

SADRŽAJ

PROIZVOD KAO INSTRUMENT MARKETING MIKSA

Proizvod je rezultat čovekove proizvodne aktivnosti koja ima za cilj stvaranje novih predmeta ili usluga pogodnih za podmirenje ekonomskih, ličnih ili društvenih potreba. Proizvod možemo posmatrati u širem i užem smislu. U širem smislu onje izlazni rezultat funkcionisanja bilo kog organizacionog sistema, a u užem smislu posmatra se kao rezultat procesa proizvodnje, koji može biti: Količina proizvedenih predmeta (stvari) određenog kvaliteta, koja je podesna za podmirenje nekih ljudskih ili društvenih potreba, Usluga, kvantitativno i kvalitativno određena, koju jedino preduzeće ili pojedinac pruža drugome, a kojim se podmiruje određena potreba.

Proizvod je sve ono što se može ponuditi tržištu da bi izazvalo pažnju, nabavku ili potrošnju, upotrebu, a što bi moglo zadovoljiti neku želju ili potrebu. Na ovaj način Kotler definiše proizvod kao instrument marketinga. On ima i drugu definiciju proizvoda: "Proizvod je paket fizičkih, uslužnih ili simboličkih posebnosti za koje se očekuje da omoguće satisfakciju ili da budu od koristi za kupca".

Proizvod treba da bude prilagođen zahtevima kupaca. Neki od zahteva su:

Proizvod mora imati neka preimućstva u odnosu na proizvode konkurencije koji imaju istu namenu,

Mora da ima neke osobenosti na osnovu kojih se može direktno ili indirektno identifikovati, i da su te sposobnosti laku uočljive,

Za proizvod treba pronaći određene karakteristike koje će ga diferencirati i kupcima učiniti prihvatljivim.

Spoljašnji izgled proizvoda treba da bude u toj meri atraktivan kako bi ga potencijalni kupci lako uočili i zapamtili itd.

O dimenzijama proizvoda mora se voditi računa prilikom njegovog uvođenja u proizvodni program. Suština proizvoda pri tome je najbitnija, i ona se posmatra kroz davanje odgovorana pitanje: šta je u stvari ono što kupac želi da kupi. Menadžeri kozmetičkih fabrika ističu: u svojim fabrikama proizvodimo proizvode a u svojim prodavnicama potrošačima prodajemo pravo na nadu.

Suština proizvoda treba da bude materijalizovana. Hleb, novine, cigarete, nameštaj, automobil, u stvari su materijalizovani proizvodi.

Svi ovi proizvodi, ako su materijalizovani, imaju određene karakteristike kao što su dizajn, kvalitet, pakovanje, marka, servis, garancija itd.

Preduzeće u ovom proizvodnom programu uvek treba da ima optimalni proizvod. Proizvodni program treba da bude koncipiran tako da se postignu najbolji rezultati pri planiranju optimalne kombinacije sa drugim elementima marketing miksa: informacijama, promocijom, distribucijom i cenom.

Proizvod ili usluga je osnovni instrument marketing miksa i iz njega se izvode svi ostali instrumenti. Bez proizvoda ili usluge ne mogu postojati ostali instrumenti.

Proizvod je materijalno dobro namenjeno zadovoljavanju ličnih ili proizvodno-uslužnih potreba. Proizvođači u tržišnoj privredi pomoću proizvoda mogu da ostvare zadovoljenje svojih reprodukcionihi ciljeva. To postižu putem plasmana proizvoda i tkao sebi stvaraju uslove za prostu i proširenu reprodukciju.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com