

**Л.П. Малюк**, д-р техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**Л.М. Варипасва**, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

**О.М. Варипасв**, канд. філос. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ПОТРЕБИ В СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНОМУ ВИМІРІ**

Соціально-історичний розвиток проблематики потреб в історії думки має продуктивний характер для виявлення загальних культурологічних факторів, що впливають на діяльність та поведінку людини.

Для комплексного аналізу теорії потреб перш за все треба виявити основні історичні періоди у розробці цієї проблеми та визначити головні етапи у її розвитку з застосуванням методологічно важливого принципу історизму. З нашої точки зору, становлення й виділення концепцій потреб у житті людини й людства підлягає загальним закономірностям розвитку історичного процесу, соціальних і економічних умов, на основі чого можна виділити головні етапи розгортання теорії потреб в історії.

Дослідження потреб як одних з найважливіших умов соціалізації в первісному суспільстві акцентує увагу на проблематиці перетворення череди тварин у людський колектив, яка пов'язана в дослідженнях антропологів, істориків, культурологів і філософів із проблемою перетворення безпосередніх біологічних потреб у соціальні, тобто можна сказати, що ускладнення й перетворення базових вітальних потреб привело до формування людини сучасного типу, стало визначальним чинником антропосоціогенезу.

Можна зробити показовий висновок, що з появою мережі соціальних відносин людина починає перебудовувати біологічні інстинкти задоволення потреб, перетворюючи їх у соціальні, необхідні для виживання не окремої особини, а всього колективу. Показовим прикладом тут є формування різноманітних табу, у тому числі й харчових, розподіл їжі між усіма членами колективу, підтримка старих і хворих, про що свідчать дані поховань. Поступово потреби ускладнюються та вже осмислюються на тлі розвитку суспільства з його соціальним розширенням.

Своєрідне ставлення до потреб, яке виникло ще в первісному суспільстві та сформувалося за час античності та Середньовіччя, було збагачене у період Відродження, бароко та Просвітництва. Подальшого розвитку ця теорія зазнала у німецькій класичній філософії, теорії Дарвіна та працях інших мислителів XIX сторіччя. Все ж лише у роботах З. Фрейда, А. Маслоу, К. Обухівського, П. Симонова та П. Єршова увага

переноситься з мислення людини як першоджерела й рушійної сили її діяльності на аналіз потреб, які складають основу цілеспрямованої поведінки особистості та необхідні для вироблення комплексної стратегії сервісу та сервісної діяльності, яка спрямована на вироблення якісних послуг для задоволення потреб сучасного споживача.

Важливою для вироблення правильної парадигми сервісної діяльності є теорія психосоматичної обумовленості потреб, інформаційно-емотивна теорія П. Симонова. Чим сприятливіше складаються зовнішні умови для задоволення потреб, тим емоційніше реагує мозок, виникають позитивні емоції, які людина намагається максимально збільшити, продовжити, закріпити. Такий механізм реакції мозку допомагає зрозуміти основи формування цілеспрямованої поведінки особистості, пов'язує задоволення потреб з емоційною складовою. Розуміючи потреби як першопричини й рушійні сили людської поведінки, П. Симонов і П. Єршов пропонують поділ потреб на вітальні, соціальні та ідеальні, які є базисними (вихідні, самостійні за походженням), і допоміжні (етнічні, ідеологічні, в озброєнні, воля та ін.), також евристичний сенс має запропоноване П. Єршовим виокремлення домінантних потреб. Ми вважаємо, що саме ця концепція містить велику теоретичну та аналітичну плідність для досліджень у сфері сервісології.

Французький філософ Бодрійяр в 1969 році охарактеризував сучасне суспільство як «суспільство споживання» в однойменній роботі. Потім ця концепція ввійшла як істотний компонент до загальної теорії інформаційного суспільства в працях Д. Белла, Е. Тоффлера, Ф. Фукуями та ін. Суспільством споживання є таке суспільство, де не тільки є предмети й товари, які бажать купити, але споживання виступає як самодостатня характеристика людського буття. Якщо порівняти стратегії споживання радянського та пострадянського часів із сучасними, можна зробити висновок, що сучасне українське суспільство ще тільки наближається у своїх істотних компонентах до суспільства споживання, оскільки доходи та інші ресурси в нашому суспільстві розподілені украй нерівномірно.

Розгляд соціально-історичного розвитку потреб допомагає зрозуміти та виокремити ті новітні напрямки у осмисленні потреб сучасної людини, які є продуктивними для вироблення задоволення потреб споживачів у сервісології та сервісній діяльності, що відповідає новітній парадигмі розвитку сучасного «суспільства сервісу». Комплексне дослідження теорії потреб та її взаємореляції з системою пропонуванних послуг дозволить побудувати дієві стратегії сервісу для використання у сфері готельного та ресторанного бізнесу.