

**IMPACTUL CRIZEI ECONOMICE  
ASUPRA CULTURII DE CONSUM**

**Nicoleta CIACU**

Universitatea “Constantin Brâncoveanu” din  
Pitești

**Tănase TASENȚE**

Universitatea “Andrei Șaguna” din Constanța

**Rezumat**

*Cultura de consum este un catalizator al economiei, conduce la crearea de produse și servicii și induce nevoi false în rândul consumatorilor. Criza economică a fost generată de consumul supradimensionat încurajat de politica de creditare. Creditele de consum și cele ipotecare au dus inițial la intensificarea activității în unele sectoare strategice. Boom-ul mondial al creditării excesive a fost urmat de creșterea dobânzilor la credite și de înăsprirea condițiilor de acordare a acestora. Astfel, criza economică a schimbat puternic obiceiurile de consum ale majorității europenilor. Aceștia au devenit mai cumpătați în privința cumpărăturilor și au pus accentul pe economisire.*

**Cuvinte cheie:** Cultura de consum, globalizare, criza economică, obiceiuri de consum

**1. CULTURA DE CONSUM –  
REPERE CONCEPTUALE**

Termenul “cultură de consum” a apărut în a doua jumătate a secolului al XIX-lea și a fost promovat în mod excesiv odată cu extinderea mijloacelor de comunicare. Prin cultură de consum se definesc "produsele subculturale, destinate divertismentului și satisfacției imediate, integrate într-un sistem comercial atotcuprinzător." (Georgiu, 2004)

Asocierea consumului și a culturii poate părea la o primă vedere contradictorie. Ideea de consum nu este compatibilă fenomenului numit cultură, întrucât consumul se referă la un

**THE IMPACT OF ECONOMIC CRISIS  
ON CONSUMERISM CULTURE**

**Nicoleta CIACU**

“Constantin Brâncoveanu” University from  
Pitești

**Tănase TASENȚE**

“Andrei Șaguna” University from  
Constanța

**Abstract**

The consumerism culture is a catalyst for the Economy, leading to new products and services and causing false needs among consumers. The economic crisis has been caused by the oversized consumption encouraged by the credit policy. The consumer credits and the mortgages initially led to increased activity in some strategic sectors. The global “boom” of excessive crediting was followed by the increase and stricter credit interest conditions for granting them. Thus, the economic crisis has changed the strong habits of most European peoples. They have become more sober in the shopping and focused on saving.

**Keywords:** consumer culture, globalization, economic crisis, consumption habits

**1. CONSUMERISM CULTURE  
- CONCEPTUAL PARTS**

The term of "consumerism culture" appeared in the second half of the nineteenth century and it was excessively promoted in conjunction with media expansion. By "consumerism culture" we can define "subcultural products, intended for entertainment and immediate satisfaction, integrated into a comprehensive trading system." (Georgiu, 2004)

The combination of the consumption and culture may seem contradictory at first

proces limitat în volum și timp, repetabil, în timp ce cultura nu se poate percepe decât prin meditație, acumulări succesive, atenție îndelungată și nicidecum printr-o evaluare rapidă, prin superficialitate. Astfel, denumirea de „cultură de consum” a fost concepută ca o ironie bazată pe reticența societății față de valoare și pe tendința de evaluare exclusiv materialistă care nu ține cont de intelect sau spirit.

Geneza culturii de consum este legată de dezvoltarea sistemului de tip industrial. Consumul a ajuns să fie considerat un scop în sine, fiind cel care conduce în societatea capitalistă (Baudrillard, 2008). „Deși abundentă și extrem de variată, piața nu mai oferă sensul valorii, pe care producția îl dă individului. Producătorii pun accent pe vandabilitate, nu pe valoarea produsului” afirmă Baudrillard în lucrarea “Societatea de consum”.

Cultura de consum a fost „stimulată sociologic de ascensiunea clasei de mijloc, de disponibilitatea și gustul ei pentru formele joase și accesibile de cultură, cele care satisfac dorința de confort sufletesc și de evaziune facilă din real, oferind un „complement” al vieții, o formă agreabilă de petrecere a tipului liber”. (Georgiu, 2004)

Cultura de consum a devenit cu timpul o adevărată industrie, și a condus la apariția și promovarea unor adevărate genuri în teatru, în film, în lucrările publicate, în muzică etc. Consumatorul acestui tip de (sub)cultură se recrutează din zone sociale și profesionale diverse, având centrul de greutate în sfera omului-mediu, cu o educație culturală precară, lipsit de gust și de discernământ critic.

## 2. EFECTELE GLOBALIZĂRII ASUPRA CULTURII DE CONSUM

Globalizarea economiei mondiale este definită ca fiind „procesul deosebit de dinamic al creșterii interdependențelor dintre statele naționale, ca urmare a extinderii și adâncirii legăturilor transnaționale în tot mai largi și mai variate sfere ale vieții economice, politice,

sight. The consum idea is not compatible with de phenomenon known as culture, because the consumption refers to a limited volume and time process, repeatable, excessive accumulation, extensive attention, and not through a rapid assessment, by superficiality. Thus, the name of "consumerism culture" was intended ironically based on the reluctance of society to value and evaluation exclusively materialistic trend that ignores the intellect or spirit.

The genesis of consumerism culture is related to the development of the industrial system. The consumption came to be considered a purpose by itself, being the leader in the capitalist society (Baudrillard, 2008). “Although extremely abundant and diverse, the market no longer gives the meaning of the value, that production gives to the person. The manufacturers focus on marketability, not the value of the product, "says Baudrillard in "The consumer society ".

The consumerism culture has been “sociological stimulated by the rising of the middle class, by the availability and its disposition for low and accessible forms of culture, those who are satisfying the desire for spiritual comfort and the easy avoidance from the real world, offering a "complement" of life, a pleasant way to spend the leisure time”. (Georgiu, 2004)

The consumerism culture has become in time a real industry, and led to the emergence and promotion of true genres in theaters , in movies, published works, music, etc. The consumer of this type of (sub)culture are recruited from various social and professional areas, with the center of gravity in the average human field, with a weak cultural education, no taste and critical assessment.

## 2. THE EFFECTS OF GLOBALIZATION ON CONSUMERISM CULTURE

The globalisation of world economy is

sociale și culturale, problemele devin mai curând globale decât naționale, creând, la rândul lor, o soluționare mai curând globală decât națională" (Bari, 2001).

Analizată prin prisma eficienței economice a alocării și utilizării resurselor, globalizarea apare ca un fenomen rațional, menit să furnizeze cantități tot mai mari de mărfuri și servicii cu resurse materiale, financiare și umane tot mai puține și mai ieftine. Globalizarea este avantajoasă și foarte avantajoasă pentru țările cu o competitivitate economică mare: tehnologii avansate, forță de muncă performantă, productivitatea muncii mare, costuri de producție reduse. În aceste condiții se poate afirma că principala sursă a competitivității este reprezentată de capital. Procesul globalizării oferă multiple și rapide avantaje economiilor dezvoltate, ce concentrează covârșitor capitalul mondial și unde își au sediul central marile companii transnaționale.

Catalizatorul cu cea mai mare amploare asupra efectului globalizării, efect ce s-a răsfrânt și asupra culturii de consum, este Internetul. Dacă procesul de globalizare era unul inevitabil, datorită dezvoltării mijloacelor de transport, precum avioanele, apariția Internetului a grăbit dezvoltarea globalizării, și prin prisma relațiilor interumane la distanță. Așadar, oameni din colțuri diferite ale Planetei au ajuns să se cunoască, să interrelaționeze prin intermediul unei limbi de circulație mondială, recte engleza, franceza, germana etc, acest lucru dând posibilitatea ca cele două persoane să afle mai multe despre culturi și mentalități diferite.

Tot Internetul a ajutat și la dezvoltarea unei piețe de consum virtuale, facilitând accesul celor care nu au timp suficient pentru cumpărăturile de pe piața reală. Majoritatea cumpărăturilor online se realizează prin intermediul cardurilor de cumpărături oferite cu generozitate de băncile interesate de profit. Rațiunea băncilor a pornit de la faptul că nu solvabilitatea clientului este importantă ci mai ales capacitatea lui de a cheltui creditul. Efectele acestui raționament se văd pe termen

defined as "very dynamic process of increasing interdependence of national states as a result of the expansion and deepening of transnational linkages increasingly broad and diverse spheres of economic, political, social and cultural issues soon become global than national, creating in turn a global rather than national solution "(Bari, 2001).

Analyzed in terms of economic efficiency of allocation and resources uses, the globalization appears as a rational phenomenon, designed to provide increasing quantities of goods and services with fewer and cheaper material, financial and human resources. The globalization is gainful and very gainful for countries with an economic competitiveness: high-tech, workforce performance, greater labor productivity, reduced production costs. In these circumstances it can be said that the main source of competitiveness is the capital. The process of globalization offers multiple and fast advantages to the developed economies, that overwhelming focus global capital and where large transnational companies have their headquarters.

The catalyst with the highest impact upon the effect of globalization, that was reflected on consumerism culture, is the Internet. If the process of globalization was inevitable, thanks to vehicles such as airplanes, emergence of the Internet has hastened the development of globalization in terms of interpersonal relationships at distance. So people from different corners of the Globe have come to know each others, started to communicate through languages of the world, like English, French, German, etc., so that was allowing two people to learn about different cultures and mentalities.

Also, the Internet has helped to develop virtual consumer markets, facilitating the access for those who do not have enough time to shop for real market. Most online purchases are made through

scurt, prin creșterea artificială a consumului, debitorii ajungând să cheltuiască bani din viitor pe care nu îi au în prezent.

Prin această politică, băncile nu și-au luat o marjă de siguranță, ignorând stabilitatea pe termen lung atât a debitorilor și a angajatorilor acestora cât și a băncii în sine, în detrimentul uneia moderate, bazată pe proiecte fezabile (plan de afaceri, garanție și buget de venituri și cheltuieli). Această politică de creditare s-a dovedit a fi una deficitară, generând un consum supradimensionat, fără o bază reală și care nu ține cont de condițiile de rambursare a creditelor.

Politica păguboasă de încurajare a consumului prin apetitul sporit pentru creditele de consum și pentru creditele ipotecare a dus într-o primă fază la intensificarea activității în unele sectoare strategice: construcțiile de mașini, sectorul imobiliar care a influențat sectorul construcțiilor și a materialelor de construcții. La primul semn de schimbare a situației (creșterea dobânzilor sub presiunea diferiților factori) cei care inițial au fost învățați să consume pe credit sau să se angajeze în proiecte imobiliare greu de susținut în realitate de nivelul veniturilor lor și-au modificat radical comportamentul și au început să nu mai fie atât de interesați să consume fără discernământ.

### **3. CRIZA ECONOMICĂ GLOBALĂ – FACTORI DECLANȘATORI**

În genere, crizele economice nu intră într-un tipic anume, ci păstrează o anumită ciclicitate dovedită istoric. Totuși, unele teorii economice contemporane nu acceptă ideea unei teoretizări generale a crizelor economico - financiare, conform cărora acestea pot fi încadrate într-un model general valabil, demonstrându-se faptul că fiecare criză economico-financiară este unică și este influențată de factori specifici, într-o anumită conjunctură social-economică și politică. Extrapolând, istoria ne-a dovedit că, deși aceste crize economico-financiare nu produc efecte în parametri identici, ele păstrează o anumită ciclicitate a proceselor

credit cards generously offered by the banks, who are concerned with more profit. The reason the banks started failing customer creditworthiness is important but especially his ability to spend the credit. The effects of this reasoning can be seen in the short term, by artificially raising the consumption, bringing debtors to spend money in the future that they do not currently have.

Through this policy, banks have not taken a safety margin, ignoring long-term stability of both debtors and their employers and the bank itself, to the detriment of moderate policy, based on feasible projects (business plan, warranty and revenues and expenditures budget). This credit policy has proved to be a poor, resulting in an oversized consumption, without a real base and ignoring the terms of repayment of loans.

Detrimental policy of encouraging consumption through increased appetite for consumer loans and mortgages has resulted in a first phase to increase activity in some strategic sectors: construction machinery, the real estate which has influenced the construction sphere. At the first sign of change of circumstances (increased pressure from various interest factors) who were initially trained to consume on credit or engage in unsustainable real estate projects in their real income levels have radically changed their behavior and began not to be so keen to consume indiscriminate.

### **3. GLOBAL ECONOMIC CRISIS – TRIGGERING FACTORS**

Generally, economic crises typically fall into one specific, but retains a certain cyclical documented history. However, some contemporary economic theory does not accept the idea of theoretical idea of a general economic crisis - financial, that they can be incorporated into a general valid model, showing that every economic

economice globale sau regionale.

Ultima criză economico-financiară cunoscută pe Glob, și cea mai severă, de altfel, a fost cea din anii 1929, cunoscută și sub denumirea de Marea Depresiune, care a avut nu numai o amploare spațială - pornind din Statele Unite ale Americii și acaparând în scurt timp toată Planeta - dar și una temporară, întinzându-se pe o perioadă de 4 ani, până în anul 1933.

Factorii care au condus la declanșarea acestei crize mondiale în perioada interbelică au fost strâns legați de prăbușirea bursei de acțiuni din ziua de marți (așa numita Marțea neagră) 29 octombrie 1929.

Țările afectate nu au fost doar cele industrializate, ci și țările slab dezvoltate sau emergente. Acest lucru s-a întâmplat din cauza faptului că economiile acestor țări au depins în cea mai mare măsură de exporturile de materii prime. Nivelul comerțului mondial a început să scadă brusc, având ca efect scăderea veniturilor personale, veniturilor bugetare și profitul din afaceri. După criza comercială, în scurt timp au fost afectate și celelalte sectoare de activitate, printre acestea numărându-se și domeniul construcțiilor care, practic, s-au sistat. Chiar și persoanele care locuiau în mediul rural au fost lovite de criză, domeniul agriculturii înregistrând scăderi ale prețurilor mărfurilor agricole cu 40-60% (Cochranem, 1958, traducere). Alte sectoare care au întâlnit recesiunea au fost mineritul și exploatarea lemnului.

Cea mai recentă criză economico-financiară a început tot în Statele Unite ale Americii în luna iulie 2007, perioadă în care investitorii americani și-au pierdut încrederea în ipotecarea securizată, fapt ce a condus la o criză a lichidităților. Acest lucru a determinat o injectare substanțială de capital (90 de miliarde de dolari americani) în piețele financiare din partea Rezervei Federale americane, a Băncii Angliei și a Băncii Centrale Europene. (Larry Elliott, <http://www.guardian.co.uk>, 2008)

Criza nu se desfășoară în paralel sau cu aceeași intensitate în fiecare regiune sau țară. Chiar dacă pornim de la premisa că toate țările

and financial crisis is unique and is influenced by specific to a particular socio-economic conjuncture and policy factors. Extrapolating, the history has shown us that although the financial and economic crisis have effect in identical parameters, they retain a certain cyclical global or regional economic processes.

The latest economic and financial crisis known on Earth, and also the highest one, was in the 1929, known as the Great Depression which has not only a spatial scale – starting from the USA and soon putting in possession the whole planet - but also a temporary scale, extending over a period of 4 years, to 1933.

The factors that gave rise to this global crisis in the Interwar Period were closely related to the collapse of the stock exchange on Tuesday (so-called Black Tuesday) October 29, 1929. The affected countries were not only the industrialized countries, but poorly developed or emerging countries. This happened because the economies of these countries have depended mostly on exports of raw materials. The level of world trade began to fall sharply, resulting in lower personal incomes budget revenues and profits from business. After the commercial crisis, in the short term have been affected also other sectors, and among them is construction, which practically have ceased. Even the people living in rural areas were hit by the crisis, agriculture recorded decreased prices of agricultural commodities from 40 to 60%. (Cochranem, 1958, own version).

The latest financial and economic crisis also began in the United States in July 2007, during which U.S. investors have lost confidence in mortgage secured which led to a liquidity crisis. This resulted in a substantial capital injection (90 billion U.S. dollars) in financial markets from the U.S. Federal Reserve, Bank of England and European Central Bank. (Larry Elliott, <http://www.guardian.co.uk>, 2008)

The crisis is not carried out in parallel

vor fi afectate de criză, țările mai mici precum și cele care depind de fluxul de capital extern sunt afectate într-un mod mai evident decât celelalte.

În 2008 s-a vehiculat ideea că România nu va fi afectată de criză și chiar dacă va exista o recesiune în străinătate, România va fi izolată.

"România a fost prinsă de criza economică globală într-o situație financiară precară, guvernul fiind nevoit să apeleze la un plan de stabilizare cu FMI și UE în martie 2009", afirmă Kenneth Orchard, analist în cadrul Moody's, într-un raport privind economia României. (Iulia Roșu <http://www.adevarul.ro>, 2009).

Criza s-a agravat în 2008, în contextul prăbușirii burselor de valori care au intrat într-o perioadă de instabilitate acută. Un număr mare de bănci, instituții nebancale creditoare și companii de asigurare au dat faliment, cele mai multe înfrângeri fiind semnalate în SUA. Efectele seriei de falimente s-au făcut resimțite și în România. Astfel, Bursa de valori București a pierdut în doar câteva zile, 15-16 iulie 2008 câteva miliarde de euro, ca urmare a știrilor negative despre piețele externe și efectului psihologic generat de acestea. Panica investitorilor și dorința lor de a renunța la acțiunile pe care le dețin au fost cauzele declanșatoare ale celei mai mari pierderi înregistrate de bursa de valori București, când într-un singur minut, s-au înregistrat pierderi de peste 2,2 miliarde euro. (citată agenția Rompres, [www.smartbroker.ro](http://www.smartbroker.ro))

În acest context, companiile mici și mijlocii nu au mai putut miza pe instituțiile bancare ca potențiale surse de finanțare, astfel că o altă variantă de acoperire a nevoilor financiare era total blocată. Pe fondul crizei economice și solicitările de creditare din partea companiilor adresate băncilor au scăzut, și s-a conturat astfel tabloul complet al unei crize financiare, care a aruncat în faliment extrem de multe companii din România.

Efectul a fost unul de recul, deoarece creditorii, care în condiții normale ar fi fost de acord să acorde mai multe termene de grație

with the same intensity in each region or country. Even if we start from the premise that all countries will be affected by the crisis, the smaller countries and those that depends on external capital flows are affected in a way more obvious than others. In 2008, was said that Romania will not be affected by the crisis and even if there is a recession abroad, Romania will be isolated.

"Romania has been gripped by the global economic crisis in a precarious financial situation, the Government was forced to seek an IMF stabilization plan and the EU in March 2009" said Kenneth Orchard, an analyst at Moody's, in a report on the Romanian economy. (Iulia Roșu <http://www.adevarul.ro>, 2009)

The crisis worsened in 2008, amidst the collapse of stock exchanges which have entered a period of acute instability. A large number of banks, non-banking credit institutions and insurance companies went to bankrupt, most defeats being reported in U.S. Series of bankruptcies effects have been also felt in Romania. Thus, the Bucharest Stock Exchange lost in one day, 15-16 July 2008 several billion euro due to negative news about foreign markets and the psychological effect of these. Investors panic and their willingness to give up shares in their possession were the causes triggering the largest losses of the Bucharest Stock Exchange, where in one minute, there were over 2.2 billion euro loss. (agency Rompres quoted, [www.smartbroker.ro](http://www.smartbroker.ro), 2008)

In this context, the small and medium companies could not bet on banks as potential funding sources, so that another variant to cover the financial needs was completely blocked. Amid economic crisis the credit applications from companies to the banks also declined, and emerged as full array of financial crisis, which plunged into bankruptcy many companies in Romania.

The effect was one rebound, as lenders, which would normally have agreed

partenerilor lor de afaceri de la care au de încasat bani, fiind acum în condiții de criză economică, au pus o presiune și mai mare pe debitorii lor. Astfel constrângerea băncilor de a-și recupera banii a generat o reacție în lanț, întrucât extrem de multe companii nu au găsit resursele necesare să își achite datoriile scadente, și au falimentat.

Piața creditării din România a fost blocată în 2009, analiștii economici afirmând că singura șansă pentru redresarea economiei românești era reprezentată de piața privată și nu de investițiile coordonate de stat. (Lavinia Pitu, Ovidiu Suci, [www.dw-world.de](http://www.dw-world.de), 2009)

Creșterea șomajului, înmulțirea restanțelor la credite, dar și reducerea cheltuielilor guvernamentale au prelungit criza economică în România și în 2010, în ciuda optimismului autorităților române. De la începutul anului 2010 și până în prezent, lunar, aproximativ 30.000 de români își pierd locul de muncă (Andreea Horcone, [www.gds.ro](http://www.gds.ro), 2010), și gradul de ocupare a forței de muncă este destul de scăzut. Chiar dacă la nivel internațional și european există semnalele unei revigorări economice, nu același lucru se întâmplă și în România.

#### **4. OBICEIURI DE CONSUM AFECTATE DE CRIZĂ ÎN ROMANIA**

Potrivit unui studiu realizat de Mednet (pe un eșantion reprezentativ de 854 de persoane din București și orașe cu populația de peste 100.000 de locuitori), și dat publicității de site-ul [www.businessmagazin.ro](http://www.businessmagazin.ro), 71,2% dintre români și-au schimbat comportamentul de consum, aceștia preferând să-și reducă consumul sau să cumpere produse mai ieftine.

Cauzele schimbării comportamentului au fost strâns legate de diminuarea câștigurilor salariale, factor sesizat de 43,9% din respondenți, dar și creșterea ratelor pe fondul devalorizării monedei naționale (22,8%) sau pierderea locului de muncă de către respondent sau un membru al familial (22,4%).

to give more grace periods from their business partners who have received money put greater pressure on their debtors. Thus, the banks coercion to recover money generated a chain reaction, since many companies have found the necessary resources to pay its outstanding debt, and have failed.

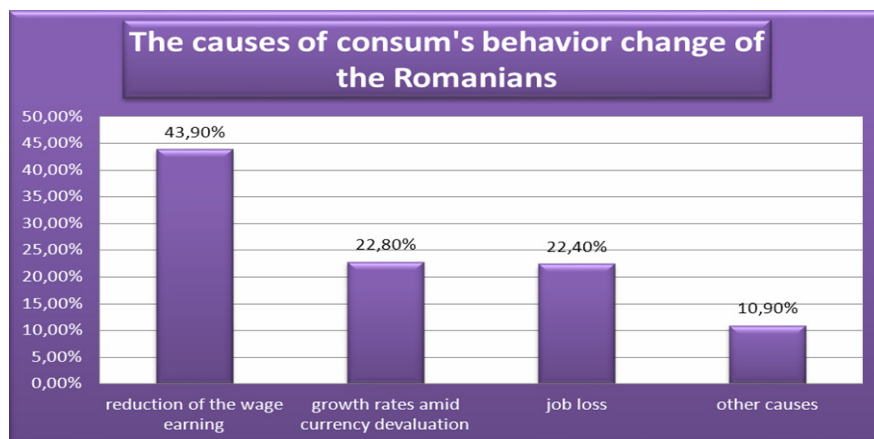
The credit market in Romania in 2009 was blocked, the economic analysts say that the only chance for recovery of the Romanian economy was represented by the private market and not by coordinated state investment. (Lavinia Pitu Ovidiu Suci, [www.dw-world.de](http://www.dw-world.de), 2009).

The rising of unemployment, the multiplication of credit arrears on loans but also the decrease of government expenses spending prolonged the economic crisis in Romania in 2010 too, despite the optimism of the Romanian authorities. From early 2010 until now, every month, about 30,000 Romanians lose their jobs (Andreea Horcone, [www.gds.ro](http://www.gds.ro), 2010), and employment of labor is quite low. Even if there are international and European signals of economic recovery, not the same thing happens in Romania.

#### **4. THE CONSUMPTION HABITS AFFECTED BY THE CRISIS IN ROMANIA AND EUROPEAN UNION**

According to a study made by Mednet (on a representative sample of 854 people from Bucharest and cities with population over 100,000 inhabitants), and published by [www.businessmagazin.ro](http://www.businessmagazin.ro), 71.2% of the Romanians changed their consumption behavior, preferring to reduce consumption or buying cheaper products.

The causes of the behavior change were closely related to reduction of the wage earnings, element discovered by 43.9% of respondents, but also the growth of the rates amid currency devaluation (22,8%), or loss of employment by the respondent or a family member (22.4%).



Consumatorii au sesizat și alte efecte ale crizei economice, precum creșterea prețurilor, falimentarea IMM-urilor, înghețarea sau întârzierea plății salariilor, devalorizarea leului și propagarea instinctului de conservare și conceptului de prudență.

De asemenea, 17,1% dintre romani se declară afectați de criză într-o foarte mare măsură, iar 19,3% într-o mare măsură, acest procent fiind în creștere cu 28% în luna noiembrie, comparativ cu luna februarie 2009.

Cea mai afectată categorie de criză este reprezentată de femeile cu vârsta cuprinsă între 55-65 de ani, cu un nivel de educație mediu și cu un venit mai mic de 1.500 lei pe familie. Categoria de populație care nu a resimțit criza și nu și-a modificat obiceiurile de consum este formată din tineri fără copii, cu studii superioare și venituri la nivelul familiei de peste 3.000 lei.

Potrivit unui alt studiu realizat de revista "Piata" (Teodora Trandafir, Ana Bâtcă, <http://turism.evz.ro>, 2009), cei mai afectați de schimbarea comportamentului de consum a românilor sunt comercianții. Produsele pe care românii nu le consideră absolut necesare, precum dulciurile, cafeaua sau băuturile răcoritoare, au fost și primele la care aceștia au renunțat. Același lucru s-a întâmplat și cu produsele din carne, care au înregistrat o scădere a vânzării în ianuarie 2009, față de aceeași perioadă a anului precedent.

Obiceiurile de consum au fost modificate de criza economico-financiară, nu numai

The consumers have noticed also others economic crisis effects like prices rising, bankruptcy of SMEs, freezing or delaying payment of wages, the devaluation of the RON and the propagation of the instinct of conservation and/or the concept of caution.

Also, 17.1% of the Romanians said that the crisis affected a very large extend and 19.3% in a large degree, this percent is up 28% in November, compared with February 2009.

The most affected category by the economic crisis is represented by the women aged 55-65 years old with an average education level, and income of less than 1,500 RON per family. The category which has not felt the crisis and has not changed the consumer habits is formed by the youths without children, with a high education level and family income level of 3,000 lei.

According to another study made by the "Piata" Magazine, (Teodora Trandafir, Ana Bâtcă, <http://turism.evz.ro>, 2009), the most affected by the change of behavior of the Romanians are merchants. The products that Romanians did not consider absolutely necessary, such as sweets, coffee or soft drinks were also the first ones that first dropped. The same thing happened with meat products, which fell to the sale in January 2009 against the same period of the last year.

The consumer habits were changed by the economic and financial crisis, not only for the Romanians, but also for the rest of the



pentru români, dar și pentru restul populației Uniunii Europene. Aceștia au devenit moderați în a-și achiziționa produse noi, și s-au reorientat către produsele la mâna a doua. Astfel, conform unui studiu realizat de Observatoire Cetelem, și citat de publicația franceză *Le Figaro* și *Ziarul Financiar* ([www.zf.ro](http://www.zf.ro), 2010), aproape jumătate din gospodăriile europene (47%) consideră că este la fel de important ca pe timp de criză să cumperi produse la mâna a doua. 64% din cei interogați au declarat că au cumpărat cel puțin o dată o mașină second-hand, 60% produse culturale (cărți, CD, jocuri video) și 43% produse de vestimentație.

Efectul crizei a afectat și toate multinaționalele din România. Institutul Național de Statistică (INS) arată că, în 2009, consumul populației a scăzut cu peste 10% față de 2008. Ca o confirmare, pentru prima dată de la intrarea pe piața românească, în 2001, Carrefour a raportat o scădere cu 4,6% a vânzărilor în euro. Compania americană Coca-Cola a anunțat primul declin al vânzărilor de pe piața locală, de 12% în 2009, cât creșterea din anul anterior. (Teodora Trandafir, [www.evz.ro](http://www.evz.ro), 2010)

## CONCLUZII

Contrar tuturor indicațiilor comportamentale adresate consumatorilor în moment de criză, unii specialiști în domeniul economico-financiar susțin ideea conform căreia consumul nu trebuie redus, deoarece reducând consumul nu mai există cerere, produsele nu mai sunt cumpărate, producătorii își restrâng activitatea și crește numărul șomerilor. Mediatizarea excesivă a consecințelor dezastruoase ale crizei a avut un efect de tip bumerang asupra psihologiei consumatorilor, aceștia fiind determinați să diminueze consumul și să economisească. Totuși, conservarea și nerularea capitalului pe piață nu face altceva decât să genereze o criză și mai mare, a căror efecte se vor resimți pe termen mediu și lung.

European Union population. They have become moderated in buying new products, and they shifted to the second-hand products. According to a study made by Observatoire Cetelem, and quoted by the France publication, *Le Figaro*, and by the Romanian newspaper "*Ziarul Financiar*" ([www.zf.ro](http://www.zf.ro), 2010), almost half of European households (47%) thinks it is equally important that in times of crisis to buy second hand products. 64% of those polled said they had bought at least once a second hand car, 60% of cultural products (books, CDs, video games) and 43% for clothing products.

The effect of the crisis has affected all multinational companies in Romania. National Statistics Institute (NSI) shows that in 2009 the population's consumption decreased by over 10% compared to 2008. As a confirmation, for the first time since entering the Romanian market in 2001, Carrefour reported a 4.6% drop in sales in euros. The American company, Coca-Cola, announced its first sales decline in the domestic market, 12% in 2009, same as the growth in the previous year. (Theodora Trandafir, [www.evz.ro](http://www.evz.ro), 2010)

## CONCLUSION

Despite to all indications to the consumer behavior in times of crisis, some experts in economic and financial support the idea that consumption should not be reduced, because the reducing consumption may cause "no demand" phenomenon, the products are not purchased anymore, the producers restrict their activities and increase the number of unemployed. Excessive media coverage of the disastrous consequences of the crisis has had a "boomerang" effect on the type of consumer psychology, they have been determined to reduce consumption and to save their money. However, conservation and non-rolling the capital on the market does nothing but generate a greater crisis, whose effects will be felt on medium and long term.

## BIBLIOGRAFIE

- [1] Bari Ioan, *Globalizarea și problemele globale*, Editura Economică, București, 2001
- [2] Baudrillard, Jean, *Societatea de consum: mituri și structuri*, Editura Comunicare.ro, București, 2005
- [3] Georgiu Grigore, *Filosofia culturii. Cultură și comunicare*, Ed. Comunicare.ro, București, 2004
- [4] Willard W. Cochrane, *Farm Prices, Myth and Reality* 1958. pag. 15; Liga Națiunilor, *World Economic Survey 1932-33* pag. 43
- [5] Elliott Larry, *Credit crisis – how it all began*, 5 august 2008, <http://www.guardian.co.uk/business/2008/aug/05/northernrock.banking>
- [6] Horcone Andreea, *România mai rămâne în criză un an sau doi*, 12 martie 2010, <http://www.gds.ro/Economie/2010-03-12/Romania+mai+ramane+in+criza+un+an+sa+u+doi>
- [7] Pitu Lavinia, Suciu Ovidiu, *Încă un an de criză economică pentru România* din 04.11.2009, <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4860549,00.htm>
- [8] Roșu Iulia, *Moody's: România nu scapă de criză până în 2010, dar are perspective pozitive*, 2 septembrie 2009, <http://www.adevarul.ro>
- [9] <http://www.smartbroker.ro/articole/437/Bursa-a-pierdut-pest-21-miliarde-euro.html>
- [10] Trandafir Teodora, Bâtcă Ana, *Criza schimbă obiceiurile de consum*, 27 februarie 2009, <http://turism.evz.ro/articole/detalii-articol/841401/Criza-schimba-obiceiurile-de-consum/>
- [11] Trandafir Teodora, *Pofta de consum se va lovi de criză*, 4 martie 2010 <http://www.evz.ro/detalii/stiri/pofta-de-consum-se-va-lovi-de-criza-si-anul-acesta-888413.html>
- [12] <http://www.zf.ro/zf-24/criza-a-schimb-comportamentul-de-consum-al-europenilor-produsele-second-hand-au-devenit-tot-mai-atragatoare-5462591/>

## BIBLIOGRAPHY

- [1] Bari Ioan, *Globalizarea și problemele globale*, Editura Economică, București, 2001
- [2] Baudrillard, Jean, *Societatea de consum: mituri și structuri*, Editura Comunicare.ro, București, 2005
- [3] Georgiu Grigore, *Filosofia culturii. Cultură și comunicare*, Ed. Comunicare.ro, București, 2004
- [4] Willard W. Cochrane, *Farm Prices, Myth and Reality* 1958. pag. 15; Liga Națiunilor, *World Economic Survey 1932-33* pag. 43
- [5] Elliott Larry, *Credit crisis – how it all began*, 5 august 2008, <http://www.guardian.co.uk/business/2008/aug/05/northernrock.banking>
- [6] Horcone Andreea, *România mai rămâne în criză un an sau doi*, 12 martie 2010, <http://www.gds.ro/Economie/2010-03-12/Romania+mai+ramane+in+criza+un+an+sa+u+doi>
- [7] Pitu Lavinia, Suciu Ovidiu, *Încă un an de criză economică pentru România* din 04.11.2009, <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4860549,00.htm>
- [8] Roșu Iulia, *Moody's: România nu scapă de criză până în 2010, dar are perspective pozitive*, 2 septembrie 2009, <http://www.adevarul.ro>
- [9] <http://www.smartbroker.ro/articole/437/Bursa-a-pierdut-pest-21-miliarde-euro.html>
- [10] Trandafir Teodora, Bâtcă Ana, *Criza schimbă obiceiurile de consum*, 27 februarie 2009, <http://turism.evz.ro/articole/detalii-articol/841401/Criza-schimba-obiceiurile-de-consum/>
- [11] Trandafir Teodora, *Pofta de consum se va lovi de criză*, 4 martie 2010 <http://www.evz.ro/detalii/stiri/pofta-de-consum-se-va-lovi-de-criza-si-anul-acesta-888413.html>
- [12] <http://www.zf.ro/zf-24/criza-a-schimb-comportamentul-de-consum-al-europenilor-produsele-second-hand-au-devenit-tot-mai-atragatoare-5462591/>