

Potrzeby, grupy potrzeb i formy ich zaspokojenia

W znacznej ilości przypadków uwaga ekonomistów lub psychologów skupiona jest na zachowaniach konsumenckich mających miejsce w bezpośredniej interakcji zetknięcia się ich z jakimś dobrem na rynku. Dlatego też, takie zachowania jak postrzeganie i skuteczność reklam, motywacje i emocje w marketingu, postawy konsumenckie, segmentacja rynku, podejmowanie decyzji czy reakcje, a w końcu satysfakcja konsumenta, są głównym obszarem ich zainteresowań¹. Tymczasem każdy, gdyż wszyscy stają się w jakimś momencie konsumentami, dokonując licznych wyborów rynkowych i zachowań gospodarczych poza rynkiem, kieruje się przede wszystkim stale odczuwanymi potrzebami.

Gospodarka widziana globalnie obejmuje z jednej strony producentów, których możliwości powiązane są ze zdolnościami technologicznymi i organizacyjnymi, a z drugiej strony konsumentów, którzy w swej masie muszą zostać wyposażeni w wystarczające środki finansowe do nabycia wytworzonych dóbr. Pieniądz i jego znaczenie, z tego punktu widzenia, możemy zredukować do roli wynalazku, który pozwala na zrjonalizowanie działań poszczególnych podmiotów w gospodarce.

Zanim zacznie na konsumentów oddziaływać jakakolwiek reklama, czy świadomość posiadanych środków finansowych, kierują nimi określone grupy potrzeb. Chociaż forma ich zaspokojenia na przełomie tysięcy lat zmieniała się, to funkcje jakie zaspokajały są niezmiennie. Owa konieczność zaspokojenia potrzeb jest podstawową siłą napędową ludzkich działań. Widoczna zarówno na rynku jak i w relacjach pozarynkowych, w tym ostatnim przypadku, najczęściej w ramach gospodarstwa domowego, w skrajnych sytuacjach, realizowana jest w formach patologicznych, jak zabójstwa, kradzieże, oszustwa, czy nawet kanibalizm. Potrzeby są więc rdzeniem na którym obraca się cała gospodarka.

Rynek, w trakcie rozwoju historycznego, uległ znacznemu rozwojowi, skomplikowaniu, umasowieniu i zróżnicowaniu. W porównaniu do tradycyjnego targu czy jarmarku, gdzie każdy konsument mógł osobiście i w krótkim czasie dokonać oceny i zakupu towarów, obecnie, szczególnie w krajach wysokorozwiniętych, te relacje uległy zatarciu stając się mało czytelne. Dlatego niezbędne stały się kanały odbudowujące te relacje, bez których rynek nie może sprawnie funkcjonować. Niesłusznie jednak samo komunikowanie się uczestników rynku, utożsamiane zostaje z podstawowymi elementami motywacji czy dążeniami konsumentów. O ile bowiem opakowanie oddziałuje na potrzeby estetyczne, obserwowane w najstarszych kulturach, co jest widoczne chociażby w odkryciach archeologicznych, to informacja zawarta w reklamie, spełnia podobną funkcję jak wystawienie towaru na pokaz, położenie na ladzie czy w oknie wystawowym. Ponieważ jednak na rynku masowym sama ilość i zróżnicowanie dóbr przekracza możliwości percepcyjne i intelektualne indywidualnego konsumenta, konieczna stała się znajomość technik psychologicznych, które udrożnią samą komunikatywność. Stąd wiedza o uczeniu się, pamięci, emocjach, postawach konsumentów, segmentacji rynku, decyzjach przy zakupie, znakach towarowych, marce towaru czy też reakcjach konsumentów. Stały się one istotnymi czynnikami sposobu porozumiewania się w procesach rynkowych². Nie zmienia to jednak faktu, że podłożem działalności gospodarczej są ludzkie potrzeby.

Prognozując, dostrzegamy pewne trendy tła, które w przypadku potrzeb sprowadzają się do obserwowanej historycznej niezmienności funkcjonalnych grup potrzeb, okresowych zmian form ich zaspokajania, a także konieczności reorganizowania procesów zmierzających do ich zaspokajania (w tym obecnie, rozwoju rynkowych i pozarynkowych procesów gospodarczych).

Kiedy przierzucimy uwagę na codzienne realne problemy, zostajemy uwikłani w proces racjonalnej ułomności. W codziennym życiu nie jest istotne czy coś jest prawdziwe czy nieprawdziwe, udowodnione czy nie. Liczy się jedynie wiarygodność, silne przekonanie o prawdziwości oraz akceptowalne ryzyko subiektywnie oceniane przez zainteresowanego. W przeciwieństwie do pracy naukowej czy postępowania sądowego, w którym liczą się dowody, metodologia i procedura, która ciągnie się miesiącami lub latami, w realnym naszym życiu nie ma na coś takiego czasu ani środków

¹ Falkowski A., Tyszcza T., Psychologia zachowań konsumenckich, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001, s. 5 – 9.

² Tamże, ... s. 50, 69, 93, 111, 183, 221.

technicznych. Jesteśmy skazani na podejmowanie decyzji na podstawie niepełnych danych, często tylko przypuszczeń, podejrzeń lub silnego wewnętrznego przekonania. Decyzje są zbyt ważne dla nas i dla naszych bliskich, a szybkość z jaką je podejmiemy może okazać się zbawcza lub całkowicie zębna. Jednak z reguły akceptujemy ryzyko popełnienia błędu i wystarcza nam świadomość przesłanek na podstawie których indywidualne decyzje zostały podjęte. Daje to obiektywny obraz naszej aktywnej bezradności, ciągłego poszukiwania wystarczająco bezpiecznego miejsca. Dotyczy to każdego z nas, a tym, którzy uważają, że posiadają jakieś nadzwyczajne zdolności oceny sytuacji, należy raczej odmówić poczucia realizmu lub podejrzewać o chęć manipulowania innymi osobami. Dlatego musimy pogodzić się, że prawda absolutna na zawsze jest przed nami ukryta, a pozostaje wiara i zaufanie na podstawie akceptowalnych racjonalnych i uczuciowo-emocjonalnych przesłanek. Rodzaj i poziom tych przesłanek u każdego z nas jest inny, co istotnie nas od siebie odróżnia, tak w ocenie sytuacji jak i w realnych działaniach. Analizując jakie potrzeby nami kierują, przydatna będzie świadomość obu tendencji, poczucia dostrzeganych historycznych prawidłowości, pewnych trendów tła, o słabym oddziaływaniu na naszą codzienność, oraz ograniczona racjonalność jaką się kierujemy w życiu codziennym. Niestety ewolucja nie zadbała o to, by w naszym mózgu wykształciła się jakakolwiek „funkcja odsiewania bzdur”. Nie dysponujemy żadnym nadrzędnym wykrywaczem błędów. Wręcz na odwrót, skutki uznania pozornej struktury za prawdziwą są mniej dotkliwe niż nierozpoznanie czegoś rzeczywistego. Proces doboru naturalnego faworyzował raczej te osobniki, które szelest trawy uznawały błędnie za drapieznika, aniżeli gdy pomyłka niechybnie mogła ich kosztować życie³.

Źródeł potrzeb ludzkich możemy szukać w świecie zwierzęcym. Zwierzęta z gatunków wyższych, z którymi człowiek najczęściej się styka, boją się rzeczy strasznych, nieznanymi istotami (zwłaszcza z innych gatunków – w tym człowieka) oraz bólu. W naturze mają możliwość od nich uciekać. Negatywną wartością, brakiem zaspokojenia potrzeby, jest zatem dla nich niemożność unikania tych rzeczy – np. wskutek uwięzi czy trzymania na zbyt małym wybiegu. Wprawdzie spełnienie potrzeb homeostatycznych, dla przykładu, jak jedzenie, picie, oddychanie, a także mniej banalnych, jak mycie, czyszczenie, przeciąganie, ziewanie, odpoczynek czy sen – są warunkiem zdrowia, ale w świecie pełnym zagrożeń, nie dają jego gwarancji. Wtedy do głosu dochodzą zachowania lecznicze, np. zimna woda lub właściwe ziele do kuracji czy miejsce do schronienia. Potrzebę zachowania gatunku zwierzęta zaspokajają przez rozród i opiekę nad potomstwem. Są to zachowania instynktowne, a więc popędowe. Do ich kręgu należą obyczaje wędrówek rozrodczych, terytorialne (np. śpiew ptaków), godowe, jak toki, zaloty, budowanie altanek, gniazdowania, porodu i połogu, wywoływanie i roztaczanie opieki nad potomstwem.

Zachowanie homeostazy, a czasem i ekspansji grupy społecznej zapewniają obyczaje międzyosobnicze, jak grupowania się, naśladownictwa, ustalania hierarchii społecznej, zachowania dystansu osobniczego, społeczne zachowania pokarmowe, wyzwalania i udzielania opieki (wraz z altruizmem), porozumiewania się, obyczaje porządkowe i utrzymania pożądanego klimatu w gnieździe, czy obrony grupy oraz tendencja do dyspersji (rozprzestrzeniania się organizmów). Przy tym, dla zwierząt kontaktowych wartością (potrzebą) jest fizyczna obecność w otoczeniu swych pobratymców, dla zwierząt dystansowych zaś i terytorialnych – możliwość odsunięcia się od nich na dostateczną odległość. Zwierzę się przywiązuje, więc jego porzucenie jest aktem okrutnym.

Oprócz zachowań homeostatycznych wymieniane są zachowania heterostatyczne, wykraczające poza szeroko pojętą homeostazę. Są to zachowania, które nie są konieczne dla zapewnienia zdrowia fizycznego osobnika, ale zmierzające właśnie do jego dobrostanu, jak zabawa czy potrzeba zaspokojenia ciekawości, którego jedynym celem biologicznym jest zdobywanie informacji zmysłowej. U wyżej rozwiniętych zwierząt obudowuje się je doświadczeniem osobniczym, mogącym łączyć się z myśleniem. Ogólnym aspektem warunkującym dobrostan jest sprawność życiowa, np. sprawność łowiecka. Dla większości zwierząt jednym z podstawowych zadań homeostatycznych jest przebywanie we właściwym środowisku, tylko niektóre – jak bobry – nie szukają go, ale czynnie kształtują⁴.

Podobieństwa i różnice potrzeb ludzi i zwierząt wydają się oczywiste. Przy tym, w krótkim okresie czasu albo w okolicznościach ograniczonego dostępu do środków (np. podczas przebywania

³ Shermer M., Sens w bezsensie, Świat Nauki 1/ 2009, s. 22.

⁴ Chmurzyński J.A., Dobro i zło w kategoriach wartości biologicznych, Materiały z Konferencji „Tradycyjne i współczesne systemy wartości. Przeciwnieństwo pierwsze: Dobro i Zło” (10 – 12.12.1999 r.) Staszów, s. 265 – 267.

na stacji orbitalnej w Kosmosie), podobieństwa zaczynają dominować. Sugestia idąca od dwóch tendencji, antropomorfizmu i zoomorfizmu, jest jedną z najsilniejszych i najbardziej powszechnie występujących. Wywiera stały nacisk na przenoszenie najnowszych osiągnięć z nauk biologicznych do Świata Ludzi. Wywodzi swoje przekonania z rzekomo naturalnych cech, a więc takich, które powinny być akceptowane i stosowane. Sam fakt możliwości systematyzowania i badania naukowo przyrody zrodził myśl o możliwości badania w sposób podobny społeczeństwa. Pojawiły się takie nauki jak ekonomia, socjologia, psychologia. Potem, raz bardziej, raz mniej świadomie, przypisywano cechy przyrody, także ludziom. Kapitalizm, jest naturalny, gdyż konkurencja jest potrzebna, podobnie jak drapieżniki w przyrodzie. Socjalizm jest naturalny, gdyż obiektywne badania naukowe odkrywają prawidłowości u ludzi, które pozwalają na ich modyfikacje, podobnie jak nowe odmiany roślin czy zwierząt. Szczęśliwie nauki biologiczne są w dalszym rozwoju i uproszczenia, po raz kolejny, są podważane. Uderzająca jest natomiast różnorodność zachowań i cech występujących w przyrodzie, coś co można określić, że właściwie wszystko jest możliwe oraz, że sama przyroda wykazuje cechy swoistej twórczości.

Problematyką potrzeb zajmuje się przede wszystkim psychologia osobowości. Psychologowie osobowości starają się zebrać i zintegrować różnorodne odkrycia dokonane przez specjalistów, podczas gdy generalnie psychologia wykazuje coraz większą specjalizację, narażając się na zarzut, iż wie już prawie wszystko o prawie niczym. Wiedząc wiele o zdolnościach motorycznych, o słyszeniu, widzeniu, spostrzeganiu, niewiele ma do powiedzenia na temat tego, w jaki sposób funkcje te wiążą się ze sobą.

Przyjmuje się, że osobowość jest organizacją czy strukturą nadawaną różnym odrębnym reakcjom jednostki lub, że strukturyzacja jest wynikiem działania osobowości jako aktywnej siły wewnętrznej. Osobowość jest tym, co nadaje porządek i spójność wszystkim rodzajom działań podejmowanych przez człowieka. Są to zróżnicowane, lecz typowe działania podejmowane przez jednostkę w celu przystosowania się⁵. Przy tym, jednostka uczy się zachowywać w określony sposób w wyniku interakcji z ludźmi, a nie dlatego, że wyposażona jest w wewnętrzny imperatyw skłaniający ją do pewnego rodzaju działań.

Psycholodzy osobowości odróżniają stadia rozwoju, także w zależności od kultury regionu, inne dla wieku dojrzałego, a inne dla wieku młodszego. Potrzeby nie działają w całkowitej izolacji od siebie i charakter ich interakcji czy wzajemnych oddziaływań ma ogromne znaczenie. Istnieje pewna hierarchia potrzeb, polegająca na tym, że pewne tendencje mają pierwszeństwo przed innymi. W sytuacjach, w których zostają wzbudzone jednocześnie dwie (lub więcej) potrzeby motywujące niezgodne ze sobą reakcje, w działaniu zostanie zazwyczaj wyrażona potrzeba priorytetowa (taka jak unikanie bólu, zaspokojenie głodu lub pragnienia), ponieważ zaspokojenia potrzeb priorytetowych nie można odkładać na później. Niezbędne jest pewne minimum zaspokojenia takich potrzeb, zanim będą mogły działać inne potrzeby⁶.

Na szczególną uwagę zasługuje koncepcja potrzeb Masłowa. Zgodnie z nią, dobre jest wszystko co prowadzi w kierunku realizacji wewnętrznej natury człowieka. Anormalne jest to, co frustruje, hamuje lub neguje esencjalną jego naturę. Niemal w każdej istocie ludzkiej, a na pewno w prawie każdym nowo narodzonym dziecku istnieje aktywne dążenie do zdrowia, popęd do rozwoju, czyli do realizacji potencjalnych możliwości ludzkich. Człowiek ma potrzeby podstawowe, takie jak głód, potrzeba uczucia i bezpieczeństwa, szacunku dla samego siebie, itp., oraz metapotreby, czyli dla przykładu, potrzebę sprawiedliwości, dobra, piękna, porządku, jedności. Potrzeby podstawowe są potrzebami niedoboru, natomiast metapotreby to potrzeby wzrostu. Potrzeby podstawowe, które w większości przypadków mają przewagę nad metapotrebami, są ułożone w porządku hierarchicznym. Metapotreby nie tworzą hierarchii – są równie silne i dość łatwo mogą się zastępować wzajemnie. Maslow przeprowadził intensywne i zakrojone na szeroką skalę badania nad grupą samorealizujących się ludzi. Były to postacie historyczne, takie jak Lincoln, Walt czy Beethoven, a także żyjący współcześnie, jak np. Eleonora Roosevelt czy Einstein. Określił dla tej grupy ludzi pewne cechy charakterystyczne. W szczególności takie jak: realizm, akceptacja siebie i innych, spontaniczność,

⁵ Hall C.S., Lindzey G., Teorie osobowości, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 17 – 19.

⁶ Tamże, s. 209.

identyfikacja z ludzkością, bliskie związki z niewieloma, szczególnie kochanymi ludźmi czy odporność na wpływy kulturowe, tj. zachowanie w zasadzie niezależności od danej kultury⁷.

Przy podejmowaniu decyzji i wyborach zmierzających do zaspokojenia potrzeb znaczącą rolę odgrywają uczucia i emocje. Ciekawe połączenie i wskazanie uczuć i emocji we wzajemnym związku, przedstawia model Plutchicka. Wiąże on w pary osiem emocji i łączy z ośmioma uczuciami. Miłość związana jest z emocjami radości i akceptacji, uległość z akceptacją i lękiem, strach z lękiem i zdziwieniem, rozczarowanie ze zdziwieniem i smutkiem, żal ze smutkiem i obrzydzeniem, pogarda z obrzydzeniem i złością, agresywność ze złością i antycypacją, optymizm z antycypacją i radością⁸. Niebagatelną rolę spełnia tutaj agresja, pojmowana jako przełożenie wrogich emocji i uczuć na działanie (niekoniecznie zresztą fizyczne, może bowiem być i słowne: skierowane na zewnątrz bądź do wewnątrz człowieka). W 1988 r. Amerykańskie Stowarzyszenie Psychologów i Amerykańskie Stowarzyszenie Antropologów doszły do wniosku, zgodnie z którym materiał genetyczny gatunku ludzkiego nie determinuje do stosowania przemocy, a skłonności człowieka do zachowań agresywnych nie da się wytłumaczyć za pomocą procesu ewolucyjnego. Agresja stanowi podstawowe narzędzie obronne osobowości jako sposób reagowania na przeszkodę, utrudniającą osiągnięcie zaspokojenia konkretnych, indywidualnych potrzeb człowieka⁹.

Uwzględniając powyższą wiedzę można pokusić się o uzupełnienie obrazu konsumenta i roli potrzeb w nauce ekonomii gdyż potrzeba to nie tylko kluczowe pojęcie psychologii, socjologii czy polityki społecznej ale także ekonomii. Najczęściej przyjmuje się, że potrzeby stale ulegają zmianom. Definiuje się je np. jako odczuwany przez jednostkę stan braku czegoś, co w związku ze strukturą organizmu, indywidualnym doświadczeniem oraz miejscem jednostki w społeczeństwie jest niezbędne do utrzymania jej przy życiu, umożliwienia jej rozwoju, utrzymania określonej roli społecznej czy zachowania równowagi psychicznej. Słowo „potrzeba” najczęściej rozumie się jako pojęcie dynamiczne. Wtedy cechą potrzeb jest reagowanie na odczucie stanu braku czegoś. Takie podejście nie ulega zachwianiu pomimo zauważenia, że gdy np. ubóstwo wytwarza skłonności i potrzebę jedzenia do syta, staje się ono szkodliwe w zamożnym społeczeństwie. Konieczna jest wtedy wiedza o racjonalnym odżywianiu, a nawyki i potrzeby muszą się zmienić. Jakże to jednak rozumieć przy dynamicznym ujęciu? Czyżby budziła się w nas potrzeba nie-jedzenia? Podobny dylemat optymalizacji poziomu zaspokojenia potrzeb pojawia się przy analizie dowolnej potrzeby. Dla przykładu, w potrzebie bezpieczeństwa szacujemy uzasadnione ryzyko, w potrzebie szacunku dopuszczamy swobodę wypowiedzianych przez innych poglądów, w potrzebie uczuć wyższych, nieskrępowaną wzajemność, itp. Nie naruszając więc podejścia dynamicznego, można bez uszczerbku dla analizy, a nawet spodziewając się jej wzbogacenia, przyjąć odmienną, statyczną koncepcję funkcjonalnych grup potrzeb. Zakłada ona występowanie stałej, niezmiennej gamy potrzeb o ile połączymy je w funkcjonalne grupy potrzeb¹⁰.

Funkcjonalna grupa potrzeb jest grupą pełniącą określoną funkcję, dla przykładu, funkcję utrzymania się przy życiu i zdrowiu (odżywianie, utrzymanie temperatury, oddychanie, itp.), funkcję zachowania gatunku (zachowania atrakcyjności, poczęcia, rozrodczości, wychowania potomstwa, itd.), funkcję gospodarowania (produkcji, dystrybucji dóbr), funkcję komunikowania się (wykorzystania informacji, pokonywania przestrzeni, itp.), funkcję członka grupy społecznej (okazywania szacunku, odgrywania roli, zachowania hierarchii, interakcji uczuć wyższych, itp.). Przy takim ujęciu funkcjonalne grupy potrzeb się nie zmieniają, a jedynie zmieniać się może ich forma, podatna na sytuację lub okoliczności. Statyczne ujęcie problematyki potrzeb pozwala widzieć je i rozumieć w powiązaniu ze stanem homeostazy, tak powszechnym w całej przyrodzie, a także zrozumieć, że ich zaspokojenie może polegać nie tylko na wroście ale także zarówno na redukcji lub zmianie formy zaspokojenia potrzeb. Przykładowo, redukcja spożywanych produktów, w statycznym ujęciu, czyli zachowanie optymalnego poziomu odżywiania, staje się przejawem niezmiennej funkcjonalnej grupy potrzeb utrzymania się przy życiu i zdrowiu. Ujęcie statyczne pozwala na przyjęcie uogólnienia, że zmieniające się okoliczności w jakich funkcjonujemy, mogą wytrącić nas z

⁷ Piramida, hierarchia potrzeb Masłowa, Tamże, s. 254, 255.

⁸ Tzw. koło Plutchicka, Wright P., Stern J., Phelan M., Psychiatria Sedno, tom 1, Elsevier Urban & Partner, Wrocław 2008, s. 77.

⁹ Korcz I., Agresja – wyzwaniem cywilizacyjnym, Edukacja dla bezpieczeństwa: wybrane perspektywy, red. Kowalski D., Kwiatkowski M., Zduniak A., Wydawnictwo O'CHIKARA, Lublin 2004, s. 240, 242, 246.

¹⁰ Grupowy podział potrzeb wg T. Kocowski, Bombol M., Potrzeby konsumenta, red. naukowa Janos-Kresło M., Mróz B., Konsument, konsumpcja we współczesnej gospodarce, SGH w Warszawie, Warszawa 2006, s. 53, 54.

homeostazy, co dzieje się faktycznie bardzo często, w ten sposób wywołując reakcję chęci powrotu do stanu równowagi, odczuwaną jak brak czegoś, czyli jako potrzebę. Zależnie od tego jakie okoliczności i w jaki sposób wytrąca nas z właściwej nam równowagi, tak będzie działał mechanizm samoregulacji. Może nastąpić zarówno działanie, wzrost, zwiększenie ilości dobra lub oczekiwanych doznań, albo w innej sytuacji, zaniechanie, redukcja, pozostanie w bezruchu, wycofanie się albo ucieczka. Przy tym nie można z góry założyć, że homeostaza oraz mechanizm przywracania równowagi zawsze działają bezbłędnie. Niestety, także w tym przypadku mogą zaciąć się niedoskonałości lub pułapki.

Pułapka społeczna pojawia się tam, gdzie istnieje sprzeczność pomiędzy krótkoterminową karą lub nagrodą o bardzo wysokiej wartości motywacyjnej i odsuniętymi w czasie pozytywnymi bądź negatywnymi konsekwencjami. Pułapki takie to sytuacje, w których zachowanie jednostek podporządkowane jest osiągnięciu krótkotrwałych, pozytywnych rezultatów dla każdej z nich, w dłuższym jednak czasie efekty działań społecznych są negatywne zarówno dla jednostek, jak i dla większych grup lub też całego społeczeństwa¹¹.

Konsument poszukuje takiego koszyka dóbr, czyli takiej ich mieszanki, która daje mu największe subiektywne zadowolenie, a jednocześnie jest dla niego dostępna, czyli znajduje się w granicach środków finansowych pozwalających na realną konsumpcję. Przy tym, wzrost zadowolenia konsumenta jest największy przy konsumpcji pierwszego dobra, a każde następne zwiększa zadowolenie ale o coraz mniejszą wartość. Tak sformułowane w uproszczeniu prawo malejącej użyteczności krańcowej dotyczy nie tylko dóbr i usług ale także zmniejszającego się wzrostu zadowolenia z dochodów. Konsumenti, im mają więcej, tym trudniej odczuwają zadowolenie z każdej następnej wartości tego samego rodzaju. Dlatego racjonalnie działający konsument powinien maksymalizować zadowolenie przez zwiększanie różnorodności dóbr i usług, przy zachowaniu tych rzadkich, niepowtarzalnych, trudnych do odtworzenia. Jednak nie zawsze tak się dzieje. My wszyscy mamy nieustannie nie lada dylemat. Musimy dokonywać stale wyborów co konsumować. Rozwój gospodarczy powoduje, że dóbr i usług przybywa w lawinowym tempie. Jednocześnie poddani jesteśmy, w mediach oraz przy wykorzystaniu innych form reklamy i marketingu, bardzo silnej presji, która nie zawsze ułatwia nam dokonanie racjonalnego, wyważonego wyboru. Szczególnie trudne są wybory wartości rynkowych i spoza rynku. Tym bardziej, że na rynku możemy wspomagać swoje decyzje porównując ceny, markę i inne atrybuty dóbr, a poza rynkiem kierujemy się jedynie subiektywnym „odczuciem”. I tylko ono pozostaje nam przy dokonywaniu wyborów, które są w gruncie rzeczy „ważniejsze”. Czynnikiem wpływającym na wartość są w szczególności rzadkość, czyli niepowtarzalność i dostępność oraz nakład pracy konieczny do wytworzenia dóbr lub usług. W relacjach poza rynkowych jedno i drugie jest wyjątkowo wysokie, chociaż więc nie potrafimy określić tego precyzyjnie, mamy do czynienia z wyjątkowymi wartościami. Każdy z nas musi jakoś porównać to co „nieporównywalne” i dokonać właściwego wyboru. Przy tym utrata wartości poza rynkowych jest szczególnie bolesna, często trudna lub niemożliwa do odrobienia. Jesteśmy więc często w pułapce, zwiększone środki finansowe pozwalają na zwiększoną konsumpcję, to powinno rodzić nowe zadowolenie, jednak po osiągnięciu pewnego wysokiego poziomu konsumpcji i nasycenia, jego wzrost jest nieproporcjonalnie niski w stosunku do włożonego wysiłku. Oczekiwania realizowane na poziomie fizycznego dostarczenia dóbr przestają się spełniać na poziomie psychicznego zadowolenia. Nasza coraz cięższa praca staje się coraz bardziej bezużyteczna. Jediną alternatywą wyboru pozostają wtedy metapotreby albo szeroka gama zachowań destrukcyjnych, redukujących stan nasycenia i możliwość zaspokojenia potrzeb, a tym samym sprowadzających jednostkę ponownie na niższy poziom ich zaspokojenia.

Podsumowując, konsument, tak na rynku jak poza nim, nie jest w pełni racjonalnym podmiotem dokonującym świadomie wyborów konsumpcyjnych, ale jednostką, która uwikłana w różne zależne lub niezależne od siebie sytuacje, w stale zmieniających się warunkach otoczenia, jest zmuszona do przystosowania się. Działa w granicach ograniczonej racjonalności, dążąc do zaspokojenia potrzeb. Szuka, w wyniku interakcji z ludźmi, właściwych do tego form i zachowania wewnętrznej homeostazy fizycznej i psychicznej. W przypadku przekroczenia pewnego progu, wyznaczającego minimalny poziom równowagi psychofizycznej, dąży także do zaspokojenia potrzeb heterostatycznych, czyli alternatywnych i substytucyjnych potrzeb samorealizacji.

¹¹ Mlicki, M.K., Konflikty społeczne. Pułapki i dylematy działań zbiorowych, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1992 r., s. 63.