

Cum s-a comportat populația românească online în recenta panică a prețului la carburant?

Rezultate de sondaj național

Autor: Adrian Hatos

Sondaj online național

Ziua de miercuri, 9 martie 2022, a fost marcată de un aparent fenomen de isterie colectivă. Potrivit relatărilor presei, numeroși concetățeni au primit pe rețelele de socializare vestea că o benzinărie din Beiuș (Bihor) vindea motorina premium cu 11 lei (față de un preț mediu anterior în jur de 7,5 lei). În același timp, circulau pe diverse medii informații „sigure” că în zilele următoare prețul motorinei urma să crească la peste 9 lei, chiar la peste 10 lei. Pe fondul crizei energetice în desfășurare și al îngrijorărilor întemeiate legate de adâncirea crizei prețurilor la hidrocarburi din cauza războiului din Ucraina, numeroși concetățeni s-au grăbit să cumpere cât mai mult carburant posibil la prețurile vechi.

Am avut, așadar, un fenomen de „hoarding” (adunare de provizii) la nivel național. Fenomenul a fost amplu documentat, de exemplu, de către televiziunile de știri, care au transmis imagini de la cozile imense de la benzinării din toată țara. El a fost însoțit și potențat de un fenomen de difuzare exponențială a informațiilor referitoare la iminenta creștere a prețurilor. Spre seară autoritățile au intervenit pentru a liniști spiritele, arătând că temerile privind o creștere accelerată a prețurilor la carburanți nu au nici un temei.

Am decis să investighez cantitativ acest fenomen printr-un sondaj online realizat rapid după desfășurarea evenimentelor, pentru a-i descrie dimensiunile și dinamica. Aici vă prezint primele rezultate, analizate „la cald”.

Rezultatele ne descriu un adevărat fenomen de masă. Datele, culese în perioada 11-13 martie, ne indică faptul că aproape o treime dintre românii conectați la net au primit informațiile alarmiste privind prețul la combustibil. Aceasta estimare pare destul de realistă, și sugerează o adevărată avalanșă pe diversele canale de comunicare, dacă luăm în considerare faptul că o cincime din cei care au primit această informație au transmis-o mai departe. Pe de altă parte, datele explică și aglomerația de la benzinării, dacă avem în vedere că un sfert din cei care au primit informația, sau cineva din familia lor, au alimentat cu carburant în ziua respectivă. Este interesant că, la două zile după eveniment, aproape jumătate dintre subiecți considerau că responsabilitatea pentru creșterile de prețuri la carburanți le revine producătorilor și distribuitorilor care desfășoară operațiuni comerciale speculative.

Alte două informații suplimentare sunt importante.

Aparent, știrea cu prețul de la benzinăria de la Beiuș nu a avut un impact decisiv în decizia de aprovizionare cu combustibil, ci mai degrabă a funcționat ca o susținere suplimentară a convingerii deja formate că în ziua următoare prețurile la carburant vor crește semnificativ.

În al doilea rând, trebuie să reținem că datele din acest mic studiu sunt bazate pe un eșantion extras din populația online a României care nu este reprezentativ pentru toată populația țării. Altfel spus, procentele de aici nu pot fi generalizate la nivelul întregii populații. Pe de altă parte, având în vedere că știrile care au motivat zecile de mii de oameni să se aprovizioneze urgent cu carburant au circulat în primul rând pe internet, cred că populația conectată la net conține unități de analiză potrivite pentru o astfel de descriere.

Contrar corului de critici de pe margine, consider că reacția autorităților a fost suficient de rapidă (a fost o intervenție comunicațională realizată în termen de câteva ore) și fermă pentru ca isteria să nu se prelungească. Faptul că în zilele următoare creșterile de prețuri au fost în limitele anticipate în comunicatele oficiale a fost în măsură să calmeze consumatorii și, sper, să sporească încrederea oricum slabă în instituțiile statului. Eficiența comunicatelor oficiale se vede și din faptul că o bună parte din populația online a preluat, aparent, explicațiile oficiale privind fenomenul de creștere a prețurilor la carburanți.

Detalii tehnice

Culegerea datelor: Questia Group – 11-13 martie 2022

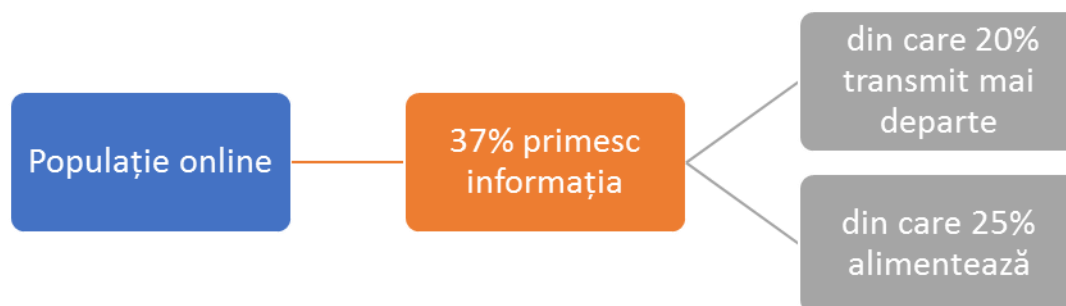
N=820 de persoane, eșantion din populația online adultă a României (puternică suprareprezentare a populației urbane și a celei din București-Ilfov, comparativ cu populația generală)

- Urban: 87,7%
- București-Ilfov: 26,6%
- Femei: 54%
- Vârsta medie: 47,9 ani, mediana: 47 de ani

Principalele rezultate

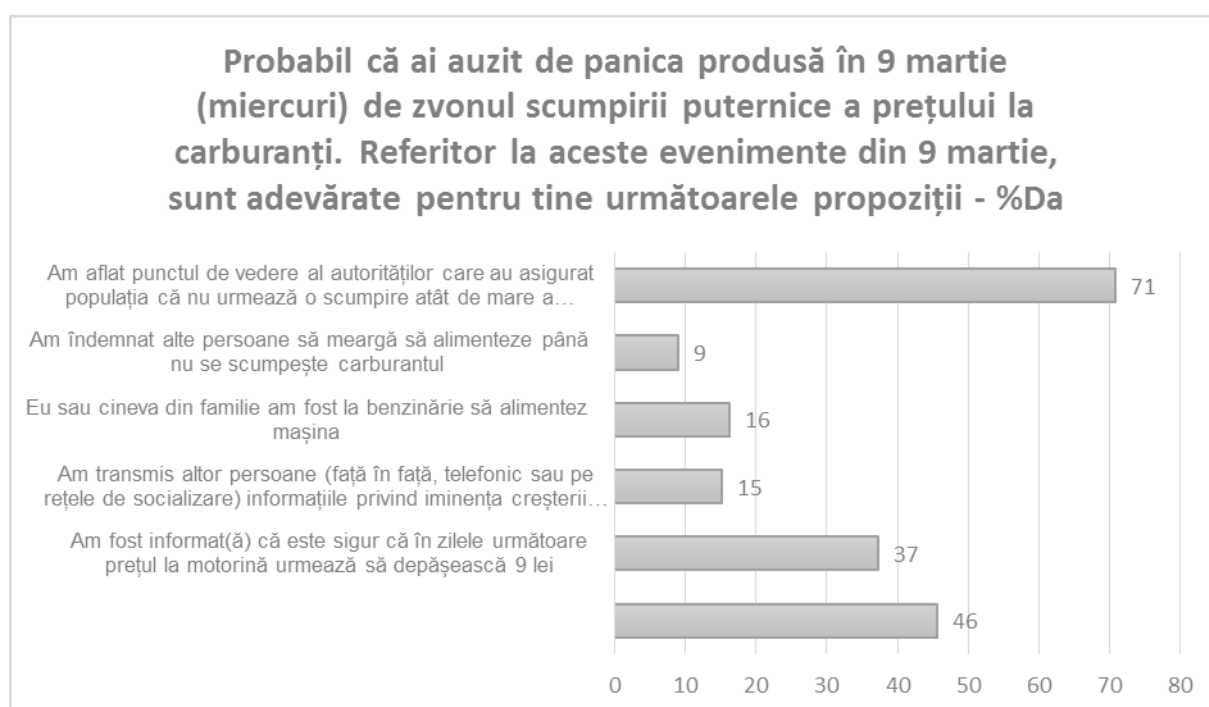
Ce au făcut subiecții

- Peste o treime din subiecți (37%), și 40% dintre cei care dețin un automobil, au primit informația că prețurile la carburant urmează să crească semnificativ în zilele următoare. Dintre cei care au primit această informație, o cincime (15% din total) au transmis mai departe informația.
- Peste un sfert dintre cei care au primit informația privind iminența creșterii prețurilor au alimentat în ziua respectivă (sau membri ai familiei au alimentat).
- Mema/informația privind benzinăria din Beiuș a circulat într-o oarecare măsură independent de informația privind iminența creșterii prețurilor. Doar jumătate dintre cei care au primit vestea iminenței creșterii prețurilor au primit și informația despre benzinăria din Beiuș.
- Informația privind iminența creșterii prețului la carburanți a sporit probabilitatea de a alimenta în ziua respectivă de aproximativ 3 ori (*odds-ratio*). Conform indicatorului de risc pentru cei care nu au primit mema despre benzinăria din Beiuș, informația privind benzinăria din Beiuș nu a afectat comportamentul celor care au primit informația despre iminența creșterii prețurilor.



Cum explică subiecții criza prețurilor la carburanți?

- Aproape jumătate dintre subiecți consideră că responsabilitatea scumpirii prețurilor carburanților este a producătorilor și a distribuitorilor care au comportament speculativ.
- Aproape un sfert așteaptă măsuri mai ferme de reglementare a pieței hidrocarburilor.



Care crezi că este cauza principală a creșterii puternice a prețului carburanților în România?

