

Серия «Высшее образование»

Ю.Ю. Балакина

**ЧЕЛОВЕК
И ЕГО
ПОТРЕБНОСТИ
(Сервисология)**

Учебное пособие

Ростов-на-Дону
«Феникс»
2010

Содержание

ТЕМА 1.	
ПОНЯТИЕ И ПРЕДМЕТ «ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ»	3
1.1. МЕТОДОЛОГИЯ И ЛОГИКА ПРЕДМЕТА «ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ». ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ	3
1.2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «ПОТРЕБНОСТЬ». СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ	8
1.3. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ЦЕННОСТЕЙ	11
1.4. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	17
ТЕМА 2.	
МОДЕЛИ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ В ИСТОРИИ ФИЛОСОФИИ	27
2.1. ЧЕЛОВЕК В ПЕРВОБЫТНОМ ОБЩЕСТВЕ И ЕГО МЕСТО В МИРЕ	27
2.2. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СВОЙСТВАХ ЧЕЛОВЕКА В ФИЛОСОФСКИХ ВОЗЗРЕНИЯХ ПЕРВЫХ ЦИВИЛИЗАЦИЙ	29
2.3. СИСТЕМА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В БИБЛИИ ...	33
2.4. ВЗГЛЯД НА ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ У МЫСЛИТЕЛЕЙ АНТИЧНОСТИ	36
2.5. ПРОБЛЕМА ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА В СРЕДНЕВЕКОВОЙ ФИЛОСОФИИ И В ЭПОХУ ВОЗРОЖДЕНИЯ.....	44
2.6. ПРОБЛЕМА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ФИЛОСОФИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ.....	48
2.7. ВЗГЛЯДЫ НА ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА В ФИЛОСОФИИ XIX ВЕКА.....	58
2.8. ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ У МЫСЛИТЕЛЕЙ XX ВЕКА.....	62
ТЕМА 3.	
КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ФИЛОСОФСКОМ АСПЕКТЕ	90
3.1. БИОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ	90
3.2. МАТЕРИАЛЬНЫЕ И ДУХОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ	92

3.3. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ.....	105
3.4. РУТИННЫЕ И ТВОРЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ	109

ТЕМА 4.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ.....	113
4.1. ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ.....	116
4.2. ПОТРЕБНОСТЬ В БЕЗОПАСНОСТИ.....	117
4.3. ПОТРЕБНОСТЬ В ЛЮБВИ	118
4.4. ПОТРЕБНОСТЬ В УВАЖЕНИИ	120
4.5. ПОТРЕБНОСТЬ В СМЫСЛЕ ЖИЗНИ И САМОАКТУАЛИЗАЦИИ	121

ТЕМА 5.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ИХ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ.....	132
5.1. РОЛЬ И МЕСТО УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	132
5.2. КОНЦЕПЦИИ СЕРВИСА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	136
5.3. МОДЕЛИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА.....	143

ТЕМА 6.

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	153
6.1. ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	153
6.2. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	160
6.3. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА В РОССИИ	166
6.4. ВЛИЯНИЕ РЕФЕРЕНТНЫХ ГРУПП НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	170
6.5. ВЛИЯНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	172

ТЕМА 7.	
ФАКТОРЫ ВНУТРЕННЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	178
7.1. ВОСПРИЯТИЕ, ОБУЧЕНИЕ, МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОРЫ ВНУТРЕННЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	178
7.2. ЛИЧНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ КАК ФАКТОР ВНУТРЕННЕГО ВЛИЯНИЯ	185
7.3. ЭМОЦИИ КАК ФАКТОРЫ ВНУТРЕННЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	190
7.4. ЖИЗНЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ФАКТОР ВНУТРЕННЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	194
ТЕМА 8.	
ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ	203
8.1. ЭТАПЫ ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ.....	203
8.2. ТИПОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ.....	208
8.3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ	211
ТЕМА 9.	
КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ДВИЖЕНИЯ В ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В США, РОССИИ.....	216
ПРАКТИКУМ	227
ПРАВИЛА БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	264
ТЕМЫ РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ	279
ЛИТЕРАТУРА	280