**Psychological obsolescence, consumer demand and the dynamics and environmental implications of de-stabilization in the laptop sector**

* **Justin Spinney –**

**Problema studiata** in text vizeaza uzura morala a produselor. Articolul incearca sa ofere un rasunsul intrebarilor: “De ce inlocuim produsele daca aceasta sunt inca functionale?”, “Cum si din ce cauza apare uzura morala si ideea de “invechit”?”

In urma **cercetarii** s-a constatat ca uzura morala a produselor este rezultatul procesului de recalificare. Avand in vedere rapiditatea cu care se schimba peisajul tehnologic si evolutia diferitelor produse, consumatorii sunt nevoiti sa atribuie valori. Astfel, desi functionale, in fata noilor aparitii, produsele pe care le detin ajung sa aiba eticheta de “invechite” si sa fie inlocuite.

Pentru construirea argumentului care sustine concluzia de mai sus, autorul a folosit urmatoarele **concepte**: consum, uzura morala, recalificare, risipa, consumator/client, destabilizare, cerere.

Consider ca in text **sunt omisi anumiti factori care determina aceasta uzura morala** a produselor. Acest fenomen nu este doar rezultatul procesului de recalificare, de atribuire de noi valori, ci este legat si de factori demografici si economici. Daca in randul tinerilor exista aceasta tentatie de a achizitiona noutatile de pe piata, in randul celor de peste 40 ani fenomenul nu este atat de raspandit. De asemenea, factorul economic are un rol foarte important sau chiar decident in cazul anumitor categorii de persoane.

Pentru a putea vedea mai bine cum anume functioneaza acest mecanism, voi lua **exemplul telefoanelor mobile**. Concurenta pe aceasta piata a determinat cei doi mari competitor, Samsung si Apple sa lanseze pe piata produs dupa produs. Aceasta rapiditate cu care au aparut noile telefoane high-technology a determinat a devalorizare a celor deja prezente pe piata. Spre exemplu, desi smartphonurile iPhone 4 si iPhone 5 sunt “despartite’ de un singur model (si acela foarte apropiat de ele), la nivelul simtului comun percepem o diferenta foarte mare intre cele doua, iPhone 4 fiind situat in perceptia noastra in deceniul trecut.

Mi-a venit in minte exemplul jeans-ului. Stiu ca a fost o perioada cand eram mica, cand au fost “la moda” gecile de blugi si blugii evazati…la o perioada aceste produse au disparut de pe piata, fiind percepute drept “invechite”. Acum insa, mi-a atras atentia faptul ca “moda a revenit” – se poarta, din nou, gecile de blugi si blugii evazati. **In cazul acesta, putem spune ca rapiditatea cu care produsele intra si ies pe piata, determina uzura morala a altor produse? Sau totul depinde de strategiile de marketing, de promovarea produselor?**