

# Informace pro učitele

## Základní potřeby pro pořizování výrobků

**Maslowova pyramida (potřeb)** je hierarchie lidských potřeb, kterou definoval americký psycholog Abraham Harold Maslow v roce 1943. Podle této teorie má člověk pět základních potřeb. Tyto potřeby seřadil podle toho, jak se postupně vyvinuly, a zároveň podle toho, jsou-li vyšší nebo nižší ve smyslu své hodnoty. Současně byl přesvědčen, že uspokojení nižších potřeb je předpokladem toho, aby nastoupily vyšší potřeby. Při rozhodování o koupi výrobku jsou základní potřeby definované v Maslowově pyramidě jedním z nejdůležitějších faktorů.

### Skutečné potřeby vs. nakupování

Maslowova hierarchie potřeb vypovídá o naplňování potřeb od základních fyziologických potřeb, až po potřeby seberealizace. Pro plnohodnotný život potřebujeme naplnit fyziologické potřeby (hlad, žízeň), potřeby jistoty a bezpečí (domov, rodina). Spotřebitelé si pomocí spotřebních statků naplňují společenské potřeby, které jim v životě chybí, potřebu uznání a ocenění – Apple produkty mají na tom postavený prodej a marketing (iPhone, Apple watch, Mac ). Všechny drahé značky spotřebičů jsou postavené na tom, že jejich koupí získává spotřebitel určitý „společenský status“ a uznání, že si mohl dovolit výrobek zakoupit (např. automobil Tesla, spotřebiče značky Miele, kabelky Luis Vuiton, hodinky Breitling atd.). Marketing těchto produktů musí být promyšlený a inovativní, jejich prodej se odvíjí od toho, jak po nich zákazníci touží. Bez marketingu by prémiové zboží těžko hledalo své kupující.