



استراتژی اقیانوس آبی راهی به سوی رهبری بازار

سید مسعود مرتضوی^۱، مهران قربانعلی^۲، سعیده یاری^{۳*}، مرتضی خاکی^۴

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش خط مشی گذاری عمومی، پردیس فارابی دانشگاه تهران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه علامه طباطبایی

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه علامه طباطبایی

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه

یکی از مهمترین فاکتورها برای موفقیت سازمان ها در عصر پرتلاطم و پر رقابت امروز اتخاذ یک استراتژی مناسب می باشد تا سازمان به کمک استراتژی اتخاذ شده بتواند نسبت به رقبا جایگاهی بالاتر داشته باشد اما از سویی دیگر امروزه رقابت دیگر، عامل اصلی موفقیت سازمان ها محسوب نمی شود و سازمان ها باید نوآوری داشته باشند در واقع سازمان ها باید از اقیانوس قرمز یا همان رقابتی به سمت اقیانوس آبی حرکت کنند. هدف از ارائه این نوشتار تبیین رمز موفقیت سازمان ها یا همان استراتژی اقیانوس آبی می باشد روش استفاده شده در این مقاله از نوع توصیفی با رویکردی تحلیلی بوده و از روش کتابخانه ایی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. در پایان این تحقیق به این نتیجه رسیدیم سازمان ها برای موفقیت و بقا و رشد و پیشرفت باید از اقیانوس قرمز به سمت اقیانوس آبی حرکت کند و در واقع باید مرزهای بین دو عنصر اصلی اقیانوس قرمز (رهبری هزینه و تمایز) را شکسته و خلق ارزش و نوآوری را سرلوحه فعالیت های خود قرار دهند

کلمات کلیدی: اقیانوس قرمز، نوآوری، خلق ارزش، استراتژی اقیانوس آبی

۱. مقدمه

امروزه شرکتها در شرایطی کار می کنند که دائما در حال تغییر است [۱] در این راستا بزرگترین چالشی که شرکت ها در دنیای امروز با آن مواجهه هستند رشد فزاینده رقابت است [۲] از این رو پارادایم رقابت در دنیای کسب و کار ذهن بسیاری از مدیران امروزی را به خود معطوف داشته است [۳] به طوری که سازمان ها سعی دارند با بکارگیری فنون و روش های جدید [۴] به مزیت رقابتی دست پیدا کنند [۵] یکی از روشهای نوین در مدیریت سازمانهای عصر حاضر، به کارگیری

* Corresponding author: نویسنده مسئول

Email: saeideh5270@gmail.com