

به نام خدا

استراتژی اقیانوس آبی

چگونه بازاری بدون مدعی خلق کنیم
و رقابت را بی معنا کنیم

دکتر دلیو چان کیم و دکتر رنه مابورنه

دکتر مزیم بردبار



سرشناسه	Kim, W. Chan	کیو، دبلیو. چان
عنوان و نام پدیدآور	استراتژی اقیانوس آبی : چگونه بازاری بدون مدعی خلق کنیم و رقابت را بی معنا کنیم / دبلیو چان کیو و رنه مایورنه؛ مترجم مریم بردبار.	
مشخصات نشر	تهران: کتیبه پارسی، ۱۳۹۹.	مشخصات ظاهری: ۳۵۲ص-
شابک	978-622-667243-6	وضعیت فهرست نویسی: فیبا
پادداشت	عنوان اصلی: Blue ocean strategy : how to create uncontested market ... , c 2015.	
عنوان دیگر	چگونه بازاری بدون مدعی خلق کنیم و رقابت را بی معنا کنیم.	
موضوع	فرآورده‌های جدید	موضوع: New products
موضوع	تقسیم بازار	موضوع: Market segmentation
شناسه افزوده	مایورنی، رنه	شناسه افزوده: Mauborgne, Renee
شناسه افزوده	بردبار، مریم، ۱۳۶۲ - مترجم	شناسه افزوده: Bordbar, Maryam
رده بندی کنگره	HF5415/153	رده بندی دیویی: ۶۵۸۸۰۴
شماره کتابشناسی ملی	۷۳۳۶۱۷۴	وضعیت رکورد: فیبا



نشانی: تهران، خ انقلاب، خ فخررزی، ک اسلامی، ک فرهنگی، پست پکم غربی، پ ۲، زنگ ۱
 فروشگاه اینترنتی: www.katibeparsi.com و ایمیل: Katibe.parsi.1393@gmail.com
 تلفن ناشر و مرکز پخش ۱: ۰۲۱۹۲۳۰۰۰۵۳ - ۰۹۱۹۳۸۰۶۳۸۱ - ۰۲۱-۶۶۴۰۹۴۲۰
 مرکز پخش ۲: موسسه انتشارات فرهنگ و مطالعات

ناشر: کتیبه پارسی
 نویسنده: دبلیو چان کیو و رنه مایورنه
 صفحه آرایی و طرح جلد: عباس امیری
 لیتوگرافی: جاووش
 چاپ و صحافی: پدیده رنگ
 نام کتاب: استراتژی اقیانوس آبی
 مترجم: دکتر مریم بردبار
 ویراستار: دکتر مریم بردبار
 نظارت قبل از چاپ: آزاده فرزادفر
 نوبت چاپ: دوم، فروردین ۱۴۰۱
 تیراژ: ۵۰۰

هرگونه کپی برداری بکثیر کلی یا جزئی از مطالب کتاب و طرح جلد بدون مجوز کتبی ناشر پیگرد قانونی به همراه دارد.
 قیمت: ۸۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۰ یادداشت مترجم
۱۱ پیشگفتار
۲۷ دیباچه چاپ اول
۳۱ بخش یک: استراتژی اقیانوس آبی
۳۲ فصل ۱: خلق اقیانوس‌های آبی
۶۱ فصل ۲: چارچوب‌ها و ابزار تحلیلی
۸۹ بخش دوم: تدوین استراتژی اقیانوس آبی
۹۰ فصل ۳: بازسازی مرزهای بازار
۱۳۸ فصل ۴: تمرکز روی تصویر کلان، نه اعداد
۱۶۶ فصل ۵: دستیابی به ورای تقاضای موجود
۱۸۶ فصل ۶: درک درست ترتیب استراتژیک
۲۲۵ بخش سه: اجرای استراتژی اقیانوس آبی
۲۲۶ فصل ۷: غلبه بر موانع اصلی سازمانی
۲۵۸ فصل ۸: جای دادن اجرا در دل استراتژی
۲۸۲ فصل ۹: همراستایی ارزش، سود و مشوق‌ها
۳۰۰ فصل ۱۰: تجدید اقیانوس‌های آبی
۳۱۶ فصل ۱۱: از دام‌های اقیانوس قرمز بر حذر باشید
۳۳۱ پیوست الف: نمایی از تاریخچه خلق اقیانوس آبی
۳۳۹ پیوست ب: نوآوری در ارزش
۳۳۵ پیوست ج: دینامیک بازار برای نوآوری در ارزش

یادداشت مترجم

در اقیانوس آبی شما یک‌ه‌تاز صنعت خود شده و توان رقابت را از دیگر صنعت‌پیشگان می‌گیرید. آنچه این نظریه را منحصر به فرد و بی‌همتا می‌کند، دیدگاه صلح‌جویانه و فارغ از رقابت آن است. زیبایی این ایده برای من در این بود که این رویکرد جدید، پیروزی را برای همه به ارمغان می‌آورد؛ صنعت‌پیشگان، کارمندان و مشتریان همه برنده هستند. اقیانوس آبی نه تنها به رقابت خونین دامن نمی‌زند، بلکه فرصتی در اختیار دیگر صنعت‌پیشگان قرار می‌دهد تا به دور از رقابت به فعالیت در کسب و کار خود پرداخته و در اقیانوس آبی بی‌منتها در کنار دیگران به شنا بردازند. اقیانوس آبی به قدری عمیق و پهناور است که به هر کسی شنا کردن بلد است این امکان را می‌دهد که تا هر کجا در طول دوره شنا کند، بی آنکه کسی برای او مانعی ایجاد کرده یا او را پایین بکشد.

دکتر کیم و دکتر ماپورنه در نظریه نوآورانه اقیانوس آبی خود به خلق تقاضا به جای جنگ بر سر تقاضای بردارند. در این کتاب آن‌ها به داستان‌های موفقیت شرکت‌ها و چگونگی استفاده آنها از استراتژی اقیانوس آبی پرداخته و بینشی روشن و عملی پیش روی خوانندگان خود قرار می‌دهند. آنها وعده موفقیت روزافزون، ریسک کمتر و سود بیشتر را با به‌کارگیری این رویکرد در جهت دستیابی هم‌زمان به تمایز و هزینه پایین به شما عرضه می‌دارند. تردیدی نیست که شما می‌توانید با مطالعه این کتاب به یکی از شاگردان بی‌همتا و توانمند اقیانوس آبی آرام صنعت خود بدل شوید.

مریم بردبار^۱

تایستان ۹۹