

Секція 5. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

УДК 330.163''71'':338.46

СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ПОТРЕБ У ПАРАДИГМІ ФОРМУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Л.П. Малюк, О.М. Варипасв

Розглянуто проблематику соціально-історичного розвитку потреб у парадигмі формування та функціонування сфери послуг. Проаналізовано розвиток теорії потреб в історії людства та сучасні наукові концепції в теорії потреб, їх виникнення, модифікацію та модернізацію. Доведено, що системоутворюючі теорії потреб стають базовими передумовами сервісології – новітньої науки про задоволення потреб людини та поліпшення якості її життя комплексом соціально орієнтованих послуг.

Ключові слова: потреба, послуга, сервісологія, античність, Відродження, Просвітництво, психоаналіз, діяльність, мотивація.

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ПАРАДИГМЕ ФОРМИРОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Л. П. Малюк, А. М. Варыпаев

Рассмотрена проблематика социально-исторического развития потребностей в парадигме формирования и функционирования сферы услуг. Проанализировано развитие теории потребностей в истории человечества и современные научные концепции в теории потребностей, их возникновение, модификация и модернизация. Доказано, что системообразующие теории потребностей становятся базовыми предпосылками сервисологии – новой науки об удовлетворении потребностей человека и улучшения качества его жизни комплексом социально ориентированных услуг.

Ключевые слова: потребность, услуга, сервисология, античность, Возрождение, Просвещение, психоанализ, деятельность, мотивация.

SOCIAL-HISTORICAL DEVELOPMENT OF NEEDS IN THE SERVICES SECTOR PARADIGM

L. Maliuk, O. Varypaiev

In the paper we consider the problems of the socio-historical development of needs in the paradigm of the formation and functioning of the services sector.

The purpose of the research is to study the processes of formation and functioning of needs in the socio-historical development of mankind, provide the analysis of the transformation processes occurring in it, the research of human needs that arise and are modified in a given society, and the development of a comprehensive service strategy that aims at the formation of quality services to meet consumer needs.

The research methodology consisted in a combination of historical-sociological and comparative methods. The method of theoretical, economic-statistical and logical analysis is also used.

Socio-historical development of the problems of the needs in the history of thought is productive in characterizing general cultural factors influencing human activity and behavior. The peculiar attitude to the needs that arose in the primitive society and was formed in the times of antiquity and the Middle Ages was enriched in the period of the Renaissance, the Baroque and the Enlightenment.

This theory has undergone further development in the German classical philosophy, the theory of Darwin and the writings of other thinkers of the XIX century. Yet only in the works of Z. Freud, A. Maslow, K. Obukhivsky, P. Simonov, and P. Yershov attention is transferred from the thinking of man as the primary source and the driving force of his work to analyze the needs that form the basis of the purposeful behavior of the individual and necessary for the development a comprehensive service and service strategy aimed at developing quality services to improve the needs of the modern consumer.

Consideration of the socio-historical development of needs helps to understand and highlight the latest trends in understanding the needs of modern people, which are productive for satisfying the needs of consumers in the service and service activities, which corresponds to the latest paradigm of the development of modern "service society". A comprehensive study of the theory of needs and its correlation with the system of offered services, from our point of view, will allow to build service strategies for use in the hotel and restaurant business.

Keywords: *need, service, serviology, Antiquity, Renaissance, Enlightenment, psychoanalysis, activity, motivation.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Соціально-історичний розвиток проблематики потреб в історії філософії та культури містить важливі положення, які характеризують діяльність людини з точки зору теорії потреб та їх відображення у сфері сервісу [5]. Своєрідне ставлення до потреб, яке виникло ще в первісному суспільстві та сформувалося за часів античності, потім Середньовіччя, було розширене під час Відродження, потім бароко й Просвітництва. Подальшого розвитку ця теорія набула в німецькій класичній філософії, теорії Дарвіна та працях інших мислителів XIX сторіччя. Проте лише в працях 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 є основою цілеспрямованої поведінки особистості та необхідні для побудови комплексної стратегії сервісу та сервісної діяльності, спрямованої на вироблення якісних послуг для задоволення потреб сучасного споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом поширюється усвідомлення того, що сфера послуг має великий позитивний соціальний ефект і сприяє поліпшенню якості людського життя. У масовій свідомості ці ідеї почали формуватися такими новітніми науковими дисциплінами як сервісологія та сервісна діяльність [1-4; 11; 12]. Принципи задоволення потреб сферою послуг привели до питання, які саме потреби є базовими для людини, як відбувалося історичне формування потреб та його осмислення в культурі та історії думки.

Ця проблематика стає актуальною сучасною галуззю знань, недарма низка дослідників останнім часом визначають сучасний стан економічного та культурного розвитку як «суспільство сервісу», причому проблематика досліджень у цій галузі стає пріоритетною в США, країнах Західної Європи, Японії, де у 2013 та 2015 роках відбулися міжнародні конгреси з сервісології та щороку видається науковий журнал [6; 7; 14].

Мета статті – дослідження процесів формування та функціонування потреб у соціально-історичному розвитку людства, аналіз трансформаційних процесів, що в ньому відбуваються; дослідження потреб людини, що виникають і модифікуються в цьому суспільстві, а також вироблення за допомогою теорії потреб загальної стратегії сервісу, спрямованої на створення якісних послуг для задоволення потреб споживача. Методологія дослідження полягає в поєднанні історико-соціологічного та компаративного методів, використанні методів теоретичного та логічного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для комплексного аналізу теорії потреб, насамперед, треба проаналізувати основні історичні періоди у становленні зазначеної проблематики та визначити основні етапи поступового розвитку, заснованого на принципі історизму. Із нашої точки зору, якщо порівняти основні етапи стадіального культурологічного розвитку людства, то вони знайдуть свою кореляцію в поступовому збагаченні та розвитку розуміння потреб людини як нагальних, необхідних для її життя та діяльності, відповідно до цього відбувається осмислення та розгляд парадигми потреб в історії думки [4; 7].

Дослідження виникнення та задоволення потреб як одна з найважливіших умов соціалізації в первісному суспільстві акцентує увагу на проблематиці перетворення череди первісних тварин у сталий колектив людей, що пов'язано у дослідженнях культурної антропології, філософії та археології зі становленням соціального колективу, своєрідною надбудовою в осмисленні потреб, їх переходом з індивідуального на суспільний рівень, коли вони фіксуються в

різноманітних табу, зокрема харчових, і стають одним з головних факторів діяльнійшої еволюції первісної люднини. Напряму антропосоціогенезу деякі дослідники реконструюють саме таким чином, що потреби первісного колективу стають фактором соціалізації та приписів суспільного життя, які приводять до формування сучасного типу людини та суспільства у цілому.

Можна зробити показовий висновок, що з появою розгалужених відносин у соціумі інстинкти біологічного типу поступово перетворюються на соціальні, транслюються вже не на рівні генетики, а на рівні суспільного досвіду та трансформують нові покоління на шляху вироблення загальної колективної свідомості та колективної моралі [4; 9]. Показовим прикладом тут є 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 розшаруванням.

На прикладі філософських і релігійних учень давніх цивілізацій Китаю та Індії в першому тисячолітті до нашої ери можна виділити подальший розвиток теорії потреб, де поступово важливість потреб та їх аналізу з'являється у показових текстах епохи, але ще присутнє синкретичне мислення, у якому потреби біологічні невіддільні від потреб соціальних; присутня у вигляді дао чи дхарми якась усесвітня космічна закономірність, яка визначає правильний лад світу та підкорює собі все індивідуальне [3].

Так, наприклад, у даосизмі присутні міркування, що саме шлях дао є первинним та визначальним, а людина колись із нього зійшла, тому в неї в сучасному стані існують шкідливі потреби та звички. Якщо повернутися до первинного ідеального стану, то у світі запанують лад і гармонія. Таким чином, як бачимо, ідеал світоповедінки тут обернений у минуле, у «золоті часи» розквіту та добробуту.

Така думка наявна і у вченні Конфуція. Китайський мислитель неодноразово підкреслює ідеальність минулих часів, коли кожен виконував свій обов'язок та у всесвіті панували суспільний лад і гармонія. Індивідуальні потреби становлять лише найнижчий щабель суспільного устрою, на рівні держави та родини відбувається подальше закріплення та соціалізація потреб.

Подібні приписи та настанови є і у вченні Будди, і в настановах Старого й Нового Заповіту, у яких потреби розглядалися не самостійно, а з точки зору зв'язку людини з Божеством, вищим моральним авторитетом, який устанавлює правила та моральні закони, які не слід піддавати сумніву, а потрібно сумлінно виконувати.

У ті часи ще не існувало розгалуженої системи судочинства, лише авторитет і слава Бога були своєрідним запобіжним засобом у задоволенні окремою індивідуальністю своїх потреб. У вченні про десять заповідей, та потім про сім смертних гріхів були визначені притаманні, із точки зору церкви, для всього людства групи антипотреб. Багато текстів присвячено тому, як їм запобігти та знайти особистий шлях до Бога, шлях «уподібнення Христу».

У давньогрецькій філософії раціональність, розумність потреб людини була відзначена у працях давніх філософів як важлива проблема у відносінах людини і всесвіту. У вченнях Фалеса, Піфагора, Сократа, Платона й Арістотеля потреби нерозривно пов'язані з внутрішнім світом, душею суб'єкта. Для Платона потреби людини та їх інтенсивність залежать від розподілу на три частини душі. Розумна частина відповідає за виникнення та задоволення духовних потреб, афективна – натуральних, природних, причому підкреслюється беззаперечний пріоритет духовної частини людського ества. На противагу особистісній концепції Платона, Арістотель більшу увагу приділяв суспільному виміру потреб. Згідно зі своєю етичною доктриною, він намагався досягти «золотої середини», урівноваженості в задоволенні потреб духовних та фізичних. Найбільша увага приділена потребам у теорії Епікура, який розподіляв потреби на такі категорії: 1) природні та необхідні, 2) природні та не необхідні, 3) неприродні та не необхідні. Досяжність насолоди філософ пов'язував із задоволенням групи природних потреб.

Задоволення головних потреб веде до найбільшої насолоди, і тоді градуальне збільшення насолоди вже є неможливим, отже, задоволення інших груп потреб є не дуже природним та не дуже необхідним. Насолода не збільшується, а лише варіюється, отже, не додає чогось істотного до розуміння людської особистості [4].

Ідея стоїків про безкінечне самовдосконалення людини знайшла відповідну кореляцію у працях «батьків церкви» та у філософів і теологів Середньовіччя. Індивідуальні потреби, важливість яких усе ж проголошувалася та досліджувалася в античності, відходять на задній план, а на передній висувається дослідження найдосконаліших якостей, тобто властивостей самого Бога.

У періоди Відродження, Нового часу та Просвітництва, згідно з основними філософськими та культурологічними доктринами, розгляд парадигми потреб відбувався з точки зору формування всебічно розвиненого, гармонійного індивідуума, саме в цей період з'явилося поняття особистості як цілісної індивідуальності з комплексом усвідомлених та підсвідомих інтересів і потреб. Акцент із розгляду суто духовних потреб зсувається в бік розгляду матеріального

добробуту, виокремлюються соціальні потреби як перехідна ланка між матеріальними та духовними, бачення світу стає більш різнобарвним та різноманітним.

В українській культурі та її філософських рецепціях учення про потреби розвивалося в річищі декількох концепцій потреб людини, які, з одного боку, мали відображення у світогляді загальнохристиянському, з іншого – справили вплив на формування самоідентифікації та національної ментальності. Проблематика потреб розглядалася багатьма діячами культури України, серед яких треба виділити Володимира Мономаха, українських просвітників XVII–XVIII ст., Григорія Сковороду та Миколу Гоголя. Їх теорії нерівної рівності, раціонального обумовлення потреб у хазайстві, формування особистості через низку духовних потреб ще потребують детального вивчення та мають аналітичну цінність. Ноосферна теорія В.І. Вернадського також лишається актуальною в частині виокремлення потреб планетарного масштабу, які формують нове глобалізоване суспільство сучасності.

Міркування філософів епохи Просвітництва (кінця XVIII–початку XIX ст.) започаткували нову парадигму розгляду потреб, увівши її до широкого кола філософського, а згодом і психологічного розгляду. Формується наукова теорія потреб, яка інтегрує та асимілює дані як природничих, так і гуманітарних галузей наукового знання. Відзначити тут треба теорію Ч. Дарвіна, який зазначав провідну роль потреб у формуванні особистісного та колективного рівнів суспільства, а також ґрунтовний розгляд потреб у німецькій класичній філософії, репрезентований перш за все працями І. Канта та Г. Гегеля.

Потреби у філософів розглядаються як практичний спосіб реалізації власного життя, а на практиці це призводить до різноманітних конфліктів та пошуків способів їх вирішення. Якщо в І. Канта на першому плані все ж таки наявна моральна проблематика, вихідним пунктом якої є «категоричний імператив», то Г. Гегель у своїх працях звертається до суспільних модифікацій потреб, наголошуючи на формуванні громадянського суспільства на засадах розуму й аналітичного сприйняття дійсності.

Потреби, за Г. Гегелем, зазнали в ході розвитку людства значної трансформації, поступово позбулися рис, що поєднували їх із сприйняттям та нестачею у тварин, і формують суспільство, виходячи вже з прагнень загальної моральної реальності, яку філософ характеризує як «релігійне почуття». Вільний час людини виокремлений тепер саме як час задоволення її різноманітних духовних потреб, чому сприяє розвиток суспільного життя та поліпшення способів виробництва.

Із нашої точки зору, уже починаючи з XIX ст. потреби окремого індивіда почали відігравати важливу роль під час оцінювання суспільного цілого, тому акцент на дослідженні подібного комплексу потреб набув рис психологізму [4].

У XX ст. у теорії потреб увага насамперед акцентується на людині як соціальному суб'єкті, який збагачений багатьма соціальними та культурними нашаруваннями, постає як носій відповідної національної та ментальної традиції, є фігурою рефлексивною та раціональною. Усвідомлюючи власні потреби, людина XX ст., на відміну від більш ранніх періодів в історії людства, може зробити свідомий вибір, навіть користуючись певними уявленнями про структурування власних потреб, мотивацію та настанови особистості.

У найбільш впливових та методично значущих концепціях психологів та філософів XX ст. дослідження теорії потреб переходить на новий рівень, це вже не тільки теоретична схема, але й практичні рекомендації для формування певних засобів задоволення комплексу людських потреб, який, зокрема, формує й сфера сервісу за допомогою різноманітних послуг.

Дуже поширеною досі лишається психоаналітична теорія З. Фрейда, у якій особистість і її потреби постають пов'язаними з інстинктивними імпульсами та сферою підсвідомого. Енергетична напруженість тривожності, зростання напруги та її вивільнення трактуються психологом як головне явище у психічному житті людини, яке постійно повторюється. Потреби людини в розробленій ним концепції особистості З. Фрейд пов'язував з інстинктами, які в його теорії визначалися як основна тенденція життя, мали джерело, певного виду енергію або рушійну силу, мету й об'єкт. Для концепції потреб австрійського психоаналітика велике значення мало розуміння інстинкту як психічного образу тілесних потреб, вираженого у вигляді бажань [13].

Під джерелом інстинкту З. Фрейд розумів соматичний (тілесний) процес, що відбувається в якому-небудь органі або частині тіла, спонукальна причина якого представлена інстинктом у психічному житті. Виникала напруга психіки, збудження, властиве інстинктам, неминуче повинні знайти вихід у руховій активності людини або розумовій діяльності.

Теорія ієрархії потреб у гуманістичній психології А. Маслоу, завдяки акцентуації на переході особистості по щаблях задоволення від фізіологічно детермінованих до інтелектуальних потреб, спрямованості на гуманістичну повноту реалізації особистості й практичної верифікації на практиці, знайшла широке застосування у

сферах економіки, менеджменту й сервісу та займає важливе місце в побудові теорій мотивації та поведінки споживачів. А. Маслоу також розробляв теорію самоактуалізації особистості, характеризуючи її як потребу у творчій праці, яка надає життю змісту і радості, а також виділяв у структурі потреби якісно різні категорії. Це дефіцитарні (Д-потреби) і буттєві (Б-потреби), причому Д-потреби призначені для заповнення природних недоліків, що виникають у результаті життєдіяльності особистості, а Б-потреби відповідають за вдосконалення та розвиток людини [8].

Сучасний польський дослідник К. Обухівський зробив спробу систематизувати теорію потреб, виділяючи потреби загальні та індивідуальні, тобто ті, що мають або не мають опосередкованого впливу суспільства. Розвиток особистості не можливий без своєрідної раціоналізації індивідом його цілей та прагнень, причому потреби тут постають у вигляді проміжних цілей, які дають людині задоволення протягом невеликого проміжку часу. Потреби, які формують духовну складову особистості, не можливі без задоволення потреб за походженням фізіологічних, але таких, які впливають у подальшому на духовний розвиток людини.

Ідеальна мета дослідження К. Обухівського полягає в тому, щоб виокремити ті плідні та розумні потреби, завдяки яким людина збагачує свою особистість, хоч би якого «низького» походження вони не були. Показове в цьому сенсі задоволення потреби в їжі, яке в сучасному мультикультурному світі настільки ускладнюється, що людина, споживаючи певну страву, немов розкриває та «перетравлює» культурні смисли, що характеризують походження та історію страви як уже культурного феномену, важливого для цивілізаційних взаємовпливів [9].

Важливою для вироблення раціонально побудованої парадигми сервісної діяльності є теорія психосоматичної обумовленості потреб, інформаційно-емотивна теорія П. Симонова [10]. Механізм задоволення потреби, розроблений цим ученим, спирається на традиції дослідження потреб та виокремлення своєрідної інформативно-емоційної компоненти їх задоволення. Коли людина, точніше, її мозок, отримує позитивне емоційне задоволення від того, що він задовольнив потребу, то психічна структура намагається запам'ятати та продовжити це задоволення.

Формуються механізми мозку, які подібним чином будуть реагувати й у подальшому, переходячи в стадію діяльності, отже, це є важливим кроком у розумінні закріплення, своєрідного «імпринтингу» під час задоволення потреби, що дозволяє поступово виробляти раціонально обґрунтовані способи задоволення потреб у сфері послуг

та, прогнозуючи поведінку споживача, створювати відповідну дієву стратегію підприємства сервісу.

Схема розподілу потреб за П. Симоновим та П. Єршовим має великий евристичний потенціал. Особливо важливим для сфери сервісу є виокремлення базових, домінантних потреб та шаблів потреб вітальних, соціальних та ідеальних, кожен з яких повинен задовольнятися за допомогою комплексу відповідних послуг [6].

Ми вважаємо, що саме ця концепція становить велику теоретичну й аналітичну цінність для досліджень у сфері сервісології.

Сучасне суспільство досить часто називають суспільством споживання, базуючись на однойменній праці Ж. Бодрійяра 1969 року, який уперше дав змістовну характеристику такого суспільства, де споживання є вже не функцією, а самим життям, та характеризував людину швидше як вдумливого споживача, ніж творця чогось нового.

Ця концепція була видозмінена та модифікована в працях багатьох сучасних дослідників, які протягом останніх кількох десятиліть дійшли висновку, що людина-споживач постає в центрі всіх соціальних та економічних процесів розвитку суспільства.

Така орієнтованість на клієнта, споживача, який задовольняє свої потреби за допомогою послуг та працівників цієї сфери, кількість яких постійно збільшується, дозволяє описувати сучасне суспільство вже як суспільство сервісу, і відповідно формуються такі галузі наукового знання, як сервісологія та сервісна діяльність, яким раніше приділялося значно менше уваги.

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 вкрай нерівномірно.

Висновки. Розгляд соціально-історичного розвитку потреб допомагає зрозуміти та виокремити ті новітні напрями в осмисленні потреб сучасної людини, які є продуктивними для вироблення способів задоволення потреб споживачів у сервісології та сервісній діяльності, що відповідає новітній парадигмі розвитку сучасного суспільства сервісу. Комплексне дослідження теорії потреб та її взаємодія з системою запропонованих послуг, із нашої точки зору, дозволить побудувати дієві стратегії сервісу для використання у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

Список джерел інформації / References

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие для студ. вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 320 с.

Avanesova, G. (2006), *Service activities: historical and modern practice, entrepreneurship, management: a manual for students* [Servisnaja dejatel'nost': Istoricheskaja i sovremennaja praktika, predprinimatel'stvo, menedzhment: uchebnoe posobie dlja studentov vuzov], Aspect Press, Moscow, 320 p.

2. Блекуэлл Д. Поведение потребителей / Д. Блекуэлл, П. Минниард, Дж. Энджел. – СПб. : Питер, 2002. – 354 с.

Blackwell, D., Miniard, P., Angel, J. (2002), *Consumer Behavior* [Povedenie potrebitel'ej], Piter, St. Petersburg, 354 p.

3. Малюк Л. П. Сервісологія та сервісна діяльність : навч. посібник / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв, А. В. Зюлковська. – Х. : ХДУХТ, 2009. – 211 с.

Malyuk, L., et al. (2009), *Serviceology and service activity: a textbook* [Servisologija ta servisna dijal'nist'], KSUFIT, Kharkiv, 211 p.

4. Малюк Л. П. Сервісологія : підручник / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв. – Х. : ХДУХТ, 2011. – 258 с.

Malyuk, L., Varypaiev, O. (2011), *Serviceology: a textbook* [Servisologija pidruchnik], KSUFIT, Kharkiv, 258 p.

5. Малюк Л. П. Сервісологія в системі наукового знання / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. 2 (17). – С. 124–130.

Malyuk, L., Varypaiev, O. (2016), “Serviceology in the system of the scientific knowledge”, *Economy. Management. Innovations* [Servisologija v sistemi naukovogo znannja], Vol. 2(17), pp. 124-130.

6. Малюк Л. П. Специфіка та класифікація потреб у сервісології / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв, Л. М. Варипаєва // Scientific letters of the academic society of Michal Baludansky (Košice, Slovakia). – 2017. – Vol. 5, № 4. – P. 52–55.

Malyuk, L., Varypaiev, O., Varypaeva, L. (2017), “Specifics of the classification of the needs of the servisology”, *Scientific letters of the academic society of Michal Baludansky* [“Specifika ta klasifikacija potreb u servisologii”], Košice, Slovakia, Vol. 5, No. 4, pp. 52-55.

7. Maliuk, L., Varypaiev, O., Varypaieva, L. (2019), “Serviceology in the hospitality industry”, *Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph*, in 2 Vol., WSSG, Przeworsk, Vol. 1., pp. 242-251.

8. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 465 с.

Maslow, A. (2003), *Motivation and personality* [Motivacija i lichnost'], Piter, St. Petersburg, 465 p.

9. Обуховский К. Галактика потребностей. Психология влечений человека / К. Обуховский. – СПб. : Речь, 2003. – 296 с.

Obukhovskiy, K. (2003), *Galaxy of needs. Psychology of human drive* [Galaktika potrebnostej. Psihologija vlechenij cheloveka], Riech, St. Petersburg, 296 p.

10. Симонов П. В. Избранные труды : 2 т. Т. 1. Мозг: эмоции, потребности, поведение / П. В. Симонов. – М. : Наука, 2004. – 437 с.

Simonov, P. (2004), *Selected works: In 2 vol. Vol. 1: Brain: emotions, needs, behavior* [Mozg: jemocii, potrebnosti, povedenie], Science, Moscow, 437 p.

11. Соломон М. Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке / М. Р. Соломон. – СПб. : ДиаСофтЮП, 2003. – 784 с.

Solomon, M. (2003), *Consumer behavior. The art and science to win in the market [Povedenie potrebitelja. Iskusstvo i nauka pobezhdat' na rynke]*, DiaSoft YuP, St. Petersburg, 784 p.

12. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.

Haksever, C. Render, B. Russell, S. Murdick, R. (2002) *Management and organization in the service sector [Upravlenie i organizacija v sfere uslug]*, Peter, St. Petersburg, 752 p.

13. Хьелл Л. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : Питер, 2000. – 608 с.

Hjell, L., Ziegler, D. (2000), *Theories of personality [Teorii lichnosti]*, Peter, St. Petersburg, 608 p.

14. Шмигин И. Философия потребления / И. Шмигин. – Х. : Гуманитарный центр, 2009. – 304 с.

Shmiggin, I. (2009), *Philosophy of consumption [Filosofija potreblenija]*, Publishing House of the "Humanitarian Center", Kharkiv, 304 p.

Малюк Людмила Петрівна, д-р техн. наук, проф., професор кафедри готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051; e-mail: ludpetr7@gmail.com.

Малюк Людмила Петровна, д-р техн. наук, проф., профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051; e-mail: ludpetr7@gmail.com.

Maliuk Lyudmila, Dr. Tehn. Sciences, Professor Department of Hotel and Restaurant Business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska st., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051; e-mail: ludpetr7@gmail.com.

Варыпаев Олексій Михайлович, канд. філос. наук, доц., професор кафедри суспільних та гуманітарних дисциплін, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051; e-mail: varypaev@ukr.net.

Варыпаев Алексей Михайлович, канд. филос. наук, доц., профессор кафедры общественных и гуманитарных дисциплин, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051; e-mail: varypaev@ukr.net.

Varypaiev Olexii, PhD in Philosophy, Professor Department of Social Sciences and Humanities, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska st., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051; e-mail: varypaev@ukr.net.

DOI: 10.5281/zenodo.3265693