



PRODUKTOVÉ STRATÉGIE V ŽIVOTNOM CYKLE

Produktový mix

O TEJTO TÉME:

Produktový mix je kľúčovým prvkom produktovej stratégie, pretože určuje celkovú šírku, hĺbku a konzistenciu ponuky podniku. Zahrňa všetky produktové rady a jednotlivé produkty, ktoré firma ponúka na trhu. Jeho správne riadenie je nevyhnutné počas celého životného cyklu produktov – od uvedenia na trh, cez rast, zrelosť až po útlm. V každej fáze musí podnik premyslieť, či je výhodné rozšíriť ponuku o nové varianty, inovovať existujúce produkty alebo naopak, zúžiť sortiment. Produktový mix teda nie je statický, ale dynamicky sa mení v závislosti od dopytu, konkurencie a trendov. V praxi to znamená, že podnik sa rozhoduje, či pridá nové produktové rady (**šírka**), rozšíri existujúci rad o ďalšie položky (**dĺžka**), alebo ponúkne varianty jedného produktu (**hĺbka**). **Konzistentnosť** mixu zas ukazuje, nakoľko spolu jednotlivé rady súvisia. Pre úspešnosť firmy je dôležité, aby bol mix strategicky prepojený, zodpovedal očakávaniam zákazníkov a podporoval konkurencieschopnosť.

ZÁKLADNÉ ROZMERY PRODUKTOVÉHO MIXU

Produktový mix predstavuje súbor všetkých produktových radov a produktov, ktoré firma ponúka. Jeho základné rozmery sú:

- **Šírka** – počet produktových radov (napr. potraviny, nápoje, kozmetika). Regionálna pekáreň môže mať 3 rady: chlieb, sladké pečivo, slané pečivo.
- **Dĺžka** – celkový počet produktov v rámci všetkých radov (napr. štyri druhy minerálok, päť druhov džúsov). Výrobca čajov má v rade „Ovocné čaje“ 6 príchutí, v rade „Bylinkové čaje“ 8 príchutí → dĺžka je 14 produktov.
- **Hĺbka** – počet variantov jedného produktu (napr. minerálka v PET fľaši 0,5 l, 1 l a 1,5 l, sýtená a nesýtená). Výrobca minerálnej vody ponúka „Pramenitú vodu“: sýtená, jemne sýtená, nesýtená; v objemoch 0,5 l, 1 l, 1,5 l → hĺbka je 9 variantov.
- **Konzistentnosť** – príbuznosť medzi produktmi (napr. značka, ktorá sa špecializuje iba na zdravé potraviny). Malá značka, ktorá ponúka iba bio ovocné produkty: džemy, šťavy, sušené ovocie – vysoká konzistentnosť, všetko sa spája s ovocím a zdravým štýlom.

Produktový mix je dôležitý nástroj, lebo odráža stratégiu firmy: ak sa podnik rozhodne pre širší mix, snaží sa osloviť viac segmentov trhu. Naopak, úzka špecializácia s menším počtom produktov môže znamenať vyššiu odbornosť a kvalitu. Mix sa zároveň neustále prispôbuje trendom – napr. výrobca mliečnych produktov môže zaviesť rastlinné alternatívy, čím reaguje na rastúci dopyt po vegánskych výrobkoch.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://inaq.sk/vysvetlujeme/zivotny-cyklus-produktu>

<https://firmbee.sk/uspesne-uvadenie-produktu-na-trh>

<https://www.romanpichler.com/blog/the-product-strategy-and-the-product-life-cycle/>

<https://www.unleashedsoftware.com/blog/product-life-cycle-extension-strategies/>

<https://www.coursera.org/articles/product-lifecycle>