Матрица потребностей. Все потребности: а) производственные; б) индивидуальные.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии | Потребности | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **По иерархии потребностей** | Первичные (низшие) | | | | | | | | | | | | Социальные (высшие) | | | | | | | | | | | | | | | |
| Физиологические | | В безопасности | | | | | | | | | | В принадлежности и одобрении социальной группы | | | | | | | | | В авторитете и уважении | | | | | | В самовыражении |
| **По факторам, влияющим на формирование потребностей** | Исторические | Национальные | | | | | | | | | | Географические | | | | | Природно-климатические | | | | | Половые | | | | | Возрастные | Социально-групповые |
| **По временным параметрам** | Остаточные (прошлые) | | Текущие (настоящие) | | | | | | | | | | | | Перспективные (будущие) | | | | | | | | | Дальносрочные | | | | |
| По принципу удовлетворения | Удовлетворяемые одним товаром | | | Удовлетворяемые комплексом товаров | | | | | | | | | | Удовлетворяемые с помощью услуг | | | | | | | Удовлетворяемые товарами и услугами | | | | | Взаимозаменяемые (конкурентные) | | |
| **По четкости перевода в характеристики продукта** | Неопределенные | | | | | Конфигурационные | | | | | | | | | | | Качественные | | | | | | | | Количественные:  - четкие  - размытые | | | |
| **По степени принципиального удовлетворения** | Полностью удовлетворенные | | | | | | | | Частично удовлетворенные | | | | | | | | | | | | Неудовлетворенные | | | | | | | |
| **По массовости распространения** | Географического | | | | | | | | | | Социального | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всеобщие | Региональные | | | В пределах страны | | | | | | Всеобщие | | | | | Внутри-национальные | | | | Внутри социальной группы | | | Внутри социальной группы по образованию | | | | Внутри социальной группы по доходу | Т.п. |
| По эластичности | Слабоэластичные | | | | | | Нормальной эластичности | | | | | | | | | | | | | | Высокоэластичные | | | | | | | |
| **По природе возникновения** | Основные | | | | | | Прямо индуцированные | | | | | | | | | | | | | | Косвенно индуцированные | | | | | | | |
| **По сложившемуся общественному мнению** | Социально негативные | | | | | | Социально нейтральные | | | | | | | | | | | | | | Социально позитивные | | | | | | | |
| **По глубине проникновения в общественное сознание** | Неосознанные | | | | Единично осознанные | | | | | | | | | | | | Частично осознанные | | | | | | | Осознанные всей потенциальной социальной группой | | | | |
| **По степени текущей настоятельности** | Слабо интенсивные | | | | Нормальные | | | | | | | | | | | | Повышенно интенсивные | | | | | | | Ажиотажные (экстремальные) | | | | |
| **По причине возникновения** | Естественные | | | | | | | | | Импульсивные | | | | | | | | | | | Внушенные: - другими потребителями  - модой  - рекламой | | | | | | | |
| **По времени потребления** | Единично удовлетворяемые | | | | | | Дискретно удовлетворяемые | | | | | | | | | | | | Периодически удовлетворяемые | | | | | | | Непрерывно удовлетворяемые | | |
| **По свободе удовлетворения** | Свободные | | | | | | | | | | | | | | | | | Деформированные: - деформированные в низкой степени   * деформированные в средней степени * деформированные в высокой степени | | | | | | | | | | |
| **По специфике удовлетворения** | Универсальные (массовые) | | | | Укрупненно сегментированные | | | | | | | | | | | | | Среднесегментированные | | | | | | | | Индивидуализированные | | |
| **По широте проникновения в различные сферы жизни** | Моносферные | | | | | | | Олигосферные | | | | | | | | | | | | | Полисферные | | | | | | | |
| **По характеру барьеров удовлетворения** | Связанные со здоровьем | | | | Психологические | | | | | | | | | | | | | Социально обусловленные | | | | | | | | Ресурсные | | |