

## عنوان مقاله:

بررسی تطبیقی استراتژی های اقیانوس آبی و قرمز

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

ناهید علی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه ایلام، استان گیلان،

اسفندیار محمدی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه ایلام

## خلاصه مقاله:

هدف از این مقاله، بررسی تفکر جدیدی درباره استراتژی است. نوآوری یکی از مباحثی است که در استراتژی های موجود کم تر بدان پرداخته شده است، لذا یکی از رایج ترین موضوعات مورد بحث در کسب و کار جهانی این است که چگونه از اقیانوس قرمز رهایی یابیم و چگونه یک اقیانوس آبی بی چون و چرا خلق کنیم. استراتژی اقیانوس آبی رویکرد جدیدی از استراتژی و نوآوری است که هدف آن رشد و عملکرد پایدار شرکت است. بر خلاف استراتژی رقابتی، که شرکت ها به طور معمول سعی می کنند به جای خلق ارزش، در واقع ارزش موجود را تقسیم یا تصاحب کنند، منطق استراتژی جدید بر پایه تعدادی اصول بنیادی است که به دنبال خلق ارزش توامان، برای خریداران محصولات و خدمات خود شرکت است. چون در این باره رهنمون های عملی در دسترس کمی وجود دارد، لذا در این تحقیق به بررسی تطبیقی استراتژی های موجود با استراتژی اقیانوس آبی پرداخته می شود.

## کلمات کلیدی:

استراتژی اقیانوس آبی، مدیریت راهبردی، استراتژی های ژنریک، نوآوری ارزش، استراتژی های اقیانوس قرمز

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286909>

