



MARKETINGOVÉ SITUAČNÉ ANALÝZY

STE(E)P(LE) analýza

O TEJTO TÉME:

STE(E)P(LE) analýza patrí medzi dôležité metódy externých situačných analýz, ktoré podniky využívajú na skúmanie faktorov makroprostredia. Ide o štruktúrovaný prístup, ktorého cieľom je identifikovať tie vonkajšie podmienky, ktoré môžu mať zásadný dopad na fungovanie a smerovanie podniku. Skratka **STEEPLE** (alebo tiež PESTLE) reprezentuje faktory: Sociálne, Technologické, Ekonomické, Ekologické, Politické, Legislatívne a Etické. Využíva sa najmä pri strategickom plánovaní, v počiatočných fázach prípravy podnikateľských a marketingových plánov, ale aj pri vstupe na nový trh, expanzii či zmenách legislatívy.

Hlavným prínosom tejto analýzy je schopnosť získať prehľad o tom, ktoré externé faktory môžu predstavovať príležitosti alebo riziká pre podnik. Analyzuje sa nielen aktuálny stav týchto faktorov, ale aj ich trend vývoja v čase. Podniky tak môžu efektívne predvídať budúce zmeny v prostredí a prijať adekvátne rozhodnutia. STEEPLÉ analýza sa často kombinuje so **SWOT analýzou**, pretože pomáha určiť príležitosti (O) a hrozby (T) vo vonkajšom prostredí.

ČO SA DOZVIEŠ:

- 🖱️ Aký je význam a štruktúra STEEPLE analýzy
 - 🖱️ Čo jednotlivé faktory STEEPLE predstavujú
 - 🖱️ Ako prebieha proces tvorby tejto analýzy
-

ČO JE TO STE(E)P(LE) ANALÝZA

STE(E)P(LE) analýza je jednou z najčastejšie využívaných externých analytických metód, ktorá skúma jednotlivé segmenty makroprostredia. Názov je akronymom pre faktory: Sociálne (S), Technologické (T), Ekonomické (E), Ekologické (E), Politické (P), Legislatívne (L) a Etické (E). Táto metóda umožňuje organizáciám systematicky zhodnotiť, aké vonkajšie podmienky môžu ovplyvniť ich podnikateľské prostredie.

Každý z faktorov má osobitný význam:

- **Sociálne faktory** zahŕňajú demografiu, životný štýl, úroveň vzdelania alebo hodnoty spotrebiteľov.
- **Technologické faktory** sledujú úroveň inovácií, digitalizácie, výskumu a vývoja.
- **Ekonomické faktory** skúmajú infláciu, nezamestnanosť, rast HDP, úrokové sadzby a podobne.
- **Ekologické faktory** sledujú environmentálne riziká, regulácie, zmeny klímy, zelené inovácie.
- **Politické faktory** zahŕňajú stabilitu politického systému, daňovú politiku či vzťahy medzi štátmi.
- **Legislatívne faktory** analyzujú právne rámce, zákony, regulácie EÚ a národné predpisy.
- **Etické faktory** sa zaoberajú spoločenskou zodpovednosťou, firemnou etikou, hodnotami značky.

STE(E)P(LE) analýza nie je len popisná – moderné prístupy zahŕňajú aj kvantifikáciu vplyvu jednotlivých faktorov (napr. váženie faktorov podľa dôležitosti či trendu vývoja), čím sa zvyšuje jej praktická využiteľnosť. Výsledkom je identifikácia príležitostí a hrozieb, ktoré sa následne používajú pri tvorbe stratégií (napr. v SWOT analýze).

METODICKÝ POSTUP TVORBY STEEPLE ANALÝZY

STEEPLE analýza sa môže realizovať podľa nasledujúcich krokov:

1. Vymedzenie cieľa analýzy

Pred samotnou analýzou je potrebné si určiť, prečo ju realizujeme – napríklad plánovanie stratégie, expanzia na nový trh, hodnotenie vonkajších rizík alebo hľadanie príležitostí v makroprostredí.

2. Zostavenie analytického tímu

Do analýzy je vhodné zapojiť zástupcov z rôznych oddelení (marketing, HR, manažment, vývoj, právo), prípadne externých expertov. Zabezpečí sa tým objektivnosť a komplexnosť pohľadu na externé prostredie.

3. Zber informácií a údajov

Používajú sa:

- interné reporty a štúdie,
- externé analýzy (napr. od Štatistického úradu, Eurostatu, analytických spoločností),
- odborné články, trendy, legislatívne zmeny, monitoring médií,
- výskum, rozhovory, workshopy.

4. Identifikácia faktorov v jednotlivých oblastiach STEEPLE

Pre každú kategóriu (S, T, E, E, P, L, E) sa určia 2–5 najrelevantnejších faktorov s ohľadom na aktuálne aj budúce smerovanie podniku.

5. Hodnotenie významu faktorov

Faktorom možno priradiť:

- Váhu (napr. 1–5) podľa dôležitosti,
- Trend vývoja (zlepšujúci sa, stabilný, zhoršujúci sa),
- Dopad na podnik (pozitívny – príležitosť, negatívny – hrozba).

6. Zhrnutie výsledkov

Výstupom je prehľadná tabuľka alebo matica, ktorá zobrazuje:

- všetky faktory,
- ich hodnotenie,
- ich predpokladaný vývoj,
- súhrn príležitostí a hrozieb.

7. Prepojenie so SWOT analýzou

Výstupy STEEPLE analýzy sa používajú na vyplnenie časti “O” a “T” (príležitosti a hrozby) v SWOT analýze.

PRÍKLAD STEEPLE ANALÝZY

STEEPLE analýza – COOP Jednota

S – Sociálne faktory

Príležitosti:

- Rastúci podiel seniorov → možnosť zamerať ponuku na túto cieľovú skupinu (zľavy, blízkosť predajní)
- Záujem o tradičné a regionálne produkty → budovanie dôvery cez značku „Z našich regiónov“
- Silná lojalita zákazníkov v malých obciach → výhoda oproti medzinárodným reťazcom

Hrozby:

- Vyludňovanie vidieka → znižovanie počtu obyvateľov v niektorých regiónoch
- Zmeny životného štýlu u mladších generácií → preferujú e-commerce, bio, zero-waste koncepty

T – Technologické faktory

Príležitosti:

- Digitalizácia pokladní, eKasa, samoobslužné zóny → zvyšovanie efektivity predaja
- Vytvorenie jednoduchého online nákupu (pre menšie obce: tel. objednávky + rozvoz)
- Možnosť zaviesť digitálne vernostné programy → presnejšie cielenie ponúk

Hrozby:

- Nízka digitálna gramotnosť časti zákazníkov → možné problémy s adaptáciou na nové technológie
- Vysoké investičné náklady do digitalizácie → pomalšia návratnosť pre menšie predajne

E – Ekonomické faktory

Príležitosti:

- Možnosť uplatniť nízkonákladové formáty predajní v menších obciach
- Zvýšený záujem o diskontné a akciové produkty → posilnenie lojality cez výhodné ponuky

Hrozby:

- Inflácia a rast cien potravín → pokles kúpyschopnosti zákazníkov
- Zvyšovanie prevádzkových nákladov (energie, doprava, mzdy) → tlak na marže
- Konkurencia diskontných reťazcov (napr. Lidl, Kaufland) → cenová vojna

E – Ekologické faktory

Príležitosti:

- Trend udržateľnosti → rozšírenie lokálnych, bezobalových alebo bio produktov
- Ekologický imidž → budovanie dôveryhodnosti u mladších spotrebiteľov

Hrozby:

- Sprísňovanie regulácií v oblasti obalov a odpadu → nutné investície do nových systémov (napr. zálohovanie)
- Vyššie náklady na environmentálne certifikácie a ekologickú prevádzku

P – Politické faktory

Príležitosti:

- Podpora slovenských výrobcov cez štátne a európske programy → strategická výhoda
- Stabilné členstvo v EÚ → prístup na jednotný trh

Hrozby:

- Politická nestabilita alebo zmeny vládnych priorít → možné obmedzenia alebo zrušenie dotácií
- Byrokracia a regionálne rozdiely v samosprávach → ťažšie plánovanie expanzie

L – Legislatívne faktory

Príležitosti:

- Jasne definované zákony o pôvode potravín → výhoda pre COOP ako predajcu slovenských produktov
- Prísnejšia ochrana spotrebiteľa → COOP ako „bezpečný“ výber pre konzervatívneho zákazníka

Hrozby:

- Zložité a časté zmeny v legislatíve (napr. označovanie, hygienické normy, pracovné právo)
- Nové povinnosti (napr. zálohovanie PET fliaš) → náklady na adaptáciu infraštruktúry

E – Etické faktory

Príležitosti:

- Spoločenská zodpovednosť → COOP ako stabilný zamestnávateľ v regiónoch
- Podpora férového obchodu → transparentný dodávateľský reťazec
- Dôraz na zamestnanecké práva → vyššia lojalita a reputácia

Hrozby:

- Negatívne PR v prípade neetického správania niektorej z pobočiek → reputačné riziko
 - Tlak na zvýšenie transparentnosti v celom dodávateľskom reťazci → nutné zavádzanie nových pravidiel
-

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC? TU JE PÁR TIPOV:

- <https://www.amazon.com/Market-Driven-Management-Strategic-Performance/dp/1137312705>
- <https://www.amazon.com/Marketing-Core-Roger-Kerin/dp/1260578286>
- <https://www.amazon.com/Essentials-Marketing-William-D-Perreault/dp/1259918114>
- <https://www.ama.org/marketing-news/how-to-conduct-a-market-analysis-a-complete-guide-for-businesses-and-marketers/>
- <https://www.businessinfo.cz/navody/marketing-situace-analyza-predikce-vyvoj/>
- <https://www.toolshero.com/marketing/market-analysis/>
- <https://creately.com/guides/steeple-analysis/>