### 1.1.1 Ієрархія потреб спожива

Відомо, що в теорії маркетингу потреби людини можуть бути представлені у вигляді ієрархії потреб ідей американського психолога Абрахама Маслоу включають рівні:

* фізіологія (вода, їжа, житло, сон);
* безпека (особиста, здоров'я, стабільність),
* приналежність (спілкування, дружба, любов),
* визнання (повага оточуючих, самооцінка),
* самовираження (вдосконалення, персональний розвиток).

Опишіть в цьому пункті одну ієрархію потреби вашого споживача, яку хотілося б задовольнити, використовуючи майбутній програмний продукт.

Наш программный продукт затрагивает, так или иначе, все уровни пирамиды Маслоу. Ведь с помощью напоминаний о пополнении водного баланса, человек сможет наконец-то выпивать нужное количество воды в сутки. С помощью напоминаний по работе, жизни, человек сможет обезопасить себя, стать более лучшим другом, повысить самооценку и не забыть о персональном развитии.