoont dat er maar 5 dimensies in de mini-IPIP-schaal gevonden zijn, wordt een factoranalyse uitgevoerd waarbij het aantal factoren manueel wordt ingegeven, namelijk 5. Hierdoor wordt 57,189% van de totale variantie verklaard. Uit die factoranalyse kan worden afgeleid dat er slechts over één item enige discussie bestaat. De vraag 'Ik ben doorgaans kalm' heeft niet zo'n hoge score en kan aan twee factoren worden toegeschreven, namelijk de dimensie extraversie en de dimensie emotionele instabiliteit, die ze eigenlijk zou moeten meten. Er werd dan ook getwijfeld of dit item uit de schaal zou worden verwijderd. Om verschillende redenen is dit echter niet gebeurd. Een eerste reden is omdat Saucier en Goldberg (2002, p43-44) stelden dat vier items het absolute minimum zijn voor een schaalengte. Een andere reden is de opstelling van de schaal. De schaal werd, zoals reeds vermeld, ontwikkeld om te dienen als een verkorte versie van de IPIP –schaal. Ze werd dan ook zodanig opgesteld dat er dus telkens 4 items waren per gemeten persoonlijkheidsdimensie en dat deze 4 items bestonden uit 2 negatieve en 2 positieve. Het is dan ook belangrijk hierbij op te merken dat de keuze voor de dimensies emotionele instabiliteit en openheid voor nieuwe ervaringen beperkt was. Emotionele instabiliteit bestond echter maar uit 2 negatieve items, waardoor het item 'Ik blijf doorgaans kalm' wel in de mini-IPIP moest worden opgenomen (Cooper et al. 2010). Ondanks de lage score en de overlapping met een andere dimensie verklaart ook dit waarom het item niet uit de schaal werd verwijderd. De resterende items behoren duidelijk tot slechts 1 van de 5 factoren. Aan de hand hiervan kunnen de factoren dan ook worden benoemd om zo de achterliggende dimensies weer te geven. Factor 1 meet de persoonlijkheidsdimensie extraversie en factor 2 emotionele instabiliteit. Factor 3 meet de persoonlijkheidsdimensie nauwgezetheid, factor 4 openheid voor nieuwe ervaringen en factor 5 ten slotte meet de persoonlijkheidsdimensie meegaandheid.

²⁸ De volledige factoranalyse in SPSS is terug te vinden in bijlage 21

	Extravert	Emotionele instabiliteit	Nauwgezetheid	Openheid	Meegaandheid
Ik praat niet veel.(r)	0,819	-0,020	0,049	0,014	0,120
Ik hou me op de achtergrond.(r)	0,819	-0,125	0,000	0,089	0,056
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	0,743	-0,065	0,062	-0,009	0,149
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	0,676	-0,081	-0,036	0,079	0,143
Ik ben doorgaans kalm.(r)	0,491	0,486	-0,033	-0,070	-0,027
Ik ben snel overstuur.	-0,025	0,788	-0,046	-0,121	0,058
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	-0,097	0,784	-0,086	0,059	-0,010
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	-0,159	0,689	0,012	0,096	0,018
Ik ben gesteld op orde.	-0,038	0,170	0,816	-0,095	0,010
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	-0,022	-0,030	0,768	-0,025	0,038
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	0,065	-0,337	0,668	0,041	0,102
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	0,054	-0,053	0,646	-0,047	0,103
Ik heb weinig fantasie. (r)	0,127	0,147	-0,026	0,739	0,175
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	-0,030	-0,089	-0,059	0,710	-0,002
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	-0,035	-0,299	0,055	0,707	-0,052
Ik heb een levendige verbeelding.	0,099	0,255	-0,116	0,697	0,089
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	0,053	0,098	0,063	0,030	0,769
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	0,244	-0,076	0,033	0,054	0,682
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	0,032	-0,051	0,020	-0,025	0,670
Ik voel andermans emoties aan.	0,128	0,090	0,140	0,141	0,656

Tabel 27: factoranalyse van de mini-IPIP schaal: rotated component matrix

Het item met de hoogste factorscore binnen een dimensie is het item dat de dimensie het best meet. 'Ik praat niet veel' is de variabele die de factor extravert het best bepaalt (0,819). De variabele 'ik ben snel overstuur' meet het best de factor emotionele instabiliteit (0,788). Wat de factor nauwgezetheid betreft heeft de variabele 'ik ben gesteld op orde' de hoogste factorscore (0,816). 'Ik heb weinig fantasie' bepaalt dan weer het best de factor openheid (0,739), en de variabele 'Ik leef/voel mee met andere hun gevoelens' scoort het hoogst voor de factor meegaandheid (0,769).

6.8. Betrouwbaarheidsanalyse van de verschillende factoren²⁹

In dit onderdeel wordt een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd op elke factor van de schaal die werd gebruikt om de persoonlijkheid te meten. Zo wordt gecontroleerd of de bijhorende items wel degelijk de respectievelijke factor meten. Dit gebeurt aan de hand van de Cronbach's Alpha.

6.8.1. Betrouwbaarheidsanalyse voor extraversie

extraversie	waarde
Cronbach's Alpha	0,803

Tabel 28: Cronbach's Alpha extraversie

Een Alpha –waarde van 0,803, groter dan 0,80, duidt hier op een heel goed resultaat. Het verwijderen van items om te Alpha-waarde te verhogen is hier overbodig. De waarde 0,803 geeft aan dat de 4 items die werden gebruikt voor het testen van de dimensie extravert sterk correleren en dus effectief deze dimensie meten.

²⁹ De resultaten in SPSS voor de betrouwbaarheidsanalyse van alle factoren zijn terug te vinden in de bijlage 22 tot en met 26

6.8.2. Betrouwbaarheidsanalyse voor emotionele instabiliteit

emotionele instabiliteit	waarde
Cronbach's Alpha	0,687

Tabel 29: Cronbach's Alpha emotionele instabiliteit

	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	0,550	0,566
Ik ben doorgaans kalm.(r)	0,296	0,721
Ik ben snel overstuur.	0,565	0,558
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	0,480	0,615

Tabel 30: Item-Total Statistics van emotionele instabiliteit

De Alpha-waarde is gelijk aan 0,687 en is dus gelegen tussen 0,60 en 0,80. Dit komt neer op een goed resultaat, maar met de optie om enkele items te elimineren om de Alpha-waarde te verhogen. De items die kunnen worden verwijderd zijn degene die laag scoren op vlak van 'Item-Total Correlation' en /of degene die hoog scoren op 'Alpha if Item Deleted' (Wijnen et al., 2002). In dit geval zou het item 'ik ben doorgaans kalm' kunnen worden verwijderd. Er wordt hier echter gekozen om geen items te verwijderen vanwege de opstelling en het doel van deze opstelling van de mini-IPIP-schaal.³⁰

6.8.3. Betrouwbaarheidsanalyse voor nauwgezetheid

nauwgezetheid	waarde
Cronbach's Alpha	0,710

Tabel 31: Cronbach's Alpha nauwgezetheid

³⁰ Zie punt 6.7.4. Factoranalyse mini-IPIP schaal

	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	0,422	0,691
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	0,528	0,634
Ik ben gesteld op orde.	0,583	0,593
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	0,479	0,662

Tabel 32: Item-Total Statistics van nauwgezetheid

De Alpha-waarde van 0,710 is gelegen tussen 0,60 en 0,80. Dit wijst alweer op een goed resultaat, maar met de optie om items te verwijderen om de Alpha-waarde te verhogen. In dit geval zou het item 'Aan klusjes/taken begin ik meteen' kunnen worden verwijderd. Dit vanwege de lage waarde op 'Corrected Item-Total Correlation' en een hoge waarde op 'Alpha if Item Deleted'. Maar om dezelfde reden als hierboven vermeld wordt dit niet gedaan.³¹

6.8.4. Betrouwbaarheidsanalyse voor openheid

openheid	waarde
Cronbach's Alpha	0,691

Tabel 33: Cronbach's Alpha van openheid

	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik heb een levendige verbeelding.	0,472	0,629
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	0,453	0,641
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	0,438	0,649
Ik heb weinig fantasie.(r)	0,540	0,586

Tabel 34: Item-Total Statistics van openheid

³¹ Zie punt 6.7.4. Factoranalyse mini-IPIP schaal

De Alpha-waarde van 0,691 is gelegen tussen 0,60 en 0,80. Dit wijst op een goed resultaat, maar met de optie om items te verwijderen met als bedoeling de Alpha-waarde te verhogen. Hier komt het item 'ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen' in aanmerking om te worden verwijderd. Ook hier wordt dit niet gedaan.³²

6.8.5. Betrouwbaarheidsanalyse voor meegaandheid

meegaandheid	waarde
Cronbach's Alpha	0,662

Tabel 35: Cronbach's Alpha van meegaandheid

	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	0,499	0,569
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	0,399	0,646
Ik voel andermans emoties aan.	0,422	0,609
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	0,491	0,563

Tabel 36: Item-Total Statistics van meegaandheid

De Alpha-waarde van 0,662 is gelegen tussen 0,60 en 0,80. Dit wijst op een goed resultaat, maar met de optie om items te verwijderen met als bedoeling de Alpha-waarde te verhogen. Hier komt het item 'ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen'. in aanmerking om te worden verwijderd. Maar om dezelfde reden als vermeld in punt 6.7.4. wordt het item hier behouden.

³² Zie punt 6.7.4. Factoranalyse mini-IPIP schaal

6.9. Testen van de hypothesen

6.9.1. Normaal verdeling (Kolmogorov Smirnov)³³

De Kolmogorov Smirnovtest is een statistische test die kan worden uitgevoerd om te bepalen of de gegevens al dan niet normaal verdeeld zijn. De nulhypothese waarvan in deze test wordt uitgegaan, stelt dat de gegevens normaal verdeeld zijn. Wanneer een significantie wordt gevonden die kleiner is dan 0,05 moet de nulhypothese worden verworpen. Er kan dan met minimum 95% zekerheid worden gesteld dat de variabelen niet normaal verdeeld zijn. In het omgekeerde geval mag ervan worden uitgegaan dat de variabelen normaal verdeeld zijn (Wijnen et al., 2002)

Dit heeft verder gevolgen voor het bepalen van welke test er mag worden uitgevoerd om de hypothesen te testen. Er mag enkel een T-test worden uitgevoerd als de gegevens normaal verdeeld zijn. In het andere geval moet worden overgegaan naar een Mann-Whitneytest.

Vooraleer wordt overgegaan tot het uitvoeren van deze testen in SPSS, werd eerst een nieuwe variabele aangemaakt voor elke van de factoren via de 'compute' functie in SPSS. Voor het berekenen van deze nieuwe variabelen werden de scores op de 4 vragen, die telkens betrekking hadden op 1 van de 5 factoren, opgeteld en gedeeld door 4.

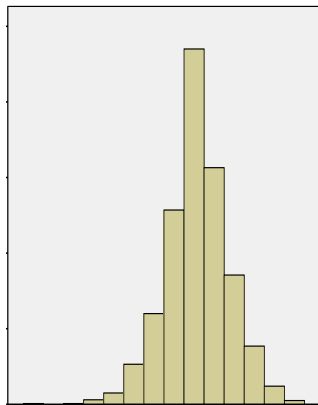
	Kolmogorov - Smirnov	Sig. (2-tailed)
extravert	4,279	0,000
emotionele instabiliteit	3,088	0,000
nauwgezetheid	3,816	0,000
openheid	4,042	0,000
meegaandheid	6,024	0,000

Tabel 37: Kolmogorov - Smirnov test

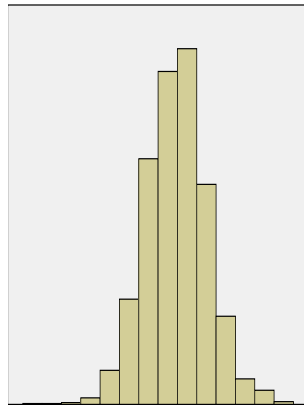
Zoals in bovenstaande tabel kan worden afgelezen, is de significantie voor elke factor (0,000) kleiner dan 0,05. Hieruit kan dus worden besloten dat de 5 dimensies niet normaal verdeeld zijn. Dit brengt met zich mee dat voor elke factor een Mann-Whitneytest zou moeten worden uitgevoerd voor het controleren van de hypothesen. Als echter naar onderstaande

³³ De Kolmogorov Smirnov test in SPSS is terug te vinden in bijlage 27

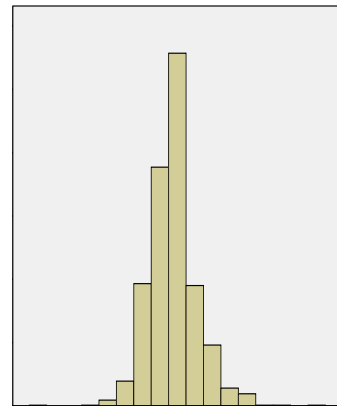
grafieken wordt gekeken, zien we voor elke factor wel een normaalverdeling. Daarenboven heeft elk van de factoren ook een 'Skewness' die kleiner is dan 1, wat ook wijst op een normaalverdeling³⁴. Er wordt hier dus geopteerd om ervan uit te gaan dat de gegevens toch normaal verdeeld zijn en T-testen te gebruiken om de hypothesen te toetsen.



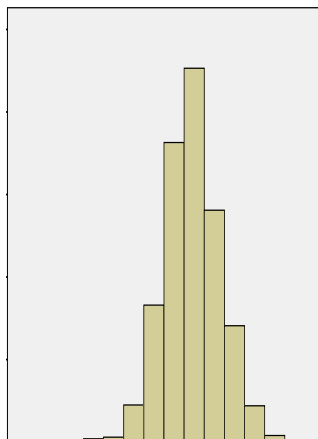
Grafiek 18: histogram
emotionele instabiliteit



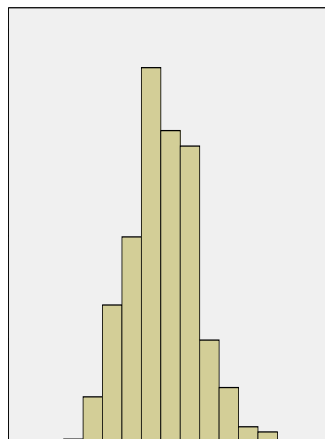
Grafiek 19: histogram
nauwgezetheid



Grafiek 20: histogram
meegaandheid



Grafiek 21: histogram extraversie



Grafiek 22: histogram openheid

	Skewness
emotionele instabiliteit	0,063
nauwgezetheid	0,063
meegaandheid	0,063
extraversie	0,063
openheid	0,063

Tabel 38: Skewness van factoren

³⁴ De volledige grafieken en tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 27

6.9.2. T-testen³⁵

Een T-test dient om te zoeken of er al dan niet systematische verschillen zijn tussen 2 variabelen (Wijnen et al., 2002). In dit geval wordt gekeken of er dus significante verschillen bestaan tussen compulsieve kopers en niet-compulsieve kopers op elke van de vijf dimensies van persoonlijkheid. De T-test gaat ervan uit dat beide deelgroepen ongeveer even groot zijn. Of dit zo is, wordt getest door middel van de Levene's test. De nulhypothese van deze test zegt namelijk dat de varianties gelijk zijn. Als de significantie gevonden onder deze Levene's test kleiner is dan 0,05, dan wordt de nulhypothese verworpen en zijn de varianties dus niet gelijk verdeeld. Dit wil zeggen dat we in de onderste rij van de 'independent samples test' moeten kijken voor de interpretatie, namelijk deze die ervan uitgaat dat de varianties niet gelijk verdeeld zijn. Als de significantie groter is dan Alpha, vindt het omgekeerde plaats (Wijnen et al., 2002).

6.9.2.1. Factor extraversie

Deze factor heeft betrekking op de eerste hypothese die stelt dat, hoe hoger mensen scoren op vlak van extraversie, hoe groter de neiging om compulsief koopgedrag te vertonen.

		aantal	gemiddelde (M)
extraversie	niet koopverslaafd	1421	3,353
	koopverslaafd	92	3,731

Tabel 39: T- test extraversie

		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
extraversie	gelijke varianties	2,464	0,117	0,000
	niet gelijk varianties			0,000

Tabel 40: Levene's test extraversie

Het gemiddelde van de koopverslaafden (M=3,731) ligt hoger dan het gemiddelde van de niet-koopverslaafden (M= 3,353). De significantiewaarde bij de Levene's test (0,117) is groter dan 0,05. Dit wijst erop dat de varianties tussen de verschillende groepen gelijk zijn. In de tabel wordt er dus gekeken naar de resultaten wanneer de varianties gelijk verdeeld zijn. Hier vinden we een significantiewaarde (0,000) die kleiner is dan 0,05. Hieruit kan worden besloten dat er significante verschillen zijn tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van

³⁵ De volledige tabellen in SPSS zijn te vinden in bijlage 28

extraversie.

Deze analyse bevestigt dus de eerste hypothese die stelt dat koopverslaafden een grotere mate van extraversie vertonen.

6.9.2.2. *Factor emotionele instabiliteit*

Deze factor heeft betrekking op de tweede hypothese die stelt dat hoe meer emotioneel instabiel iemand is, hoe groter dan kans om compulsief koopgedrag te vertonen.

		aantal	gemiddelde (M)
emotionele instabiliteit	niet koopverslaafd	1421	2,735
	koopverslaafd	92	3,038

Tabel 41: T- test emotionele instabiliteit

		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
emotionele instabiliteit	gelijke varianties	1,904	0,168	0,000
	niet gelijk varianties			0,000

Tabel 42: Levene's test emotionele instabiliteit

Het gemiddelde van de koopverslaafden ($M=3,038$) ligt hoger dan het gemiddelde van de niet-koopverslaafden ($M= 2,735$). De significantiewaarde bij de Levene's test (0,168) is groter dan 0,05. Opnieuw wordt er dus gekeken naar de resultaten wanneer de varianties gelijk zijn verdeeld. Hier vinden we een significantiewaarde (0,000) die kleiner is dan 0,05. Er kan dus worden besloten dat er significante verschillen zijn tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van emotionele instabiliteit. Ook de tweede hypothese wordt door deze analyse bevestigd, koopverslaafden zijn emotioneel instabieler dan niet-koopverslaafden.

6.9.2.3. Factor nauwgezetheid

Deze factor is gekoppeld aan hypothese drie, die ervan uitgaat dat hoe nauwgezet iemand is, hoe kleiner de neiging om compulsief koopgedrag te vertonen.

		aantal	gemiddelde (M)
nauwgezetheid	niet koopverslaafd	1421	3,401
	koopverslaafd	92	3,250

Tabel 43: T-test nauwgezetheid

		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
nauwgezetheid	gelijke varianties	7,674	0,006	0,060
	niet gelijk varianties			0,109

Tabel 44: Levene's test nauwgezetheid

Het gemiddelde van de koopverslaafden (M=3,250) ligt lager dan het gemiddelde van de niet-koopverslaafden (M= 3,401). De significantiewaarde bij de Levene's test (0,006) is kleiner dan 0,05. De nulhypothese die stelt dat de varianties gelijk verdeeld zijn, moet hier worden verworpen. In de tabel wordt dus gekeken naar de resultaten wanneer de varianties niet gelijk verdeeld zijn. Hier is een significantiewaarde (0,109) te vinden die groter is dan 0,05. Er zijn dus geen significante verschillen tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van nauwgezetheid. Hypothese 3, die stelt dat koopverslaafden minder nauwgezet zijn dan niet-koopverslaafden wordt door deze analyse niet ondersteund.

6.9.2.4. Factor openheid voor nieuwe ervaringen

De factor openheid is gelinkt aan hypothese vier die stelt dat hoe opener iemand staat voor nieuwe ervaringen, hoe groter de kans om compulsief koopgedrag te vertonen.

		aantal	gemiddelde (M)
openheid	niet koopverslaafd	1421	3,744
	koopverslaafd	92	3,516

Tabel 45: T-test openheid

		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
openheid	gelijke varianties	0,032	0,859	0,001
	niet gelijk varianties			0,001

Tabel 46: Levene's test openheid

Het gemiddelde van de koopverslaafden ($M=3,516$) ligt lager dan het gemiddelde van de niet-koopverslaafden ($M= 3,744$). De significantiewaarde bij de Levene's test ($0,859$) is groter dan $0,05$. Dit wijst erop dat de varianties tussen de verschillende groepen gelijk zijn. In de tabel wordt er dus gekeken naar de resultaten wanneer de varianties gelijk verdeeld zijn. Hier vinden we een significantiewaarde ($0,001$) die kleiner is dan $0,05$. Hieruit kan worden besloten dat er significante verschillen zijn tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van openheid. Uit deze analyse blijkt dat niet-koopverslaafden opener zijn dan koopverslaafden. Dit is echter in tegenstelling tot het uitgangspunt van hypothese vier die stelt dat koopverslaafden opener zijn.

6.9.2.5. Factor meegaandheid

De factor meegaandheid heeft betrekking op hypothese vijf, die ervan uitgaat dat hoe meegaander iemand is, hoe groter de kans om compulsief koopgedrag te vertonen.

		aantal	gemiddelde (M)
meegaandheid	niet koopverslaafd	1421	4,004
	koopverslaafd	92	4,169

Tabel 47: T-test meegaandheid

		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
meegaandheid	gelijke varianties	1,909	0,167	0,004
	niet gelijk varianties			0,000

Tabel 48: Levene's test meegaandheid

Het gemiddelde van de koopverslaafden ($M= 4,169$) ligt hoger dan het gemiddelde van de niet-koopverslaafden ($M= 4,004$). De significantiewaarde bij de Levene's test ($0,167$) is groter dan $0,05$. De varianties zijn dus gelijk verdeeld tussen de verschillende groepen. In de tabel wordt er hiervoor een significantiewaarde ($0,004$) gevonden die kleiner is dan $0,05$. Er zijn dus significante verschillen tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van meegaandheid. Deze analyse bevestigt hypothese vijf, die ervan uitgaat dat koopverslaafden meegaander zijn dan niet-koopverslaafden.

7. Conclusie

7.1. Algemeen

Het doel van deze masterproef was het onderzoeken van variabelen die een invloed kunnen uitoefenen op het ontwikkelen van compulsief koopgedrag. Compulsief koopgedrag wordt in de literatuur omschreven als het herhaaldelijk plegen van aankopen als reactie op negatieve gevoelens (O'Guinn en Faber, 1989a). Eerst werd gekeken hoe variabelen als gezinssituatie, materialistische waarden en kredietkaartgebruik inspeelden op dit koopgedrag.

Een ontwrichte gezinssituatie kan om verschillende redenen aan de basis liggen van het ontwikkelen van compulsief koopgedrag. Verstoringen van de gezinssituatie, door bijvoorbeeld echtscheidingen, kunnen leiden tot het vertragen van de ontwikkeling van menselijk kapitaal. Deze vertraagde of verstoorde ontwikkeling beïnvloedt het impulsieve gedrag, wat kan leiden tot het ontwikkelen van een verslaving (Pechman et al., 2005). Ook de stressfactor die veranderingen in het gezinsleven met zich meebrengt, kan een oorzaak zijn voor het vertonen van compulsief koopgedrag (Hill et al., 2001). Het ontbreken van ouderlijk toezicht, dat een gevolg zou kunnen zijn van echtscheidingen, kan ervoor zorgen dat een kind bepaalde sociale waarden en normen niet aanleert en op die manier maatschappelijk ongewenst gedrag vertoont, zoals bijvoorbeeld compulsief koopgedrag (Uhlenberg et al., 2003).

Ook materialisme en de materialistische waarden die een persoon bezit, staan in relatie met compulsief koopgedrag. Uit onderzoek blijkt dat mensen die materialistisch ingesteld zijn eigenschappen bezitten zoals een laag zelfbeeld, lage tevredenheid met bezittingen en een lage tevredenheid met het leven in het algemeen (Burroughs en Reindfleisch, 2002). Deze negatieve gevoelens worden dan als het ware 'weggekocht' in de hoop dat het bezitten van bepaalde materiële zaken het zelfbeeld en de tevredenheid zal opkrikken.

Ook een relatie tussen het bezit van een kredietkaart en compulsief koopgedrag kan worden vastgesteld. Het bezit van een kredietkaart kan zowel een oorzaak als een gevolg zijn. Enerzijds brengt de mogelijkheid tot betalen met een kredietkaart een grotere mate van onvoorzichtigheid met zich mee en een gebrek aan controle over financiële uitgaven (Livingstone en Lunt, 1992). Dit gebrek aan controle is tevens een kenmerk van personen met dwangmatig koopgedrag. Anderzijds kunnen compulsieve kopers kredietkaarten zien als een

extra middel om geld uit te geven en dingen aan te kopen (McElroy et al., 1994). De relatie tussen compulsief koopgedrag en de variabelen gezinssituatie, materialistische waarden en kredietkaartgebruik werd reeds in de literatuur bewezen.

Er kan echter nog een vierde variabele worden bepaald die in relatie staat met compulsief koopgedrag, nl. persoonlijkheid. In de literatuur wordt persoonlijkheid omschreven als een verzameling van kenmerken (bijvoorbeeld verlegen, creatief, spontaan,...), uniek aan een persoon (McAdams en Pals, 2006). De relatie tussen persoonlijkheidskenmerken en compulsief koopgedrag werd eerder in de literatuur al onderzocht, maar er bestaat geen eensgezindheid over. Om die reden vormt de relatie tussen persoonlijkheid en compulsief koopgedrag dan ook het onderwerp van het onderzoek in deze masterproef, in de hoop dat de tegenstrijdigheden op die manier enigszins kunnen worden weggewerkt.

Het kwantitatieve onderzoek werd uitgevoerd aan de hand van een online vragenlijst. In totaal werd er gewerkt met een database van 1513 respondenten, waarvan 429 mannen en 1084 vrouwen. Van die 1513 respondenten waren er 92 koopverslaafden of 6% van het totale aantal respondenten.

Als een profiel zou worden opgesteld van een koopverslaafde op basis van de socio-demografische gegevens van deze steekproef zou dit er als volgt uitzien: koopverslaafden zijn vooral vrouwelijke studenten, zonder eigen inkomen, die zich in de leeftijdscategorie 18 tot 21 jaar bevinden. Op vlak van diploma en inkomen kunnen geen besluiten worden getrokken, omdat hiervoor geen significante verschillen zijn vastgesteld.

Om te meten of iemand al dan niet koopverslaafd is, werd in de vragenlijst gebruikgemaakt van de recent ontwikkelde meetschaal opgesteld door Nancy M. Ridgway. Deze schaal is tot nu toe de enige schaal die rekening houdt met zowel de compulsieve als de impulsieve dimensie van het kopen en die niet zuiver het financiële aspect meet. De mini-IPIP (International Personality Item Pool)-schaal werd in het onderzoek gebruikt om de persoonlijkheid te meten. Deze schaal bestaat uit 20 items en werd zodanig opgesteld dat er telkens 4 items zijn die een bepaalde persoonlijkheidsdimensie meten. De mini-IPIP-schaal meet dus de persoonlijkheid op basis van 5 dimensies, nl. extraversie, emotionele instabiliteit, nauwgezetheid, openheid en meegaandheid. Op basis van deze dimensies werden dan ook vijf hypotheses opgesteld en getest.

Extraversie beschrijft de mate waarin mensen assertief zijn, actief, spraakzaam en enthousiast. Mensen die hoog scoren op vlak van extraversie vertonen een hoge mate van impulsiviteit en zoeken vaak spanning en stimulatie (Costa en McCrae, 1992). Er werd in het onderzoek dan ook uitgegaan van de veronderstelling dat koopverslaafden hoger scoorden op vlak van extraversie dan niet-koopverslaafden (hypothese 1). Mowen en Spears (1999) vonden reeds een positieve relatie tussen extraversie en compulsief koopgedrag via de variabele nood aan opwinding. Deze positieve relatie wordt tijdens de analyse van het onderzoek ook bevestigd. Ook Balabanis (2001) vond deze positieve relatie terug. Extraversie was dan ook de enige persoonlijkheidsdimensie waarover in de literatuur geen discussie was. Koopverslaafden zijn dus extraverter dan niet-koopverslaafden.

Mensen met een hoge emotionele instabiliteit hebben een grotere neiging om angstgevoelens en gevoelens van depressie te ontwikkelen. Bovendien hebben emotionele mensen een laag zelfbeeld (Costa en McCrae, 1992). In dit onderzoek werd dan ook uitgegaan van een positieve relatie tussen emotionele instabiliteit en compulsief koopgedrag (hypothese 2). Mowen en Spears (1999) vonden reeds een positief verband tussen deze twee variabelen en dit verband wordt ook bevestigd in de analyse van dit onderzoek.

De persoonlijkheidsdimensie nauwgezetheid wordt dan weer gekoppeld aan karaktertrekken zoals verantwoordelijk zijn, gedisciplineerd en georganiseerd zijn. Mensen die hoog scoren op vlak van nauwgezetheid overwegen zorgvuldig de consequenties van elke actie die ze ondernemen (Costa en McCrae, 1992). Er wordt dus een negatieve relatie verwacht tussen nauwgezetheid en compulsief koopgedrag (hypothese 3). Ook Mowen en Spears (1999) vonden een negatieve link met compulsief koopgedrag op vlak van nauwgezetheid. In dit onderzoek werden echter geen significante verschillen gevonden tussen koopverslaafden en niet-koopverslaafden op vlak van nauwgezetheid. Er kan worden uitgegaan van het feit dat als mensen problemen hebben met het onder controle houden van hun aankopen ze een gebrek aan organisatie en nauwkeurigheid hebben in hun dagelijkse leven (Mowen en Spears, 1999). Dit kan echter op basis van het onderzoek niet met zekerheid worden beweerd.

Mensen die open staat voor nieuwe ervaringen blijken nood te hebben aan variatie, hebben een brede waaier van interesses en zijn nieuwsgierig (Balabanis, 2001). Er wordt dan ook uitgegaan van de veronderstelling dat koopverslaafden een grotere mate van openheid

vertonen (hypothese 4). Mowen en Spears (1999) vonden reeds een positieve relatie tussen openheid en compulsief koopgedrag via de variabele nood aan opwinding. In dit onderzoek werd echter een negatieve relatie gevonden tussen openheid en compulsief koopgedrag. Dit sluit aan bij de reeds gevonden relaties door Balabanis(2001).

Op vlak van meegaandheid werd in dit onderzoek uitgegaan van een positieve relatie met compulsief koopgedrag (hypothese 5). Mowen en Spears (1999) vonden reeds een positief verband tussen deze twee variabelen en gingen ervan uit dat compulsief koopgedrag kan worden geassocieerd met eigenschappen zoals vriendelijk zijn, oprecht en sympathiek zijn. Ook in dit onderzoek werd het positieve verband tussen meegaandheid en compulsief koopgedrag bevestigd.

Er kan dus worden geconcludeerd dat drie van de vijf hypotheses werden bevestigd. Zowel extraversie en emotionele instabiliteit als meegaandheid hebben een positieve relatie met compulsief koopgedrag. Dit wordt in de literatuur ondersteund door Mowen en Spears (1999). Tussen openheid en compulsief koopgedrag werd een negatief verband gevonden. Deze relatie wordt in de literatuur ondersteund door Balabanis (2001). Voor de persoonlijkheidsdimensie nauwgezetheid werd geen significante relatie gevonden met compulsief koopgedrag.

Het profiel van koopverslaafden met betrekking tot hun persoonlijkheid kan op basis van de resultaten in dit onderzoek omschreven worden als: koopverslaafden zijn extravert, emotioneel instabieler en meegaander dan niet-koopverslaafden en staan minder open voor nieuwe ervaringen.

7.2. Beperkingen

Zoals in elk onderzoek doen zich ook hier enkele beperkingen voor. Hiermee moet rekening worden gehouden bij de interpretatie van de gegevens. Deze beperkingen kunnen ook worden gebruikt als aanbevelingen naar verder onderzoek toe.

De verdeling volgens geslacht was in deze steekproef niet representatief volgens de cijfers van het NIS. Er waren meer vrouwen dan mannen die de enquête hebben ingevuld. Als naar de leeftijd van de respondenten wordt gekeken zijn de categorieën 18 tot 21 jaar en 22 tot 24 te sterk vertegenwoordigd tegenover de rest van de leeftijdsklassen. De oorzaak hiervan ligt bij

het feit dat de enquête door heel veel studenten is ingevuld. Voor wat het diploma betreft zijn er geen significante verschillen te vinden, ook al worden de klassen gereduceerd van zes naar drie.

Wat de inkomensverdeling betreft werd in de vragenlijst gepeild naar het maandelijks netto-gezinsinkomen, waardoor geen conclusies konden worden getrokken voor het inkomen van koopverslaafden.

Tot slot nog een aanbeveling tot verder onderzoek. Het internet is gedurende de jaren een belangrijk medium geworden dat niet meer weg te denken is uit het dagelijkse leven. Ook hier wordt er vastgesteld dat bijna 10% van de koopverslaafden dikwijls een aankoop doet via het internet en 20% van de koopverslaafden af en toe. Er kan dus onderzocht worden of dit medium het aantal koopverslaafden doet stijgen, en of deze koopverslaafden over dezelfde persoonlijkheidskenmerken beschikken.

8. Literatuurlijst

A. WETENSCHAPPELIJKE BRONNEN

- 1) Abeles, R.P., Steel, L. and Wise, L.L. (1980). Patterns and implications of life course organization: studies from project talent. *Life-Span Development and Behavior*, 3, 308-339.
- 2) Balabanis, G. (2001). The relationship between lottery ticket and scratch-card buying behavior, personality and other compulsive behaviours. *Journal of Consumer Behaviour*, 2, nr. 1, 7-22.
- 3) Baltes, P.B. and Baltes, M.M. (1990). Psychological perspectives on successful aging: a model of selective optimization and compensation. *Successful Aging*, 1-34.
- 4) Baumeister, R.F. (2002). Yielding to temptation: self-control failure, impulsive purchasing and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28, 670-676.
- 5) Bearden, W.O. and Netemeyer, R.G. (1999). *Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
- 6) Benmoyal-Bouzaglo, S. and Moschis, G.P. (2009). The effects of family structure and socialization influences on compulsive consumption: a life course study in France. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 49-57.
- 7) Black, D.W. (1996). Compulsive buying: A review. *Journal of Clinical Psychiatry*, 57, nr. 8, 50-55.
- 8) Black, D.W., Repertinger, S.G., Gaffney, G.R. and Gabel, J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: Preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*, 155, nr. 7, 960-963.
- 9) Black, Donald. (2001). Compulsive Buying Disorder: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management, *CNS Drugs*, 15, nr. 1, 17-27.
- 10) Burroughs, J.E. and Rindfleisch, A. (2002). Materialism and well-being: a conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 29, 348-370.
- 11) Christenson, Gary A., Faber, Ronald J., De Zwaan, M., Raymond, Nancy C., Specker, Sheila M., Eckern, Michael D., Mackenzie, Thomas B., Crosby, Ross D., Crow, Scott J., Eckert, Elke D., Mussell, Melissa P. and Mitchell, James E. (1994). Compulsive Buying: Descriptive Characteristics and Psychiatric Comorbidity. *Journal of Clinical Psychiatry*, 55, 5-11.
- 12) Cook, M., McHenry, R. and Leigh, V. (1998). Personality and the National Lottery. *Personality and Individual Differences*, 25, nr. 1, 49-56.
- 13) Coombs, Robert H. (2004). *Handbook of Addictive Disorders: A Practical Guide to Diagnosis and Treatment*, Inc NetLibrary, John Wiley and Sons, p.411.
- 14) Cooper, A.J., Smillie, L.D., Corr, P.J. (2010). A confirmatory factor analysis of the mini-IPIP five-factor model personality scale. *Personality and Individual Differences*, 48, 688-691.
- 15) Costa, P.T. and McCrae, R.R. (1992). Normal Personality Assessment in Clinical Practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 5, 5-13.

- 16) Costa, P.T., Jr. and McCrae, R.R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI): professional Manual*, Odessa Florida, Psychological Assessment Resources Inc.
- 17) Curran, P.J., West, S.G. and Finch, J.F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1, nr. 1, 16-29.
- 18) D'Astous, A. (1990). An Inquiry into the Compulsive Side of Normal Consumers, *Journal of Consumer Policy*, 13, nr. 1, 15-32.
- 19) D'Atous, A., Maltais, J. and Roberge, C. (1990). Compulsive Buying Tendencies of Adolescent Consumers, *Advances in Consumer Research*, 17, nr. 1, 306-312.
- 20) De Jong Gierveld, J. and Dykstra, P.A. (1993). Life transitions and the network of personal relationships: theoretical and methodological issues. *Advances in Personal Relationships*, 4, 195-227.
- 21) DeNeve, K.M. and Cooper, H. (1998). The happy personality: a meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124, 197-229.
- 22) DeSarbo, W. and Edwards, E. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5, 231-262.
- 23) Diener, E., Suh, E.M., Lucas, R.E. and Smith, H.L. (1999). Subjective well-being: three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- 24) Dittmar, H., Beattie, J. and Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta Psychologica*, 93, 187-206.
- 25) Dittmar, H. and Drury, J. (2000). Self-image – is it in the bag? A qualitative comparison between 'ordinary' and 'excessive' consumers. *Journal of Economic Psychology*, 21, 109-142.
- 26) Dittmar, Helga., Long, K. and Meek, R. (2004). Buying on the Internet: Gender Differences in Online and Conventional Buying Motivations, *Sex Roles*, 50, nr. 5/6, 423-444.
- 27) Dittmar, H. and Halliwell, H. (2008). *Consumer culture, identity and well-being*, East Sussex, psychology press.
- 28) Donnellan, M.B., Oswald, Frederick L., Baird, B.M. and Lucas, R.E. (2006). The Mini-IPIP Scales: Tiny-Yet-Effective Measures of the Big Five Factors of Personality. *Psychological Assessment*, 18, nr. 2, 192-203.
- 29) Elder, G.H. Jr, George, L.K. & Shanahan, M.J. (1996) *Psychosocial stress over the life course*. In *Psychosocial Stress: Perspectives on Structure, Theory, Life Course, and Methods* (ed. by H.B. Kaplan pp. 247–292), Orlando, Academic Press.
- 30) Elliott, R. (1994). Compulsive Consumption: Function and Fragmentation in Post Modernity, *Journal of Consumer Policy*, 17, nr. 2, 159-179.

- 31) Eysenck, H.J. and Eysenck, M.W. (1985). *Personality and Individual Differences Plenum*, New York, Plenum.
- 32) Faber, R., O'Guinn, T. and Reymond, S. (1987). Compulsive Consumption, *Advances in Consumer Research*, 14, nr. 1, 132-135.
- 33) Faber, R and O'Guinn, T. (1989). Classifying Compulsive Consumers: Advances in the Development of a Diagnostic Tool, *Advances in Consumer Research*, 16, nr. 1, 738-744.
- 34) Faber, R. and O'Guinn, T. (1992). A Clinical Screener for Compulsive Buying, *Journal of Consumer Research*, 19, nr. 3, 459-469.
- 35) Faber, R.J., Christenson, G.A., de Zwaan, M. and Mitchell, J. (1995). "Two forms of compulsive consumption: comorbidity of compulsive buying and binge eating." *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, pp. 296-304.
- 36) Feinberg, R. (1986). Credit Cards as Spending-Facilitating Stimuli: A Conditioning Interpretation, *Journal of Consumer Research*, 13, nr. 1, 348-356.
- 37) Fournier, S. and Richins, Marsha L. (1991). Some Theoretical and Popular Notions Concerning Materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, nr. 6, 403.
- 38) Frytak, J., Harley, C.R. and Finch, M.D. (2003). Socioeconomic status and health over the life course. *Handbook of the Life Course*, 623-643.
- 39) Hanley, A. and Wilhelm, M.S. (1992). Compulsive buying: An Exploration into Self-Esteem and Money Attitudes, *Journal of Economic Psychology*, 13, nr. 11, 5-18.
- 40) Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17, 403-419.
- 41) Hayes, N. and Joseph, S. (2003). Big 5 correlates of three measures of subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 34, 723-727.
- 42) Heckhausen, J. and Schulz, R. (1995). A life-span theory of control. *Psychological Review*, 102, 284-304.
- 43) Hill, M.S., Yeung, W.-J.J. and Duncan, G.J. (2001). Childhood family structure and young adult behaviors. *Journal of Population Economics*, 14, 271-299.
- 44) Hirschman, E.C. (1992). The consciousness of addiction: toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 19, 115-179.
- 45) Hollander, Eric. and Dell'Osso, Bernardo. (2005). New Developments in an Evolving Field, *Psychiatric Times*, 22, nr. 8, 17.
- 46) Hollander, Eric. and Allen, Andrea. (2006). Is Compulsive Buying a Real Disorder and is it Really Compulsive, *American Journal of Psychiatry*, 163, nr. 10, 1670-1672.
- 47) Hoyer, W. and MacInnis, D. (2001). *Consumer Behavior Second Edition*, Boston, Houghton Mifflin Company.

- 48) Hye-Jung, Park. and Burns, Leslie Davis. (2005). Fashion Orientation, Credit Card Use and Compulsive Buying, *Journal of Consumer Marketing*, 22, nr. 3, 135-141.
- 49) John, Oliver P. (1999). *Handbook of Personality: Theory and Research*, New York, Guilford, 102-138.
- 50) Kasser, T. and Ryan, R.M. (1993). A Dark Side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, nr. 2, 410-422.
- 51) Kasser, T. and Kanner, A.D. (2004). *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a Good Life in a Materialistic World*, Washington DC, American Psychological Association.
- 52) Kaynak, E. and Harcart, T. (2001). Consumers' Attitudes and Intentions towards Credit Card Usage in Advanced Developing Country, *Journal of Financial Services Marketing*, 6, nr. 1, 24-39.
- 53) Komarraju, M., Karau, Steven J. and Schmeck, Ronald R. (2009). Role of the Big Five personality traits in predicting college students' academic motivation and achievement. *Learning and Individual Differences*, 19, 47-52.
- 54) Koran, L.M., Faber, R.J., Aboujaoude, E., Large, M.D. and Serpe, R.T. (2006). Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States, *The American Journal of Psychiatry*, 163, nr. 10, 1806-1813.
- 55) Kwak, H., Zinkhan, G. and Delorne, D. (2002). Effects of Compulsive Buying Tendencies on Attitudes toward Advertising: The Moderating Role to Exposure to TV Commercials and TV Shows, *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 24, nr. 2, 17-32.
- 56) Lee, J. and Kwon, K. (2002). Consumers' Use of Credit Cards: Store Credit Card Usage as an Alternative Payment and Financing Medium, *Journal of Consumer Affairs*, 36, 239-262.
- 57) Lejoyeux, M., Tassain, V., Solomon, J. and Ades, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58, nr. 4, 169-173.
- 58) Livingstone, S.M. and Lunt, P.K. (1992). Predicting Personal Debt and Debt Payment: Psychological, Social and Economic Determinants, *Journal of Economic Psychology*, 13, nr. 1, 111-134.
- 59) Magee, A. (1994). Compulsive Buying Tendency as a Predictor of Attitudes and Perceptions, *Advances in Consumer Research*, 21, nr. 1, 590-594.
- 60) McAdams, Dan P. (1996). Personality, Modernity and the Storied Self: A Contemporary Framework for Studying Persons, *Psychological Inquiry*, 7, nr. 4, 295-321.
- 61) McAdams, Dan P. (2001). *The Person: An Integrated Introduction to Personality Psychology 3rd ed.*, Forth Worth TX, Harcourt College Publishers.
- 62) McAdams, Dan P. and Pals, Jennifer L. (2006). A New Big Five: Fundamental Principles for an Integrative Science of Personality. *American Psychologist*, 61, nr. 3, 204-217.

- 63) McAlexander, James H., Schouten, John. and Roberts, Scott D. (1993). Consumer Behavior and Divorce, *Research in Consumer Behavior*, 6, 153-184.
- 64) McElroy, Susan L., Kleck, Paul E., Harrison, Jr., Pope, G.Jr., Smith, M.R. and Strakowski, Stephen M. (1994). Compulsive Buying: A Report of 20 Cases, *Journal of Clinical Psychiatry*, 55, nr. 6, 242-248.
- 65) McElroy, Susan L., Phillips, Katharine. and Keck, Paul. (1994). Obsessive Compulsive Spectrum Disorder, *Journal of Clinical Psychiatry*, 55, nr. 10, 33-53.
- 66) McElroy, S., Keck, P. and Phillips, K. (1995). Kleptomania, compulsive buying, and binge eating disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*, 56, nr. 4, 14-26.
- 67) Mick, D.G. and DeMoss, M. (1990). Self-gifts: phenomenological insights from four contexts. *Journal of Consumer Research*, 17, 322-332.
- 68) Millon, T. (1981). *Disordes of personality: DSM-III, Axis II*, New York, Wiley.
- 69) Mitchell, T.R. and Mickel, A.E. (1999). The Meaning of Money: An Individual-Difference Perspective, *Academy of Management Review*, 24, nr. 3, 568-578.
- 70) Moschis, G.P. (1987). *Consumer Socialization: A Life-Cycle Perspective*, Boston, Lexington MA.
- 71) Moschis, G.P. (2007). Life course perspective on consumer behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 295-307.
- 72) Mowen, J. and Spears, N. (1999). Understanding Compulsive Buying Among College Students: A Hierarchical Approach, *Journal of Consumer Psychology*, 8, nr. 4, 407-430.
- 73) Mowen, J. (2000). *The 3M model of motivation and personality: Theory and empirical applications to consumer behavior*, Boston, Kluwer Academic press.
- 74) Natarajan, R. and Goff, B.G. (1991). Compulsive Buying: Toward A Reconceptualization, Special Issue: to Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, nr. 6, 307-326.
- 75) Neuner, M., Raab, G. and Reisch, L.A. (2005). Compulsive Buying in Maturing Consumer Societies: An Empirical Re-inquiry, *Journal of Economic Psychology*, 26, nr. 4, 509-522.
- 76) Ninan, Philip T., McElroy, Susan., Kane, Cecelia., Knight, Bettina., Casuto, Leah., Rose, Steve., Marsteller, Frederick. and Nemeroff, Charles. (2000). Placebo-Controlled Study of Fluvoxamine in the Treatment of Patients with Compulsive Buying, *Journal of Clinical Psychopharmacology*, 30, nr. 3, 362-366.
- 77) Norum, Pamela S; (2008). The Role of Time Preference and Credit Card Usage in Compulsive Buying Behavior, *International Journal of Consumer Studies*, 32, nr. 3, 269-275.
- 78) O'Guinn, T. and Faber, R. (1989a). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, *Journal of Consumer Research*, 16, nr. 2, 147-157.

- 79) Oropesa, R.S. (1995). Consumer possessions, consumer passions, and subjective well-being. *Sociological Forum*, 10, 215-244.
- 80) Park, H.J. and Burns, L.D. (2005). Fashion Orientation, Credit Card Use and Compulsive Buying, *Journal of Consumer Marketing*, 22, nr. 2/3, 135-142.
- 81) Pechman, C., Levine, L., Loughlin, S. and Leslie, F. (2005). Impulsive and self-conscious: adolescents' vulnerability to advertising and promotion. *Journal of Public Policy and Marketing*, 24, 202-221.
- 82) Phau, Ian. and Woo, Charise. (2008). Understanding Compulsive Buying Tendencies among Young Australians: The Role of Money Attitudes and Credit Card Usage, *Journal of Marketing Intelligence and Planning*, 26, nr. 5, 441-458.
- 83) Pirog, S.F. III and Roberts, J.A. (2007). Personality and Credit Card Misuse among College Students: The Mediating Role of Impulsiveness, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15, nr. 1, 65-78.
- 84) Richins, Marsha L. and Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation? *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.
- 85) Richins, M. (2004). The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form, *Journal of Consumer Research*, 31, nr. 1, 209-219.
- 86) Ridgway, Nancy M., Kukar-Kinney, Monika. and Monroe, Kent B. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying, *Journal of Consumer Research*, 35, nr. 4, 350-406.
- 87) Rindfleisch, A., Burroughs, J. and Denton, F. (1997). Family Structure, Materialism and Compulsive Consumption, *Journal of Consumer Research*, 23, nr. 4, 312-325.
- 88) Ritzer, G. (1995). *Expressing America: A Critique of the Global Credit Card Society*, Thousand Oaks CA, Pine Forge Press.
- 89) Roberts, J. (1998). Compulsive Buying among College Students: An Investigation of its Antecedents, Consequences and Implications for Public Policy, *Journal of Consumer Affairs*, 32, nr. 2, 295-319.
- 90) Roberts, J. and Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use and Compulsive Buying among American College Students, *Journal of Consumer Affairs*, 35, nr. 21, 213-240.
- 91) Roberts, James A., Manolis, C. and Tanner, John F. Jr. (2003). Family Structure, Materialism, and Compulsive Buying: A Reinquiry and Extension. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31, nr. 3, 300-311.

- 92) Rochberg-Halton, Eugene. (1984). Object Relations, Role Models and Cultivation of The Self, *Environment and Behavior*, 16, nr. 3, 335-368.
- 93) Rook, D.W. (1987). The buying impuls. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199.
- 94) Rook, D.W. and Gardner, M.P. (1993). In the mood: impulse buying's affective antecedents. *Research in Consumer Behavior*, 6, 1-28.
- 95) Saucier, G. and Goldberg, L.R. (2002). Assessing the Big Five: Applications of 10 psychometric criteria to the development of marker scale. *Big Five assessment*, 29-58.
- 96) Scherhorn, G., Reisch, L. and Raab, G. (1990). Addictive Buying in West Germany: An Empirical Study. *Journal of Consumer Policy*, 13, 355-387.
- 97) Schlosser, S., Black, D., Repertinger, S. and Freet, D. (1994). Compulsive buying: demography phenomenology, and comorbidity in 46 subjects. *General Hospital Psychiatry*, 16, 205-212.
- 98) Schor, J.B. (1998). *The Overspent American: Upscaling, Downshifting and the New Consumer*, New York, Basic Books.
- 99) Shiffman, L. and Kanuk, L. (2000). *Consumer Behavior 7th Edition*, New Jersey, Prentice-Hall.
- 100) Silvera, D.H., Lavack, Anne M. and Kropp, F. (2008). Impulse buying: the role of affect, social influence, and subjective wellbeing. *Journal of Consumer Marketing*, 25, nr. 1, 23-33.
- 101) Sirgy, M. J. (1998). Materialism and Quality of Life. *Social Indicators Research*, 43, nr. 3, 227-260.
- 102) Solomon, M. (2004). *Consumer Behavior 6th Edition*, Newy Jersey, Prentice-Hall.
- 103) Strack, S. (1987). *Manual for the Personality Adjective Check List (PACL)*, Los Angeles, Veterans' Administration Outpatients Clinic.
- 104) Sun, T., Wu, G., and Youn, S. (2004). *Psychological antecedents of impulsive and compulsive buying: A hierarchical perspective. The Proceedings of the Society for Consumer Psychology 2004 Winter Conference (ed. by A. Cheema & J.Srivastave pp 168-174)*, San Francisco, CA, Society of Consumer Psychology.
- 105) Thoits, P.A. (1995). Stress, coping, and social support processes: where are we? what next? *Journal of Health and Social Behavior*, 36, 53-79.
- 106) Tous, Josep M., Punt, N. and Muinos, R. (2006). Factor Structure of Items from the Personality Adjective Check List in a Sample of Normal Adolescents. *The Spanish Journal of Psychology*, 9, nr. 2, 228-233.
- 107) Toye, Pol. (2007). *SPSS 13.0: statistische verwerking van marktonderzoek*, Kortrijk, Katho.
- 108) Uhlenberg, P. and Mueller, M. (2003). Family context and individual wellbeing. *Handbook of the Life Course*, 123-148.
- 109) Valence, G., D'Astous, A. and Fortier, L. (1988). Compulsive Buying Concept and Measurement, *Journal of Consumer Policy*, 11, nr. 4, 419-433.

- 110) Veblen, T. (2001). *The Theory of the Leisure Class*, New York, The Modern Library.
- 111) Verplanken, B. and Herabadi, A.G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking? *European Journal of Personality*, 15, 71-83.
- 112) Verplanken, B., Herabadi, A.G., Perry, J.A. and Silvera, D.H. (2005). Consumer style and health: the role of impulsive buying in unhealthy eating. *Psychology and Health*, 20, 429-441.
- 113) Wang, C.C. and Yang, H.W. (2008). Passion for Online Shopping: the Influence of Personality and Compulsive Buying. *Social Behavior and Personality*, 36, nr. 5, 693-706.
- 114) Wang, J. and Wallendorf, M. (2006). Materialism, Status Signaling, and Product Satisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, nr. 4, 494-505.
- 115) Weiss, M.J. (2003). To be about to be, *American Demographics*, 25, 29-36.
- 116) Weun, S., Jones, M.A. and Beatty, S.E. (1997). *A parsimonious scale to measure impulse buying tendency*, Chicago, American Marketing Association.
- 117) Wheaton, B. (1990). Life transitions, role histories, and mental health. *American Sociological Review*, 55, 209-223.
- 118) Wijnen, K., Janssens, W., De Pelsmacker, P. and Van Kenhove, P. (2002). *Marktonderzoek met SPSS : statistische verwerking en interpretatie*, Antwerpen – Apeldoorn, Garant.
- 119) Yurchisin, J. and Johnson, K.K.P. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32, nr. 3, 291-314.
- 120) Zhao, H. and Seibert, Scott E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91, nr. 2, 259-271.

B. NIET-WETENSCHAPPELIJKE BRONNEN

- 1) ABB-BVB. (2005). *Aantal betaalkaarten in omloop, onderscheid naar functie*, België, geraadpleegd op 11 mei, 2009, uit: <http://www.abb-bvb.be/edu/nl/mod002/tools/stat/10-2.htm>
- 2) Nationaal Instituut voor Statistiek.
<http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/bevolking/structuur/leeftijdgeslacht/vlaanderen/index.jsp>, geraadpleegd op 10 april 2010.
- 3) Nationaal Instituut voor Statistiek.
<http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/bevolking/structuur/leeftijdgeslacht/vlaanderen/index.jsp>, geraadpleegd op 10 april 2010.
- 4) Nationaal Instituut voor Statistiek.
http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/arbeid_leven/werk/absoluut/index.jsp, geraadpleegd op 10 april 2010.

- 5) Nationaal Instituut voor Statistiek.
http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/arbeid_leven/opleiding/niveau/index.jsp, geraadpleegd op 10 april 2010.
- 6) Overleg Schuldenlast en Verbruikersatelliet. (2001, oktober). *Krediet en jongeren*, België, geraadpleegd op 11 mei, 2009, uit:
http://mineco.fgov.be/protection_consumer/Credit/youth_and_credit/youth_and_credit.pdf
- 7) Oxford University Press. (2005). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, geraadpleegd op 11 mei, 2009, uit: <http://www.oup.com/elt/catalogue/teachersites/oald7/?cc=global>
- 8) Zuckerman, George. (2000). Borrowing Levels reach a record, *The Wall Street Journal*, 5 juli 2000.

9. Bijlagen

Bijlage 1: Compulsief koopgedrag schaal van Ridgway (Ridgway et al., 2008)

Please choose the response that best describes you.

	Strongly Disagree						Strongly Agree
	1	2	3	4	5	6	7
1. My closet has unopened shopping bags in it.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
2. Others might consider me a shopaholic.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
3. Much of my life centers around buying things.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
4. I consider myself an impulse purchaser.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
	Never						Very Often
	1	2	3	4	5	6	7
5. I buy things I don't need.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
6. I buy things I did not plan to buy.	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

Note 1: From: "An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying," by Nancy M. Ridgway, Monika Kukar-Kinney and Kent B. Monroe, Dec. 2008, *Journal of Consumer Research*.

Note 2: scoring 25 or higher is considered compulsive buying.

Bijlage 2: De mini-IPIP schaal (Donnellan et al., 2006)

Item	Factor	Text	Original Item Number
1	E	Am the life of the party.	1
2	A	Sympathize with others' feelings	17
3	C	Get chores done right away.	23
4	N	Have frequent mood swings.	39
5	I	Have a vivid imagination.	15
6	E	Don't talk a lot. (R)	6
7	A	Am not interested in other people's problems. (R)	22
8	C	Often forget to put things back in their proper place. (R)	28
9	N	Am relaxed most of the time. (R)	9
10	I	Am not interested in abstract ideas. (R)	20
11	E	Talk to a lot of different people at parties.	31
12	A	Feel others' emotions.	42
13	C	Like order.	33
14	N	Get upset easily.	29
15	I	Have difficulty understanding abstract ideas. (R)	10
16	E	Keep in the background. (R)	16
17	A	Am not really interested in others. (R)	32
18	C	Make a mess of things. (R)	18
19	N	Seldom feel blue. (R)	19
20	I	Do not have a good imagination. (R)	30

Note. E = Extraversion; A = Agreeableness; C = Conscientiousness; N = Neuroticism; I = Intellect/Imagination; (R) = Reverse Scored Item. Original 50-item IPIP-FFM available at <http://ipip.ori.org/newQform50b5.htm>.

Bijlage 3: Overzicht van de vragenlijst



Vrije Universiteit Brussel

Shoppen

Geef aan in welke mate je akkoord bent met volgende stellingen.

	helemaal niet akkoord	niet akkoord	neutraal	akkoord	helemaal akkoord
1. Ik zorg voor leven in de brouwerij.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Aan klusjes/taken begin ik meteen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Ik heb een levendige verbeelding.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ik praat niet veel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Ik ben doorgaans kalm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	helemaal niet akkoord	niet akkoord	neutraal	akkoord	helemaal akkoord
11. Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Ik voel andermans emoties aan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Ik ben gesteld op orde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Ik ben snel overstuur.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Ik hou me op de achtergrond.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Ik ben niet echt geïnteresseerd in anderen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Ik maak een puinhoop van dingen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Ik voel me zelden neerslachtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Ik heb weinig fantasie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Volgende

Gemaakt met [Online Survey Creator 7.3](#)

Bijlage 4: Verdeling naar geslacht (algemeen)

Statistics

		geslacht
N	Valid	1513
	Missing	0

geslacht

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid man	429	28,4	28,4	28,4
vrouw	1084	71,6	71,6	100,0
Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 5: Verdeling van geslacht (Vlaams Gewest) volgens NIS in 2008

Geslacht	Aantal in cijfers	Aantal in %
Mannen	2.532.343 (*)	49,00 %
Vrouwen	2.635.594 (.)	51,00 %
Totaal aantal personen in Vlaanderen	5.167.937	100%

(*) totaal aantal mannen – aantal mannen die jonger zijn dan 15jaar (= 3.039.956 – (166.819 + 164.784 + 176.010))

(.) totaal aantal vrouwen – aantal vrouwen jonger dan 15jaar (= 3.121.644 – (159.153 + 157.842 + 169.055))

Bijlage 6: Verdeling naar leeftijdsklasse (algemeen)

Statistics

		leeftijdsklasse
N	Valid	1513
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-21 j	604	39,9	39,9	39,9
	22-24 j	436	28,8	28,8	68,7
	25-29 j	190	12,6	12,6	81,3
	30-39 j	120	7,9	7,9	89,2
	40-49 j	82	5,4	5,4	94,6
	50-59 j	71	4,7	4,7	99,3
	60+	10	,7	,7	100,0
	Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 7: Verdeling van leeftijdsklasse (Vlaams Gewest) volgens NIS in 2008

Leeftijdsklasse	Aantal in cijfers	Aantal in %
15 – 24	724.508 (366.566 + 357.942) (*)	14,02 %
25 – 29	386.421	7,48 %
30 – 39	812.554 (378.301 + 434.253)	15,72 %
40 – 49	958.518 (480.782 + 477.736)	18,55 %
50 – 59	830.598 (436.777 + 393.821)	16,07 %
60+	1.455.338 (355.144 + 1.100.194)	28,16 %
Totaal	5.167.937	100 %

(*) de leeftijdsklasse 15-19 en 20-24 samengemen

Bijlage 8: Verdeling volgens beroep (algemeen)

Statistics

		beroep
N	Valid	1513
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	voltijds werkzaam	323	21,3	21,3	21,3
	deeltijds werkzaam	78	5,2	5,2	26,5
	werkloos	23	1,5	1,5	28,0
	gepensioneerd	7	,5	,5	28,5
	huisman-vrouw	11	,7	,7	29,2
	student met eigen inkomen	165	10,9	10,9	40,1
	student zonder eigen inkomen	906	59,9	59,9	100,0
	Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 9: Verdeling naar beroep (Vlaams Gewest) volgens NIS (actieve en inactieve bevolking) in 2008

		Datum			
		2008			
		Geslacht			
		Vrouwen	Mannen	TOTAAL	
Administratieve geografie	Leeftijdsklasse type 1	357.453	369.343	726.796	
Vlaams Gewest	15-24	Totale bevolking			
		Werkende bevolking	106.885	123.263	230.148
		Werkloze bevolking	11.518	15.555	27.073
		Inactieve bevolking	239.050	230.526	469.576
	25-49	Totale bevolking	1.063.647	1.090.983	2.154.630
		Werkende bevolking	883.749	1.009.190	1.892.938
		Werkloze bevolking	30.603	31.510	62.112
		Inactieve bevolking	149.296	50.283	199.579
	50-64	Totale bevolking	594.895	603.335	1.198.231
		Werkende bevolking	234.726	354.195	588.922
		Werkloze bevolking	11.590	10.674	22.264
		Inactieve bevolking	348.579	238.466	587.045

Bijlage 10: Verdeling naar diploma (algemeen)

Statistics

		diploma
N	Valid	1513
	Missing	0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid lager onderwijs	3	,2	,2	,2
lager middelbaar onderwijs	25	1,7	1,7	1,9
hoger middelbaar onderwijs	654	43,2	43,2	45,1
hoger niet-universitair	312	20,6	20,6	65,7
universitair	459	30,3	30,3	96,0
post-universitair	60	4,0	4,0	100,0
Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 11: Verdeling naar diploma (Belgische bevolking) volgens NIS in 2008

Onderwijsniveau	Aantal in cijfers	Aantal in %
Lager onderwijs	1.802.317	20,24 %
Lager secundair onderwijs	1.824.506	20,49 %
Hoger secundair onderwijs	3.047.147	34,22 %
Hoger niet-universitair (prof. Bachelor)	1.098.069	12,33 %
Hoger niet – universitair(bachelor/master aan hogeschool)	370.123	4,16 %
Universitair	761.415	8,55 %
Totaal	8.903.577	100 %

Bijlage 12: Verdeling naar inkomen (algemeen)

Statistics

		inkomen
N	Valid	1513
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	minder dan 500 euro	138	9,1	9,1	9,1
	501 tot 1500 euro	119	7,9	7,9	17,0
	1501 tot 2500 euro	221	14,6	14,6	31,6
	2501 tot 3500 euro	152	10,0	10,0	41,6
	3501 tot 4500 euro	120	7,9	7,9	49,6
	4501 tot 6000 euro	67	4,4	4,4	54,0
	meer dan 6000 euro	32	2,1	2,1	56,1
	geen idee	518	34,2	34,2	90,4
	zeg ik liever niet	146	9,6	9,6	100,0
	Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 13: Aantal koopverslaafden binnen steekproef

Statistics

		koopverslavingsgehalte
N	Valid	1513
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non - compulsive buying	1421	93,9	93,9	93,9
	compulsive buying	92	6,1	6,1	100,0
	Total	1513	100,0	100,0	

Bijlage 14: Verdeling naar geslacht binnen koopverslavingsgehalte

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
geslacht * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
geslacht	man	Count	425	4	429
		% within geslacht	99,1%	,9%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	29,9%	4,3%	28,4%
	vrouw	Count	996	88	1084
		% within geslacht	91,9%	8,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	70,1%	95,7%	71,6%
Total		Count	1421	92	1513
		% within geslacht	93,9%	6,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	27,789 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	26,545	1	,000		
Likelihood Ratio	37,532	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	27,771	1	,000		
N of Valid Cases ^b	1513				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,09.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,136	,000
	Cramer's V	,136	,000
N of Valid Cases		1513	

Bijlage 15: Verdeling naar leeftijdsklasse binnen koopverslavingsgehalte

Oorspronkelijke leeftijdsklassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
leeftijdsklasse * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
leeftijdsklasse	18-21 j	Count	557	47	604
		% within leeftijdsklasse	92,2%	7,8%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	39,2%	51,1%	39,9%
	22-24 j	Count	405	31	436
		% within leeftijdsklasse	92,9%	7,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	28,5%	33,7%	28,8%
	25-29 j	Count	180	10	190
		% within leeftijdsklasse	94,7%	5,3%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	12,7%	10,9%	12,6%
	30-39 j	Count	117	3	120
		% within leeftijdsklasse	97,5%	2,5%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	8,2%	3,3%	7,9%
	40-49 j	Count	81	1	82
		% within leeftijdsklasse	98,8%	1,2%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	5,7%	1,1%	5,4%
	50-59 j	Count	71	0	71
		% within leeftijdsklasse	100,0%	,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	5,0%	,0%	4,7%
	60+	Count	10	0	10
		% within leeftijdsklasse	100,0%	,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	,7%	,0%	,7%
	Total	Count	1421	92	1513
		% within leeftijdsklasse	93,9%	6,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,422 ^a	6	,017
Likelihood Ratio	22,374	6	,001
Linear-by-Linear Association	14,769	1	,000
N of Valid Cases	1513		

a. 3 cells (21,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,61.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,101	,017
	Cramer's V	,101	,017
N of Valid Cases		1513	

Samengevoegde leeftijdsklassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
leeftijdsklasse 2 * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
leeftijdsklasse 2	18-21 j	Count	557	47	604
		% within leeftijdsklasse 2	92,2%	7,8%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	39,2%	51,1%	39,9%
22-24 j	Count	405	31	436	
	% within leeftijdsklasse 2	92,9%	7,1%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	28,5%	33,7%	28,8%	
25-29 j	Count	180	10	190	
	% within leeftijdsklasse 2	94,7%	5,3%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	12,7%	10,9%	12,6%	
30-39 j	Count	117	3	120	
	% within leeftijdsklasse 2	97,5%	2,5%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	8,2%	3,3%	7,9%	
40-49 j	Count	81	1	82	
	% within leeftijdsklasse 2	98,8%	1,2%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	5,7%	1,1%	5,4%	
50+	Count	81	0	81	
	% within leeftijdsklasse 2	100,0%	,0%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	5,7%	,0%	5,4%	
Total	Count	1421	92	1513	
	% within leeftijdsklasse 2	93,9%	6,1%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,422 ^a	5	,009
Likelihood Ratio	22,374	5	,000
Linear-by-Linear Association	14,811	1	,000
N of Valid Cases	1513		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,93.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,101	,009
Cramer's V	,101	,009
N of Valid Cases	1513	

Bijlage 16: Verdeling naar beroep binnen koopverslavingsgehalte

Oorspronkelijke beroepsklassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
beroep * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

		koopverslavingsgehalte		Total
		non - compulsive buying	compulsive buying	
beroep voltijds werkzaam	Count	307	16	323
	% within beroep	95,0%	5,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	21,6%	17,4%	21,3%
deeltijds werkzaam	Count	76	2	78
	% within beroep	97,4%	2,6%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	5,3%	2,2%	5,2%
werkloos	Count	21	2	23
	% within beroep	91,3%	8,7%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	1,5%	2,2%	1,5%

gepensioneerd	Count	7	0	7
	% within beroep	100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,5%	,0%	,5%
huisman-vrouw	Count	11	0	11
	% within beroep	100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,8%	,0%	,7%
student met eigen inkomen	Count	147	18	165
	% within beroep	89,1%	10,9%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	10,3%	19,6%	10,9%
student zonder eigen inkomen	Count	852	54	906
	% within beroep	94,0%	6,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	60,0%	58,7%	59,9%
Total	Count	1421	92	1513
	% within beroep	93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,607 ^a	6	,101
Likelihood Ratio	10,948	6	,090
Linear-by-Linear Association	1,401	1	,237
N of Valid Cases	1513		

a. 4 cells (28,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,084	,101
	Cramer's V	,084	,101
N of Valid Cases		1513	

Samengenomen beroepklassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
beroep 2 * koopverslavingsgehalte	1394	92,1%	119	7,9%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
beroep 2	voltijds werkzaam	Count	307	16	323
		% within beroep 2	95,0%	5,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	23,5%	18,2%	23,2%
student met eigen inkomen		Count	147	18	165
		% within beroep 2	89,1%	10,9%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	11,3%	20,5%	11,8%
student zonder eigen inkomen		Count	852	54	906
		% within beroep 2	94,0%	6,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	65,2%	61,4%	65,0%
Total		Count	1306	88	1394
		% within beroep 2	93,7%	6,3%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,093 ^a	2	,029
Likelihood Ratio	6,182	2	,045
Linear-by-Linear Association	,025	1	,875
N of Valid Cases	1394		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,42.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,071	,029
	Cramer's V	,071	,029
N of Valid Cases		1394	

Bijlage 17: Verdeling naar diploma binnen koopverslavingsgehalte

Oorspronkelijke klassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
diploma * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
diploma lager onderwijs	Count		3	0	3
	% within diploma		100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		,2%	,0%	,2%
lager middelbaar onderwijs	Count		24	1	25
	% within diploma		96,0%	4,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		1,7%	1,1%	1,7%
hoger middelbaar onderwijs	Count		608	46	654
	% within diploma		93,0%	7,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		42,8%	50,0%	43,2%
hoger niet-universitair	Count		292	20	312
	% within diploma		93,6%	6,4%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		20,5%	21,7%	20,6%
universitair	Count		434	25	459
	% within diploma		94,6%	5,4%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		30,5%	27,2%	30,3%
post-universitair	Count		60	0	60
	% within diploma		100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		4,2%	,0%	4,0%
Total	Count		1421	92	1513
	% within diploma		93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,691 ^a	5	,337
Likelihood Ratio	9,504	5	,091
Linear-by-Linear Association	2,629	1	,105
N of Valid Cases	1513		

a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,061	,337
	Cramer's V	,061	,337
N of Valid Cases		1513	

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
diploma 2 lager onderwijs tot hoger middelbaar onderwijs	Count		635	47	682
	% within diploma 2		93,1%	6,9%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		44,7%	51,1%	45,1%
hoger niet-universitair	Count		292	20	312
	% within diploma 2		93,6%	6,4%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		20,5%	21,7%	20,6%
universitair	Count		494	25	519
	% within diploma 2		95,2%	4,8%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		34,8%	27,2%	34,3%
Total	Count		1421	92	1513
	% within diploma 2		93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		100,0%	100,0%	100,0%

Samengenomen klassen

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
diploma 2 * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,296 ^a	2	,317
Likelihood Ratio	2,369	2	,306
Linear-by-Linear Association	2,161	1	,142
N of Valid Cases	1513		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,97.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,039	,317
Cramer's V	,039	,317
N of Valid Cases	1513	

Bijlage 18: Verdeling naar inkomen binnen koopverslavingsgehalte

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
inkomen * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
inkomen minder dan 500 euro	Count		130	8	138
	% within inkomen		94,2%	5,8%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		9,1%	8,7%	9,1%
501 tot 1500 euro	Count		114	5	119
	% within inkomen		95,8%	4,2%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		8,0%	5,4%	7,9%
1501 tot 2500 euro	Count		211	10	221
	% within inkomen		95,5%	4,5%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		14,8%	10,9%	14,6%
2501 tot 3500 euro	Count		141	11	152
	% within inkomen		92,8%	7,2%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		9,9%	12,0%	10,0%
3501 tot 4500 euro	Count		111	9	120
	% within inkomen		92,5%	7,5%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		7,8%	9,8%	7,9%
4501 tot 6000 euro	Count		63	4	67
	% within inkomen		94,0%	6,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		4,4%	4,3%	4,4%
meer dan 6000 euro	Count		29	3	32
	% within inkomen		90,6%	9,4%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		2,0%	3,3%	2,1%
geen idee	Count		485	33	518
	% within inkomen		93,6%	6,4%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte		34,1%	35,9%	34,2%
zeg ik liever niet	Count		137	9	146

	% within inkomen	93,8%	6,2%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	9,6%	9,8%	9,6%
Total	Count	1421	92	1513
	% within inkomen	93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,158 ^a	8	,924
Likelihood Ratio	3,200	8	,921
Linear-by-Linear Association	,656	1	,418
N of Valid Cases	1513		

a. 2 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,95.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,046	,924
Cramer's V	,046	,924
N of Valid Cases	1513	

Bijlage 19: Koopkanalen van koopverslaafden

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
winkel * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%
internet * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%
TV * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%
postorderbedrijf * koopverslavingsgehalte	1513	100,0%	0	,0%	1513	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
winkel	nooit	Count	1	1	2
		% within winkel	50,0%	50,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	,1%	1,1%	,1%
uitzonderlijk		Count	3	0	3
		% within winkel	100,0%	,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	,2%	,0%	,2%
af en toe		Count	23	0	23
		% within winkel	100,0%	,0%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	1,6%	,0%	1,5%
regelmatig		Count	75	1	76
		% within winkel	98,7%	1,3%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	5,3%	1,1%	5,0%
dikwijls		Count	64	5	69
		% within winkel	92,8%	7,2%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	4,5%	5,4%	4,6%
meestal		Count	676	42	718
		% within winkel	94,2%	5,8%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	47,6%	45,7%	47,5%
altijd		Count	579	43	622
		% within winkel	93,1%	6,9%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	40,7%	46,7%	41,1%
Total		Count	1421	92	1513
		% within winkel	93,9%	6,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
internet	nooit	Count	287	16	303
		% within internet	94,7%	5,3%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	20,2%	17,4%	20,0%
uitzonderlijk		Count	555	36	591
		% within internet	93,9%	6,1%	100,0%
		% within koopverslavingsgehalte	39,1%	39,1%	39,1%

af en toe	Count	395	19	414
	% within internet	95,4%	4,6%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	27,8%	20,7%	27,4%
regelmatig	Count	100	11	111
	% within internet	90,1%	9,9%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	7,0%	12,0%	7,3%
dikwijls	Count	72	9	81
	% within internet	88,9%	11,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	5,1%	9,8%	5,4%
meestal	Count	12	1	13
	% within internet	92,3%	7,7%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,8%	1,1%	,9%
Total	Count	1421	92	1513
	% within internet	93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

		koopverslavingsgehalte		Total
		non - compulsive buying	compulsive buying	
TV nooit	Count	1379	90	1469
	% within TV	93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	97,0%	97,8%	97,1%
uitzonderlijk	Count	35	1	36
	% within TV	97,2%	2,8%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	2,5%	1,1%	2,4%
af en toe	Count	4	1	5
	% within TV	80,0%	20,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,3%	1,1%	,3%
regelmatig	Count	2	0	2
	% within TV	100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,1%	,0%	,1%
altijd	Count	1	0	1
	% within TV	100,0%	,0%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	,1%	,0%	,1%
Total	Count	1421	92	1513
	% within TV	93,9%	6,1%	100,0%
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%

			koopverslavingsgehalte		Total
			non - compulsive buying	compulsive buying	
postorderbedrijf nooit	Count	619	24	643	
	% within postorderbedrijf	96,3%	3,7%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	43,6%	26,1%	42,5%	
uitzonderlijk	Count	543	45	588	
	% within postorderbedrijf	92,3%	7,7%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	38,2%	48,9%	38,9%	
af en toe	Count	208	18	226	
	% within postorderbedrijf	92,0%	8,0%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	14,6%	19,6%	14,9%	
regelmatig	Count	35	1	36	
	% within postorderbedrijf	97,2%	2,8%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	2,5%	1,1%	2,4%	
dikwijls	Count	15	3	18	
	% within postorderbedrijf	83,3%	16,7%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	1,1%	3,3%	1,2%	
meestal	Count	0	1	1	
	% within postorderbedrijf	,0%	100,0%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	,0%	1,1%	,1%	
altijd	Count	1	0	1	
	% within postorderbedrijf	100,0%	,0%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	,1%	,0%	,1%	
Total	Count	1421	92	1513	
	% within postorderbedrijf	93,9%	6,1%	100,0%	
	% within koopverslavingsgehalte	100,0%	100,0%	100,0%	

Bijlage 20: Zinvolheid van de factoranalyse (KMO en Bartlett's test)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,724
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	8,393E3
	df
	190
	Sig.
	,000

Anti-image Matrices

		BF1	BF2	BF3	BF4	BF5	BF6(r)	BF7(r)	BF8(r)	BF9(r)	BF10(r)	BF11	BF12	BF13	BF14	BF15(r)	BF16(r)	BF17(r)	BF18(r)	BF19(r)	BF20(r)
Anti-image Covariance	BF1	0,657	-0,116	0,037	-0,013	-0,069	-0,089	0,01	0,038	-0,033	0,017	-0,116	0,038	-0,036	0,047	0,003	-0,1	-0,001	0	0,068	0,012
	BF2	-0,116	0,659	-0,055	-0,019	-0,041	9,75E-05	-0,089	0,006	0,03	-0,006	0,065	-0,253	0,004	-0,042	0,055	0,017	-0,153	-0,023	0,009	0,008
	BF3	0,037	-0,055	0,768	-0,005	0,013	-0,008	0,002	-0,039	-0,033	0,009	-0,073	-0,037	-0,173	0,02	-0,013	0,038	0,014	-0,107	0,066	0,001
	BF4	-0,013	-0,019	-0,005	0,595	-0,084	0,033	-0,014	0,053	-0,035	-0,012	-0,005	-0,007	-0,043	-0,182	0,022	0,004	0,049	0,06	-0,225	0,037
	BF5	-0,069	-0,041	0,013	-0,084	0,477	0,025	0,039	0,004	0	-0,041	-0,014	0,009	0,01	-0,013	-0,002	0,013	0,027	0,042	0,041	-0,316
	BF6(r)	-0,089	9,75E-05	-0,008	0,033	0,025	0,496	-0,08	0,009	-0,142	0,007	-0,123	0,012	0	-0,013	0,003	-0,181	-0,004	-0,035	0	-0,033
	BF7(r)	0,01	-0,089	0,002	-0,014	0,039	-0,08	0,787	-0,041	0,017	-0,034	0,005	-0,043	0,036	0,019	0,031	0,06	-0,215	-0,029	-0,024	-0,027

	BF8(r)	0,038	0,006	-0,039	0,053	0,004	0,009	-0,041	0,661	-0,016	0,016	0,007	-0,011	-0,251	0,026	-0,026	-0,024	-0,019	-0,128	-0,059	0,016
	BF9(r)	-0,033	0,03	-0,033	0,035	0	0,142	0,017	0,016	0,725	0,008	0,033	0,013	0,012	0,167	0,021	0,073	0,047	0,06	-0,057	0,002
	BF10(r)	0,017	0,006	0,009	0,012	0,041	0,007	0,034	0,016	0,008	0,628	0,001	0,008	0,027	0,001	0,331	0,027	0,016	0,02	-0,067	0,016
	BF11	-0,116	0,065	-0,073	0,005	0,014	0,123	0,005	0,007	0,033	0,001	0,575	-0,13	0,004	0,014	0,031	0,145	0,041	0,026	0,036	0,023
	BF12	0,038	0,253	-0,037	0,007	0,009	0,012	0,043	0,011	0,013	0,008	-0,13	0,69	0,035	0,009	0,041	0,005	0,057	0,013	-0,033	0,059
	BF13	-0,036	0,004	-0,173	0,043	0,01	0	0,036	0,251	0,012	0,027	0,004	0,035	0,596	0,074	0,034	0,043	0,023	0,145	-0,017	0,003
	BF14	0,047	0,042	0,02	0,182	0,013	0,013	0,019	0,026	0,167	0,001	0,014	0,009	0,074	0,61	0,076	0,055	0,032	0,08	0,097	0,006
	BF15(r)	0,003	0,055	-0,013	0,022	0,002	0,003	0,031	0,026	0,021	0,331	0,031	0,041	0,034	0,076	0,596	-0,01	0,023	0,055	0,019	-0,06
	BF16(r)	-0,1	0,017	0,038	0,004	0,013	0,181	0,06	0,024	-0,073	0,027	0,145	0,005	0,043	0,055	-0,01	0,492	0,063	0,033	0,005	0,014

	BF17 (r)	- 0,001	- 0,153	0,014	0,049	0,027	- 0,004	- 0,215	- 0,019	- 0,047	- 0,016	- 0,041	- 0,057	0,023	- 0,032	- 0,023	- 0,063	0,686	- 0,042	0	- 0,035
	BF18 (r)	0	- 0,023	- 0,107	0,06	0,042	- 0,035	- 0,029	- 0,128	0,06	0,02	0,026	0,013	- 0,145	0,08	- 0,055	- 0,033	- 0,042	0,659	0,023	-0,03
	BF19 (r)	0,068	0,009	0,066	- 0,225	0,041	0	- 0,024	- 0,059	- 0,057	- 0,067	0,036	- 0,033	- 0,017	- 0,097	0,019	0,005	0	0,023	0,679	- 0,045
	BF20 (r)	0,012	0,008	0,001	0,037	- 0,316	- 0,033	- 0,027	0,016	0,002	- 0,016	0,023	- 0,059	- 0,003	0,006	-0,06	- 0,014	- 0,035	-0,03	- 0,045	0,479
Anti-image Correlation	BF1	,831a	- 0,177	0,052	0,021	- 0,123	- 0,156	0,014	0,058	- 0,048	0,026	- 0,189	0,057	- 0,057	0,074	0,004	- 0,177	- 0,002	0	0,102	0,021
	BF2	- 0,177	- ,689a	- 0,078	-0,03	- 0,072	0	- 0,124	0,01	0,043	- 0,009	0,105	- 0,376	0,007	- 0,066	0,088	0,031	- 0,227	- 0,036	0,014	0,015
	BF3	0,052	- 0,078	- ,773a	0,007	0,022	- 0,013	0,002	- 0,054	- 0,044	0,013	- 0,109	- 0,051	- 0,256	0,03	- 0,019	0,061	0,02	- 0,151	0,092	0,001
	BF4	- 0,021	-0,03	- 0,007	,723a	- 0,159	0,062	-0,02	0,084	- 0,053	- 0,019	- 0,009	- 0,011	- 0,073	- 0,302	0,037	0,007	0,076	0,095	- 0,354	0,069
	BF5	- 0,123	- 0,072	0,022	- 0,159	,582a	0,051	0,064	0,007	0	- 0,074	- 0,027	0,016	0,019	- 0,025	- 0,004	0,027	0,047	0,075	0,073	- 0,661

	BF6(r)	-0,156	0	-0,013	0,062	0,051	,797a	-0,129	0,016	-0,237	0,012	-0,231	0,02	0,001	-0,023	0,005	-0,366	-0,007	-0,061	-0,002	-0,068
	BF7(r)	0,014	-0,124	0,002	-0,02	0,064	0,129	,721a	-0,057	0,022	0,049	0,007	-0,058	0,052	0,028	0,046	0,096	0,292	-0,04	-0,033	-0,044
	BF8(r)	0,058	0,01	-0,054	0,084	0,007	0,016	-0,057	,714a	-0,023	0,024	0,012	-0,017	-0,4	0,041	-0,042	-0,041	-0,029	-0,194	-0,088	0,029
	BF9(r)	-0,048	0,043	-0,044	-0,053	0	-0,237	0,022	-0,023	,745a	0,012	0,051	0,018	0,019	-0,251	0,033	0,123	-0,066	0,086	-0,081	0,003
	BF10(r)	0,026	-0,009	0,013	-0,019	-0,074	0,012	-0,049	0,024	0,012	,610a	0,002	0,012	0,044	0,002	-0,541	-0,049	-0,024	0,03	-0,103	-0,029
	BF11	-0,189	0,105	-0,109	-0,009	-0,027	-0,231	0,007	0,012	0,051	0,002	,802a	-0,206	-0,007	-0,023	0,052	-0,272	-0,065	0,043	0,058	0,043
	BF12	0,057	-0,376	-0,051	-0,011	0,016	0,02	-0,058	-0,017	0,018	0,012	-0,206	,739a	-0,054	-0,013	-0,064	-0,009	-0,082	0,019	-0,048	-0,103
	BF13	-0,057	0,007	-0,256	-0,073	0,019	0,001	0,052	-0,4	0,019	0,044	-0,007	-0,054	,664a	-0,123	0,056	0,079	0,036	-0,231	-0,027	-0,006
	BF14	0,074	-0,066	0,03	-0,302	-0,025	-0,023	0,028	0,041	-0,251	0,002	-0,023	-0,013	-0,123	,738a	0,125	0,1	-0,05	0,126	-0,151	0,011

	BF15 (r)	0,004	0,088	- 0,019	0,037	- 0,004	0,005	0,046	- 0,042	0,033	- 0,541	0,052	- 0,064	0,056	0,125	,612a	- 0,019	- 0,037	- 0,088	0,03	- 0,112
	BF16 (r)	- 0,177	0,031	0,061	0,007	0,027	- 0,366	0,096	- 0,041	- 0,123	- 0,049	- 0,272	- 0,009	0,079	0,1	- 0,019	,793a	- 0,109	- 0,058	0,008	- 0,029
	BF17 (r)	- 0,002	- 0,227	0,02	0,076	0,047	- 0,007	- 0,292	- 0,029	- 0,066	- 0,024	- 0,065	- 0,082	0,036	-0,05	- 0,037	- 0,109	,796a	- 0,062	0	-0,06
	BF18 (r)	0	- 0,036	- 0,151	0,095	0,075	- 0,061	-0,04	- 0,194	0,086	0,03	0,043	0,019	- 0,231	0,126	- 0,088	- 0,058	- 0,062	,797a	0,034	- 0,053
	BF19 (r)	0,102	0,014	0,092	- 0,354	0,073	- 0,002	- 0,033	- 0,088	- 0,081	- 0,103	0,058	- 0,048	- 0,027	- 0,151	0,03	0,008	0	0,034	,725a	0,079
	BF20 (r)	0,021	0,015	0,001	0,069	- 0,661	- 0,068	- 0,044	0,029	0,003	- 0,029	0,043	- 0,103	- 0,006	0,011	- 0,112	- 0,029	-0,06	- 0,053	- 0,079	,609a
a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)																					

Communalities

	Initial	Extraction
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	1,000	,492
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	1,000	,608
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	1,000	,436
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	1,000	,636
Ik heb een levendige verbeelding.	1,000	,583
Ik praat niet veel.(r)	1,000	,688
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	1,000	,453
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	1,000	,593
Ik ben doorgaans kalm.(r)	1,000	,484
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	1,000	,517
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	1,000	,582
Ik voel andermans emoties aan.	1,000	,495
Ik ben gesteld op orde.	1,000	,706
Ik ben snel overstuur.	1,000	,641
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	1,000	,597
Ik hou me op de achtergrond.(r)	1,000	,697
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	1,000	,535
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	1,000	,576
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	1,000	,509
Ik heb weinig fantasie.(r)	1,000	,616

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,346	16,732	16,732	3,346	16,732	16,732	2,743	13,714	13,714
2	2,539	12,695	29,427	2,539	12,695	29,427	2,329	11,643	25,357
3	2,186	10,931	40,358	2,186	10,931	40,358	2,182	10,911	36,268
4	1,975	9,875	50,233	1,975	9,875	50,233	2,123	10,614	46,881
5	1,394	6,969	57,202	1,394	6,969	57,202	2,064	10,321	57,202
6	1,187	5,937	63,139						
7	,876	4,379	67,518						
8	,753	3,766	71,284						
9	,689	3,447	74,730						
10	,671	3,353	78,083						
11	,586	2,932	81,015						
12	,572	2,859	83,874						
13	,523	2,617	86,490						

14	,464	2,319	88,810					
15	,442	2,212	91,021					
16	,414	2,070	93,091					
17	,400	2,001	95,093					
18	,369	1,845	96,938					
19	,339	1,695	98,633					
20	,273	1,367	100,000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Ik praat niet veel.(r)	,712	,083	,005	-,369	,195
Ik hou me op de achtergrond.(r)	,702	,059	-,144	-,365	,216
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	,672	,028	,007	-,333	,136
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	,621	,097	-,096	-,280	,099
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	,577	,045	,128	,135	-,407
Ik voel andermans emoties aan.	,493	,108	,239	,300	-,305
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	,311	-,607	,114	,266	,165
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	-,205	,606	,433	,104	,166
Ik heb een levendige verbeelding.	,230	,511	-,229	,417	,205
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	,168	-,493	,379	,306	,289
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	-,193	,487	,411	,203	,156
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	,233	-,427	,332	,223	,200
Ik ben doorgaans kalm.(r)	,265	,398	,305	-,299	,269
Ik ben snel overstuur.	-,151	,538	,564	-,018	,101
Ik ben gesteld op orde.	,104	-,412	,560	,290	,357
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	,178	-,008	-,543	,481	,197
Ik heb weinig fantasie.(r)	,344	,407	-,253	,487	,176
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	,152	,215	-,450	,466	,168
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	,380	,014	,183	,187	-,490
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	,448	,122	,299	,271	-,479

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Ik praat niet veel.(r)	,819	-,020	,049	,014	,120
Ik hou me op de achtergrond.(r)	,819	-,125	,000	,089	,056
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	,743	-,065	,062	-,009	,149
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	,676	-,081	-,036	,079	,143
Ik ben doorgaans kalm.(r)	,491	,486	-,033	-,070	-,027
Ik ben snel overstuur.	-,025	,788	-,046	-,121	,058
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	-,097	,784	-,086	,059	-,010
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	-,159	,689	,012	,096	,018
Ik ben gesteld op orde.	-,038	,170	,816	-,095	,010
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	-,022	-,030	,768	-,025	,038
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	,065	-,337	,668	,041	,102
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	,054	-,053	,646	-,047	,103
Ik heb weinig fantasie.(r)	,127	,147	-,026	,739	,175
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	-,030	-,089	-,059	,710	-,002
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	-,035	-,299	,055	,707	-,052
Ik heb een levendige verbeelding.	,099	,255	-,116	,697	,089
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	,053	,098	,063	,030	,769
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	,244	-,076	,033	,054	,682
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	,032	-,051	,020	-,025	,670
Ik voel andermans emoties aan.	,128	,090	,140	,141	,656

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	,772	-,155	,218	,247	,522
2	,135	,698	-,605	,345	,097
3	-,041	,643	,486	-,514	,290
4	-,532	,063	,392	,674	,323
5	,319	,267	,443	,318	-,728

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Bijlage 21: Factoranalyse van de mini-IPIP schaal

Communalities

	Initial	Extraction
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	1,000	,492
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	1,000	,608
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	1,000	,436
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	1,000	,636
Ik heb een levendige verbeelding.	1,000	,583
Ik praat niet veel.(r)	1,000	,688
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	1,000	,453
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	1,000	,593
Ik ben doorgaans kalm.(r)	1,000	,484
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	1,000	,517
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	1,000	,582
Ik voel andermans emoties aan.	1,000	,495
Ik ben gesteld op orde.	1,000	,706
Ik ben snel overstuur.	1,000	,641
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	1,000	,597
Ik hou me op de achtergrond.(r)	1,000	,697
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	1,000	,535
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	1,000	,576
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	1,000	,509
Ik heb weinig fantasie. (r)	1,000	,616

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,346	16,732	16,732	3,346	16,732	16,732	2,743	13,714	13,714
2	2,539	12,695	29,427	2,539	12,695	29,427	2,329	11,643	25,357
3	2,186	10,931	40,358	2,186	10,931	40,358	2,182	10,911	36,268
4	1,975	9,875	50,233	1,975	9,875	50,233	2,123	10,614	46,881
5	1,394	6,969	57,202	1,394	6,969	57,202	2,064	10,321	57,202
6	1,187	5,937	63,139						
7	,876	4,379	67,518						
8	,753	3,766	71,284						
9	,689	3,447	74,730						
10	,671	3,353	78,083						
11	,586	2,932	81,015						

12	,572	2,859	83,874						
13	,523	2,617	86,490						
14	,464	2,319	88,810						
15	,442	2,212	91,021						
16	,414	2,070	93,091						
17	,400	2,001	95,093						
18	,369	1,845	96,938						
19	,339	1,695	98,633						
20	,273	1,367	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Ik praat niet veel.(r)	,712	,083	,005	-,369	,195
Ik hou me op de achtergrond.(r)	,702	,059	-,144	-,365	,216
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	,672	,028	,007	-,333	,136
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	,621	,097	-,096	-,280	,099
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	,577	,045	,128	,135	-,407
Ik voel andermans emoties aan.	,493	,108	,239	,300	-,305
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	,311	-,607	,114	,266	,165
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	-,205	,606	,433	,104	,166
Ik heb een levendige verbeelding.	,230	,511	-,229	,417	,205
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	,168	-,493	,379	,306	,289
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	-,193	,487	,411	,203	,156
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	,233	-,427	,332	,223	,200
Ik ben doorgaans kalm.(r)	,265	,398	,305	-,299	,269
Ik ben snel overstuur.	-,151	,538	,564	-,018	,101
Ik ben gesteld op orde.	,104	-,412	,560	,290	,357
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	,178	-,008	-,543	,481	,197
Ik heb weinig fantasie. (r)	,344	,407	-,253	,487	,176
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	,152	,215	-,450	,466	,168
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	,380	,014	,183	,187	-,490
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	,448	,122	,299	,271	-,479

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Ik praat niet veel.(r)	,819	-,020	,049	,014	,120
Ik hou me op de achtergrond.(r)	,819	-,125	,000	,089	,056
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	,743	-,065	,062	-,009	,149
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	,676	-,081	-,036	,079	,143
Ik ben doorgaans kalm.(r)	,491	,486	-,033	-,070	-,027
Ik ben snel overstuur.	-,025	,788	-,046	-,121	,058
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	-,097	,784	-,086	,059	-,010
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	-,159	,689	,012	,096	,018
Ik ben gesteld op orde.	-,038	,170	,816	-,095	,010
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	-,022	-,030	,768	-,025	,038
Ik maak een puinhoop van dingen.(r)	,065	-,337	,668	,041	,102
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	,054	-,053	,646	-,047	,103
Ik heb weinig fantasie. (r)	,127	,147	-,026	,739	,175
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	-,030	-,089	-,059	,710	-,002
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	-,035	-,299	,055	,707	-,052
Ik heb een levendige verbeelding.	,099	,255	-,116	,697	,089
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	,053	,098	,063	,030	,769
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	,244	-,076	,033	,054	,682
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	,032	-,051	,020	-,025	,670
Ik voel andermans emoties aan.	,128	,090	,140	,141	,656

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	,772	-,155	,218	,247	,522
2	,135	,698	-,605	,345	,097
3	-,041	,643	,486	-,514	,290
4	-,532	,063	,392	,674	,323
5	,319	,267	,443	,318	-,728

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Bijlage 22: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor extraversie

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1513	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	1513	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik zorg voor leven in de brouwerij.	10,15	6,463	,531	,793
Ik praat niet veel.(r)	9,92	5,191	,659	,733
Op feestjes praat ik met veel verschillende mensen.	10,15	5,471	,613	,757
Ik hou me op de achtergrond.(r)	10,28	5,494	,678	,724

Bijlage 23: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor emotionele instabiliteit

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1513	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	1513	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik heb frequent stemmings(gevoels)wisselingen.	8,12	4,557	,550	,566
Ik ben doorgaans kalm.(r)	8,55	5,943	,296	,721
Ik ben snel overstuur.	8,32	4,717	,565	,558
Ik voel me zelden neerslachtig.(r)	8,05	5,073	,480	,615

Bijlage 24: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor nauwgezetheid**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	1513	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	1513	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aan klusjes/taken begin ik meteen.	10,58	5,942	,422	,691
Ik vergeet vaak om de dingen weer op hun juiste plaats te leggen.(r)	10,35	4,732	,528	,634
Ik ben gesteld op orde.	10,05	5,214	,583	,593
Ik maak een puin hoop van dingen.(r)	9,73	6,177	,479	,662

Bijlage 25: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor openheid

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1513	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	1513	100,0

b. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik heb een levendige verbeelding.	11,16	4,040	,472	,629
Ik ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.(r)	11,42	4,076	,453	,641
Ik heb moeite om abstracte ideeën te begrijpen.(r)	11,26	4,349	,438	,649
Ik heb weinig fantasie.(r)	10,92	4,014	,540	,586

Bijlage 26: Betrouwbaarheidsanalyse van de factor meegaandheid

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1513	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	1513	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,662	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ik leef/voel mee met anderen hun gevoelens.	11,96	2,992	,499	,569
Ik ben niet geïnteresseerd in de problemen van andere mensen.(r)	12,03	2,488	,399	,646
Ik voel andermans emoties aan.	12,25	2,972	,422	,609
Ik ben niet geïnteresseerd in anderen.(r)	11,93	2,772	,491	,563

Bijlage 27: Normaalverdelingstest (Kolmogorov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		extravert	emotionele instabiliteit	nauwgezetheid	openheid	meegaandheid
N		1513	1513	1513	1513	1513
Normal Parameters ^a	Mean	3,3757	2,7533	3,3919	3,7300	4,0142
	Std. Deviation	,76787	,71437	,74761	,64426	,52936
Most Extreme Differences	Absolute	,110	,079	,098	,104	,155
	Positive	,059	,079	,053	,077	,123
	Negative	-,110	-,059	-,098	-,104	-,155
Kolmogorov-Smirnov Z		4,279	3,088	3,816	4,042	6,024
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000

a. Test distribution is Normal.

Descriptives

		Statistic	Std. Error	
neuroticisme	Mean	12,16	,041	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	12,08	
		Upper Bound	12,24	
	5% Trimmed Mean	12,18		
	Median	12,00		
	Variance	2,555		
	Std. Deviation	1,598		
	Minimum	4		
	Maximum	17		
	Range	13		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	-,172	,063	
	Kurtosis	,869	,126	
conscientiousness	Mean	11,45	,042	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	11,37	
		Upper Bound	11,53	
	5% Trimmed Mean	11,44		
	Median	11,00		
	Variance	2,662		
	Std. Deviation	1,631		
	Minimum	4		
	Maximum	17		
	Range	13		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,009	,063	
	Kurtosis	,598	,126	
agreeableness	Mean	11,76	,036	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	11,69	
		Upper Bound	11,83	
	5% Trimmed Mean	11,72		
	Median	12,00		
	Variance	1,917		
	Std. Deviation	1,385		
	Minimum	4		

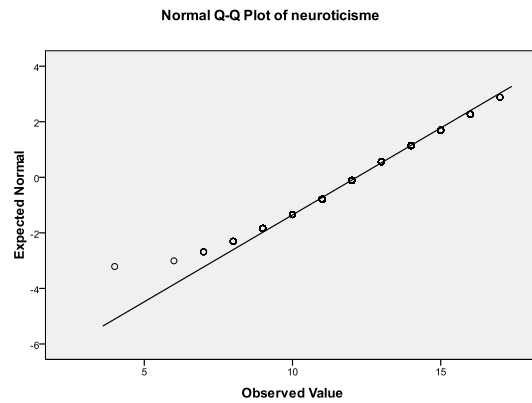
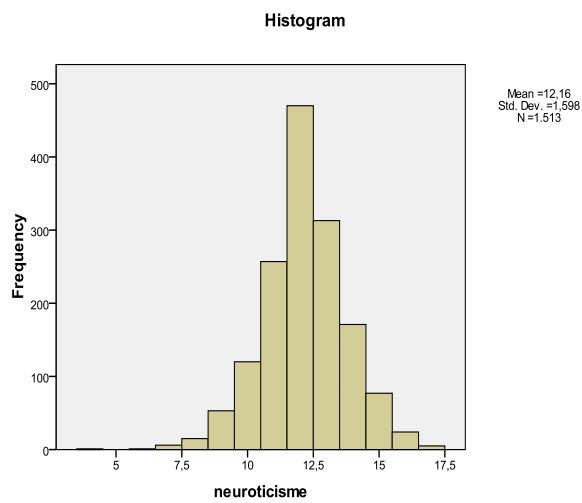
	Maximum		20	
	Range		16	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		,432	,063
	Kurtosis		2,266	,126
extravert	Mean		11,90	,037
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	11,83	
		Upper Bound	11,97	
	5% Trimmed Mean		11,90	
	Median		12,00	
	Variance		2,031	
	Std. Deviation		1,425	
	Minimum		4	
	Maximum		17	
	Range		13	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		-,035	,063
	Kurtosis		,749	,126
openess	Mean		10,60	,046
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	10,51	
		Upper Bound	10,69	
	5% Trimmed Mean		10,57	
	Median		11,00	
	Variance		3,142	
	Std. Deviation		1,773	
	Minimum		4	
	Maximum		18	
	Range		14	
	Interquartile Range		3	
	Skewness		,183	,063
	Kurtosis		,377	,126

Tests of Normality

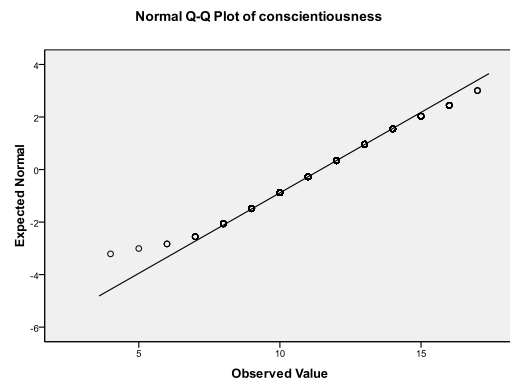
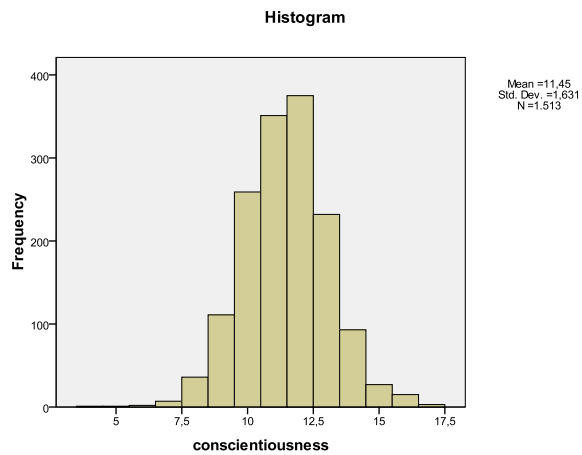
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
neuroticisme	,160	1513	,000	,959	1513	,000
conscientiousness	,125	1513	,000	,965	1513	,000
agreeableness	,208	1513	,000	,927	1513	,000
extravert	,158	1513	,000	,954	1513	,000
openness	,125	1513	,000	,968	1513	,000

a. Lilliefors Significance Correction

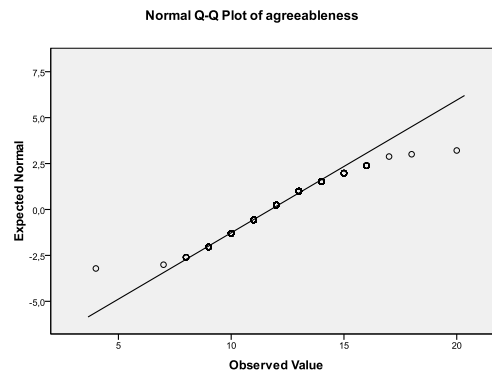
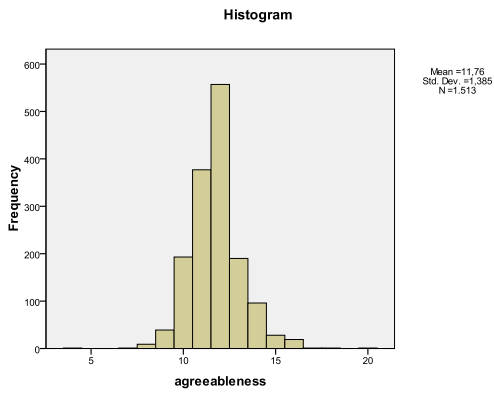
neuroticisme



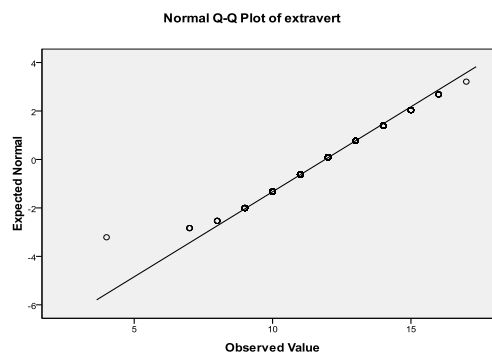
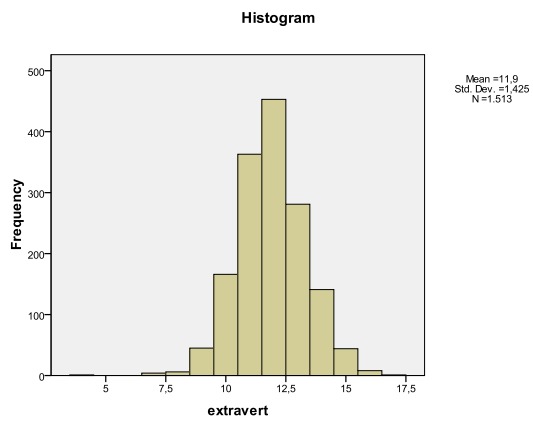
conscientiousness



agreeableness

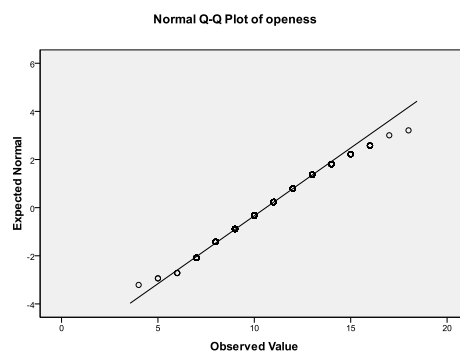
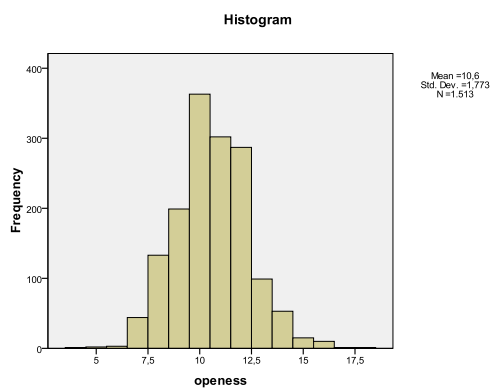


vert



extra

openness



Bijlage 28: T-testen

Group Statistics

	koopverslavingsgehalte	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Extravert	non - compulsive buying	1421	3,3527	,76545	,02031
	compulsive buying	92	3,7310	,71985	,07505
Emotionele instabiliteit	non - compulsive buying	1421	2,7349	,70638	,01874
	compulsive buying	92	3,0380	,77825	,08114
Nauwgezetheid	non - compulsive buying	1421	3,4011	,73786	,01957
	compulsive buying	92	3,2500	,87706	,09144
Openheid	non - compulsive buying	1421	3,7438	,64254	,01705
	compulsive buying	92	3,5163	,63636	,06634
Meegaandheid	non - compulsive buying	1421	4,0042	,53453	,01418
	compulsive buying	92	4,1685	,41455	,04322

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Extravert	Equal variances assumed	2,464	,117	-4,609	1511	,000	-,37823	,08206	-,53920	-,21727
	Equal variances not assumed			-4,865	104,775	,000	-,37823	,07775	-,53240	-,22407
Emotionele instabiliteit	Equal variances assumed	1,904	,168	-3,964	1511	,000	-,30317	,07648	-,45319	-,15316
	Equal variances not assumed			-3,641	100,948	,000	-,30317	,08327	-,46837	-,13798
Nauwgezetheid	Equal variances assumed	7,674	,006	1,881	1511	,060	,15113	,08036	-,00650	,30875
	Equal variances not assumed			1,616	99,518	,109	,15113	,09351	-,03441	,33666
Openheid	Equal variances assumed	,032	,859	3,294	1511	,001	,22754	,06908	,09203	,36305
	Equal variances not assumed			3,322	103,381	,001	,22754	,06850	,09169	,36338
Meegaandheid	Equal variances assumed	1,909	,167	-2,891	1511	,004	-,16426	,05681	-,27569	-,05282
	Equal variances not assumed			-3,611	111,562	,000	-,16426	,04549	-,25439	-,07413