

COMPORTAMENTUL ECONOMIC AL CONSUMATORILOR*

— mentalități în schimbare în perioada de tranziție —

MARIANA STANCIU

Componenta economică a mentalităților consumatorilor a suscitat unele abordări valoroase în literatura de specialitate din țara noastră, dar incursiunile practice, pe rezultatele cărora să se fondeze un cadru teoretic de referință în acest domeniu, au fost relativ puține, până în prezent. Aceasta ne-a determinat să inițiem o cercetare*, în scopul identificării direcțiilor schimbării comportamentului economic al consumatorilor, comparativ cu perioada anilor '80. Am pornit de la ipoteza că, în perioada decembrie 1989 — septembrie 1992, datorită importantelor transformări socio-economice, culturale și politice din țara noastră, în comportamentul economic al consumatorilor au apărut unele evoluții semnificative, generate de necesitatea adaptării la noua conjunctură.

Principalele argumente de ordin teoretic privind dinamica mentalităților consumatorilor, care au contribuit la conturarea ipotezei de lucru, sunt următoarele: mentalitatea individuală a consumatorului se manifestă prin atitudini și decizii ce determină comportamentul său de consum, sintetizând într-o configurație unică modalități particulare de gândire, anumite răspunsuri afective și reflexe, dobândite conștient sau inconștient în procesul de socializare. Ea este oglinda interiorizării unor componente ce aparțin mentalităților colective de consum, filtrate prin acumulările personale de cunoaștere și experiență, prin condiționările impuse de vârstă, sex, nivel de instruire, status social, statut economic, mediu rezidențial etc. În măsura în care se fundamentează pe o mentalitate colectivă larg împărtășită, comportamentele de consum personale au multe elemente de asemănare și pot fi considerate modele de consum. Modelele de consum sunt deci, produsele unor mentalități colective, cu profil axiologic specific, definitoriu pentru colectivitățile care le dezvoltă.

Factorii de influență asupra mentalității consumatorului acționează prin intermediul procesului de învățare și al limbajului, pe timpul participării individului la viața economică a colectivității (în scopul satisfacerii imperativelor sale biologice), la viața socială (urmărind integritatea socială) și la viața politică (din dorința de a fi coautor la instituirea și menținerea unei anumite ordini sociale).

În acest context, un rol primordial îl are fenomenul de derivare a nevoilor sociale și a trebuințelor individuale, pentru satisfacerea cărora societatea și individul trebuie să angreneze mijloace și modalități adecvate. Prin intermediul acestor modalități și mijloace, nevoile și

* Cercetarea s-a desfășurat în septembrie 1992, în orașul București și în comuna Nuci, S.A. Ilfov, instrument de investigație — un ghid de interviu semistructurat. Subiecții au fost selectați pe criteriul cuprinderii unei cât mai largi diversități socio-ocupaționale.

trebuințele primesc anumite răspunsuri culturale (în sens antropologic) care, datorită funcționalității lor, ajung să fie resimțite ele însele ca nevoi și trebuințe și nu pot fi satisfăcute decât prin soluții corespunzătoare. De exemplu, trebuința individuală de confort poate fi satisfăcută prin dobândirea unui anumit tip de locuință. A deține o locuință de tipul respectiv devine o trebuință concretă, pe care individul o resimte la fel de stringent ca pe aceea de confort fizic sau psihic. Așadar, dimensiunile biologice și culturale ale comportamentului uman se edifică reciproc.

Problema autenticității trebuințelor individuale poate fi rezolvată corect doar printr-o analiză a acestora în raport cu spațiul cultural care le-a generat, cu mentalitățile colective active în acel spațiu, toate acestea ponderate cu caracteristicile ireductibile ale mentalității de consum a individului. Orice trebuință este deci, proprie naturii umane, câtă vreme este cultural definită (este funcțională).

Trebuințele concrete nu pot fi întotdeauna evaluate, dar se poate analiza în ce măsură ele sunt satisfăcute printr-un anumit mod de viață, într-un anumit tip de societate, ori sunt sau nu compatibile cu o anumită mentalitate colectivă.

Prin urmare, ierarhizarea nevoilor sociale este produsul unei anumite mentalități colective, în timp ce trebuințele personale sunt ierarhizate conform mentalităților individuale de consum. Schimbarea acestor ierarhizări poate avea loc doar prin reorganizarea socială, respectiv, prin ecourile noilor mentalități colective în mentalitățile individuale de consum.

În perioadele de relativă stabilitate economică și socială evoluția mentalităților colective de consum se produce, în general, lent, deoarece factori ce țin de condițiile obiective ale vieții, acționând pe termen lung, tind să le conserve (normele economico-sociale, ambianța geo-climatică, natura resurselor, tradițiile privind consumul, etc.). De aceea, pe termen scurt, această evoluție este aproape imperceptibilă. Ea devine însă evidentă la intervale mai mari.

Dimensiunile intereselor semnificative sunt invers proporționale cu dinamica factorilor ce tind să schimbe o anumită ordine economico-socială. Acumularea masivă de informații și de experiențe noi, dublată de modificarea naturală a parametrilor condițiilor de viață, pune sub semnul îndoielii validitatea și valoarea anumitor modalități de gândire, creind premisele schimbării ori dispariției lor. Noile interpretări ale realității, odată promovate, sunt integrate în mentalitățile individuale și colective. Ele vor sta la baza apariției unor alte nevoi sociale și a unor trebuințe personale în consecință, a structurării și imprimării în memoria colectivă și individuală a unor noi obiceiuri de consum, prefigurând o nouă realitate economico-socială și culturală.

În perioadele de transformări profunde ale ordinii economico-sociale și culturale, cum este și cea pe care o parcurge țara noastră în prezent, procesul de acumulare a noilor informații și experiențe se accelerează atât la nivel social cât și individual, determinând mutații esențiale în planul mentalităților.

Când unele date definitorii ale individului se schimbă (status social, statut economic, nivel de instruire, mediu rezidențial sau comunitar etc.), simultan cu derularea unor transformări fundamentale ale macrosistemului social, este foarte probabil ca mentalitatea sa de consum să înregistreze mutații importante, impuse de necesitatea reintegrării în noua conjunctură de viață. Totuși este posibil să apară și unele fenomene de plasticitate a comportamentului de consum. Elasticitatea comportamentului de consum măsoară, de fapt,

capacitatea de adaptare a individului la noile conjuncturi economice și socio-culturale, posibilitățile de acceptare și asumare a consecințelor schimbării.

Aceste câteva considerente teoretice au stat și la baza structurii ghidului de interviu și a interpretării datelor.

Rezultatele cercetării au confirmat doar parțial ipoteza de lucru, comportamentul economic al consumatorilor dovedindu-se, în general mai puțin dinamic decât am presupus inițial. Intervalul decembrie '89 — septembrie '92 a fost prea scurt pentru ca efectele conjugate ale procesului de schimbare a structurilor consumului și a obiceiurilor de consum — acesta din urmă prin natura lui de o mare inerție — să devină vizibil la nivelul fiecărui individ în parte. Elementele care au conservat vechile obiceiuri de consum (natura și unele caracteristici constante ale ofertei de mărfuri și servicii, tradițiile ce prescriu practicarea unor modalități specifice de consum alimentar, coordonatele demo-economice ale cererii, menținerea caracteristicilor temporale ale alternanței timp de muncă — timp liber etc.) s-au dovedit mai numeroase decât cele apte de a produce modificări esențiale. Relativ puțini au fost și factorii care au determinat deplasarea trebuințelor individuale de consum spre structuri diferite de cele ale anilor '80. Peisajul structurilor consumului celor intervievați semnaleză doar unele variații de suprafață, cu rare implicații de fond. Totuși, probabilitățile schimbării mentalităților individuale ale consumatorilor cresc cu fiecare schimbare a normelor și structurilor socio-culturale și economice ale societății noastre.

Dacă, în prezent, modificările concrete ale comportamentelor individuale de consum, prin dimensiunile și implicațiile lor în planul mentalităților, sunt mai puțin semnificative, nu același lucru se întâmplă cu unele direcții de schimbare prefigurate de acestea, care în condițiile persistenței factorilor care le-a generat, pot căpăta o amploare mare în viitor.

Astfel, din întrebările referitoare la „bugetul de venituri și cheltuieli al familiei” a reieșit că, în mediul urban, familii care înainte de decembrie '89 aveau deprinderea de a realiza economii mai mari sau mai mici, în vederea achiziționării unor bunuri de folosință îndelungată, ori pentru depășirea unor situații de necesitate (cheltuieli ocazionate de deces etc.), la momentul septembrie '92 aveau datorii ce depășeau, în multe cazuri, veniturile familiale pe o lună. Majoritatea subiecților au justificat acest fapt prin dificultățile create de scăderea puterii de cumpărare a veniturilor realizate. Unii subiecți (dintre aceia care cunoșteau sensul termenului „inflație”) au afirmat că în prezent este mai avantajos să cheltuie în avans decât să economisească.

Datorită unei balanțe cronice deficitare, unele familii din mediul urban au declarat că supraviețuiesc doar mulțumită ajutorului economic primit de la rudele apropiate (preponderent din mediul rural).

Spre a contribui la echilibrarea bugetului familial, câțiva subiecți (intelectuali) au afirmat că, ocazional, întreprind mici afaceri ori s-au angajat într-un loc de muncă suplimentar, ceea ce nu se întâmpla înainte de decembrie '89. Prin urmare, deși rațiunile care, înainte de decembrie '89, îi determinau pe unii subiecți să-și amâne consumul unei părți din veniturile realizate, n-au dispărut, la momentul septembrie '92, acești subiecți nu mai puteau ori nu mai considerau oportun să aibă același comportament, consumul anticipat (contractând datorii) devenind o practică foarte frecventă.

În mediul rural, unde autoconsumul are o pondere însemnată în satisfacerea trebuințelor, subiecții s-au dovedit mai rezervați față de ideea contractării unor datorii în

scopul creșterii consumului. Unii dintre ei au realizat însă unele investiții în mașini și unelte agricole utilizând suportul financiar oferit de băncile agricole. Acest fapt poate semnifica o direcție de schimbare importantă în mentalitățile locuitorilor din mediul rural, care deși dispun de mijloace economice relativ mici, consimt să-și restrângă consumul în prezent și în viitorul apropiat pentru a face posibil un câștig mai mare în viitorul îndepărtat.

Pe ansamblu, subiecții care realizează cele mai mici venituri lunare aveau cele mai scăzute înclinații spre consumul anticipat.

La întrebarea „dacă ai câștiga la LOTO 500.000 lei ce ai face cu ei?” răspunsurile s-au orientat preponderent spre trebuințele de ordin imediat, de genul „mi-aș cumpăra autoturism” ori „mi-aș îmbrăca familia”. Remarcabil însă nici un subiect nu a afirmat că și-ar plăti datoriile (deși unii datorau sume însemnate) și doar câțiva subiecți și-au manifestat intenția de a iniția o afacere cu o parte din sumă.

Subiecții au, deci, un orizont economic relativ restrâns, dominat de grijile rezolvării unor trebuințe de prim ordin. În același context, dar la extrema inferioară, se înscriu și răspunsurile unor subiecți în vârstă, care spre finalul unei vieți trăite în sărăcie, nu au nici măcar dorința de a-și imagina cum ar putea cheltui o asemenea sumă.

În domeniul consumului de bunuri, întrebările au vizat consumul alimentară, locuința, bunurile de folosință îndelungată și garderoba personală.

Obiceiurile de consum alimentară (caracterizate prin periodicitate, ritm, ambianță, specific local, tradiții) se sprijină pe mentalități relativ stabile, atât în rural cât și în urban.

În privința structurilor consumului alimentară, mulți subiecți (mai ales din urban) sesizează creșterea diversității alimentelor consumate, după decembrie '89. Totuși, prețurile excesive ale unor alimente de primă necesitate îi determină pe unii să afirme că înainte era, într-un fel, mai bine, deoarece, atunci când se găseau, produsele respective erau accesibile tuturor categoriilor de venituri. Și ca o confirmare a acestui fapt, în rândurile „alimentelor dorite și prea rar prezente în alimentația familiei”, apar alături de fructele exotice (și nu numai exotice) și băuturile răcoritoare (în mediul urban) *lactate, carne, dulciuri*; în rural, alături de cafea și băuturi alcoolice apar: *carne, dulciuri*. Enumerarea sub această etichetă a alimentelor subliniate semnalează dezechilibre importante în alimentația zilnică a subiecților și familiilor lor.

Din răspunsurile la întrebarea „care sunt în prezent și care erau în anii '80 alimentele cele mai frecvente în alimentația dumneavoastră zilnică?” a rezultat că la momentul septembrie '92 nu se produsese modificări semnificative. Prin urmare, deși aparent structurile consumului alimentară au înregistrat o oarecare diversificare, acest fenomen a fost ocazional, nereușind să modifice lista alimentelor frecvent prezente anterior în alimentația zilnică a subiecților.

În privința rolului și importanței frigiderului în asigurarea alimentației zilnice a familiei, doar câțiva subiecți au amintit și doar pe plan secundar (după rolul de depozit, în vederea păstrării alimentelor pe termen cât mai lung), funcția de a condiționa termic anumite produse. Prin urmare, situațiile în care carnea și celelalte alimente care se pretează la păstrarea prin frig, se consumă în stare proaspătă sunt relativ rare, chiar și pentru subiecții cu veniturile cele mai mari.

Din răspunsurile care s-au obținut la cererea de a enunța câteva mărci de fabrică ale alimentelor preferate, a rezultat că la momentul septembrie '92, consumul alimentară al

subiecților era foarte puțin selectiv. Au existat subiecți care și-au amintit mărci de produse alimentare preferate în anii '80, unii exprimându-și regretul pentru dispariția lor de pe piață (exemplu: anumite produse de panificație, dulciuri, brânzeturi). Probabil, în lipsa concurenței, aceste produse s-au impus cu timpul și au reușit să creeze obișnuințe de consum.

Din multiplele aspecte ridicate de problemele locuinței menționăm aici doar pe cele sesizate de unii subiecți, care dețineau apartamente ori garsoniere în blocuri și pe cele ale tinerelor cupluri care și-au pierdut speranța de a dobândi o locuință proprie în viitorul apropiat din cauza inaccesibilității prețurilor foarte mari.

Prima categorie de subiecți și-a exprimat opinia că locuirea la bloc are multiple consecințe nefaste datorită numeroaselor inconveniente de genul: izolarea fonică și termică a încăperilor lasă mult de dorit, blocurile sunt plasate în zone puternic poluate chimic sau fonic, spațiul locuibil este insuficient, vecinătatea unor familii necivilizate și turbulente a devenit de neîndurat etc.

Referitor la a doua categorie de subiecți, relevăm că implicațiile sociale ale faptului că locuințele actuale (mai ales cele din blocuri), nu permit conviețuirea civilizată a unor familii multigeneraționale pot fi extrem de grave.

Cert este că și unii și alții sunt de părere că înainte de decembrie '89 s-ar fi putut găsi mai ușor soluții convenabile pentru problemele lor.

Mulți subiecți afirmau, la momentul septembrie '92 că este incomparabil mai dificil de achiziționat bunuri de folosință îndelungată și chiar obiecte de garderobă personală, comparativ cu perioada anilor '80. Au existat și subiecți care deși aveau locuințe înzestrate insuficient cu cele necesare unui trai civilizat, declarau că dacă înainte mai îndrăzneau să dorească unele lucruri, în prezent având în vedere prețurile ei nu mai aspiră la nimic. Orizontul lor cultural relativ limitat și obișnuința de a viețui în sărăcie dublate de o previziune pesimistă a viitorului aveau un rol determinant în formarea opiniilor și aspirațiilor lor.

În domeniul consumului de servicii, întrebările s-au referit la opiniile subiecților privind importanța și utilitatea învățământului obligatoriu și superior, modalitățile de solicitare a serviciilor de ocrotire a sănătății și criteriile de selectare a medicilor chemați în ajutor, măsura în care unele servicii culturale răspund tendințelor personale (ziarele, cinematografele, teatrele, radio, TV).

Referitor la învățământul obligatoriu, semnificativă a fost ideea unora dintre proprietarii de pământ din rural că urmașii lor vor trăi foarte bine și fără un nivel oarecare de educație școlară.

În domeniul învățământului superior, s-a impus convingerea că atât cei care au bani mulți, cât și cei care nu au, se pot realiza profesional și pot avea un status social de dorit doar prin efectuarea unor studii superioare. Această opinie a fost prezentă însă, doar în mediul urban, în rândurile celor cu studii superioare sau medii.

Din discuțiile privind calitatea serviciilor de ocrotirea sănătății și gradul de solicitare al medicilor față de pacienți, s-a reliefat convingerea multora dintre subiecți că motivația principală a exercitării profesiei medic este preponderent de ordin economic. De aceea, poate unii subiecți (mai ales din mediul rural) își exprimă vehement neîncrederea în medicina alopată și în profesiștii care o practică.

În consumul de servicii culturale, se remarcă o tendință de deplasare a structurilor și obiceiurilor de consum spre modalități care oferă mai simplu și mai rapid satisfacții, care cer mai puțin efort intelectual din partea beneficiarilor. De exemplu, cei care înainte de decembrie '89 mergeau mai des la teatru, la momentul septembrie '92 constată că ritmul vieții lor a devenit mai alert, timpul se contractă, iar ei nu mai au răbdare pentru parabolele artei teatrale, care cer o stare de spirit mai liberă și un important efort de implicare din partea spectatorului.

În ceea ce privește ziarele, unii le cumpără mai des decât înainte de decembrie '89 pentru că „lumea a devenit mai interesantă după decembrie '89” sau pentru că „de atunci parcă se întâmplă mai multe lucruri decât înainte”. Alții sunt de părere că „înainte, toate ziarele mințeau”, acum însă „evenimentele se petrec aproape sub ochii noștri” și „nimic nu mai scapă neobservat”, chiar dacă „și azi există ziare care mint”.

Emisiunile radio sunt urmărite mai rar decât înainte, pentru că subiecții nu mai au timp pentru asta. Cele TV însă, sunt urmărite mult mai frecvent pentru că „sunt mult mai interesante decât înainte”.

La capitolul „timp de muncă — timp liber”, majoritatea subiecților din mediul urban își exprimă dorința de a lucra mai multe ore/zi într-o muncă plătită; ei gândesc net diferit față de perioada dinainte de '89, dar și față de începutul anului '90 când, după afirmațiile lor, acordau o importanță mai mare timpului liber decât la momentul septembrie '92. Această evoluție a avut loc datorită scăderii ulterioare a puterii de cumpărare a veniturilor realizate. Dacă la nivel macrosocial această tendință ar putea avea un efect economic imediat favorabil la nivel individual, ea se traduce, cel puțin într-o primă etapă, printr-o scădere generală a calității vieții prin reducerea timpului afectat odihnei, educării copiilor și îngrijirii căminului, ridicării nivelului cultural etc. Toate acestea nu vor întârzia să influențeze mentalitățile lumii noastre viitoare.

Nivelul de înțelegere a mesajelor conjuncturii economico-sociale actuale este diferențiat în funcție de nivelul de instruire al subiecților și de experiențele de viață ale fiecăruia. Există noțiuni corect înțelese de mai mulți, cum sunt cele de „inflație” sau „economie de piață”, dar și noțiuni mai puțin înțelese ca „reformă economică”, „privatizare”, „corupție”.

În ceea ce privește percepția schimbărilor de ansamblu ce au intervenit în economia românească după decembrie '89, ea are loc la toate nivelurile, dar subiecții cu instrucție școlară superioară, probabil din cauza unor așteptări deasupra realității, la momentul septembrie '92, erau mai puțin dispuși să recunoască aceste schimbări.

Între problemele cele mai importante ale familiilor, se remarcă preponderența celor economice și incidența acestora asupra mentalităților tinerelor generații, deși la fel de importante sunt și problemele vârstei a treia (singurătatea dublată de precaritatea sănătății și adesea de o condiție economică extrem de modestă). Un loc central îl ocupă și problemele privind educația tinerelor generații, reconversia profesională a adulților în situație de șomaj și, nu în ultimul rând, problemele de sănătate.

La nivelul grupului selectat, percepția principalelor probleme ale economiei naționale a fost destul de echilibrată și complexă, atingând aproape toate dimensiunile vieții economice. Totuși, în cazurile subiecților cu un orizont cultural mai limitat, percepția problemelor comunității se suprapunea adesea cu cea a problemelor personale.

Din ansamblul răspunsurilor s-au conturat unele atitudini ale subiecților care ar putea da câteva linii de contur mentalității colective actuale a consumatorilor din zonele studiate: ei sunt guvernați în mod covârșitor de necesitate și de determinări preponderent economice în deciziile de consum. Datorită existenței unei oferte încă instabile, dezechilibrată structural și prea puțin nuanțată sortimental, consumul subiecților este prea puțin selectiv iar exigențele lor sunt, în general, scăzute. Vechile mentalități domină încă și vor domina, câtă vreme oferta de mărfuri și servicii se va menține la cotele calitative, cantitative și sortimentale actuale, iar costul vieții va crește.

56 S.M.

25 d.

96 H.

60 T.

777