

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке

Сапаргалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке

Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

СТРАТЕГИЯ ГОЛУБОГО ОКЕАНА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Вопрос обеспечения стабильного роста и высокой прибыли бизнеса в условиях ожесточенной конкуренции становится все более актуальным в свете стратегической нацеленности политики Казахстана на инновационное развитие.

Для того, чтобы выбрать стратегию развития компании, необходимо быть адаптированным к изменениям в современном мире и анализировать опыт развитых стран применяя его на практике в казахстанских реалиях. Согласно основам традиционной стратегии, между качеством и ценой товара должен существовать компромисс, то есть компании могут либо предлагать потребителям высококачественные продукты по цене выше среднего, либо создавать доступные по своим достоинствам решения - при более низкой. Основной идеей Стратегии Голубого Океана является то, что успешные компании предлагают продукты не только превосходные, но и более дешевые.

Практика открытия "голубых океанов" существует с давних пор – появление телеграфа, кино, автомобилестроения в конце XIX века или Интернета, мобильной связи в XX веке – в основе всех этих изобретений лежит мысль о том, чего не хватает в нашем мире и анализ свободных ниш мирового рынка. Однако никто ранее не догадался выявить и обобщить правила создания "голубого океана". Книга Чана Кима и Р. Моборн «Стратегия голубого океана» стала результатом исследования более тридцати отраслевых сегментов за последние сто лет. Исследователи обнаружили некую последовательность стратегического мышления, которое предшествовало созданию нового рынка или индустрии. Это и было названо "стратегией голубого океана" в противовес традиционным моделям, которые сосредоточивают внимание на конкурентной борьбе в существующем рыночном пространстве – "красном океане". Суметь выйти из поля конкуренции в поле творческое и добиться большего результата с теми же ресурсами – суть подхода Стратегии голубого океана (СГО).

В наиболее сокращённом виде технология выглядит так:

1. Разобраться в рынке: по каким правилам он играет и почему, где в нем наше место.
2. Провести полевые исследования. Понять, как люди пользуются продуктом в жизни, а не в наших мечтах.
3. Сфокусироваться не на том, «как», а на том, «как не». Как не используют? Кто не использует? Почему не используют? Какие с этим связаны проблемы?
4. Поставить большую цель: сделать по-новому. Донести эту цель до всех, кто будет участвовать в проекте.
5. Реализовать цель.

Существует множество последователей идеи Голубого Океана в нескольких странах: США, Бразилии, Франции и Малайзии. В Малайзии на сегодняшний день функционирует два института СГО. Один – UCSI – открыт в партнерстве с бизнесом, другой – под эгидой правительства. Институты Стратегии голубого океана призваны развивать целые отрасли Малайзии с тем, чтобы они становились более успешными.

Согласно словам Павло Шеремета, президента Малайзийского Института Стратегии Голубого Океана, который консультирует премьер-министра и правительство страны, «Этот подход активно используется в государ-

ственном управлении. Например, Малайзия за последний год сократила уличную преступность на 40%, при этом не только не увеличив государственные издержки, а наоборот, сэкономив деньги, используя стратегию голубого океана. «Страна просто удвоила численность патрулирующих полицейских, переведя их с административных должностей, так сказать, «в поле», и заменив их в офисах опытными администраторами из других министерств и ведомств. Экономия произошла из-за того, что полиция и госслужба сделали еще реструктуризацию своих ключевых бизнес-процессов. Это наглядный пример основного принципа стратегии голубого океана: резкое увеличение, в данном случае, общественной ценности, при снижении, а не повышении затрат», - говорит господин Шеремета. - Кроме того, все стратегические инструменты, применяемые в «стратегии голубого океана», являются довольно простыми и в то же время, очень наглядными. Такую стратегию легко понять простому человеку, который, наверное, в первую очередь и становится ее сторонником» [1].

Единственный способ победить конкуренцию - это перестать пытаться победить, считают авторы «Стратегии голубого океана». Классический стереотип формирования стратегии, который существовал до создания этой книги, заключался в борьбе на рынках, больших и малых. В книге традиционный мир бизнеса сравнивается с «алым» океаном, где участники рынка - это рыбы, и среди них есть разные хищники. Для «алого» океана характерны беспощадные воины, которые обуславливают применение различных военных тактик, таких как диверсификация, снижение издержек и др. Такой подход классического менеджмента по своей сути является затратным, интеллектуально и материально изматывающим [2].

При рассмотрении стратегии «голубого» океана, используется понятие «инновация ценности». Это не просто инновация и не просто ценность. Задача любой организации - предоставление ценности потребителю. Задача состоит в том, чтобы произвести скачок ценностей и для потребителей, и для компании.

Стратегия «голубого» океана активно используются венчурными фондами. Молодые ребята - создатели инновационных стартапов не имеют капитала, у них нет возможности состязаться с игроками на уже сформировавшемся рынке. Естественно, идеи, которые приходят молодым специалистам, - это уход в «голубой океан». Они придумывают такую идею, которая раньше не существовала. Инновационная стартап-компания формирует сегмент рынка, который раньше не существовал.

В традиционном менеджменте много сил тратится на анализ ситуации, а стратегия голубого океана предполагает синтезирование, креативность. Перспективы СГО в Казахстане достаточно хороши. В то время, когда страны бывшего Союза жестко конкурируют с Юго-Восточной Азией и желают трансформировать свою, в основном, сырьевую экономику в информационную, концепции и инструменты Стратегии голубого океана могут реально помочь и компаниям, и странам в целом в этом нелегком процессе.

Деловая среда в Восточной Европе и Центральной Азии все еще остается неблагоприятной. Однако опыт человечества говорит о том, что неблагоприятная среда - это, возможно, лучшее время для запуска новых прорывных идей и продуктов/услуг. Она заставляет нас думать, а не просто плыть по течению, придумывать новые продукты, и принимать тяжелые, но нужные решения. И, наконец, тяжелая ситуация отделяет настоящих победителей от посредственностей.

Проанализировав опыт зарубежных стран в использовании стратегии голубого океана можно сделать вывод о необходимости развития данного подхода в Казахстане. Это возможно осуществить по средствам реализации некоторых рекомендаций.

1. Открытие Института Голубого Океана, который будет поддерживаться и контролироваться на уровне правительства Республики Казахстан. С условием возложения на данный институт функций по внедрению идей «Голубого океана» в бизнес среду, предоставление консалтинговых услуг, а также реализацию различных форм поддержки идей.

2. Создание системы по поддержке стартапов молодежи, так как именно молодое поколение является наиболее мобильным и адаптивным относительно внешней среды и ее изменениям.

3. Внедрение системы развития элементов предпринимательского обучения с первых ступеней образования детей.

Системный подход к внедрению и развития стратегии голубого океана на уровне государства с непосредственным внедрением ее на уровне бизнеса позволит не только достичь большей эффективности бизнес среды, но и повысить конкурентоспособность всей экономики в целом. Реализация предложенных идей позволит развить инновационное предпринимательство в стране и создать предприятия и товары, которые смогут конкурировать на мировом рынке не только по цене, но и по качественным характеристикам.

Источники:

1. Идеи из будущего

http://ideas4future.info/2012/05/31/idealni_sposob_izbavitsia_ot_konkurentov/

2. Ким Чан, Моборн, Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. М., 2005.