

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_OBP_150
Předmět:	Obchodní provoz
Tematický okruh:	Marketing
Autor, spoluautor:	Ing. Petr Mareš
Název DUMu:	Produkt
Pořadové číslo DUMu:	10
Stručná anotace:	
Prezentace obsahuje charakteristiku produktu.	
Ročník:	4.
Obor vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Metodický pokyn:	Prezentace v MS PowerPoint na podporu výkladu učitele, lze využít i k samostudiu.
Výsledky vzdělávání:	Žák rozpozná různé druhy produktů.
Vytvořeno dne:	9.9.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



Produkt



Produkt

- První a základní složkou marketingového mixu.
- Hmotná (hmatatelná) či nehmotná (abstraktní) věc nebo služba uspokojující lidské potřeby.
- Cokoliv, co firma nabízí na trhu zákazníkovi k uspokojení jeho potřeb nebo přání (k upoutání pozornosti, ke koupi, k použití nebo ke spotřebě). Zákazník vnímá výrobek jako souhrn přínosů a výhod, které uspokojí jeho potřeby.

Produkt

- Podle způsobu užití lze produkty dělit na:
- **Spotřební zboží** – zahrnuje výrobky určené ke konečné osobní spotřebě (např. kolo, elektronika, oblečení apod.).
- **Průmyslové výrobky** – slouží k zajištění procesu výroby, nebo se jako spotřební zboží dále zpracovávají.
- **Služby** – jsou zvláštním typem produktu, charakteristickým svojí nemateriálností, nedělitelností, nemožností skladování.

Spotřební zboží

Spotřební zboží můžeme členit na:

a) Zboží základní potřeby:

- *Zboží denní potřeby* – zboží nakupované pravidelně, každodenně.
- *Zboží impulzivní potřeby* – zboží nakupované spontánně, bez předchozího naplánování (žvýkačky, cukrovinky,...).
- *Zboží neočekávané potřeby* – zboží nakupované v případě nouze, rozhodující není cena, ale rychlá dosažitelnost (deštník, léky,...).

Spotřební zboží

b) Zboží příležitostné potřeby – výrobky nakupované po předchozím naplánování a srovnání (např. oblečení, nábytek, elektronika) – rozhodující je cena, kvalita či značka.

c) Zboží speciální potřeby – výrobky jsou charakteristické svojí špičkovou kvalitou či unikátností, cena a dosažitelnost zde nehrají roli, kupující si je sami vyhledávají (např. luxusní automobily, značkové oděvy apod.).

Průmyslové výrobky

- Předměty, které jsou určeny pro další zpracování nebo pro použití při podnikání.
- Materiál a polotovary
(nerostné suroviny či přírodní produkty - pšenice, ropa, písek)
- Statky investiční povahy nebo oprávnění k výrobě
(budovy, výrobní linky, licence, těžební práva apod.)
- Provozní materiály a služby
(uhlí, kancelářské potřeby, úklidové služby, opravy kancelářských strojů apod.)



Služby

- Služby můžeme členit na:
- **Věcné (hmotné) služby** - jsou cizí činnosti, které obnovují nebo zlepšují hmotné statky.
- **Osobní (nehmotné) služby** - jsou cizí činnosti, které působí přímo na naši osobu.



Služby

Služby jsou specifickým druhem produktu díky těmto vlastnostem:

- **Nehmatatelnost** – nelze si je před nákupem prohlédnout, ochutnat, poslechnout nebo očichat.
- **Nedělitelnost** – jsou vytvářeny a spotřebovány současně.
- **Proměnlivost** – závisejí na tom, kdo je poskytuje, kdy je poskytuje a kde je poskytuje.
- **Pomíjivost** – nelze je skladovat.



Cvičení

- Uvedte 3 konkrétní hmotné produkty
- Uvedte 3 konkrétní nehmotné produkty
- Uvedte 3 konkrétní věcné služby
- Uvedte 3 konkrétní osobní služby



Řešení

- Hmotné produkty – např. automobil, kniha, telefon
- Nehmotný produkt – Microsoft Office, Internet Explorer, filmová práva
- Věcné služby – čistírna oděvů, autoservis, zahradnické služby
- Osobní služby – kadeřnice, masáže, manikúra

Použité zdroje:

MOUDRÝ, M. *Základy marketingu*. 1. vyd. Kralice na Hané : Computer Media, 2008. 160 s. IBSN 978-80-7402-002-5.