

عنوان مقاله:

تحول در کسب و کار صنعت پوشاک با بکارگیری استراتژی رقابتی اقیانوس آبی و تابلوی طراحی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی چالش های نوین در مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

الهه زادفلاح

شهرزاد انکشافی

خلاصه مقاله:

تحول کسب و کار یک مفهوم ابزاری شامل طیف وسیعی از استراتژی های رقابتی است که سازمان ها به منظور بهبود مستمر در عملکرد کسب و کار اتخاذ می کنند و شامل مهندسی مجدد کسب و کار، توسعه آموزشی سازمان، مدیریت کیفیت و استفاده از تکنولوژی سازمان می شود. استراتژی رقابتی به معنای متفاوت بودن است. به عبارتی انتخاب آزادانه، مجموعه ی متفاوتی از فعالیت ها است که ترکیب منحصر به فردی از ارزش ها را ایجاد می کند. رقابت از بنیادی ترین عوامل موثر بر سودآوری است و هدف این مقاله ایجاد و توسعه ی چارچوب هایی قوی و مفید برای درک رقابت و تاثیر آن بر روی تحول کسب و کار است. که مستلزم نوآوری و استراتژی های مناسب است، یعنی تدوین استراتژی هایی که از نظر رقابتی پیش برنده و تحولی نو در کسب و کار ایجاد کند. این مقاله به بررسی تحول در صنعت پوشاک بچه گانه می پردازد. بدین ترتیب که ابتدا مدل کسب و کار را با استفاده از تابلوی طراحی ترسیم کرده، سپس با استفاده از استراتژی اقیانوس آبی و روش چارچوب اقدام، در یک بازار بکر تحولی چند بعدی ایجاد کرده و با استفاده از استراتژی تناسب به تمایزی پایدار رسیده است

کلمات کلیدی:

استراتژی، تابلوی طراحی، تحول، رقابت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/592753>

