

## Стратегія “блакитного океану” як інструмент бізнесу,

що дозволяє компанії покинути червоний океан конкуренції через створення вільного від конкуренції ринкового простору

Стратегія багряного океану	Стратегія блакитного океану
Конкурувати в існуючому ринковому просторі	Створювати новий неконкурентний ринковий простору
Перемагати в конкурентній боротьбі	Робити боротьбу непотрібною
Експлуатувати існуючий попит	Створювати та завойовувати новий попит
Працювати за принципом взаємозамінності цінності – економії витрат	Спростовувати принцип взаємозамінності цінності або економії витрат
Побудувати систему діяльності в залежності від стратегічного вибору – диференціація або низькі витрати	Вибудовувати усю систему діяльності компанії в прагненні і диференціації, і низьких витрат

# Ключові особливості стратегії

Серцем стратегії є **ціннісні інновації** – синхронний пошук диференціації виробництва та зниження собівартості.

Розірвати взаємозв'язок ціни та собівартості допомагає такий інструмент стратегії, як **концепція чотирьох дій**, яку доповнює сітка **Усунення-Скорочення-Збільшення-Створення**.

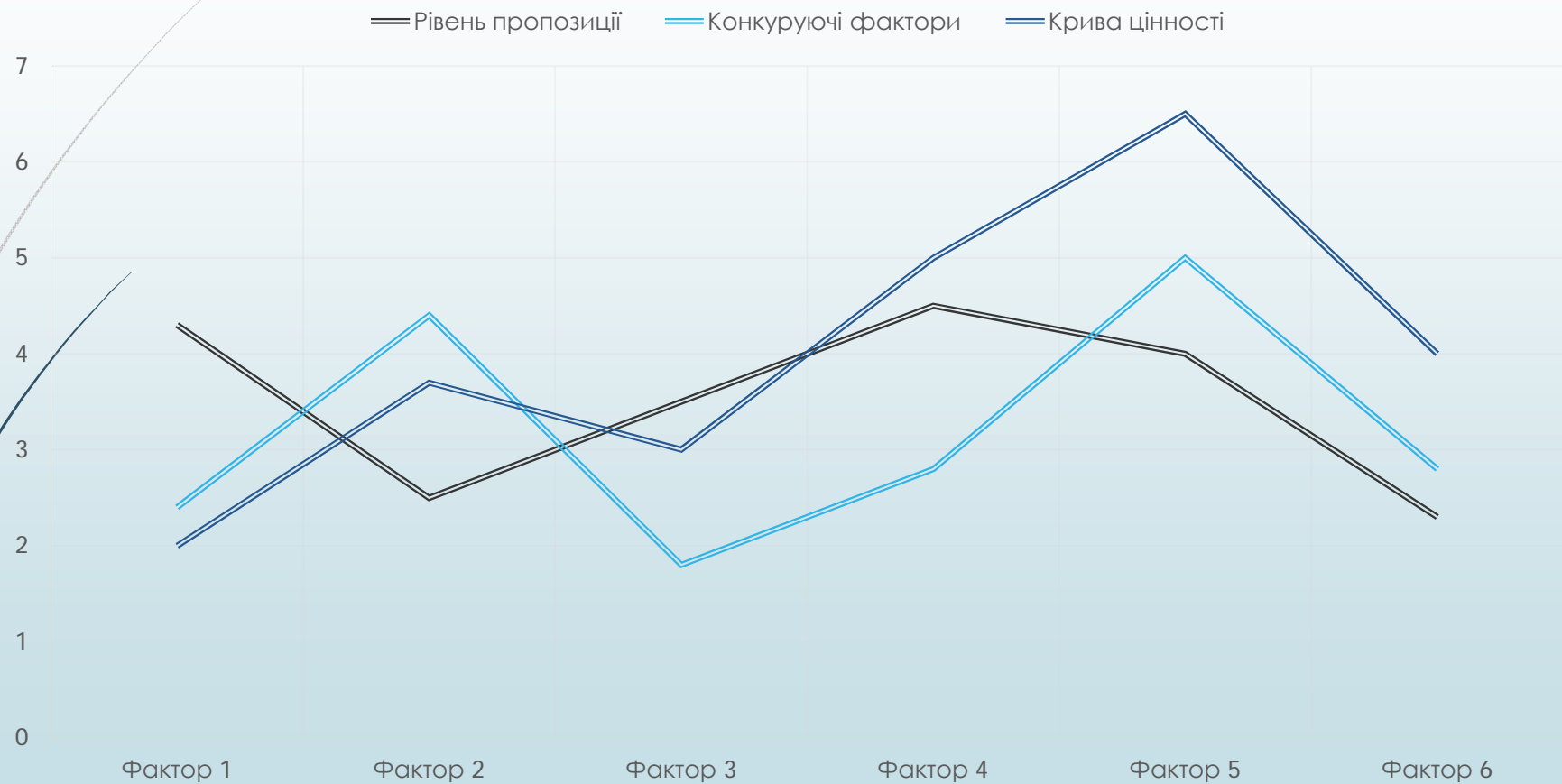
Діагностичною основою стратегії є інструмент **стратегічна канва** і її основний компонент – **крива цінності**.

**Реалізація стратегії** має визначену послідовність етапів, дотримання якої забезпечує комерційну рентабельність ідеї в рамках стратегії.

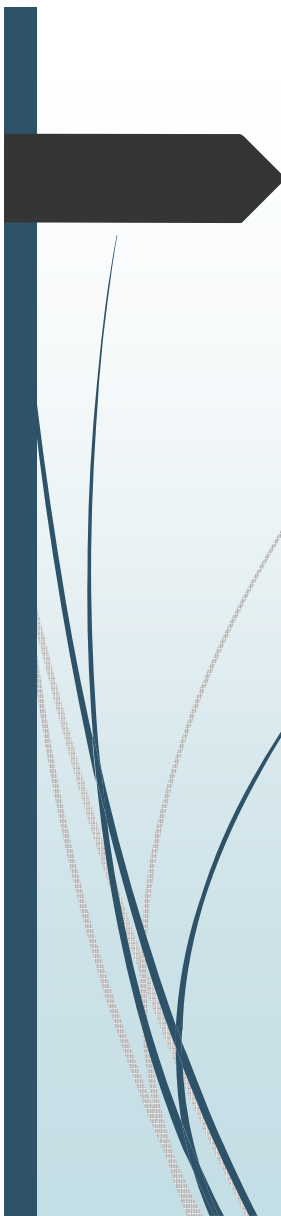
## Концепція 4 дій



# Стратегічна канва як головний інструмент та діагностична основа для побудови розумної стратегії “блакитного океану”



# Як створити “блакитний океан”?



зміна меж існуючого ринку (в першу чергу – через створення нового ринкового простору на межі двох і більше галузей)

дослідження існуючих стратегічних груп споживачів та створення нових (особливо, якщо в процесі дослідження вдасться виявити потенційних споживачів, які не задоволені існуючою сегментацією ринку)

дослідження ланцюжка клієнтів, які безпосередньо чи опосередковано приймають рішення про придбання товарів чи послуг та орієнтація на ту групу потенційних споживачів, з якими не працюють конкуренти

аналіз процесів, які відбуваються до, під час і після використання існуючих товарів та послуг та пропонування додаткових

аналіз функціональної та емоційної привабливості товарів чи послуг для споживачів та знаходження можливостей зміщення наголосу в напрямі до емоційно-орієнтованих товарів та послуг

аналіз та прогнозування можливого розвитку ринку з віднайденням ніш, які виникнуть в майбутньому

# Успіх реалізації стратегії

залежить від розуміння стратегічної послідовності етапів –  
користі для клієнтів, ціни, собівартості та прийняття.

Визначення  
користі ідеї для  
клієнтів та  
причини, з якої  
пропозицію  
буде куплено.

Встановлення  
вірної  
стратегічної  
ціни - доступної  
для масового  
споживача.

Собівартість  
продукту, аби  
отримувати  
прибуток при  
стратегічній ціні.

Визначення та  
усвідомлення  
факторів, що  
заважають  
реалізувати  
ідею.

**Як результат –  
комерційно  
рентабельна  
ідея в рамках  
стратегії  
“блакитного  
океану”**

Яскравий приклад стратегії блакитного океану - [Cirque du Soleil](#), але приклад реалізації даної стратегії в українському бізнесі є більш актуальним - **Всеукраїнський рекламний проект "Інфо-пазл"**

- ТЕ ЩО НАС ВІДРІЗНЯЄ ВІД ІНШИХ** – розміщення візиток в абсолютно новому форматі у найбільших торгових центрах із загальним трафіком 10 000 чол \день.



# Актуальність "блакитного океану" для українського бізнесу

