**11 Produkt a klasifikácia**

*Produkt je všetko, čo možno ponúknuť na trhu do pozornosti, na získanie, na použitie alebo spotrebu, teda všetko, čo by mohlo uspokojovať potrebu alebo túžbu človeka. Pod pojmom produkt zahŕňame hmotné predmety, služby, osoby, miesta, organizácie a myšlienky*

Produkt je základným prvkom marketingového mixu a ponuky na trhu. Produkt je čokoľvek, čo môže byť niekomu ponúknuté za účelom uspokojenia jeho potrieb alebo požiadaviek. Pre rozlíšenie hmotného a nehmotného produktu používame termíny výrobok a služba. Z hľadiska marketingu a na základe uvedených skutočností o prelínaní sa podstaty výrobku a služby, nie je dôležité, či je produkt hmotnej alebo nehmotnej podstaty, ale to, aký úžitok poskytne kupujúcemu. **Produkt je výkon so schopnosťou poskytnúť kupujúcemu určitý úžitok.**

**Klasifikácia produktu**

1, podľa životnosti možno produkty členiť na:

* Produkty krátkodobej spotreby (mlieko, chlieb, múka) – nakupujú sa často, niektoré denne
* Produkty dlhodobej spotreby (umývačka riadu, mikrovlnná rúra, nábytok, obuv) – slúžia na dlhodobé (opakované) použitie

2, podľa typu zákazníka – spotrebné produkty a produkty určené na spracovateľské a investičné účely

**Spotrebné produkty** - sú určené pre konečného spotrebiteľa

**1.Produkty základného dopytu**

A – produkty dennej spotreby -zákazníci ich kupujú pravidelne, rutinne, nie sú ochotní venovať na ich nákup veľa úsilia (maslo, chlieb),

B – impulzívne nakupované produkty -ich nákup zvyčajne neplánujú, musia byť viditeľné, lákavo vystavené i na viacerých miestach

C – produkty nakupované z neočakávanej potreby - dáždnik

**2 Produkty príležitostného dopytu**

spotrebiteľ si ich starostlivo vyberá a počas výberu obyčajne porovnáva podľa kvality, ceny (nábytok, elektrospotrebiče, automobily, poistky)

A – rovnorodé – rozdiely nie sú pre zákazníka veľmi dôležité, rozhoduje cena

B – nerovnorodé – dôležitá je kvalita, vzhľad, vyhotovenie ( odevy)

**3 Produkty zvláštneho dopytu (špeciality)**

charakter jedinečnosti, pre ktorú vyvinie zvláštne úsilie, aby ich kúpil, je ochotný vyhľadať ho aj na vzdialenejšom mieste a investovať viac času, aby ho našiel, nemusí to byť drahý produkt, ale môže ísť o určitú značku, na ktorú sa zákazník zameral, alebo naopak, môže to byť prepychový tovar

**4 Neuvažované (neznáme) produkty**

Zákazník nie je o produkte informovaný alebo za bežných okolností produkt nechce kúpiť.

A – nové neuvažované produkty – mikrovlnka, mobil.... (minulosť)

B - pravidelne neuvažované produkty – v bežnej situácie zákazník nemá motiváciu ho kúpiť ( náhrobný kameň)

**Produkty na spracovateľské investičné účely –** sú hmotné predmety alebo služby určené na ďalšie spracovanie alebo použité na podnikanie

A- Produkty investičného charakteru – budovy, stroje – nákup priamo u výrobcu – lízing, prenájom, osobný predaj pred reklamou

B- Príslušenstvo – doplnkové premiestniteľné zariadenie, pomáhajú zabezpečiť výrobný proces

C- Materiál a polotovary – suroviny – podstata nového výrobku( ovocie, mlieko, drevo, obilie, ropa... Polotovary – komponenty, ktoré už boli opracované, ale ešte ďalej sa spracúvajú (rezivo, múka...

D- Pomocný materiál- nie je súčasťou nového výrobku (prevádzkový materiál, materiál na údržbu a opravy

E- Služby –opravárenské, údržbárske, komerčné (daňové, bezpečnostné...)