



มีอะไรใน Blue Ocean?

รศ.วิฑวัส รุ่งเรืองผล witty@tu.ac.th

เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ Blue Ocean Strategy (BOS) ลึกซึ้งขึ้น ผมขออธิบายความแตกต่างระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันแบบเดิมที่เรียกกันว่า Red Ocean Strategy และกลยุทธ์การแข่งขันที่ใช้กลยุทธ์แบบ Blue Ocean Strategy

Red Ocean Strategy	Blue Ocean Strategy
<ol style="list-style-type: none">1. การออกแบบกลยุทธ์การแข่งขันภายใต้ขนาดของตลาดและความต้องการเดิมที่มีอยู่ของลูกค้า2. เป็นการแข่งขันเพื่อต้องการแย่งยอดขายและส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง3. แนวทางการดำเนินธุรกิจต้องเลือกระหว่างการเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้าหรือการลดต้นทุน	<ol style="list-style-type: none">1. ออกแบบกลยุทธ์การแข่งขันด้วยการสร้างพื้นที่ใหม่หรือการตลาดใหม่พร้อมกับสร้างความต้องการใหม่ๆ ให้กับลูกค้า2. เป็นการแย่งความสนใจจากลูกค้า โดยการทำให้คู่แข่งถูกลูกค้ามองข้าม3. แนวทางการดำเนินธุรกิจ เน้นการสร้างคุณค่าให้ลูกค้าด้วยความแตกต่างจากคู่แข่ง ควบคู่กับการลดต้นทุน

Blue Ocean Strategy มีแนวทางของกลยุทธ์ที่แตกต่างจากกลยุทธ์การแข่งขันแบบเดิมๆ อยู่ 3 แนวทางหลักคือ

1. สร้างตลาดและความต้องการใหม่ (Create new space and capture new demand) ในตลาดแทนการเข้าไปแข่งขันในตลาดด้วย Key Competing Factor (KCF) หรือปัจจัยหลักในการแข่งขันที่ใช้กันอยู่ในตลาดเดิม(ซึ่งผมจะเขียนถึง KCF ในภายหลัง) ตัวอย่างเช่น การเข้ามาในธุรกิจสายการบินของ Air Asia ในประเทศไทย ที่เลือกเข้ามาเล่นด้วยการสร้างตลาด low cost airline แทนการแข่งขันโดยตรงกับการบินไทยที่เป็นเจ้าตลาดเดิม



Learn Master Strategy with

2. การทำให้คู่แข่งถูกมองข้ามด้วยการสร้างจุดสนใจใหม่ให้กับลูกค้า (Make the competition irrelevant) หรืออธิบายง่ายๆว่า การเข้ามาของผู้ประกอบการที่ใช้ Blue Ocean Strategy ทำให้สินค้าเดิมๆ ดูเชยหรือล้าสมัย ตัวอย่างเช่น การเข้าสู่ตลาดอุปกรณ์ฟังเพลงของ iPod ทำให้อุปกรณ์ฟังเพลงพกพาแบบเดิมๆ ล้าสมัย การเข้ามาของ iPhone ทำให้มือถือจอสัมผัสเป็นแฟชั่นสุดฮิต การออกแบบ iPad ก็สร้างกระแสทำให้ Netbook ขายไม่ออกและ Notebook ดูเชย
3. สร้างคุณค่าด้วยความแตกต่างที่ควบคู่ไปกับการลดต้นทุน (Break the value cost trade off differentiation and low cost) ตัวอย่างเช่น Low cost airline ที่เลือกตัดบริการบางอย่างออกเพื่อลดต้นทุน แต่บริการที่ตัดออกเป็นการไม่บริการอาหาร ทำให้ลดระยะเวลาในการเข้าจอดที่ท่าอากาศยานในการขนอาหารขึ้นเครื่องและทำความสะอาด ทำให้สามารถบินได้ถี่ขึ้น มีรอบในการให้บริการผู้โดยสารมากขึ้น เป็นต้น

ผู้อ่านคงพอเห็นความแตกต่างของ Blue Ocean Strategy กับกลยุทธ์การแข่งขันที่นิยมใช้กันอยู่แล้ว
นะครับ