

АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Глухова С.В.¹, Кильницька Є.В.²

¹Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

²Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М.Бекетова, м. Харків

Повна та адекватна інтерпретація стратегії блакитного океану можлива за умов детального вивчення її змісту, характерних рис та їх проекції до авторського бачення теорії конкурентоспроможності, яка викладена вище. Таким чином, в перш чергу дослідимо та систематизуємо базову атрибутику стратегії, ґрунтуючись на першоджерелі її розробника [1]. Для цього здійснимо диференціацію положень стратегії за конкретними атрибутами (табл. 1).

Таблиця 1 – Систематизація базових атрибутів стратегії блакитного океану

Атрибут	Зміст атрибуту
Базові поняття	"Блакитний океан" – це всі галузі, яких зараз не існує, невідомий ринковий простір, вільний від конкуренції. Тут попит створюється, а не є предметом запеклої боротьби "червоний океан" – коли кон'юнктура ринку заздалегідь задана і підприємства повинні конкурувати у встановлених рамках. Основний показник "червоного" середовища – жорстка конкуренція, і чим вона більша, тим менший потенційний прибуток та більші витрати.
Мета стратегії	Створення вільного від конкуренції ринкового простору
Завдання	1) створення абсолютно нової галузі; 2) створення «блакитного простору» всередині «червоного океану».
Принципи застосування	Пропозиція унікального товару на ринку, що має принципово інноваційні та корисні для споживача властивості

Таким чином, головною метою стратегії блакитного океану є звільнення ринкового простору від конкуренції, відмова від конкурентної боротьби як окремого напрямку діяльності підприємства. Підкреслимо, що таке твердження в повній мірі відповідає сутності та змісту забезпечення конкурентоспроможності підприємств рітейлу, а отже може визначатися як оптимальна конкурентна стратегія підприємств роздрібно торгівлі.

Література:

1. Лисиченко Ю. О. Стратегія "блакитного океану": базис стратегічного розвитку вітчизняних підприємств ювелірної галузі. *Управління розвитком*. 2013. № 21. С. 5-7.