

عنوان مقاله:

مهندسی فرآیند (مطالعه موردی: شرکت فن آوا کارت)

محل انتشار:

پنجمین همایش سالانه مدیریت و برند سازی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

محمدجواد شیخ - دکتری حسابداری، عضو هیئت علمی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران

حامد دهقانان - دکتری مدیریت، عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران

حجت مسگری مشهدی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران

فاطمه سالاریه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه شاهد، تهران

خلاصه مقاله:

فن آوریهای پیشرفته، برداشته شدن مرزهای موجود میان بازارهای داخلی و جهانی، دگرگون شدن خواسته ها و انتظارات مشتریان که اینک امکان انتخاب بس گسترده ی یافته اند، دست بدست هم داده و هدفها، روشها، و اصول نخستین سازماندهی سنتی شرکتها را به طرز اسفباری ناکارآ کرده اند. نوسازی توان رقابتی این شرکت ها از راه وادار ساختن کارکنان به سخت کوشی بیشتر، بلکه بایستی بیاموزند تا روش کار را به کلی دگرگون کنند. این بدان معنی است که شرکت ها و کارکنانش باید بخش عمده ای از اصول و روش هایی را که در گذشته مایه پیروزی و پیشرفتشان بود، به فراموشی بسپارند. مهندسی مجدد فرآیند ها به شرح حال مدل تازه اداره کسب و کار و روش های اجرایی وابسته به آن می پردازد، و مدیران ما ناچارند تا برای پیروزی در دنیای پر رقابت امروز شرکت های خود را بر پایه این مدل دوباره کشف و سازماندهی نمایند. برای دستیابی به چنین هدفی، مدیران بایستی اندیشه های موجود خود در زمینه ساختار و روش اداره کسب و کار را بدور بریزند. آنها باید اصول کنونی سازماندهی و بهره بردای و روش های اجرایی آنها را کنار گذاشته و جانشین های کاملا تازه ای برای آنها بیافرینند. در این تحقیق تلاش کرده ایم تا با بررسی و مطالعه در فرآیندهای شرکت فن آوا کارت و شناخت فعالیت ها و فرآیند های آن نمونه ای از مهندسی فرآیند را به منظور بهبود فرآیند های شرکت انجام دهیم.

کلمات کلیدی:

مهندسی مجدد، مهندسی فرآیند، دگرگونی، بهبود فرآیند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/769597>

