

## ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА У СОЦИЈАЛИСТИЧКОЈ ТРЖНОЈ ПРИВРЕДИ У УСЛОВИМА ИНФЛАТОРНОГ КРЕТАЊА

Данас се понашању потрошача поклања далеко већа пажња но раније. Маркетинг као дисциплина практичне политике предузећа све више осваја индустријски развијене земље, а тиме се и све већа пажња истраживача тржишта концентрише на понашање потрошача, на њихово реаговање на поједина збивања у народним економијама.

И наша наука и наша пракса прихватиле су маркетинг концепцију као дисциплину коју треба развијати и уводити у праксу. У нашим условима самоуправног друштва маркетингу, па сходно томе и проучавању понашања потрошача, мора се прићи са нешто друкчијих позиција но што би то био случај да се не ради о самоуправном друштву.

Потрошач у самоуправном социјалистичком друштву у коме владају слободни тржни односи, не само да је објекат но је и субјекат на тржишту. Ово стога што се он појављује на тржишту у двострукој улози. Док је у функцији произвођача (за време свог радног времена), он је заинтересован за што бољи резултат свога рада, за што већи доходак. Ван свог радног места, тај до малопре произвођач, појављује се на тржишту као потрошач, као фактор коме стреме сви произвођачи и сви производи, па и производ на коме је он радио и који је производио док се налазио у улози произвођача.

Двојство улоге потрошача у самоуправном друштву је типично за то друштвено уређење. То није случај у капиталистичком друштвеном уређењу јер потрошач као произвођач нема утицаја на одлуке предузећа у коме ради, или му је утицај тако мали да је то занемарљиво. У капиталистичком друштву потрошач има активну улогу само преко тржишта као купац. Потрошач у самоуправном систему има улогу одлучиоца као произвођач а и као купац када се појављује као потрошач<sup>(1)</sup>.

Очигледно је да је положај потрошача у самоуправном друштву комплекснији и зато је проучавање његовог понашања на тржишту по сам тај друштвени систем од значаја.

Основе на којима почива понашање потрошача су:

- психичке,
- социолошке,
- културне.

Психичка компонента свој главни став има у осећању поверења или неповерења према финансијском систему земље, што се најјасније испољава у држању потрошача према домаћој валути. Однос потрошача односно грађана према домаћој валути је неуралгична тачка на којој се најбоље уочава фактор поверења.

(1) Др Војислав Божић: Робно-новчано тржиште самоуправног друштва Београд 1973. издавач „Економика“ стр. 41.

Социолошка компонента је од јачег значаја за класно но за самоуправно друштво, али ни у том друштву та компонента није без значаја. Ово из простог разлога што су социолошки услови у једном многољудом друштву различити те извесне разлике мора постојати међу друштвеним слојевима, друштвеним сегментима. Ово питање је од посебног значаја за наше друштво јер су социолошки услови наших народа били различити. Проблем је утолико комплекснији јер је друштвени састав хетероген и јер се развијао под различитим утицајима.

Компонента која се односи на културу, има такође утицај на понашање потрошача. Неписмено и становништво са рудиментарним знањем читања и писања подложно је, у далеко већем степену, емотивним утицајима, но образовни део становништва. На овај потоњи слој се може утицати, у погледу потрошње, у оба правца далеко интензивније. Конкурентска борба произвођача на тржишту која се углавном води писаном речи изострава критичност код потрошача. Ако овај став о утицају културе применимо на нашу земљу добијамо следећу приближну слику. Југославија има, закоружено, 17 милиона становника способних да буду потрошачи. Ако у том сегменту има 9 милиона неписмених или са рудиментарном писменошћу, произлази да на нашем тржишту има 53% потрошача подложних емотивном одлучивању при куповини и на њих се тешко може утицати писаном речју<sup>(2)</sup>. Констатација, примењена на тему која нас интересује у овоме раду, за период инфлаторног кретања који није увек кратак је да се на један велики део потрошача не може деловати писаном речју нити преко тога медијума имати значајнијег успеха. На писмени део потрошача може се писаном речи деловати врло ефикасно и вршити усмеравање потрошачког понашања, тим пре што се тим путем даје могућност потрошачу да полако оцењује писане аргументе узимајући при томе све њему доступне доказе за и против. На нашем тржишту вршење утицаја на потрошаче писаном речју могуће је само на половини од укупног броја потенцијалних потрошача.

С друге стране, тржиште је повезано и то врло уско, са монетарним кретањима, како унутар једне земље, тако и преко светске привредне повезаности, и са монетарним кретањима у међународним размерама. Преко монетарних кретања може се пратити развој економске климе у којој се налази привреда. Улога новца као техничког показатеља, омогућава да се објасне феномени равнотеже унутар једне привреде али и у међународним привредним односима.

Опште је прихваћено правило, да се унутар једне привреде цене на тржишту подижу или смањују у односу на повећање или смањење монетарне масе у оптицају, узимајући појам „монетарни” у његовом најширем значењу. Корелација између монетарне масе у оптицају и цене, не мора и није увек ни паралелна нити се у временском погледу поклапа. Међузависност у сваком случају постоји и то је оно што је за наше размат-

(2) Др Војислав Богвић: Основи организације пословног система, стр. 107. „Стручна књига” — Београд 1976.

рање од интереса. При овоме нисмо узели у обзир утицај који на монетарну масу, па и на цене, могу имати политички догађаји или рђаво вођење јавне финансијске привреде јер и они могу имати одраза на слободну циркулацију добара и на цене. Посматрамо могуће понашање потрошача само при стању стабилних друштвено политичких односа унутар привреде и ванконфликтних ситуација у међународним односима.

Практична друштвена политика употребљава многе методе, да би одржала равнотежу куповне моћи новца и монетарне масе у оптицају с једне и просечним дохотком с друге стране. Та се политика обично испољава кроз егалizacione фондове и контролу цена. Практична примена ових политичких метода, па и њен стварни успех зависи и од понашања потрошача на тржишту. При овоме имамо на уму не само однос потрошача према ценама, него и њихова кооперација са друштвеним органима у одржавању друштвено договореног понашања понуђача и дистрибутера. Из овога се може извући закључак, да се на понашање потрошача на тржишту, може утицати преко политичког фактора, стварајући поверење код потрошачких маса у чврстину привредне политике земље и у остварљивост постављених циљева.

У историји европских привреда има много примера бежања од националних валута, али и примера да су грађани имајући поверење у друштвени систем подржали напоре руководства земље да се валута санира. Скорашњи пример поверења у друштвени политички систем пружа наша држава. Грађани СФРЈ који раде у иностранству, с поверењем држе или целу или добар део својих зарада остварених у иностранству на девизним рачунима у југословенским банкама.

*Могуће понашање потрошача ради одбране од инфлације.* Потрошач у слободној тржној привреди реагује на инфлаторна кретања тиме што покушава да парализује последице инфлације сопственим заштитним мерама, гледајући, ако може, да из инфлаторних кретања извуче и личне користи. У нашим условима то се испољава на разне начине, од којих су најчешће појаве: линеарно повећање личног дохотка (повећање вредности бода) и продајне цене производа преко које се остварује маса дохотка. Јасно је да се овакво понашање односи само на активни део потрошача, оних који су у радном односу и који имају могућности да као самоуправљачи делују и тим правцима. Неактивни део становништва, сем шпекуланата, нема тих могућности одбране од инфлације. У ову групу спадају лица која још нису стасала за рад, лица која су на редовном школовању и пензионери. Прве две групе су тзв. издржавана лица и она у материјалном погледу зависе од активног члана породице који их издржава. Издржавана лица само посредно делују на понашање потрошача. Тон понашању дају активни део становништва јер он ствара доходак. Што си тиче пензионера, они представљају категорију потрошача која се повињава последицама инфлације и имају мале могућности за одбрану против њених негативних појава. Они се одликују тиме што у таквим условима бивају све слабији потрошачи. Шпекуланти су група која може имати утицаја на тржишту, али то су деликвенти који се нормално, у до-

бро организованој друштвеној заједници, могу, ако не искоренити, оно онемогућити у погледу широког обима деловања, тако да се њихов удео сведе на друштвено прихватљиву појаву.

За потрошача — произвођача инфлација представља ризик. Тим пре, што инфлација и скок цена не утиче на све производе подједнако. Скок цена се креће око средњег годишњег процента. Цене неких производа ће скочити више, неке мање, трећа група може чак да покаже и пад цена. Отуда ће једна група потрошача — произвођача остваривати неоправдан вишак, друга неоправдан мањак, све посматрано с тачке гледишта уложеног рада. Из оваквих односа временом произлазе тенденције код свих произвођача да им индекс цена производа расте више од средњег индекса. Сваки ће се трудити да монетарну слабост пребаци на другога.

Понашање потрошача на тржишту које се налази под инфлаторним притиском, можемо глобално сврстати у пет разних категорија<sup>(3)</sup>. Свака од ових пет категорија има свој специфичан утицај на тржиште. Тих пет категорија су следеће:

- ликвидна средства,
- трајна добра,
- станови,
- хартије од вредности,
- злато и девизе

Досадашња посматрања сваке од ових категорија даје следећу слику:

*Ликвидна средства.* Теоријски посматрано, готов новац, улози на штедњу и друга платежна средства (чековни рачуни итд.) депресирају се по својој куповној моћи за онолико за колико цене на тржишту скачу. Штедња као најизразитија категорија ове групе, требало би да опада, да се од стране штедиша све мање одваја на штедњу, уколико је степен инфлације јачи и уколико та инфлаторна тенденција дуже траје. По теоријској претпоставци штедише би требало да беже од слабог новца. Према тој теоријској поставци притисак на тржишту од стране тражње требало би да буде све јачи, што би, опет, имало за последицу даљи скок инфлаторне стопе и даљи скок цена. Стварност је, међутим, показала да ова теоријска претпоставка, заснована на логици, није увек тачна. Ерозија вредности активе изазива код имаоца жељу да има на расположењу ликвидан новац, што делује у супротном смислу од бежања од штедње. На понашање штедиша утиче и осећање веће сигурности када се има извесна уштећевина која може послужити као хитна помоћ у случају потребе, а инфлаторна кретања су погодна да код потрошача — штедише створе осећај несигурности. Штедише су свесне да држањем улога на штедњу губе у куповној моћи, али им сазнање да на тај новац примају камату ублажује осећај губитка те им то помаже да прихвате штедњу више као

(3) Види чланак Едмонда Листа: „Comment les particuliers ont essayé de se protéger contre l'inflation et éventuellement d'en profiter y le monde de l'économie — Paris, oktobar 1969.

начин обезбеђења но као средство пласмана капитала ради оплођавања. Не треба заборавити да висина средстава која се одвајају за штедњу зависи од величине личног дохотка и од осталих ликвидних средстава. Наиме, у условима инфлаторног кретања на тржишту, у друштвеној средини као што је наша, где су непосредни произвођачи у стању да утичу на висину личног дохотка, лични доходак ипак прати скок цена, понекад га чак и претекне, услед чега се номинално може више одвојити за штедњу но у протеклим периодима. Што се тиче осталих ликвидних средстава, појава све већег броја хартија од вредности на финансијском тржишту код нас (а доскора их уопште није ни било), омогућава штедњи да остане недирнута на рачун тих других ликвидних средстава. То је нпр. случај са свим облигацијама које издају јавне службе и које се могу користити за разне врсте плаћања уз признавање чак и извесног бонитета при тим плаћањима (нпр. при плаћању пореза). Из ниже наведених података може се видети да су ставови изнети у овоме излагању базирани на реалним чињеницама и стварном понашању потрошача. Из статистичких података види се да су наши грађани, као потрошачи реаговали на инфлаторна кретања баш како је овде описано, што значи да су у маси резоновали на мање више, сличан начин. Подаци који се износе су узети из података Народне Банке СФРЈ! и односе се на финансијска улагања становништва у првих седам месеци 1975. год., упоређени са стањем на дан 31. децембра 1974. год. Као општи закључак се изводи констатација да наше штедише нису бежале од штеђе. Напротив њихов однос према штедњи је био позитиван.

### Финансијска улагања становништва у 1975. години

п о р а с т у 1975.

милиони динара 31. 12. 1974	I-III	IV	V	VI	VII	I-VII	
Улози на штедњу	40.277	2.824	498	359	602	454	4.737
Готов новац	34.783	-1.668	3.531	-1.721	1.904	2.286	4.332
Остала финансијска улагања	29.649	2.863	830	859	747	484	5.783
Укупна финансијска улагања	104.709	4.019	4.859	-503	3.253	3.224	14.852

### Индекси према истом периоду 1974. године

Улози на штедњу	128	129	129	129	128	128
Готов новац	118	118	118	118	120	120
Остала финансијска улагања	153	155	156	157	156	156
Укупна финансијска улагања	131	131	132	132	132	132

У односу на штедњу, понашање потрошача се може посматрати повезано и са другим факторима. Однос: лични доходак : штедња у условима инфлације не мора опадати на штету штедње ако потрошачи схвате штедњу као ликвидна средства потребна за случај нужде, а лични доходак при томе номинално не опада већ прати инфлацију. Праћење инфлационе стопе од стране личног дохотка не мора бити у истој процентуалној величини. Важно је да је повећање личног дохотка номинално знатно и то толико да ствара тренутно веровање да је животни ниво, до кога је поједином потрошачу стало, остао на истој висини. Повећање штедног улога је, донекле, одговор потрошача на пад куповне моћи новца, што значи да резерва сигурности остаје иста, посматрана са стране куповне моћи. Други део увећаног дохотка служи за одржавање угроженог нивоа животног стандарда услед скока цена. Животни стандард се ипак одржава на истом нивоу или сасвим близу тога нивоа јер увећани износ личног дохотка или покрива отплату увећаног кредита или га знатно ублажује. Поред тога код млађих генерација који су врло јаки потрошачи, схватања животног стандарда су врло еластична. Наиме, стан није циљ коме маса потрошача тежи у погледу својине. Стан се очекује од друштва. Анализе су показале да се на квалитету исхране штеди (4). Стандард се одржава у великом проценту путем антиципираног дохотка — путем кредита који се даје под повесљним условима имајући у виду ерозију вредности новца у условима инфлације. Исхрана, иако процентуално заузима највише место у личном доходу еластична је јер се може десити, на штету потрошача, да остане увек иста у односу на укупни удео у личном доходу. За ову категорију је од великог значаја посредно повећање личног дохотка путем давања топлог obroка запосленима јер им то директно побољшава степен исхране а индиректно одржава животни стандард јер уштеда на том делу издатака омогућава неутралисање скока цена на неком другом издатку до кога је потрошачу стало. Сматрамо да би било од интереса истраживати, у нашим условима друштвених односа ваљаност теорије „константног дохотка“ коју је поставио Милтон Фридман. По њој породице врло много пазе да одрже изванредан ниво стандарда увек на истој висини и да га по одређеној прогресији и даље подижу. Та прогресија је индивидуалног карактера, али се може извући и један општи закључак који има вредност националног индикатора, а то је за познавање понашања потрошача од велике важности. Тако на пр., када породични доходак номинално порасте више но што је потребно да се одржи жељени животни стандард, онда се вишак тога дохотка одваја за штедњу. Ако је супротан случај, онда се потребна средства црпе из штедње.

*Трајна добра.* Трајна добра представљају у нашем друштву елемент прве врсте за степен животног стандарда и то за велику већину потрошача. Ако се побе од чињенице да је поседовање непокретних добара код нас стриктно ограничено, многи грађани налазе афирмацију

(4) Резултати добијени праћењем утицаја обавезног топлог obroка у фабрици Иво Лола Рибар — Железник показале су повећање продуктивности и пад броја боловања.

своје личности и свога успеха у животу поседовањем трајних добара. Поседовање трајних добара и његово стално повећавање, представља карактеристичну нашег друштва, ако не у целни онда је то карактеристика његовог већег дела. Иако поседовање ових добара повећава животни стандард и чини живот лакшим, ипак овако понашање потрошача потпомаже инфлационистичке тенденције, мада на посредан начин. Трајна добра намењена домаћинствима (сем аутомобила) нису показивала паралелизам у кретању цена, узевши то кретање у глобалу. Скок цене ових добара индустријског карактера био је спорији од скока цена других добара (нпр. пољопривредних производа и услуга). Спорији скок цена индустријских производа био је могуће спровести ради остварене веће продуктивности и техничког напретка, а то је довело до бржег пласмана ових добара. Оно што је утицало на инфлаторно кретање биле су жеље купаца и потрошача да због релативно ниске цене дођу до тих производа, па је вршен притисак од стране масе потрошача на тржиште, потпомогнуто релативно лаким добијањем потрошачких кредита. Један од фактора добре прође ових добара на тржишту је и чињеница да је лоше сервисирање везано за ова добра свело препродају половних добара на нулу, те су ова добра у ствари почела да се третирају од стране потрошача као релативно потрошна добра, а не као трајна добра. Ова појава је ишла на рuku повећању промета и на одржавању притиска тражње на тржишту.

Из ове категорије треба издвојити трајна добра уметничке вредности (слике, скулптуре, антиквитети) јер се њихова цена не креће истим правцем као трајна добра масовне производње. Ово стога што то управо нису добра масовне производње нити то могу бити, а за једну групу грађана та добра служе као пласман ликвидних средстава у чврсте вредности.

*Станови.* Понашање потрошача у односу на ова својесврсна трајна добра је тројако. Једни у стану виде могућност капитализације најамнине коју морају плаћати ако седе под најам. Други у стану гледају обавезу друштва да их обезбеди у тој животној потреби. Ово је карактеристично за градске агломерације које се стално шире јер су притисци миграције са села стални и јаки. Трећа категорија жели да преко улагања у стан пласира новац у једно сигурно добро које прати пад вредности новца готово паралелно. Све три категорије, од којих је трећа најмањег утицаја врше притисак на кредитну масу, па посредно утичу и на инфлационистичке тенденције. Цена квадратног метра новог стана стално расте и то брже од нивоа општег пораста цена. Према томе, улагањем у ова добра, постиже се сигурна шпекулативна добит ван удара дрштвених регула. Рачуница је проста. Исплати се узети кредит за изградњу стана јер цена стана расте по већој стопи но што је камата по којој се отплаћује стан. Тако се долази до констатације да онај потрошач који има још један стан (а он га по закону може имати) остварује у ствари ренту која је на закону заснована. Могућност шпекулације са стамбеним кредитима доводи до појачане тражње и притиска на финансијском тржишту, што може довести и доводно је до пробијања нивоа тих кредита и до ствара-

ња инфлационих тенденција. Стан, дакле, као добро за које потрошачи имају интересовања може бити један од узрока инфлационистичке тенденције.

*Хартије од вредности.* Ова категорија добара није раширена у нашем друштву. Све до пре неколико година готово се и није знало за хартије од вредности на финансијском тржишту. Данас је ситуација нешто измењена јер извесне друштвене организације и организације удруженог рада могу под одређеним условима издавати хартије од вредности. Обично се издају у циљу било санационе политике било за инвестициона улагања. Тржишта хартија од вредности у правом смислу речи нема. Широки слој грађана није још укључен у ово тржиште које је релативно затворено и неразвијено јер шире грађанство на ову врсту пласмана својих ликвидних средстава није још навикло. Овим се хартијама не врше никакве шире финансијске трансакције. Стога се може закључити да на тржишту хартије од вредности понашање потрошача је тако минорно да је занемарљиво као фактор који би могао имати утицаја на инфлаторна кретања.

*Злато и девизе.* Девалвације динара и инфлаторна кретања биле су идеалне подлоге за појачану тражњу злата и девиза на тржишту. Како је слободан промет злата и девиза на тржишту ограничен, нарочито у заграничном платном промету, требало је очекивати да ће се промет златом и девизама јако раширити на затвореном тржишту — црној берзи. Нормално је да се на том тржишту врши депресијација домаће валуте.

Интересантно је констатовати да се код наших грађана не запажа јача тражња злата на супрот тражњи девиза. Изгледа да потрошачи далеко више цене девизе од злата, иако је у инфлаторним условима злато сигурније од девиза као прибежиште за очување вредности капитала. Злато готово аутоматски прати девалвацију валута док се девизни курсеви и најчвршћих валута могу знатно и неочекивано колебати. Овако понашање наших потрошача тумачи се њиховом смањеном жељом за капиталисавањем а повећаном жељом за вишим животним стандардом, у коме куповање робе страног порекла и путовање у иностранство играју значајну улогу.

Изразито јака жеља за поседовање девиза не изазива јаку делатност црне берзе, нити се запажа да су курсеви девиза у промету изван банака знатно изнад званичних курсева; могло би се пре рећи да су ти курсеви идентични. Разлике у курсевима је било све док су трговинске организације давале попуст куповинама плативим у девизама. Овакво понашање друштвеног сектора на тржишту представљало је, у суштини, званичну депресијацију домаће валуте, па је било нормално да приватни попуњачи девиза траже исти курс. Када је ова пракса укинута, курс девиза је почео да уско варира око званичног курса, онога који је периодично објављиван од Н. банке СФРЈ. На овако понашање потрошача утицала је врло паметна девизна политика друштва. Држање девизних рачуна у банкама на име доносиоца без правдања порекла, могућност радника на привременом раду у иностранству да држе своје зараде у наци-



оналним банкама у девизама, прилив девиза од туризма коју остварују приватна лица у контактима са страним туристима, све је то допринело да се ублажи притисак на тржишту девиза и званичном и незваничном. Понашање потрошача на овоме пољу није било такво да би могло да утиче на инфлаторно кретање домаће валуте.

На девизном пољу инфлаторну тенденцију стварају организације удруженог рада које се задужују у иностранству, а нису у стању да благовремено створе одговарајућа средства за отплату тих кредита иностранству. Како је ово друштвени проблем изван наше теме, то у његову анализу нећемо залазити. Сматрамо да се може закључити да је понашање потрошача на тржишту злата и девиза такво да не потпомаже инфлаторна кретања домаће валуте.

Поставља се питање дали се потрошачи у социјалистичком друштву које је прихватило слободно тржишно деловање понашају као и потрошачи у капиталистичком друштвеном уређењу у условима инфлаторног кретања. Питање је интересантно јер се у основи сусрећемо на обе стране са индивидуалним реакцијама на финансијске и монетарне појаве у друштву у коме ти појединци живе. И код једних и код других потрошача постоје егоистички моменти и они преовлађују приликом доношења одлуке о понашању на тржишту. Ако понашање потрошача у социјалистичком друштву није исто као понашање оних у капиталистичком друштвеном уређењу, онда то не значи да код тих социјалистичких потрошача нема егоистичних мотива већ да су такви мотиви скренули понашање потрошача у другоме правцу.

Основна чињеница која говори у прилог друшчијег понашања потрошача у социјалистичком друштвеном уређењу је та што је врло мали број и појединаца и породица који располажу врло великим вредностима и то у разноликим добрима по врсти и карактеру. Друга чињеница је да је средња вредност имовине потрошача релативно мала. Главни извор дохотка потрошачи стварају из радног односа у удруженом раду или из неког допунског рада. Слој потрошача из слободних професија у уређењу са оним из удруженог рада је мали. Дохоци у друштвеном сектору су ипак стабилизирани око неке средишне тачке. Осцилације око те тачке, гледано у маси, не могу бити изразито велике и масовне. Из овога би се могло закључити да у погледу понашања потрошача тон на тржишту ипак даје маса потрошача а не појединци или мање групе. Ако је та маса потрошача осигурана у погледу дохотка и то осигурана на извесном нивоу, захваљујући социјалистичким односима у друштву, онда се понашање купаца у инфлаторним условима усмерава према тој сигурности, повећаној за могући антиципирани доходак кроз кредите које друштво обезбеђује свима који испуњавају од друштва постављене захтеве. Трећа чињеница, а те су чињенице потрошачи свесни, јесте та да потрошачи у маси не располажу великом имовином. Вредност свих добара којима располажу потрошачи као појединци, када се од тог глобалног износа одузму пасивне ставке, једва је довољна да покрије трогодишњи доходак. Са таквом свешћу о личном финансијском стању потрошачи се понашају за време инфлаторних појава не као лица којима

је примарно спасавање ликвидне имовине већ се понашају тако да из инфлације извуку евентуалне користи прибављањем добара или лакшег живљања.

Највећа маса добара потрошача састоји се из ликвидних средстава, трајних добара и непокретности. У нашим условима ова трећа група (непокретности) је ограничена. Ограничена је и када се ради о земљишту и о становима. Стога отпада могућност шпекулисања непокретностима у великим размерама. Трајна добра имају сасвим малу тржњу вредност из разлога које смо већ изнели, те ни они не могу бити узрок инфлаторног кретања У овој категорији добара једину вредност на тржишту имају моторна возила која имају пробу и као половна добра и уметнички предмети. Међутим обим тих трансакција је тако мален да не може бити ни у ком случају узрок инфлаторног кретања.

Из досадашњег излагања произлази да је понашање потрошача у социјалистичком самоуправном друштву које је прихватило систем слободног тржишта усмерено на повећање личног дохотка како би се очувала куповна моћ, да би се што боље потрошач обскрбио трајним добрима путем кредита при чему му еризија вредности новца помаже да му се дуг смањује на рачун друштва. Сасвим је разумљиво да је овакво понашање могуће само код активног становништва. У нашим условима, са тачке гледишта понашања потрошача, најважније је засновати однос удруженог рада. Тиме је потрошач практично обезбеђен од незапослености, а тиме му је омогућено и дугорочно планирање издатака која се заснивају на висини личних доходака и на кредитима на које сигурно може рачунати јер се налази у радном односу. На овом сектору потрошачи у социјалистичком друштву делују на инфлаторна кретања. Потрошачи — људи у радном односу, својим притиском на повећање личних доходака који не морају бити праћени одговарајућим повећањем продуктивности и повећаним притиском на робне фондове представљају факторе који утичу на инфлаторна кретања у земљи, наравно у садејству са осталим факторима који нису малобројни.

*др Војислав Божић*