



داستان ERP پتروشیمی اروند

قسمت اول

فرآیند فروش



ماژول فروش داخلی
ماژول پذیرش و توزین
ماژول انبار محصول
ماژول فروش صادراتی



پیش از شروع داستان ابتدا تعریفی اجمالی از ERP را مرور می کنیم.

ERP (برنامه ریزی منابع سازمانی)

یک نرم افزار جامع است که به کسب و کارها کمک می کند تا فرآیندهای مختلف خود را خودکار کرده و اطلاعات را از بخش های مختلف مانند حسابداری، تولید، مدیریت زنجیره تأمین، فروش، بازاریابی و منابع انسانی جمع آوری و سازماندهی کنند.

چرا ERP برای مشاغل مهم است؟

سیستم های ERP برای کسب و کارهایی که به دنبال استفاده عاقلانه از منابع هستند، تبدیل به یک بخش اساسی شده اند. آنها می توانند به مدیران کمک کنند تا سرمایه انسانی و مالی را مجدداً تخصیص دهند یا فرآیندهای تجاری اصلی کارآمدتری بسازند که بدون از دست دادن کیفیت یا عملکرد، در هزینه صرفه جویی شود.

به همین منظور پتروشیمی اروند در اولین گام خود برای استقرار ERP به سراغ فرآیندهای فروش و تحویل محصولات رفت، ابتدا انواع فروش در پتروشیمی اروند را بررسی می کنیم.

پتروشیمی اروند فروش خود را به چندین روش صورت می دهد:

- فروش از طریق بورس کالا
- فروش بین مجتمع های پتروشیمی سطح منطقه ویژه
- فروش صادرات
- فروش مستقیم

پیش از استقرار و توسعه ماژول های فروش داخلی، پذیرش و توزین، انبار محصول و فروش صادراتی، اطلاعات این حوزه ها به صورت جزیره ای در قالب نرم افزار های کوچک و یا فایل های Office نگهداری می شد.

به عنوان مثال اطلاعات تولید، موجودی انبار و یا محصولات خارج شده از درب مجتمع، به دلیلی جزیره ای بودن و عدم تمرکز اطلاعات دچار مغایرت های زیادی می شد و امکان دستیابی به اطلاعات صحیح و قابل اطمینان در زمان مورد لزوم تقریباً غیر ممکن بود.



به عنوان مثال زمانیکه اداره فروش برای عرضه میزان محصول قابل فروش در بورس اطلاعاتی از جمله:

۱. موجودی انبار و مخازن به تفکیک محصولات
۲. میزان تعهدات شرکت به مشتریان
۳. برنامه تولید هفته جاری

را می خواست، می بایست به ادارات انبار محصول، فروش، مالی و کنترل تولید به صورت کتبی نامه ارسال نماید و درخواست این اطلاعات را نماید.

همین رویه خود دارای اشکالات بسیار زیادی از جمله مغایرت بین اطلاعات ارسالی بین واحد ها می شد و درنهایت ارائه موجودی قابل عرضه در بورس براساس تجربیات کارشناس فروش صورت می پذیرفت.

از جمله مشکلاتی که عدم یکپارچگی نرم افزار در فرآیند فروش به وجود آورده بود، می توان به موارد ذیل اشاره نمود:

۱. عدم امکان دستیابی در لحظه به میزان تولید و موجودی انبار
۲. کنترل چشمی وجوه واریزی مشتریان با حساب شرکت به منظور وصول مطالبات
۳. طولانی شدن زمان پاسخ گویی به درخواست های مشتریان در فرآیند فروش
۴. عدم آگاهی مشتری از وضعیت خرید های خود
۵. عدم امکان برنامه ریزی عرضه و فروش محصولات به دلیل گسستگی اطلاعات مربوط به موجودی، برنامه تولید و همچنین تعهدات فروش
۶. اتلاف ماهیانه چندین هزار برگ کاغذ جهت ارائه مستندات فروش به امور مالی

پس از استقرار ماژول های فروش داخلی، پذیرش و توزین، انبار محصول، فروش صادراتی و ماژول مالی،

تمامی اطلاعات مربوط به خرید مشتری از ابتدای فرآیند تا انتها در نرم افزار به صورت جامع و شفاف قابل رصد و پیگیری می باشد.

به عنوان مثال، هر هفته اداره فروش شرکت با بررسی میزان موجودی انبار به تفکیک محصولات و همچنین ملاحظه برنامه تولید در هفته جاری، میزان محصولات قابل فروش را



در بورس کالا ثبت می کند و پس از خرید مشتریان در بورس کالای ایران، امور مالی شرکت، تمامی وجوه واریزی مشتریان را با حساب های شرکت در بانک به آسانی چک و نرم افزار به صورت خودکار مغایرت های وجوه واریزی با درخواست های خرید را به کارشناسان اعلام می کند.

در صورت تأیید وجوه واریزی فاقد مغایرت، قرارداد فروش محصول ثبت می گردد و سامانه به صورت خودکار برای مشتریان اطلاع رسانی از طریق پیامک و ایمیل را انجام و ملاحظات قرارداد خرید، منجمله حداکثر مهلت زمانی جهت دریافت محصولات خریداری شده را اعلام می کند.

این یکپارچگی اطلاعات مزایای دیگری نیز دارد که می توان به موارد ذیل اشاره نمود:

یکپارچگی اطلاعات باعث شده است که مشتری تمامی اطلاعات قراردادهای خود با پتروشیمی اروند را به صورت متمرکز به ازای محموله های دریافتی و با جزئیات دقیق منجمله شماره پلاک و گواهینامه رانندگان تراک ها رصد و در لحظه از وضعیت خرید های خود آگاهی یابد.

از جمله مزایای مهم استقرار ERP می توان به خودکار سازی فرآیندهای پرتکرار اشاره نمود. پیش از این تعریف اجمالی از خودکار سازی فرآیند را مرور می کنیم.

خودکار سازی فرآیندها در سیستم های (ERP برنامه ریزی منابع سازمانی) به معنای استفاده از تکنولوژی برای کاهش نیاز به دخالت دستی در اجزای مختلف سیستم و بهبود کارایی کلی سازمان است. این کار باعث تسهیل جریان اطلاعات، کاهش خطاها و افزایش سرعت عمل می شود.

نمونه های خودکار سازی فرآیند ها در حوزه فروش:

استفاده از چت بات ها و سیستم های پشتیبانی خودکار برای پاسخ به سوالات متداول مشتریان و ردیابی درخواست های خدمات.

تحلیل داده ها: خودکار سازی جمع آوری و تحلیل داده های فروش و بازاریابی، که به شناسایی روندها و فرصت های بهبود کمک می کند.

گروه بندی خودکار مشتریان براساس میزان خریدهای انجام شده توسط آن ها.



انبار محصول



فرآیند فروش و بازرگانی و محاسبه هزینه انبارداری

