

Η στρατηγική των «γαλάζιων ωκεανών» (II)



ΤΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΗ ΔΡΟΣ **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Γ. ΓΕΩΡΓΑΚΑ**
Partner & Managing Director της GECON ΕΠΕ
info@gecon.gr

Συνεχίζοντας τον προβληματισμό που ξεκινήσαμε την προηγούμενη Κυριακή, θα αναφερθούμε σε ένα άλλο πετυχημένο παράδειγμα επιχείρησης που ακολουθεί στρατηγική "γαλάζιων ωκεανών".

Πρόκειται για την Φάρμα Κουκάκη ΑΕ, μια μικρή βιοτεχνική μονάδα παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, με έδρα στους Κάτω Αποστόλους Κιλκίς.

Οικογενειακή επιχείρηση η Φάρμα Κουκάκη δραστηριοποιείται στη δύσκολη και ανταγωνιστική αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων εδώ και πέντε χρόνια. Ο νέος και οραματιστής επιχειρηματίας Α. Κουκάκης κατάφερε το ακατόρθωτο: μπήκε σφήνα ανάμεσα στις πέντε μεγάλες και γνωστές βιομηχανίες γάλακτος της χώρας, προσφέροντας στην αγορά ό,τι δεν προσφέρουν (λόγω μεγέθους) οι άλλες εταιρείες. Παραδοσιακά και γευστικά γαλακτοκομικά προϊόντα, τρεις γυάλινες συσκευασίες στο αγελαδινό γιαούρτι και μια εξαιρετική πύλη συσκευασία στο ρυζόγαλο. Του ίδιου ύφους και στρατηγικής φιλοσοφίας θα είναι και η νέα γκάμα προϊόντων που θα λανσάρει σύντομα η επιχείρηση. Η ανταπόκριση από την αγορά στις κινήσεις αυτές είναι εντυπωσιακή: τα τρία δρομολόγια διανομής γάλακτος του 2004 έχουν γίνει σήμερα 20 και τα σημεία πώλησης που τροφοδοτούνται καθημερινά σε Θεσσαλονίκη και Αθήνα ξεπερνούν τα 1.000.

Η συγκεκριμένη στρατηγική που ακολουθεί ο κ. Κουκάκης ανταποκρίνεται πλήρως στις πέντε αρχές των "γαλάζιων ωκεανών", που αναλύθηκαν στο ση-

μείωμα της προηγούμενης Κυριακής. Η συγκεκριμένη επιχείρηση, παρότι βρίσκεται στην ίδια αγορά με τους γίγαντες της βιομηχανίας τροφίμων, ακολουθεί σταθερή αναπτυξιακή πορεία, με προοπτικές τριπλασιασμού της παραγωγικής της δυναμικότητας τα επόμενα χρόνια. Πράγμα που σημαίνει ότι στη σημερινή οικονομική συγκυρία δεν έχει σημασία το μέγεθος μιας επιχείρησης για να καταστεί ανταγωνιστική και κερδοφόρα, αλλά κυρίως η επιχειρηματική στρατηγική που πρέπει να έχει χαράξει για την ανάπτυξη της. Αυτό είναι το κλειδί της επιτυχίας του 21ο αιώνα.

Όπως αναφέρουν οι συγγραφείς του ομώνυμου διεθνούς μπεστ σέλερ Kim & Mauborgne, η στρατηγική των γαλάζιων ωκεανών, για να είναι πετυχημένη, πρέπει να βασίζεται σε τέσσερις διαστάσεις: α) στην εξάλειψη των χαρακτηριστικών των προϊόντων που ο κλάδος θεωρεί ως δεδομένα, αλλά που δεν προσφέρουν αντιληπτή αξία στους πελάτες, β) στη μείωση των χαρακτηριστικών που δεν προσφέρουν αξία, γ) στην αύξηση των χαρακτηριστικών που προσφέρουν αξία και δ) στη δημιουργία νέων χαρακτηριστικών που προσθέτουν αξία, τα οποία όμως ο κλάδος δεν έχει προσφέρει μέχρι σήμερα.

Κάπου εκεί κινείται σήμερα η επιχείρηση του παραδείγματός μας και ελπίζουμε ότι θα εξακολουθήσει να εφαρμόζει την ίδια στρατηγική και στο μέλλον.