

تأثیرگذاری سازمان‌ها در مدیریت بحران‌ها

تألیف:

امیر فدایی فتح‌آبادی

سرشناسه: فدایی فتح آبادی، امیر، ۱۳۷۱-

عنوان و نام پدیدآور: تاثیر گذاری سازمان ها در مدیریت بحران ها / امیر فدائی فتح آبادی، محمد کاظم. مشخصات نشر: تهران: انتشارات ماهواره، ۱۳۹۸. مشخصات ظاهری: ۱۸۲ ص.

شابک: ۹-۶۲۹-۴۵۹-۶۰۰-۹۷۸- وضعیت فهرست نویسی: فیبا- موضوع: مدیریت بحران-

Crisis management- سازمان- Organization- شناسه افزوده: کاظم، محمد، ۱۳۳۲ -

رده بندی کنگره: ۴۹HD- رده بندی دیویی: ۴۰۵۶/۶۵۸- شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۶۶۰۴۳

تاثیر گذاری سازمان ها در مدیریت بحران ها

تالیف: امیر فدایی فتح آبادی

ناشر مجوز: تهران، ماهواره

بریت چاپ: اول، ۱۳۹۸

شابک: ۹-۶۲۹-۴۵۹-۶۰۰-۹۷۸

ناظر تاب: مک تیمورپور

تیراژ: ۵۰۰ عدد

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

آماده سازی و چاپ: دپارتمان تخصصی مدیران

آدرس: تهران، م انقلاب، خ انقلاب، ساختمان کتابهای جیبی، طبقه ۵۲-۶۶۹۸۰-موسسه مدیران-

مسئولیت صحت مطالب و پاسخگویی به شکایات های حقوق مادی و معنوی بر عهده مولف است.

کلیه حقوق محفوظ است.

ماده ۲۳ قانون حمایت از مولفان و مصنفان - هرکس تمام یا قسمتی از اثر دیگری را که مورد حمایت این قانون است به نام خود یا به نام پدید آورنده بدون اجازه او و یا عالماً عامداً به شخص دیگری غیر از پدید آورنده نشر یا پخش یا عرضه کند به حبس تادیبی از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

مقدمه:

رویدادهای مهم دهه های اخیر جهان از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و انسانی نشان می دهد که جوامع بشری پیوسته دستخوش حوادث طبیعی یا تمایلات مخرب انسانها که باعث بروز بحرانهای گوناگون می شود، بوده است. روزی نیست که اخبار مربوط به بحرانهای کوچک و بزرگی که در گام به گام دنیای رخ می دهد در وسایل ارتباط جمعی منعکس نشود این بحرانها ممکن است تا آنجا پیش برود که منافع داخلی و خارجی جوامع و یا اعتبار یک سازمان در گام را متهدید قرار دهد.

هم اکنون شاید بتوان گفت مدیریت کیفیت فراگیر، بهترین راه برای رشد و گسترش صنعت نوپای ایران بزرگ است. توجهی که این روزها مدیران ما نسبت به مسایل انسانی و پیشرفت در سبب رضایت کارکنان و مشتریان ابراز می دارند، همگی نشانگر یک حرکت بزرگ در راه های استقرار فرهنگ کیفیت در سازمان هاست.

رهبری، رضایت مشتری، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر فرایندها، مشارکت تامین کننده و مقیاسهای عملکرد، مفاهیم اولیه بحث TQM می باشند. شاید اصطلاح مدیریت کیفیت فراگیر TQM یکی از متداول ترین اصطلاحات تجارت باشد که در سالهای اخیر در مورد تمامی تلاشهای انجام شده برای پیشبرد و بهبود کیفیت به کار رفته است. مدیریت کیفیت فراگیر، بهبودی در روش های

سستی انجام کار و تجارت و فنی اثبات شده برای تضمین بقا در جهان رقابتی کنونی به شمار می رود.

بنابراین TQM هنر مدیریت تمام مجموعه برای به دست آوردن بهترینهاست. روح کلام در توضیح TQM، عبارت طلایی زیر است: «چنان با دیگران رفتار کن که انتظار داری با تو رفتار کنند.»

TQM می تواند فنون اصلی مدیریت، فعالیتهای بهبود دهنده و ابزارهای فنی را به صورت یکپارچه و متحد تحت پوشش قرار دهد.

TQM یا مدیریت کیفیت فراگیر اقدامی است هوشمندانه، آرام و مستمر که تاثیری قدرتمند در تامل اهداف سازمان دارد و در نهایت به رضایت مشتری، افزایش کارایی و بالا بردن توان رقابت در بازار ختم می شود. فلسفه و هدف سیستم TQM رسیدن به انسان ایده آل است. در چنین سازمانی احترام و اعتماد متقابل، نهادی و فراگیر است و سازهایی خرد رهبر و پرورش یافته، مجریان سازمان می باشند. مدیریت کیفیت فراگیر، می تواند مشارکت تمامی افراد و اجزای سازمان از طریق کار گروهی در پیشرفت و اصلاح مستمر دانست.

فهرست کتاب

عنوان	صفحه
فصل ۱: اصول و کلیات	۱
مدیریت بحران	۳
مرور سابقه علمی و مبانی نظری	۳
سؤالات مدیریت بحران	۱۰
بحران و شرایط بحرانی	۱۲
تقسیم بندی بحران	۱۴
نقش حکومت ها در دوره ها در پیشگیری و کاهش بحرانهای اجتماعی و اقتصادی	۱۴
آثار منفی بروز بحران در سازمانها	۱۶
بحران و پیش بینی بحرانها	۱۸
ساختار و ویژگی های ستاد مقابله با بحران	۲۱
مدیریت بحران، مدیریت شهری	۲۳
مدیریت شهری و مسئولان اجرایی	۲۴
مدیریت بحران، علم و عمل	۲۶
وظایف مدیران	۳۰
اهداف کلی مدیریت بحران	۳۸
ویژگی های مدیریت بحران	۲۹
فصل ۲: مراحل مدیریت بحران	۳۱
اصول سامانه فرماندهی حادثه	۳۳

۳۴	بحران و ریسک های مدیریتی
۳۷	تفاوت میان مدیریت ریسک با سایر مدیریت ها در سازمان
۳۸	تفاوت دنیای امروز در چیست؟
۴۵	فصل ۳: مدیریت کیفیت
۴۸	اهمیت
۴۹	تعریف کیفیت
۵۱	۱۴ اصل مدیریت، بهره وری و موقعیت رقابتی
۵۴	مفاهیم رهبری
۵۵	بعد اجرایی
۵۶	نقش مدیر ارشد
۵۶	شورای کیفیت
۵۸	ارزشهای بنیادی
۶۲	بیانیه های کیفیت
۶۲	بیانیه بینش سازمان
۶۳	بیانیه مأموریت سازمان
۶۳	بیانیه خط مشی کیفی سازمان
۶۴	برنامه ریزی استراتژیک
۶۴	آرمانها و اهداف
۶۵	هفت گام در راه برنامه ریزی استراتژیک
۶۶	ویژگی های رهبران سازمان
۶۹	درک مشتریان از مفهوم کیفیت
۶۹	عملکرد کالا

۷۰	ویژگی های کالا
۷۰	خدمات مربوط به کالا
۷۱	اعتبار موسسه تولید کننده کالا
۷۲	برگه های دریافت اطلاعات
۷۳	بکارگیری اعتراضات و شکایات مشتریان
۷۴	طبقه بندی و تبدیل نیازها و انتظارات مشتریان ...
۷۴	نکات ناشیه ای و در عین حال مهم در کسب رضایت مشتری
۷۵	مشارکت کارکنان
۷۸	توانمند سازی
۷۸	تشکیل تیم
۸۰	فواید حاصل از مشارکت کارکنان
۸۱	نظرات تکمیلی
۸۱	بهبود مستمر فرآیند
۸۳	روش حل مسئله
۸۵	مشارکت تامین کننده
۸۷	اصول روابط مشتری - تامین کننده
۸۹	فصل ۴: مقیاسهای عملکرد، مفاهیم اساسی، اهداف
۹۰	سنجشهای معمول
۹۲	معیارها
۹۳	هزینه های کیفیت
۹۴	دسته ها و عناصر

۹۹	طراحی سیستم جمع آوری
۹۹	مبانی هزینه های کیفیت
۱۰۱	راهبرد بهبود کیفیت
۱۰۱	پیشگیری از هزینه های کیفیت
۱۰۲	پیاده سازی برنامه
۱۰۳	وزنهای کلیدی معیارهای جایزه
۱۰۵	پیوند جایزه ملی مالکم بالدريج با کیفیت و بهره وری
۱۰۶	دسته ها و بندی جایزه ملی کیفیت مالکم بالدريج
۱۱۰	گسترش کارکردهای کیفیت
۱۱۱	مهندسی کیفیت تاگوچی
۱۱۳	کنترل آماری فرآیند
۱۱۷	داده های دسته بندی شده
۱۱۹	آشنایی با نمودارهای کنترل
۱۲۱	خطوط مرکزی و حدود کنترل اصلاح شده
۱۲۷	عناصر ایزو ۹۰۰۰
۱۳۱	نوشتن اسناد (مستندها)
۱۳۳	تعریف الگوبرداری
۱۳۵	فراگیری از داده های به دست آمده از مطالعه
۱۳۷	فصل ۵: گسترش کارکردهای کیفیت
۱۳۸	تیم QFD
۱۳۹	کاهش زمان پیاده سازی
۱۴۰	ایجاد مستندسازی

۱۴۰	نمودار وابستگی عوامل
۱۴۱	خانه‌ی کیفیت
۱۴۴	فرآیند QFD
۱۴۶	دلیل پیاده سازی مهندسی همزمان
۱۴۷	مدل‌های ارتباطاتی
۱۵۳	مهندسی کیفیت تاگوچی
۱۵۵	چگونگی راجع به پای نظامی
۱۵۶	مسئولیت قبل محصول
۱۵۷	قانون ایمنی محصول
۱۵۷	قانون مسئولیت در قبال محصول
۱۵۹	آینده‌ی مسئولیت در قبال محصولات
۱۶۱	کنترل ضمانت نامه‌ها، تبلیغات، توافق‌ها و غیره
۱۶۳	برنامه‌ی پس گرفتن محصول
۱۶۴	برنامه ریزی استراتژیک
۱۶۵	فرآیند برنامه ریزی استراتژیک
۱۶۷	نقش برنامه ریزی استراتژیک در بهبود مستمر
۱۶۸	ساختار و فرآیند دایره‌ی کنترل کیفیت
۱۶۹	دیدگاه مدیران سازمان، رهبران و اعضای دایره
۱۷۰	مشکلات ذاتی دوایر کنترل کیفیت
۱۷۱	منابع