

International Conference on Management

استراتژیهای اقیانوس آبی و تحولات آن در مقایسه با اقیانوس قرمز

1. خلیلی، کرم، 2. نظریان زاد، علی نجات

1. مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات ایلام، ایران

Email: karam.khalili@yahoo.com

2. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - گرایش استراتژیک، واحد علوم و تحقیقات ساوه، ایران

Email: nazaryanzad59@yahoo.com

چکیده :

مفهوم رقابت در فضای کسب و کار، بر ذهن بسیاری از مدیران کسب و کار سیطره دارد. این مدیران تنها راه پیروزی و موفقیت کسب و کار خود را در پیشی گرفتن از رقبا و گرفتن سهم بیشتر از بازار تقاضای موجود می‌دانند. وقتی کسب و کارها درگیر رویارویی مستقیم می‌شوند، صحنه مبارزه شلوغ می‌شود و همه با کاهش سهم بازار مواجه شده و سودآوری کاهش می‌یابد. اما در مقابل استراتژی متفاوتی به نام اقیانوس آبی وجود دارد. در مفهوم استراتژی اقیانوس آبی، حوزه های کاری و خدماتی سازمان ها به دو اقیانوس تشبیه شده است: اقیانوس های آبی و اقیانوس های قرمز. اقیانوس های قرمز در واقع حوزه های شناخته شده هستند و نماد کلیه صنایع و خدماتی اند که امروزه موجود بوده و سازمان ها در آن به رقابت می‌پردازند. اقیانوس های آبی نیز در واقع فضاهای شناخته نشده حوزه های کاری و خدماتی هستند و نماد کلیه حوزه هایی می باشند که در حال حاضر وجود ندارند. هدف استراتژی اقیانوس آبی، ایجاد کسب و کار در عرصه ای است که قبلا وجود نداشته و نوآوری در ارزش یعنی ارائه محصولات جدید.

واژه های کلیدی: استراتژی اقیانوس آبی، اقیانوس قرمز، استراتژی، نوآوری.