

انواع فرآیندها در مدیریت فرایند کسب و کار یا BPMS

در این مقاله درباره سیستم مدیریت فرایند کسب و کار BPMS با نگاهی به تعریف انواع مدیریت فرآیندها و تاثیر BPMS در رونق کسب و کارها خواهیم گفت.

مدیریت فرآیندهای تجاری (BPM) نگاهی دقیق به چگونگی تاثیر انجام یک کار در سازمان برای مشخص کردن نتایج آن و تاثیرگذاری بر روی پیشرفت فرصت‌هاست.

زمانی که از پیشرفت صحبت میشود در سازمان‌های گوناگون معانی آن، متفاوت است. برای مثال در سازمانی پیشرفت به معنای کاهش هزینه‌ها یا کاهش زمان اجرا و در بعضی دیگر کشف میزان خطاها در اجرای یک کار است.

BPMS تنها منحصر به روش‌های افزایش تاثیر کار نیست؛ بلکه درباره مدیریت زنجیره اتفاقات تاثیرگذار حاصل از تصمیمات و فعالیتهای نامحدود افراد سازمان و مشتریان آنهاست. به این زنجیره اتفاقات حاصل از تصمیمات و فعالیتهای فرایند گفته می‌شود.

در این مقاله درباره مفاهیم اولیه **BPM** صحبت خواهد شد. در آغاز کار انواع فرآیندهایی که در یک سازمان یافت می‌شوند را معرفی شده و بعد از آن درباره مواد اولیه یک فرایند تجاری و تعریف مفهوم مدیریت فرآیندهای تجاری (BPM) بحث خواهد

شد.



برای دریافت دموی نرم افزار BPMS

انواع فرآیندها

هر سازمان که جزو بدنه دولت باشد یا خصوصی و یا یک شرکت بزرگ با مدیریت پردازش‌های بسیار در قالب مدل‌های فرآیندی زیر تقسیم بندی می‌شوند. همانطور که گفته شد کلیه فرآیندها در پنج قالب درخواست‌های مالی، بازاریابی سفارشات، تدارکات تحویل، از مساله تا قطعنامه و تایید نرم‌افزار مطرح می‌شوند که هرکدام از این موارد دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

درخواست‌های مالی

این نوع از فرآیندها برای داد و ستدهای مالی است که شروع کننده آن یک مشتری است و با ارسال درخواست خرید کالا یا خدمات در نهایت منجر به پرداخت مشتری در زمان تحویل کالا می‌شود. درخواست‌های مالی شامل ارتباط بین فعالیت‌های تایید خرید، حمل و نقل کالا (در صورت فیزیکی بودن کالا)، تحویل، صورتحساب و رسید پرداخت و موارد دیگر است.



بازاریابی سفارشات

این نوع از فرآیندها زیر مجموعه فرآیندهای درخواست مالی است که شروع کننده آن یک "درخواست پیشنهادی" از مشتری است که به مشخص شدن نوع نیاز و پذیرش پیشنهاد منجر می‌شود. فرآیندهای درخواست مالی با فرآیندهای بازاریابی سفارش پیوسته هستند.

تدارکات تحویل

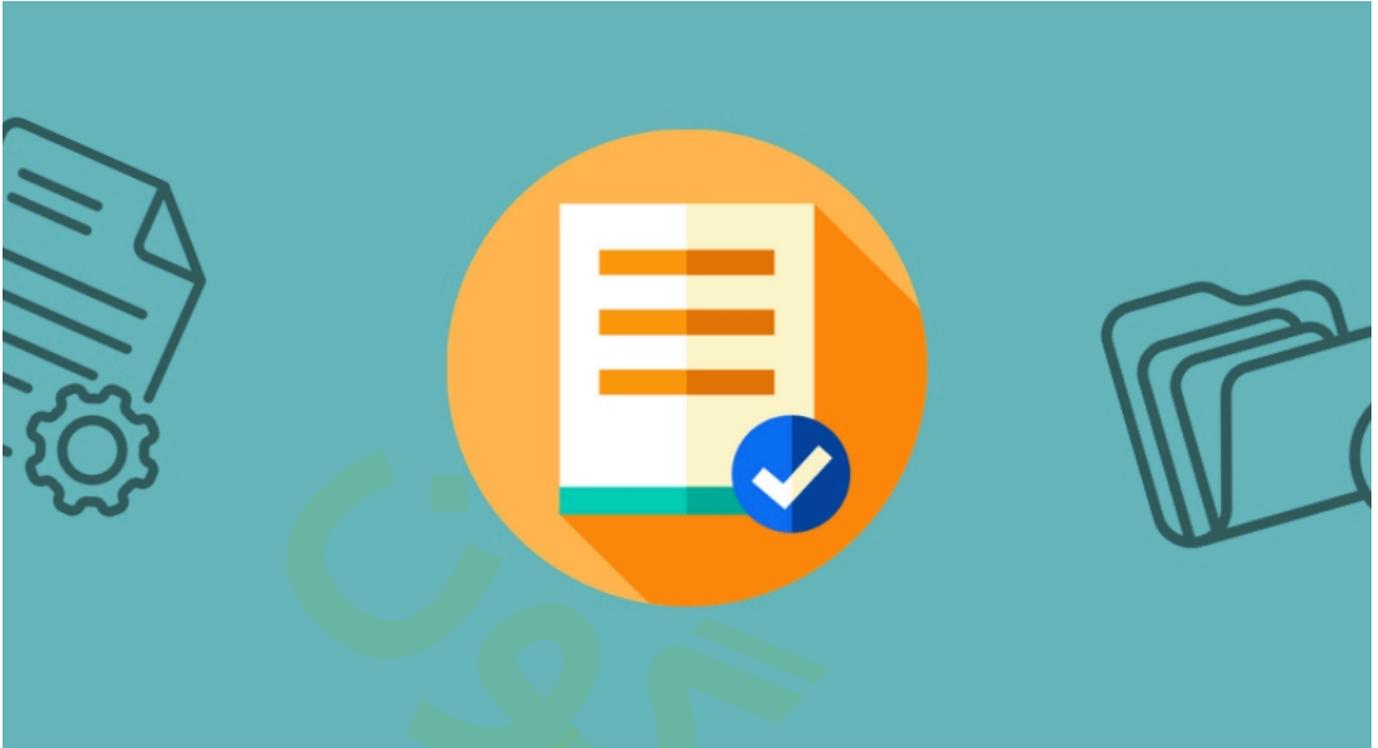
این دسته از فرآیندها زمانی آغاز می‌شوند که یک شخص مستقر در سازمان و یا شرکت، نیاز به دریافت کالا یا خدمات پیدا می‌کند و در نهایت این کالا یا خدمات

بایستی به دست او برسد.

فرآیند تدارکات تحویل شامل فعالیت‌هایی از جمله تایید درخواست‌ها، بررسی کالا یا خدمات، مسیر دریافت خدمات مناسب و مجوز ارسال درخواست است. گاهی موارد در فرآیند تدارکات تحویل می‌توان ردپایی از فرآیندهای بازاریابی سفارشات را در قالب تعاملات از کسب‌وکاری به کسب‌وکار دیگر مشاهده کرد.

از مسئله تا قطعنامه

این دسته از فرآیندها زمانی آغاز می‌شود که یک مشتری مشکل و یا مسئله‌ای را مطرح می‌کند؛ مانند شکایت از کالا در زمان تحویل یا مواجه شدن با سئوالی درباره ارائه خدمات. این دسته از فرآیندها تا زمانی که مشتری و پشتیبانی هر دو با هم به این نتیجه برسند که نتیجه مطلوب حاصل شده است، ادامه پیدا می‌کند. مشخص بودن مسیر این پیشرفت یکی از ویژگیهای این فرآیند است که به آن رویه تایید (درخت پیگیری) گفته می‌شود.



تاییدیه نرم افزار

این دسته از فرآیندها زمانی آغاز می شود که یک شخص نیاز به تاییدیه و یا امتیازی دارد که در نهایت منجر به تایید و یا عدم تایید آن می شود. این دسته از فرآیندها در ساختارهای دولتی شامل اخذ پذیرش شهروند، ساختن ساختمان یا مجوز باز کردن دفتر یا مغازه (مانند باز کردن یک رستوران) می شود. ویژگی این دسته از فرآیندها امکان تغییرپذیری آن، بر اساس رویه تایید و عدم تایید درخواست است.

برای مثال یک دانشجو برای ثبت نام در دانشگاه با توجه به معدل دوره متوسط خود در دوره های کارشناسی و کاردانی می تواند شرکت کند؛ بنابراین درخواست، بایستی بر اساس رویه تایید آن نسبت به معدل به گردش بیاید.

برای درک بهتر این ویژگی‌ها به مثال زیر توجه کنید:

شرکت “مهندسی نرم افزار الف” یک تولیدکننده محصولات نرم‌افزاری است و دارای قسمت‌های فروش و بازاریابی، تولید، استقرار و پشتیبانی است. این شرکت برای تولید محصولات به روش زیر عمل می‌کند:

مشتریان با برقراری تماس با گروه بازاریابی، درخواست نیاز خود را مطرح می‌کنند و گروه بازاریابی با در اختیار داشتن فرم‌های ارزیابی به نیازسنجی مخاطبین می‌پردازند و در صورتیکه فرم ارزیابی به حداقل نمره 70 از 100 برسد این فرم برای واحد فروش جهت تنظیم قرارداد فرستاده می‌شود.

مدیر فروش شرکت “مهندسی نرم‌افزار الف” فرم را بررسی و براساس حوزه عملکرد آن را به کارشناس مربوطه تحویل می‌دهد، کارشناس فروش بعد از برقراری تعاملات لازم قراردادی و قیمت، RFP مورد نظر را برای واحد تولید ایمیل کرده و از آن پس واحد تولید بر اساس استانداردهای تولیدی خود محصول مورد نظر را تهیه و تست می‌کند.

در صورتیکه نرم‌افزار تهیه شده استاندارد تایید صحت عملکرد را دریافت کند، این محصول برای واحد استقرار به همراه ایمیل کارشناس فروش فرستاده می‌شود، مدیر -استقرار بر اساس زمان‌بندی‌های لازم و پیش‌بینی شده با مشتری به تعاملات استقرار می‌پردازد و این تعاملات را در قالب فرم گزارش شناخت در اختیار کارشناس مربوطه برای بومی‌سازی محصول در سایت مشتری قرار می‌دهد.

در نهایت بعد از اتمام کار واحد استقرار با اطلاع‌رسانی اتمام کار به فروش، تعاملات

قرارداد پشتیبانی انجام شده و واحد فروش نسبت به تنظیم قرارداد اولیه اقدام می‌کند و در صورت تایید مشتری از طریق ایمیل به واحد پشتیبانی برای ارائه خدمات، ارجاع می‌دهد.

در مثال بالا، عملکرد واحد بازاریابی برای پیدا کردن مشتری را “فعالیت” و زمانی که فرم ارزیابی به حداقل نمره 70 می‌رسد را “اتفاق” می‌نامند.

در فرآیندهای تجاری علاوه بر تصمیم‌گیری‌ها، فعالیت‌ها و اتفاقات، نقش اساسی در -عملکرد و کسب نتیجه در یک سازمان را بیه عهده دارند. در طول فرآیندها تنها فعالیت‌های منجر به ایجاد اتفاقات سازنده می‌شوند، که دارای مستندات سازمانی باشند.

در مثال بالا فرم ارزیابی، قرارداد فروش و ارسال RFP از طریق ایمیل نوعی مستندسازی محسوب می‌شود که توانایی شکل‌گیری فرآیند بازاریابی سفارشات را فراهم می‌آورد.

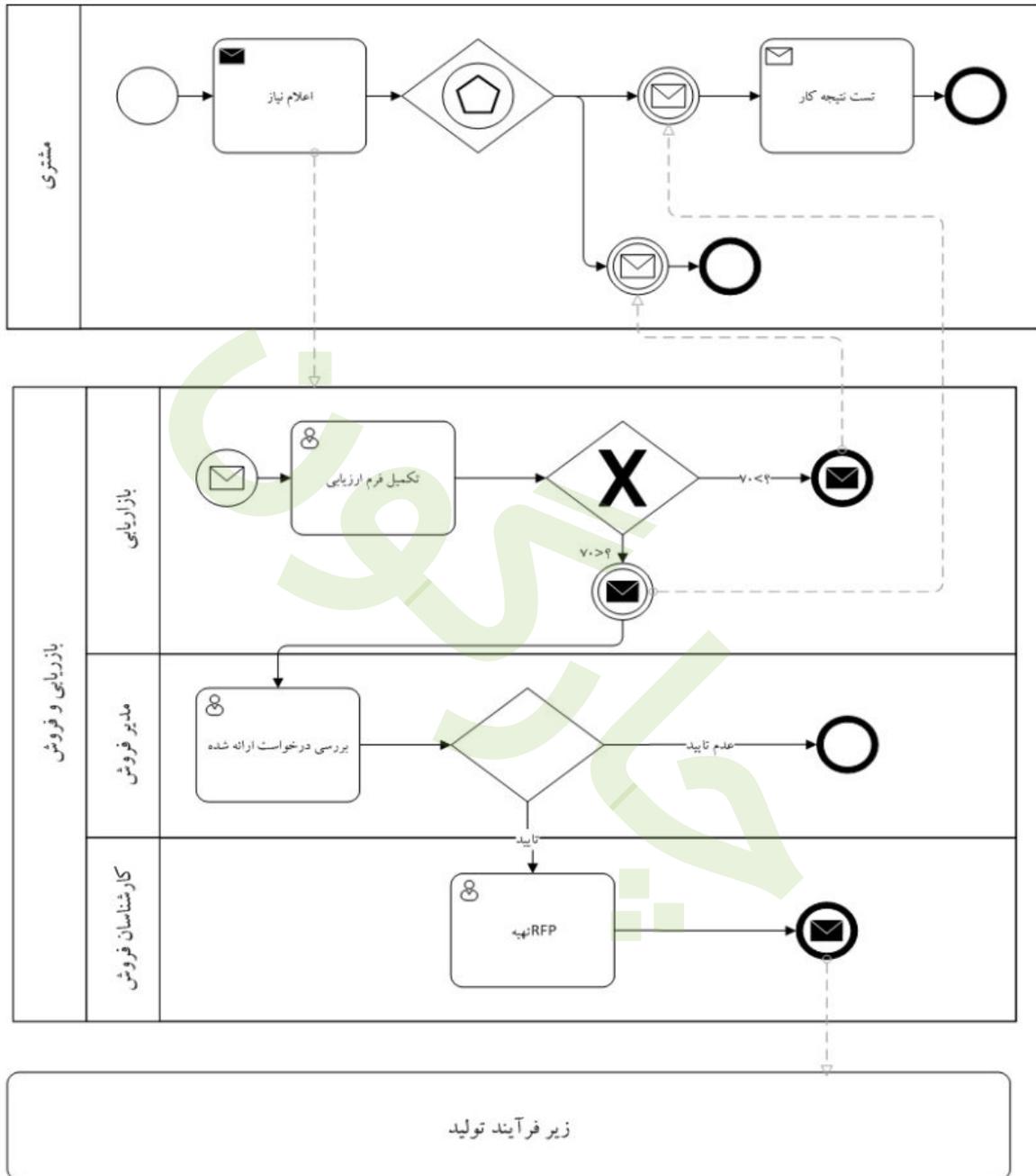
در صورتی که بخواهیم مثال بالا را به صورت فرآیند ترسیم کنیم بایستی سوالات زیر را از خود پرسیم:

- چه بازیگرانی در این فرآیند حضور دارند؟
- بازیگرانی که با مشتری در تعامل هستند چه کسانی هستند؟
- این فرآیند چه ارزش افزوده‌ای برای مشتری دارد؟
- نتایج احتمالی این روند چیست؟

با توجه به سوالات بالا، تعریف فرآیند کسب و کار شامل مجموعه‌ای از رویدادهای مرتبط درونی و بیرونی، فعالیت‌ها و نقاط تصمیم‌گیری تعدادی از بازیگران و اشیاست برای کسب حداقل ارزشی که مشتری به آن نیاز دارد.

در شکل 1-1 زیر فرآیند بازاریابی و فروش مثال فوق ترسیم شده است:





مدیریت فرآیندها

شکل 1-1 زیر فرآیند فروش و بازاریابی

در کنار موارد ذکر شده باید بدانیم که مطابق توضیحات داده شده درباره سیستم مدیریت فرآیند کسب و کار BPMS، می توان گفت مدیریت فرآیندهای تجاری در زمینه روش عملکرد صحبت می کند و درباره بهینه سازی، روش های دیگری مانند TQM، Lean و شش سیگما وجود دارد که به تفصیل درباره آنها سخن خواهیم گفت.

جمع بندی

سیستم مدیریت فرآیند کسب و کار (BPMS) راهکاری فناورانه برای مدیریت و بهینه سازی انواع فرآیندهای سازمانی است که از طریق طراحی، مدل سازی و اتوماسیون، گردش کارها را به صورت یکپارچه و قابل پایش در می آورد و باعث افزایش کارایی، کاهش خطا و بهبود عملکرد کسب و کار می شود.

پایان بخش اول