# Marketingová stratégia 06 – Ciele, marketingové ciele :)

**Ciele podniku vychádzajú z vízie a poslania. Ciele môžu mať rôzne vyjadrenie, najčastejšie v podobe zisku. Ale existujú i neziskové ciele. Sú špecifické pre oblasť, v ktorej podnik pôsobí, vo všeobecnosti sa týkajú hlavne ukazovateľov ako sú rentabilita, produktivita, ďalej rastu a rozvoja - technickej vyspelosti, zamestnanosti a vzťahov na pracovisku, konkurenčného postavenia, ochrany životného prostredia, spoločensky zodpovedného podnikania a podobne.**

Pri formulovaní cieľov sú dôležité kritériá, ktoré im priraďujú hodnotu. Ciele by mali byť predovšetkým pre podnik dosiahnuteľné v časovo prijateľnom období, jasne formulované, mali by vychádzať z potrieb a záujmov zainteresovaných skupín a svojou podstatou by tieto skupiny mali motivovať k ich samotnému uskutočneniu. Je dôležité, aby bolo možné ciele prispôsobiť prípadne meniacim sa okolnostiam a podmienkam, za ktorých majú byť naplnené a účinné[1].

**[1] Helena Horáková, *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2000. 152 s. ISBN 80-7169-996-9.**

*Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania* 