

استراتژی‌های عملیاتی مدیریت بحران

نویسندگان:

مهندس حسین امیر محمدی

دکتر سعید حاجی‌زاده

سرشناسه	: امیراحمدی، حسین، ۱۳۵۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: استراتژی‌های عملیاتی مدیریت بحران / مؤلفان حسین امیراحمدی، سعید حاجی‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه کارآفرین، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۳ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۸۹۱۴-۵
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
موضوع	: مدیریت بحران
	Crisis Management
شناسه اف‌زده	: حاجی‌زاده، سعید، ۱۳۶۳-
رده‌بندی کتبی	: HD۴۹
رده‌بندی دیوپی	: ۶۵۸/۴۰۵۶
شماره کتابشناس ملی	: ۶۱۸۶۵۱۹



عنوان: استراتژی‌های عملیاتی مدیریت بحران

نویسندگان: مهندس حسین امیراحمدی، دکتر سعید حاجی‌زاده

۱۳۹۹ - ۱۴۰۰

ناشر: دانشگاه کارآفرین

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

ویراستاران: عارفه داودی - زهرا سادات موسوی صفحه ارا: نرگس سقازاده

تلفن انتشارات: ۰۲۱۸۸۴۵۵۲۴۶ - ۰۹۱۰۷۵۵۶۷۰۵

سفرارش اینترنتی کتاب: www.enun.ir

سخن نویسندگان

اگر سازمان‌ها را جزئی از کسب‌وکارها بدانیم، بحران‌ها نیز بخشی طبیعی از این کسب‌وکارها هستند. یک بحران زمانی که به‌خوبی اداره شود، می‌تواند توانایی سازمان شما را در ارائه منافع به مشتریان نشان دهد. با برخورد ضعیف، بحران می‌تواند صدمات جبران‌ناپذیری به تصویر سازمان شما وارد کند و سازمان شما را در نظر مردم شکننده، ضعیف و ناپایدار نشان دهد.

مدیریت بحران، علم و هنر چالش‌های بزرگ در کسب‌وکارها است و امیدواریم که با توصیف سیمای مدیریت بحران در کتاب استراتژی‌ها و تاکتیک‌های مدیریت بحران، بسیاری از آن‌ها را کشف کنند. بحران‌ها می‌توانند روش اداره سازمان شما را تغییر دهند، پس تغییر کنید قبل از آنکه مجبور شوید.

در فصل اول این کتاب، آشنایی با بحران و پیامدهای آن مروری بر تعاریف مختلف بحران و انواع بحران‌های سازمانی ارائه می‌دهیم و متوجه خواهیم شد که بحران چه آثار منفی و زیان‌باری می‌تواند برای کسب‌وکارها داشته باشد.

در فصل دوم نیز سعی در تفهیم اداهل و مبانی مدیریت بحران از طریق مرور نظریه‌ها و مدل‌های رایج خواهیم داشت و محوری فصل سوم از این کتاب به نقش و جایگاه رسانه در بحران می‌پردازد و کارکردهای رسانه‌ها در مراحل مختلف مدیریت بحران که می‌تواند مدیریت کارا و اثربخش افکار عمومی را از طریق ایجاد ارتباطات صحیح و رعایت اصول ارتباطی زمان بحران را به شما نشان خواهد داد.

فصل چهارم نیز راهنمایی عملیاتی برای مدیریت بحران است چرا که انتظار داریم با تدوین عناوینی جذاب و کاربردی، مدیران را برای برنامه‌ریزی برای مواجهه پیش از بحران، حین و نهایتاً بعد از بحران آماده نماییم.

اما در انتها سعی داشتیم با مطرح ساختن کارکردهای نظریه‌های مدیریت بحران و شرح تفاوت مدیریت بحران با مدیریت عمومی و مدیریت راهبردی نقش آموزش‌ها و سرمایه‌های انسانی را در مدیریت بحران شفاف‌تر نموده و با معرفی عوامل سببی و زمینه‌ای شکل‌گیری روابط بین سازمانی در مدیریت بحران از تمامی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود در بسیج منابع برای مدیریت، کنترل و بازسازی پس از بحران بپردازیم.

نویسندگان این کتاب در رشته‌های مختلفی از جمله رشته‌های مهندسی ماشین‌های ریلی و تخصص‌های ایمنی و مهندسی و همچنین مدیریت صنعتی و فناوری سابقه داشته و به شما این نوید را می‌دهند که آخرین استراتژی‌ها در مورد نحوه آماده‌سازی و رسیدگی به بحران‌ها را کسب کرده و در گام بعدی با انتشار دستاوردهای پژوهشی و تجربی خود در زمینه نوآوری‌های مدیریت بحران روش‌ها و تکنیک‌هایی نوین برای مقابله با بحران را ارائه خواهند کرد. بنابراین در جهت پشتیبانی از ادامه این مسیر، ایده‌ها، نکات و پیشنهادهای خود را با ایشان به اشتراک بگذارید.

ضمناً جا دارد از دوست و همکار ارزشمند، جناب آقای امیرحسین تاجیک که در تکمیل و جمع‌آوری این اثر ارزشمند ما را یاری نمودند، قدردانی نماییم.

مهندس حسین امیراحمدی - دکتر سعید حاجی‌زاده

Hosseinamirahmadi@gmail.com

Saeedhajizadeh12@yahoo.com

فهرست مطالب

۱۲	دیباجه
۱۳	بخش اول: آشنایی با بحران و پیامدهای آن
۱۳	مروری بر تعاریف مختلف بحران
۱۸	نوع شناسی بحران
۲۰	ویژگیها و اشتراکات بحران
۲۲	انواع بحران
۲۶	بحران هویت مکان
۲۸	سطوح بحران
۳۲	آثار منفی بحران
۳۲	آثار بحران بر روی گروه‌های ویژه
۳۵	انواع سازمانها در شرایط بحرانی
۳۵	بحرانهای سازمانی
۳۶	مؤلفه‌های مؤثر در بحرانهای سازمانی
۳۹	بخش دوم: مبانی مدیریت بحران
۳۹	بسیج منابع در بحران
۴۱	وظایف خاص مدیران بحران
۴۲	مدیریت بحران
۴۴	اصول و مبانی مدیریت بحران
۴۶	تاریخچه مدیریت بحران در جهان
۴۷	تاریخچه مدیریت بحران در ایران
۴۸	نظریه تعادل در مدیریت بحران
۴۹	نظریه مدیریت شناور در مدیریت بحران

۵۰	 سامانه‌های مدیریت بحران در کشورهای مختلف
۵۴	 سطوح مدیریت بحران
۵۵	 بررسی روند مدیریت بر بحران
۵۶	 ویژگیهای مدیریت بحران
۵۶	 چرخه مدیریت بحران
۶۸	 روش‌شناسی مدیریت بحران
۶۹	 وظایف و ارتباط عمومی در مدیریت بحران
۶۹	 آمادگی ارتباطی و مدیریت بحران
۷۲	 مدل‌های مدیریت بحران
۷۴	 چارچوبهای مدیریت بحران
۷۶	 مؤلفه‌ها، ابعاد و شاخصهای مدیریت بحران
۷۸	 الگوهای رایج در مدیریت بحران
۸۷	 بخش سوم: بحران و ارتباطات
۸۷	 رسانه و بحران
۸۸	 کارکردهای رسانه‌ها در مراحل مختلف مدیریت بحران
۹۱	 افکار عمومی و بحران
۹۱	 ارتباطات در بحران
۹۴	 قوانین بحران
۹۵	 اصول ارتباطی زمان بحران
۹۶	 اصول روابط عمومی بحران
۹۶	 ارتباط با رسانه‌ها در بحرانهای سازمانی
۱۰۲	 عناصر دهگانه برنامه ارتباطی بحران
۱۰۵	 بخش چهارم: مدیریت عملیاتی بحران (پیش/حین/بعد)

۱۰۵	عامل ایجاد بحران
۱۰۵	مواجهه با بحران و کنترل آن
۱۰۷	انواع سیستم‌های کنترل
۱۱۲	پیش‌بینی و ممیزی بحران
۱۱۲	تهیه برنامه‌های اقتضایی برای مواجهه با بحران
۱۱۳	تهدیدات درونی و بیرونی ایجادکننده بحرانهای احتمالی
۱۱۵	مدیریت دش و بحران
۱۱۶	تشکیل گروه مدیریت بحران
۱۱۷	فنون مدیریت بحران
۱۱۷	بازسازی و مدیریت بحران
۱۲۲	سیستم مدیریت بحران
۱۲۵	بخش پنجم: کارکرد نظریه‌های مدیریت در بحران
۱۲۵	تفاوت مدیریت بحران با مدیریت عمومی
۱۲۶	شباهتها و تفاوت‌های مدیریت بحران و مدیریت راهبردی
۱۲۹	معرفی انواع روابط بین سازمانی در مدیریت بحران
۱۲۹	معرفی عوامل سببی و زمینه‌ای شکل‌گیری روابط بین سازمانی در مدیریت بحران
۱۳۱	تشریح چارچوب نظری روابط بین سازمانی مرتبط با مدیریت بحران
۱۳۲	روند دوره‌های آموزش مدیریت بحران در دانشگاه‌های ایران و جهان
۱۳۳	مدیریت بحران و نیروی انسانی
۱۳۴	نگرش کارکنان و مدیریت بحران
۱۳۵	نقش مردم در مدیریت بحران
۱۳۸	نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در مدیریت بحران

دیباچه

نگرش سنتی به «مدیریت بحران»^۱ همواره یک نگرش منفی بوده و همانند «فرونشاندن آتش» توسط مدیر تلقی می‌شده است؛ با این تعبیر که «مدیر بحران»، در انتظار خراب شدن کارها می‌نشیند و پس از بروز تخریب، سعی می‌کند تا ضرر ناشی از خرابی‌ها را محدود کند؛ ولی در تصور معانی این واژه به‌تازگی معنای مثبت و بهتری برای آن پیدا شده است. بر اساس معنای اخیر، همواره باید مجموعه‌ای از طرح‌ها و برنامه‌های عملی برای برخورد با تحولات احتمالی آینده در داخل سازمان‌ها تنظیم شود و مدیران باید درباره اتفاقات احتمالی آینده بیندیشند و آمادگی برخورد با رخدادهای غیرمترقبه را کسب کنند؛ بنابراین، مدیریت بحران بر ضرورت پیش‌بینی منظم و کسب آمادگی برای برخورد با آن دسته از مسائل داخلی و خارجی که به‌طور کلی شهرت، سودآوری یا حیات سازمان را تهدید می‌کنند، تأکید دارد. البته باید توجه داشت که مدیریت بحران با مدیریت روابط عمومی بسیار متفاوت است. مدیر روابط عمومی برای خراب جلوه دادن سازمان تلاش می‌کند؛ درحالی‌که مدیر بحران سعی می‌کند تا در شرایط دشوار سازمان را در موقعیت خوب نگه دارد. مدیریت بحران به‌منزله یک رشته علمی، به‌طور کلی در حیطه مدیریت استراتژیک قرار می‌گیرد و به‌طور خاص به مباحث کنترل استراتژیکی مرتبط می‌شود.

همه جوامع و کشورها با انواع بحران‌های طبیعی روبرو هستند. وقوع بحران اجتناب‌ناپذیر است، تنها تفاوت‌هایی در نوع بحران و کمیت و کیفیت آن‌ها وجود دارد؛ بنابراین ضروری است برای اندیشیدن به تمهیداتی برای پیشگیری و مقابله با بحران‌ها، ابتدا درک کاملی از مفاهیم کلی و انواع بحران‌ها وجود داشته باشد؛ منطق ایجاب می‌کند که حوادث، بحران‌ها و موقعیت‌های اضطراری در جوامع و گروه‌ها از قبل شناسایی و پیش‌بینی شوند.

مدیران پیشرو تلاش می‌کنند تا با استفاده از یافته‌های مدیریت بحران و تلفیق آن با دستاوردهای مدیریت استراتژیک و مدیریت سیستم‌های کنترل، از امواج خطرناک رخدادهای غیرمترقبه، اجتناب نمایند. برای مدیریت بحران‌ها، آشنایی با ویژگی‌های آن‌ها ضرورت دارد؛ بنابراین ابتدا مبحث شناسایی انواع بحران مطرح می‌شود.