



STRATEGICKÝ A MARKETINGOVÝ MANAŽMENT

Kroky procesu strategického a marketingového manažmentu

O TEJTO TÉME:

Podkapitola sa venuje konkrétnym krokom **strategického manažmentu**, ktoré sú nevyhnutné na efektívne riadenie a dlhodobý rozvoj podniku. Strategický manažment nie je jednorazová činnosť, ale systematický proces, ktorý zahŕňa plánovanie, analýzu, rozhodovanie, implementáciu a kontrolu.

ČO SA DOZVIEŠ:

- 🖱️ Aké fázy má strategický manažment
 - 🖱️ Prečo je analýza prostredia dôležitá
 - 🖱️ Ako firmy formulujú a implementujú stratégie
-

PROCES STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU

Strategický manažment je proces, ktorý zabezpečuje, že podnik dosahuje dlhodobé ciele v súlade s potrebami trhu, zákazníkov a spoločnosti. Základným cieľom je zabezpečiť trvalú **konkurenčnú výhodu**. Kroky procesu strategického manažmentu dnes zahŕňajú aj environmentálne a digitálne faktory. Napríklad digitálne firmy musia flexibilne reagovať na trendy AI alebo automatizácie. Dôležitá je agilita, neustála spätná väzba a schopnosť upravovať plán.

KROKY PROCESU STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU

1. **Identifikácia poslania a vízie podniku:** Prvým krokom je definovanie dôvodu existencie podniku (**poslanie**) a jeho dlhodobého smerovania (**vízia**). Poslanie vyjadruje, pre koho a prečo podnik existuje, vízia formuluje ideálny stav, ktorý chce firma dosiahnuť.
 2. **Stanovenie cieľov podniku:** Na základe poslania a vízie firma stanovuje **SMART ciele** – konkrétne, merateľné, dosiahnuteľné, relevantné a časovo ohraničené. Tie poskytujú smerovanie pre všetky činnosti a rozhodnutia.
 3. **Analýza vonkajšieho a vnútorného prostredia:** Podnik analyzuje svoje vnútorné silné a slabé stránky (SW) a vonkajšie príležitosti a hrozby (OT) pomocou nástrojov ako **SWOT**, **PESTLE**, **STEEPLE** alebo **Porterova analýza konkurencie**. Cieľom je poznať trhové prostredie a svoju pozíciu v ňom.
 4. **Formulácia stratégie:** Na základe predchádzajúcej analýzy sa navrhuje stratégia, ktorá bude podniku umožňovať dosiahnuť stanovené ciele. Môže ísť o rastovú, defenzívnu, inovačnú či konkurenčnú stratégiu, prípadne kombináciu viacerých prístupov.
 5. **Implementácia stratégie:** Tento krok predstavuje realizáciu zvoleného strategického plánu. Firma priradzuje konkrétne úlohy zodpovedným osobám, alokuje zdroje, zavádza organizačné zmeny a začína realizáciu plánovaných aktivít.
 6. **Hodnotenie a kontrola:** Na záver sa hodnotí, do akej miery boli ciele naplnené. Sledujú sa **KPI** (kľúčové ukazovatele výkonnosti), porovnávajú sa plánované a skutočné výsledky a v prípade odchýlok sa prijímajú korekčné opatrenia.
-

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://www.forbes.sk/ako-sa-robi-dobra-strategia/>

<https://www.linkedin.com/pulse/6-krokov-strategick%C3%A9ho-pl%C3%A1novania-peter-straka>

<https://hbr.org/topic/subject/strategy>

<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter>

https://www.amazon.com/Strategic-Marketing-Management-Alexander-Chernev/dp/1936572893?utm_

https://www.amazon.com/Strategic-Marketing-Legend-PHILIP-KOTLER/dp/1636512453?utm_

https://www.amazon.com/Strategic-Marketing-Management-Mark-Parry/dp/0071589635?utm_

<https://www.tandfonline.com/journals/rjism20?ut>

https://ideas.repec.org/a/spr/amsrev/v5y2015i3d10.1007_s13162-015-0073-9.html?utm_

https://www.mdpi.com/2071-1050/14/24/16356?utm_

https://jmsr-online.com/article/research-on-marketing-strategies-management-based-on-big-data-84/?utm_

<https://hbr.org/topic/subject/strategy> a <https://www.forbes.com/search/?q=strategy>