

I UVOD

U ovom radu govoriće se o sistemskom definisanju ličnosti i potrošača kao ličnosti kroz istorijsko-filozofski i savremeni pogled na svijet.

To znači, da se polazi od istorije i filozofije, njihovih definicija i suštine koja nas vodi u dalju nauku, dalje istraživanje i razmatranje važnih već pomenutih pojmova. Proučavajući o filozofiji doći ćemo do još jednog važnog pojma, od kojeg sve potiče a to je sistem. Sama filozofija je jedan sistem sa svim svojim elementima, kao pratećim obilježjima tog pojma. Međutim, iako je filozofija široka kao sistem, od kojeg sve potiče, i u koji se opet vraćamo, postoji još jedan sistem, velik i dovoljno uređen, a opet nedovoljno uređen. Dakle, riječ je o svijetu i životu. Tu u tom velikom prostranstvu bitna je jedinka, ličnost u svom svom sastavu, jedinka kao osnovna jedinica analize. **Pojedinac i ličnost se posmatra sa dva aspekta, dovodeći i jedan i drugi aspekt u korelativnu povezanost i uzročno- posljedične veze.**

Dakle, sa jedne strane se posmatra ličnost u psihološkom smislu, osoba sa svojim psihološkim karakteristikama, a sa druge strane, **posmatra se ista ta ličnost, ali sa aspekta marketinga, odnosno ponašanja ličnosti u ulozi potrošača.**

Naime, ponašanje potrošača je od izuzetnog značaja za cjelokupan sistem, i istraživanje u oblasti menadžmenta i marketinga, jer analizirajući ponašanje, različite teorije, te aspekte zadovoljenja potreba samih potrošača, dolazi se do zaključaka i rezultata koji pomažu cjelokupnom sistemu poslovanja, bilo da je riječ o velikim preduzećima, ili sa druge strane malim firmama koje se utrkuju na poslovnom tržištu.

I na kraju, vraćajući se osnovnim vrijednostima u svijetu. Pokušaćemo da promatramo savremeni aspekt cjelokupnog svjetskog poretka, u kojem ta ista jedinka ostvaruje sebe kroz vrijednosti i nevrijednosti svijeta, te kao ličnost u svom sastavu i kao potrošač u području marketinga ali i samog života.

U ovom radu koristiće se istorijski metod, ali i kombinacija induktivne i deduktivne metode. **Značajne hipoteze koje će se pokušati dokazati i odbraniti su sljedeće:**

1- značaj istorije i filozofije

2- psihološko i marketinško gledište u koje se u centar stavlja ličnost i potrošač

3- značaj i važnost savremenog pogleda na svijet

Rad se sastoji iz tri dijela:

U **prvom dijelu** objasniće se pojmovi i istraživanja *istorije i filozofije* koji se povezuju dalje kroz rad sa *sistemom* i opštom teorijom sistema. Prvi dio obuhvata i odnosi se na poglavlja II, III i IV.

U **drugom dijelu** rada govoriće se o ličnosti, odnosno o pojednicima u sistemu. Sa jedne strane definiše se *ličnost*, kao ličnost u svom sastavu, a sa druge strane daje se definicija ličnosti kao *potrošača*, kao i ponašanje i *satisfakcija potrošača*. Takođe, u ovom dijelu će se navesti nekoliko primjera o ponašanju potrošača, ali i primjeri rada jedne vrste istraživanja, kao što su ankete. Ankete se sprovode nad ispitanicima, da bi se došlo do rezultata analize i u skladu sa tim rezultatima da bi se utvrdile preferencije, želje i potrebe kupaca i potrošača. Drugi dio se odnosi na poglavlja V, VI, VII i VIII.

U **posljednjem, trećem dijelu** obradiće se *savremeni pogled na svijet*, koji determiniše savremeni razvoj. On je svakako u vezi sa prvim dijelom rada, odnosno sa istorijsko-filozofskim pristupom, u nekoj mjeri je suprotan od istorijskog, što se vidi i po samim terminima koji ih određuju. Ovaj dio se odnosi na posljednje poglavlje ovog rada, na IX poglavlje.