



مشاوره، آموزش، تحقیقات  
[www.nabcg.com](http://www.nabcg.com)



رقابت در صنایع پر ازدحام مسیر مطمئنی برای دستیابی به عملکرد مطلوب نیست.  
فرصت واقعی آفرینش اقیانوس‌های آبی در فضاهای ناشناخته و بی‌رقیب بازار است.

**برگزار کننده: گروه مشاوره مدیریت ناب**

## دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی (Blue Ocean Strategy)

### ضرورت دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی

در سال ۲۰۰۵ کتابی تحت عنوان استراتژی اقیانوس آبی "Blue ocean strategy" که حاصل کار بیست ساله پروفسور چان کیم و پروفسور رنه مابورنه بود منتشر شد و میلیون‌ها نسخه از آن به چهل و یک زبان دنیا ترجمه و فروخته شد. این کتاب به عنوان بهترین کتاب استراتژی و تجاری در کشورهای ایالات متحده آمریکا، انگلستان، کانادا، ژاپن، ایتالیا، آلمان، آمریکای لاتین، چین، کره، مالزی، لهستان، اسکانیدیناوی، سنگاپور و تایوان انتخاب گردید.

برای اولین بار در تاریخ، چان کیم و رنه مابورنه برای طرح ایده استراتژی اقیانوس آبی برنده جایزه نوبل رهبری در زمینه بازرگانی و تفکر اقتصادی در سال ۲۰۰۸ شدند.

- تجزیه و تحلیل بر روی ۳۰ صنعتی که استراتژی اقیانوس آبی را اجرا کرده‌اند نشان می‌دهد، که استراتژی اقیانوس آبی توسط شرکت‌های بزرگ و کوچک، مدیران پیر و جوان، سازمانهای دولتی و خصوصی، شرکتهای تولیدی و خدماتی، شرکتهایی که در صنایع با تکنولوژی پیشرفته (فرا فن)، تکنولوژی پایین (فرو فن)، جذاب و غیر جذاب کار می‌کنند خلق و تصرف شده است.
- بسیاری از تحلیل‌گران موفقیت شرکت‌های کره‌ای مانند هیوندای، کیا، سامسونگ و غیره را مدیون استفاده گسترده این شرکت‌ها از استراتژی اقیانوس آبی می‌دانند.
- ظرف ۵ سال گذشته استراتژی اقیانوس آبی به عنوان مهمترین رویکرد تدوین استراتژی در شرکت‌های بزرگ و موفق دنیا مورد استفاده قرار گرفته است که در ذیل به تعدادی از این شرکت‌ها در صنایع مختلف اشاره شده است:

شهرداریها	شهرداری دبی - شهرداری نیویورک - شهرداری لندن
صنایع غذایی و دارویی	کوکا کولا - مک دونالد - یلوتیل - پرت ای منجر - نوو نوردیسک - KFC
صنایع الکترونیک	اپل - سامسونگ - نوکیا - فیلپس - سونی - ان تی تی - کانن - دل
صنایع نرم‌افزار	مایکروسافت - SAP - آمازون - ای بی - سیسکو - اوراکل
صنایع مالی و بانکی	بانک ملی کانادا - بلومبرگ - خدمات مالی اروپا - بانک مالی آسیایی - رویال بانک
صنایع هوایی	سאות وست ایرلاین - نت جت - خطوط هوایی آسیا و چین - تراولیستا
صنایع نفت و پتروشیمی	BP - ال جی - توتال - گلف - بتا - ای سی ای - شرکت نفت مالزی
نظامی	نیروی دریایی و نیروی هوایی آمریکا - پلیس فدرال آمریکا
صنایع خودرو	تویوتا - هیوندای - کیا - مرسدس بنز - رنو - تاتا موتورز - نابی (اتوبوس)

### ■ استراتژی اقیانوس آبی چیست؟

در بیست و پنج سال گذشته تمرکز اصلی تفکرات استراتژیک بر روی استراتژی های رقابتی بوده است. بخشی از دلیل تمرکز بر روی مسئله رقابت مربوط به این موضوع است که استراتژی سازمانی به شدت تحت تاثیر ریشه خود یعنی استراتژی نظامی است. در علوم نظامی استراتژی عبارتست از مواجه شدن با یک رقیب و نزاع بر سر محدوده‌ای که حد و مرز آن مشخص و ثابت می‌باشد. الگوهای استراتژی های سازمانی موجود نیز بر این اساس است. بازار یک فضای محدود در نظر گرفته می شود و شرکت‌ها با استراتژی های رقابت محور سعی در جذب سهم بیشتری از این بازار دارند، و در نهایت منفعت یک شرکت و به دست آوردن سهم بازار بیشتر مصادف است با ضرر و از دست دادن بازار برای دیگری.

تحقیقات پروفیسور چان کیم نشان می‌دهد، اگرچه رقابت یک مسئله اساسی است ولی تمرکز بیش از حد بر روی استراتژی های رقابتی باعث می‌شود تا شرکت‌ها و محققان یک جنبه بسیار مهم استراتژی را نادیده بگیرند. این جنبه مهم عبارتست از :

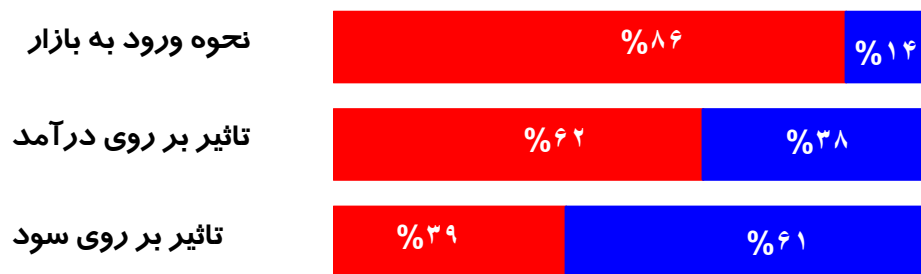
*آفرینش یک بازار جدید (یا یک فضای جدید در بازار فعلی) که در آن هیچ رقیبی وجود ندارد و بدین ترتیب رقابت را بی معنی کردن. و این همان اقیانوس آبی است.*

فرض کنید که بازار جهانی از دو دسته اقیانوس تشکیل شده است: اقیانوس‌های آبی و اقیانوس‌های قرمز. اقیانوس‌های قرمز معرف کلیه صنایعی هستند که امروزه وجود دارند. اقیانوس‌های قرمز فضاهای شناخته شده بازار هستند. در اقیانوس‌های قرمز، محدودیت‌ها و حدود مرزهای صنایع تعریف شده و مورد پذیرش واقع گردیده‌اند و همچنین قوانین بازی رقابت مشخص هستند. در اقیانوس‌های قرمز شرکت‌ها سعی می‌کنند تا به عملکرد بهتری نسبت به رقبای دست یافته، تا بدین ترتیب سهم بیشتری از تقاضای بازار را از آن خود کنند. از آنجایی که اقیانوس‌های قرمز پرجمعیت‌اند، (منظور صنایعی است که در آن رقبا زیادی وجود دارند) احتمال سودآوری و رشد در آنها کم می‌باشد. در اقیانوس‌های قرمز، رقابت کشنده میان شرکت‌ها آب اقیانوس را قرمز و خون آلود کرده است.

اقیانوس‌های آبی، کلیه صنایعی هستند که در حال حاضر وجود ندارند. اینها فضاهای شناخته نشده بازار می‌باشند. از اقیانوس‌های آبی هیچ بهره برداری صورت نگرفته است و هیچ رقیبی در آنها وجود ندارد؛ بنابراین در اقیانوس‌های آبی پتانسیل بالایی برای رشد و سودآوری وجود داشته و تقاضای بالقوه بالایی برای محصولات و خدمات این اقیانوس‌ها وجود دارد. خالق این اقیانوس خود می‌تواند قوانین و حدود مرزهای صنعت را مشخص کند. اگرچه تعدادی از اقیانوس‌های آبی وجود دارند که فراسوی حد و مرزهای صنایع فعلی آفریده شده‌اند، اما اغلب آنها در داخل همین اقیانوس‌های قرمز و از طریق توسعه حد و مرزهای صنایع فعلی خلق گردیده‌اند (همانند سیرک دوسالیل). در اقیانوس‌های آبی رقابت بی‌معنا است، زیرا قوانین بازی هنوز تنظیم و تدوین نشده‌اند.

## دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی (Blue Ocean Strategy)

- استراتژی اقیانوس آبی نتیجه دودهه تحقیق و مطالعه بر روی بیش از ۱۵۰ جنبش استراتژیک دنیا در بیش از ۳۰ صنعت متفاوت در طی ۱۰۰ سال گذشته است.
- استراتژی اقیانوس آبی بکارگیری و **پیروی همزمان از دو نوع استراتژی تمایز و کاهش هزینه** می باشد.
- استراتژی اقیانوس آبی معرفی و ارائه مجموعه‌ای از متدولوژی‌ها و ابزارهای جدید مدیریتی برای ایجاد یک فضای بازار نو و بی رقیب است.
- استراتژی اقیانوس آبی تدوین و هم اجرای استراتژی به شیوه‌ای اثربخش و متناسب با واقعیت اقتصادی قرن بیست و یکم است.
- سه عنصر زیربنایی و بنیادین استراتژی اقیانوس آبی عبارتند از: نوآوری ارزش، رهبری نقطه عطف و روند منصفانه.
- میزان سودآوری و رشد درآمد شرکت‌هایی که موفق به خلق اقیانوس‌های آبی شده اند به شرح ذیل می-باشد:



### اقیانوس‌های قرمز

ورود به بازار در حصار اقیانوس قرمز

### اقیانوس‌های آبی

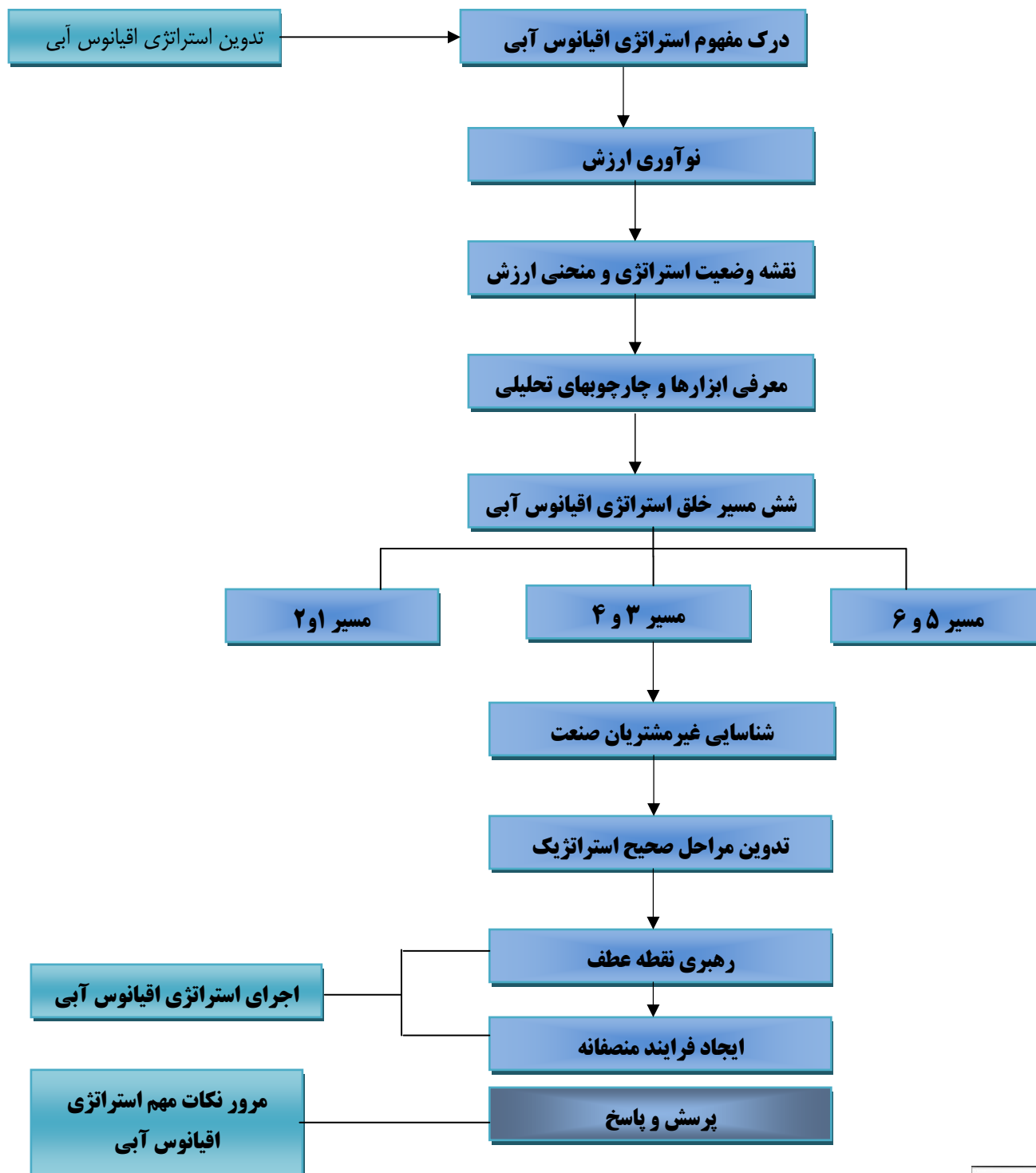
ورود به بازار برای تصرف اقیانوس آبی

هدف دوره: هدف این دوره آموزشی آشنایی مدیران و کارشناسان شرکت‌ها و سازمان‌ها با مهمترین و اثرگذارترین مکتب فکری در حوزه استراتژی و بازار در طی ۳ سال اخیر در دنیا است که با نوآوری در استراتژی‌ها سعی دارد راهکارهای جدیدی را برای توسعه جهشی سازمان‌ها فراهم نماید.



# دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی (Blue Ocean Strategy)

محتوای دوره (نقشه مسیر دوره آموزشی):

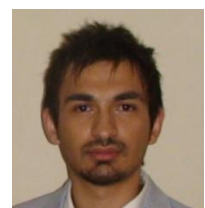


## دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی (Blue Ocean Strategy)

### مدرسین دوره آموزشی:



محمد رضا عاطفی عضو هیئت علمی دانشگاه، رییس آکادمی مدیریت استراتژیک ایران، رییس هیئت مدیره گروه ناب و دبیر شورای سیاست گذاری کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک می باشد. ترجمه کتاب استراتژی اقیانوس آبی توسط ایشان صورت گرفته است. وی مولف و مترجم ۹ کتاب در زمینه استراتژی و عملکرد بوده و به عنوان مشاور برنامه استراتژیک با ده ها شرکت و سازمان همکاری داشته اند.



محمد مسعود نخستین دانش آموخته رشته مهندسی صنایع و مدیریت اجرایی، مدیر روابط بین الملل آکادمی مدیریت استراتژیک ایران. همکار مترجم و مولف ۹ عنوان کتاب در حوزه برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت عملیات، نویسنده چندین مقاله در ژورنال های بین المللی و عضو تیم برنامه ریزی استراتژیک چندین شرکت و سازمان معتبر ایرانی.

### مخاطبین دوره آموزشی:

حضور در دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی به کلیه مدیران سازمان های دولتی و بخش خصوصی کشور، مدیران بخش های استراتژیک، فروش، تولید، مهندسی و طراحی، مالی و منابع انسانی سازمان های تولیدی و خدماتی توصیه می شود.

### نحوه ارائه مطلب:

دوره استراتژی اقیانوس آبی در فرمت ذیل ارائه می گردد:

- سمینار
- کارگروهی
- ابزارها و بازی های کمک آموزشی
- مشاوره و کار عملی

## دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی (Blue Ocean Strategy)

### بسته آموزشی:

به کلیه شرکت کنندگان در دوره یک بسته کمک آموزشی استراتژی اقیانوس آبی شامل موارد ذیل ارائه خواهد شد:

- کتاب استراتژی اقیانوس آبی، نوشته چان کیم و رنه مابورنه، ترجمه محمدرضا عاطفی، ویراسته محمد مسعود نخستین انتشارات گروه ناب-
- مقالات استراتژی اقیانوس آبی منتشر شده در مجله هاروارد بیزینس ریویو

### مدت دوره:

- دوره آموزشی استراتژی اقیانوس آبی شامل ۲ روز کارگاه آموزشی می باشد.



فکس: ۸۸۷۵۶۲۳۶

تلفن: ۸۸۷۵۸۰۱۱-۸۸۷۵۷۸۵۹-۸۸۷۵۶۲۳۵

Email: info@nabcg.com