Technik administracji

Wartości i potrzeby jako determinanty działań ludzkich

potrzeby

- Naturalne (biologiczne, podstawowe)
- Kulturalne (potrzeby wyższego rzędu)

istota

- Potrzeba to stan niepokoju spowodowany brakiem czegoś
- Stan odczuwania braku określonych produktów (towarów i usług)

motyw

- Przyczyna pobudzająca człowieka do działania lub powstrzymująca go przed działaniem, albo przeszkadzająca w działaniu

cechy

- Różnorodność sposobów zaspokajania potrzeb
- Nieograniczoność potrzeb
- Różnorodność potrzeb
- Zmienność w czasie potrzeb
- Zmienność sposobów zaspokajania potrzeb

Potrzeby mogą być:

- Jednorazowe
- Powtarzalne
- Teraźniejsze
- Przyszłe
- Realne
- Nierealne

Źródła potrzeb

- Wymagania organizmu człowieka
- Warunki przyrodnicze
- Cechy osobowościowe
- Otoczenie społeczne

Piramida potrzeb A. Maslowa

Charakterystyka potrzeb

- Fizjologiczne – głód, pragnienie, sen
- Bezpieczeństwa – ochrona przed utratą majątku, przed uszkodzeniem ciała, śmiercią,
- Przynależności i miłości – do rodziny, przyjaciół
- Uznania – dot. szacunku w otoczeniu, podziwu
- Samorealizacji – realizacja planów, doskonalenie umiejętności

Konsument ?

- Osoba nabywająca od przedsiębiorcy towar lub usługę.

E-Konsument

- Dokonuje zakupów przez Internet
- Ma coraz mniej czasu
- Jest bardziej krytyczny
- Poszukuje informacji
- Dzieli się doświadczeniem z innymi e-konsumentami

Prosument

- Więcej niż konsument
- Aktywny konsument

- To osoba, która ma dużą wiedzę o produktach i usługach związanych z jego ulubioną marką i chętnie dzieli się tymi wiadomościami

Klient

- Osoba, która chce nabyć jakikolwiek towar lub usługę
- Wyróżniamy:
- -indywidualnych
- Instytucjonalych
- Wewnętrzny
- Zewnętrzny

Konsumpcjonizm (nadkonsumpcja)

- Nadmierna konsumpcja dóbr materialnych i usług , taka , która nie jest usprawiedliwiona rzeczywistymi potrzebami ludzkimi i nie liczy się z kosztami społecznymi, ekologicznymi i indywidualnymi

Konsumpcja zrównoważona

- Konsumowanie dóbr w stopniu zaspokajającym potrzeby człowieka z jednoczesnym zmniejszeniem zużycia zasobów naturalnych oraz materiałów szkodliwych dla środowiska

Konsument odpowiedzialny

- Zna swoje prawa i potrafi je egzekwować
- Uczestnik rynku świadomie dokonujący wyboru

konsumeryzm

- Ruch społeczny mający na celu ochronę interesów konsumentów