

مدیریت استراتژیک سازمانی

در شرکت های بیمه

حسن یحیی زاده

حسن وزیری فرد



نشر نیایش

سرشناسه	:	یحیی زاده، حسن، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت استراتژیک سازمانی در شرکت های بیمه / حسن یحیی زاده، حسن وزیری فرد.
مشخصات نشر	:	تهران: نیایش، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	چهار، ۱۹۸ ص.: جدول، نمودار.
شابک	:	۱-۱۲-۵۰۷۸-۶۰۰-۹۷۸: ۱۲۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	بیمه -- سازمان ها -- مدیریت
موضوع	:	Insurance companies -- Management
موضوع	:	مدیریت
موضوع	:	Management
شناسه افزوده	:	وزیری فرد، حسن، ۱۳۵۷ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۵ م ۴ / ۸۰۷۵ HG
رده بندی دیویی	:	۳۶۸ / ۰۰۵۸
شماره کتابشناسی	:	۴۶۱۷۷۳۰



nashreniayesh.ir

۲۲۰۶۰۰۲۳

مدیریت استراتژیک سازمانی

در شرکت های بیمه

حسن یحیی زاده

حسن وزیری فرد

شابک: ۱-۱۲-۵۰۷۸-۶۰۰-۹۷۸

چاپ اول ۱۳۹۵

نسخه ۱۰۰۰

۱۲/۰۰۰ تومان

۹.....پیشگفتار

۱۱.....فصل اول: سازمان و مدیریت

۱۱.....Social organization سازمان اجتماعی

۱۲.....Formal Organization سازمان رسمی

۱۴.....تعریف سازمان

۱۵.....انواع سازمان‌ها

۱۶.....اهمیت و ضرورت مدیریت سازمان

۱۶.....انواع سازمان‌ها: دارهای سازمانی

۱۸.....تقسیم کار

۱۹.....اصول اساسی تقسیم کار

۲۰.....روش‌های تقسیم کار: طبقه‌بندی وظایف

۲۰.....مزایا و معایب تقسیم کار

۲۱.....ساختار سازمانی

۲۱.....تفکیک سازی عمودی

۲۳.....تفکیک سازی افقی

۲۴.....نقش‌های مدیریت مینتزبرگ

۲۴.....معرفی ابزار

۲۴.....نقش‌های روابط بین فردی

۲۵.....نقش‌های اطلاعاتی

۲۵.....نقش‌های تصمیم‌گیری

۲۶.....استفاده از ابزار

۲۷.....مدیریت تکنولوژی در سازمان

۳۱.....فصل دوم: نظریه و تئوری مدیریت

۳۱.....مقدمه

۳۲.....مدیریت علم است یا هنر؟

۳۳.....تاریخچه پیدایش مدیریت

۳۵.....تعریف مدیریت

۳۶.....مکتب کلاسیک

- ۳۶..... مکتب نئوکلاسیک (روابط انسانی)
- ۳۷..... مطالعات هائورن
- ۳۷..... نگرش سیستمی (نسل اول)
- ۳۷..... مکتب نوگرا
- ۳۸..... نظریه مدیریت علمی
- ۳۹..... مدیریت اداری - نظریه کلاسیک سازمان
- ۴۱..... بو و کراس
- ۴۳..... هفتم روابط انسانی
- ۴۴..... نگرش رفتار
- ۴۴..... نگرش سیستمی (نسل دوم)
- ۴۵..... رویکردهای دین
- ۴۶..... اصول اساسی مدیریت اسلام و الگوهای آن
- ۴۶..... مهم‌ترین اصول اساسی مدیریت اسلام
- ۴۶..... اصل عدم تقدم بر خدا و رسول
- ۴۷..... آثار و برکات اطاعت از خداوند و رسول
- ۴۷..... اصل تعبد و بندگی خداوند
- ۴۷..... آثار و برکات اصل تعبد و بندگی
- ۴۸..... مبانی مدیریت دولتی
- ۴۸..... اداره
- ۴۹..... اداره امور عمومی
- ۴۹..... تفاوت اداره و مدیریت
- ۴۹..... تفاوت‌های بخش دولتی و خصوصی
- ۵۰..... ویژگی‌های سازمان‌های دولتی
- ۵۱..... شباهت‌های بخش دولتی (عمومی) و خصوصی
- ۵۱..... روش مدیریت
- ۵۶..... مدیریت عملکرد
- ۵۷..... فصل سوم: مدیریت ارتباطات
- ۵۷..... مقدمه
- ۵۷..... برقراری ارتباط در تیم‌های مجازی جهانی

۵۹	اهمیت ارتباطات
۶۰	فرایند ارتباطات
۶۱	رفتار سازمانی در محیط کار
۶۳	مدل کلاسیک
۶۳	فرستنده
۶۳	رمزگذاری
۶۳	پیام
۶۴	رسانه
۶۵	رمزهایی/پیرنده
۶۵	بازخورد
۶۶	اختلال پارازیت
۶۷	پیام‌های غیر کلامی
۶۸	ارتباطات چند فرهنگی
۶۹	کلمات
۷۰	فضا
۷۰	زمان
۷۱	رفتار سازمانی و شغل شما
۷۲	برقراری ارتباطات بین سازمانی
۷۷	فصل چهارم: ساختار صنعت بیمه
۷۷	ریشه‌های تاریخی پیدایش
۷۸	ظهور بیمه در شکل امروزی
۷۹	بیمه در ایران
۸۰	انواع بیمه
۸۱	بیمه آتش‌سوزی
۸۱	بیمه حمل و نقل
۸۱	بیمه عمر
۸۱	بیمه حوادث
۸۱	بیمه بدنه اتومبیل
۸۲	بیمه شخص ثالث

۸۲	بیمه درمان
۸۲	بیمه کشتی
۸۲	بیمه پول
۸۳	بیمه مسئولیت
۸۳	اصول بیمه
۸۳	اصل حسن نیت
۸۳	اصل غرامت
۸۴	اصل نفع بیمه‌پذیر
۸۴	اصل جانشینی
۸۴	اصل تعهد بیمه
۸۵	اصل درج
۸۵	اصل علت نزاع
۸۵	اصل اتکایی
۸۶	ویژگی‌های حقوقی
۸۶	عقد لازم
۸۶	عقد معلق یا منجز
۸۷	عقد دوطرفه و معوض
۸۷	مبتنی بر حسن نیت
۸۷	ساختار صنعت بیمه کشور
۸۷	بیمه مرکزی
۸۸	شعبه شرکت بیمه
۸۸	نماینده شرکت بیمه
۸۸	کارگزار رسمی بیمه
۸۹	صنعت بیمه؛ گذشته، حال و آینده
۹۳	ساختار تشکیلاتی شرکت‌های بیمه
۱۰۱	اولویت‌بندی عوامل تاثیرگذار بر رفتار مشتری‌مداری کارمندان شرکت‌های بیمه
۱۰۲	پایبندی به مقررات و تعهدات
۱۰۳	عدالت و انصاف
۱۰۳	شفافیت و صداقت
۱۰۳	حفظ کرامت انسانی

۱۰۳	رعایت حقوق اجتماعی
۱۰۵	فصل پنجم: مدیریت استراتژیک
۱۰۵	مقدمه
۱۰۶	بخش اول: تعریف مدیریت استراتژی
۱۰۶	تعریف واژه استراتژیک
۱۰۶	تعریف استراتژی
۱۰۷	مزایای مدیریت استراتژیک
۱۰۹	بخش دوم: مهریزی استراتژیک
۱۱۰	سیر تکامل برنامه ریزی
۱۱۰	تعریف برنامه ریزی استراتژیک
۱۱۱	تعریف جامع برنامه ریزی
۱۱۱	برنامه ریزی بلندمدت و مدیریت استراتژی
۱۱۲	ویژگیهای یک برنامه ریزی استراتژیک
۱۱۴	بخش سوم: راهکارهای استراتژیک
۱۱۴	استراتژی سازمان و مدیریت عملکرد
۱۱۶	ماموریت
۱۱۶	اجزای تشکیل دهنده ماموریت سازمان
۱۱۷	تدوین بیانیه ماموریت سازمان
۱۱۷	ماموریت سازمان در برنامه ریزی استراتژیک
۱۱۹	بخش چهارم: تاریخچه استراتژی
۱۱۹	استراتژی
۱۱۹	استراتژی ارزشها و رفتار سازمانی
۱۲۰	استراتژی تهاجمی
۱۲۰	استراتژی محافظه کارانه
۱۲۰	استراتژیک تدافعی
۱۲۰	استراتژی رقابتی

۱۲۳	بخش پنجم: بررسی عوامل داخلی و خارجی سازمان
۱۲۳	مولفه‌های موفقیت استراتژی
۱۲۳	فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۲۶	برنامه‌ریزی استراتژی
۱۲۷	بخش ششم: مزایای برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۲۷	محدودیت برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۲۸	اهداف سازمان در برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۲۹	کاهش استراتژیک هزینه‌ها
۱۳۳	بخش هفتم: طراحی استراتژی به کمک رایانه
۱۳۴	استراتژی‌های کار باز (بطی) رایانه داره (۴)
۱۳۵	استراتژی‌های ستونی رایانه
۱۳۵	استراتژی‌های بازاریابی فردی
۱۳۶	استراتژی قیمت‌گذاری تبعیض آمیز
۱۳۶	استراتژی‌های ردیفی
۱۳۷	استراتژی تملک مشتری
۱۳۷	استراتژی پیش‌نگر
۱۳۷	استراتژی‌های ترکیبی
۱۳۷	استراتژی سازمان بسط یافته
۱۳۸	استراتژی مدیریت بر مبنای اطلاع‌رسانی
۱۳۸	استراتژی‌های هوشمند در تقابل با استراتژی‌های سنتی
۱۴۱	فصل ششم: تفکر استراتژیک
۱۴۳	اهمیت تفکر استراتژیک
۱۴۶	در جستجوی بهترین دیدگاه تفکر استراتژیک
۱۴۸	بخش اول: برنامه‌ریزی دقیق برای تغییر و تحول سازمانی
۱۴۹	رویکردهای مختلف نسبت به تحول سازمانی
۱۵۳	بخش دوم: فرصت

- ۱۵۳..... فرضیات مدرنیته درباره تغییر
- ۱۵۴..... کارآفرینی در سازمان‌ها - نوآوری و شبکه‌های سازمانی در تفکر استراتژیک
- ۱۵۵..... بخش سوم: تدوین استراتژی و سازمان یادگیرنده
- ۱۵۷..... اهداف یادگیری
- ۱۵۷..... پویایی انسان و استراتژی سازمانی
- ۱۵۸..... تفکر استراتژیک و ابعاد اخلاقی
- ۱۵۹..... ماموریت و مفهوم جدید در سازمان‌ها
- ۱۶۱..... بخش چهارم: اخلاق در سازمان و استراتژی
- ۱۶۲..... منشأ تفکر اخلاقی
- ۱۶۳..... تفکر استراتژیک و توسعه بین‌المللی
- ۱۶۴..... هفت ویژگی سازمان‌های رقیب
- ۱۶۵..... تدوین استراتژی در ساختار صنعت و سازمان‌ها
- ۱۶۶..... بخش پنجم: تعیین زنجیره ارزش
- ۱۷۱..... فصل هفتم: مزیت رقابتی جهانی
- ۱۷۱..... جهانی سازی و استراتژی جهانی
- ۱۷۴..... بخش اول: آینده‌نگری
- ۱۷۴..... دیدگاه شهودی
- ۱۷۵..... دیدگاه فرایندنگر
- ۱۷۶..... تقسیم‌بندی مراحل مختلف فرآیند
- ۱۷۸..... گرایشهای فکری
- ۱۷۹..... بخش دوم: مدیران عالی ارشد استراتژیک چگونه می‌اندیشند
- ۱۸۰..... مدیریت فردا
- ۱۸۱..... عوامل تحولات سریع در سازمان‌ها و جامعه
- ۱۸۳..... بخش سوم: آینده‌نگری و مدیریت استراتژیک
- ۱۸۵..... ابزار ترسیم آینده چیست؟
- ۱۸۵..... آینده‌نگری

- ۱۸۶..... مکاتب اصلی شکل‌گیری استراتژی
- ۱۸۶..... مدیریت استراتژیک متأثر از مکتب تجویزی یا پیش‌تدبیری
- ۱۸۷..... مدیریت استراتژیک متأثر از مکتب توصیفی
- ۱۸۸..... مدیریت استراتژیک و تدوین چشم‌انداز با رویکرد تلفیقی
- ۱۸۹..... جایگاه چشم‌انداز در تفکر استراتژیک
- ۱۹۰..... مفاهیم و معانی چشم‌انداز در چارچوب مدیریت استراتژیک
- ۱۹۲..... عوامل موثر در تبیین سند چشم‌انداز به لحاظ نظری
- ۱۹۴..... چشم‌انداز بر مبنای باورهای ژاپنی
- ۱۹۵..... بخش‌های ارزش، متوازن سازمان‌های رقابتی
- ۱۹۷..... کلام آخر استراتژی و توسعه سازمان‌ها / جامعه
- ۱۹۸..... فهرست منابع و اخذ

پیشگفتار

پس از به وجود آمدن انواع و اقسام سازمان‌ها و شرکت‌ها که شامل دولتی و غیردولتی هستند و استخدام نیروی انسانی در سازمان‌ها، توجه به امر مدیریت منابع انسانی هر روز بیشتر احساس می‌گردد. نیروهای کاری می‌بایست تحت یک مدیریت یکسان در زمینه‌های مدنظر فعالیت کنند، فلذا سازمان‌ها تصمیم گرفتند که این نیروها و فعالیت‌های خود را به قسمت‌های مجزا تقسیم‌بندی نمایند و نیروها را به صورت سلسله‌مراتبی تقسیم‌بندی و هر قسمت زیر نظر یک مدیر متخصص قرار گیرد. درواقع با تخصصی شدن و مجزاشدن سمت‌های شغلی، اداره‌های مختلف به وجود آمده و از تشکیل این اداره‌ها چارت سازمانی شکل گرفت.

اغلب چارت سازمانی شرکت‌ها، سازمان و موسسه همانند یکدیگر هستند ولی ممکن است با توجه به حیطه کاری، تخصص و توجه‌ای که مدیریت ارشد به آن تخصص دارد آن سمت و یا شغل در گروه‌های مختلفی چارت سازمانی قرار گیرد. به طور مثال در شرکت‌های بیمه، بسته به نظر و ضرورت، واحد آموزش زیر نظر مدیریت‌های مختلفی قرار گرفته است، اصولاً آموزش یک واحد مستقل و یا زیر نظر مدیریت توسعه منابع انسانی است، لکن آموزش در شرکت‌های بیمه اغلب زیر نظر مدیریت امور شعب یا جای دیگر منابع انسانی، تحقیق و توسعه و یا خود واحد مستقلی است.

در نگاه اول، آشفتگی زیادی در این امر به نظر می‌آید اما در صورت داشتن استراتژیک واحد سازمانی و مدیریت ارشد مناسب قرار گرفتن واحدها در چارت‌های سازمانی مختلف قابل قبول و توجیه‌پذیر است. در این کتاب مولفان سعی دارند مفاهیم مدیریت، سازمان، تقسیم کار و منابع انسانی را تعریف نمایند و نقش ارتباطات را در محیط کار و بیرون از سازمان مطرح نمایند و سپس با تعریف استراتژیک و همراه نمودن با مدیریت استراتژیک ضرورت آن در سازمان را بیان نمایند.

این کتاب دارای رویکردی به صنعت بیمه در ایران است، شرکت‌های بیمه‌ای از نوع خدماتی هستند که ریسک‌های مال و جان انسان‌ها را متعهد می‌گردند. فلذا ضابطه‌های اصطلاحات مختلف بیمه‌ای در مورد نقش بیمه و ساختار تشکیلاتی آن در ایران مواردی را جمع‌آوری و تالیف نمودیم.

در این کتاب سعی بر آن داشتیم تا بیان مفاهیمی مانند مدیریت، استراتژی، سازمان، شرکت و بیمه خواننده را وارد تعاریف مدیریت شرکت‌های بیمه‌ای نماییم، مسلماً این کتاب نیاز به بازبینی داشته و در ادامه می‌بایست موضوعات تکمیلی که ارتباط تنگاتنگی با صنعت بیمه دارد نیز تالیف گردد که مولفان در حال اجرای آن هستند.

کتاب حاضر تحت عنوان "مدیریت استراتژیک سازمانی در شرکت‌های بیمه" در هفت فصل به شرح ذیل تدوین شده است.

فصل اول شامل: سازمان و مدیریت، انواع سازمان، تقسیم کار، ساختار سازمانی و نقش مدیریت تکنولوژی است.

فصل دوم شامل: نظریه و تئوری مدیریت، تاریخچه پیدایش مدیریت، تعریف مدیریت و نگرش رفتاری است.

فصل سوم شامل: مدیریت ارتباطات، اهمیت ارتباطات، ارتباطات چند فرهنگی و ارتباطات بین سازمانی است.

فصل چهارم شامل: ساختار صنعت بیمه، ساختار تشکیلاتی برخی از شرکت‌ها، رفتار مشتری - مدیری شرکت و اصول اخلاقی صنعت بیمه است.

فصل پنجم شامل: تعریف، واژه مدیریت استراتژیک، تاریخچه، برنامه ریزی، تکامل برنامه ریزی، راه کارهای استراتژیک، بررسی عوامل داخلی و خارجی سازمان است.

فصل ششم شامل: تمرکز استراتژیک، دیدگاه استراتژیک، تغییر و تحول سازمان، نوآوری و شبکه‌های سازمان، تدوین استراتژی، سازمان یادگیرنده، هویتی انسانی و اخلاق در سازمان است.

فصل هفتم شامل: مزیت رقابت جهانی، آینا، نگرش، فرایند نگرش، گرایش‌های فکری، تفکر مدیران عالی سازمان، ارزیابی متوازن سازمان‌های رقابتی، استراتژی توسعه سازمان است.

از جناب آقای وفادار بابت پیگیری تدوین کتاب سرکار خانم سمیه نوری بابت ترجمه فصل مدیریت ارتباطات و برادر بزرگوار و همراه در این کتاب، باب آقای حسن وزیری کمال سپاس و تشکر را دارد.

در پایان سپاس بیکران را تقدیم همسرم سرکار خانم فاطمه - حسن - می‌نمایم.

حسن یحیی زاده

پاییز ۹۵