

KOMUNIKACIJA IZMEĐU KOMERCIJALISTE I MAGACINA U KOMPANIJI CARLSBERG

Obrazac: Tok akcije

Svrha

Obrazac „Tok akcije“ je alat za analizu komunikacije između učesnika sa ciljem njenog razumevanja i optimizacije.

Motivacija

Pod komunikacijom se podrazumeva *kako* dva ili više učesnika prenose i primaju informacije i *kako* oni reaguju na te informacije, pri čemu učesnici mogu biti i ljudi i kompjuteri - to nije od značaja u ovom kontekstu. Klijenti imaju različite potrebe, kakve su i potrebe za proizvodom. U zavisnosti od potrebe, jedna organizacija može igrati ulogu klijenta naručujući proizvod koji će zadovoljiti neke njene specifične potrebe, dok druga može igrati ulogu snabdevača. Klijent i snabdevač (u našem slučaju komercijalista, koji predstavlja klijenta i magacin, koji predstavlja snabdevača) međusobno interaguju, kao što je prikazano na *Dijagramu 1*.



Dijagram 1: Komercijalista pravi narudžbinu po želji kupca, nakon čega mu proizvod biva isporučen

Ono što, međutim, slika 1 ne otkriva jeste *prava* interakcija – priprema narudžbine, sređivanje informacija, tok informacija, određivanje ruta za prevoz robe do klijenta itd. Poenta je sledeća: stvarna interakcija između klijenta i snabdevača retko je dokumentovana ili detaljisana u sistemu ili opisu procesa tj. posla. Na primer, mnogi e-mail sistemi ne mogu automatski potvrditi da je primaoc zaista primio i pročitao poruku: to bi trebalo da bude očigledan deo procesa, da ukine potrebu pošiljaoca da potvrdi da li je mail stigao na određeno mesto.

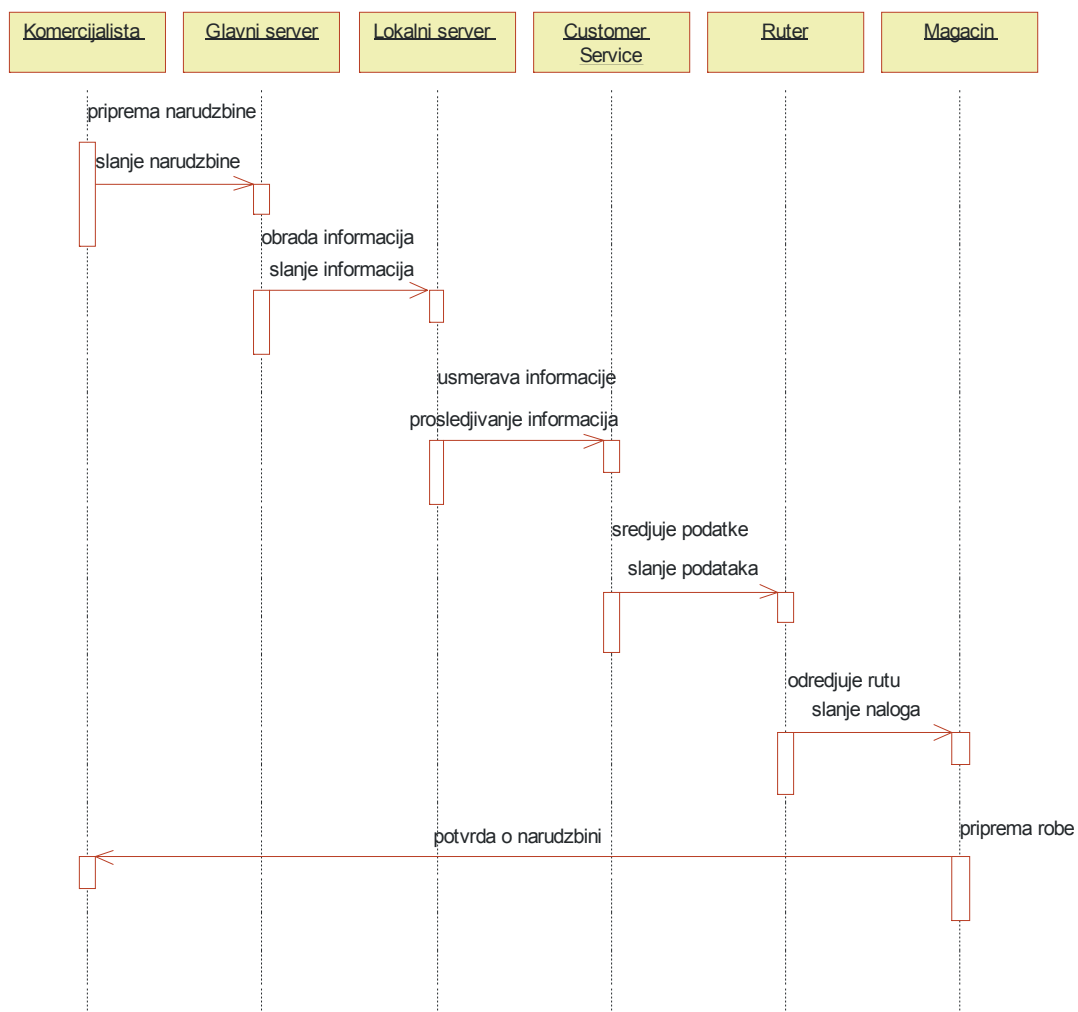
Dobar deo studija je obavljen u oblasti komunikacija koje direktno utiču na način modelovanja izmena. U ranim 80-im, F. Flores, M. Gaves, B. Hartfield i T. Winograd predstavili su rad *Action Language Perspective*, zasnovan na radu Searle-a *Speech Act Theory*; ovaj se rad pokazao kao nova paradigma analize i dizajna informacionih sistema. Nasuprot tradicionalnom pogledu na tok podataka, *Action Language Perspective* ističe šta ljudi rade u toku komunikacije tj. *kako* oni kreiraju zajedničku realnost pomoću jezika i *kako* komunikacija doprinosi koordinaciji njihovih aktivnosti. Rad F. Flores-a, M. Gaves-a, B. Hartfield-a i T. Winograd-a rezultovao je navalicom softverskih aplikacija nazvanih **sistemima toka akcije** (npr: Coordinator, Lotus Notes, Metro...). Jedan od najpopularnijih modela u oblasti toka akcije je je Flores-ov model.

Stvarna komunikacija između komercijaliste koji zastupa potražnju kupaca i magacina kao snabdevača odvija se kroz nekoliko faza, a to su:

1. Priprema narudžbina
2. Obrada informacija
3. Određivanje ruta i

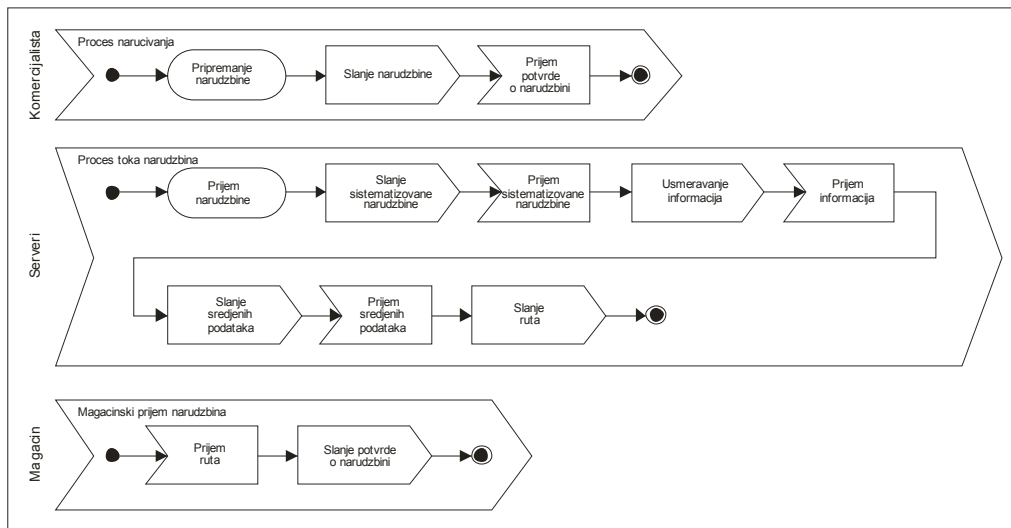
4. Potvrda o prijemu iz magacina.

Komercijalista priprema narudžbinu koju je dobio od kupca, ubacuje u svoj palm-top i podaci se šalju direktno u glavni server. Glavni server vrši obradu i sistematizaciju informacija i šalje lokalnim ruterima. Lokalni serveri usmeravaju ovako obrađene informacije customer servisima koji proveravaju da li kupci imaju prethodni dug, kome može da ide roba a kome ne... Ovi podaci se šalju ruterima koji određuju rute, tj. putanje prevoza naručene robe. Te informacije primaju određeni magacini, odakle se prevozi naručena roba do kupaca. Ovaj proces komunikacije između komercijaliste i magacina prikazan je na *Dijagramu 2*.



Dijagram 2: Interakcija između komercijaliste (koji prima potraživanja kupca) i magacina za isporučivanje robe

I proces isporuke (iz magacina) i proces naručivanja (od komercijaliste) imaju eksplicitan cilj i jasnu klijentsku vrednost. Cilj procesa isporuke (iz magacina) je isporuka proizvoda prethodno naručenog. Cilj procesa naručivanja jeste narudžbina ispravnog proizvoda, po odgovarajućoj ceni i njegova isporuka na odgovarajući datum isporuke.

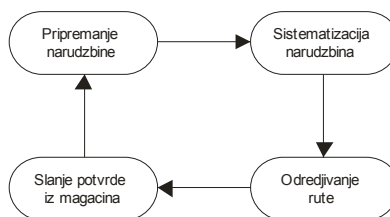


Dijagram 3: Detaljan opis procesa

Primena

Obrazac Tok akcije je od pomoći u procesu struktuiranja i razumevanja interakcije organizacionih jedinica, ljudi ili procesa. Može se koristiti u analizi interakcije da specificira tačno kako objekti interaguju, zašto i kada oni interaguju, radi detaljnijeg opisa posmatranih objekata. Tipične primene su sistemi za tok akcije poput Lotus Notes, ali koji uključuju poslovnu reorganizaciju tokom koje dolazi do spajanja, zatvaranja i otvaranja odeljenja.

Struktura



Dijagram 4: Struktura obrasca Tok akcije

Učesnici

Pripremanje narudžbine – komercijalista priprema zahtev (narudžbinu), a zatim kontaktira drugog učesnika (server).

Sistematizacija narudžbine – narudžbine se obrađuju, sistematizuju i usmeravaju preko glavnog i lokalnog servera.

Određivanje rute – određuje se put prevoza robe preko rutera.

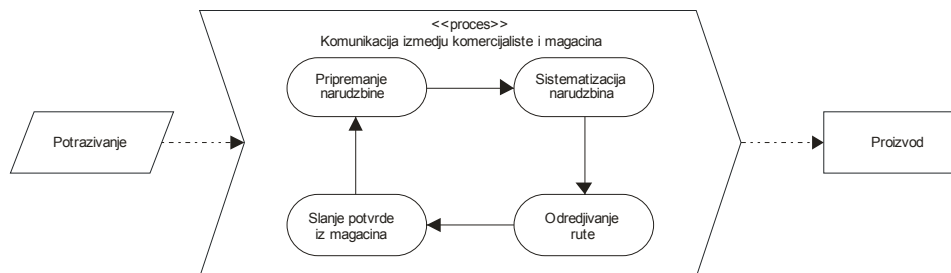
Slanje potvrde iz magacina – kada je iz rutera primljena informacija u magacin, šalje se potvrda komercijalisti o uspešnom prijemu narudžbine.

Konsekvence

Korišćenje obrasca Tok akcije omogućava istraživanje i kasnije razumevanje interakcije između objekata poput procesa i organizacija. U mnogim slučajevima ovo vodi reorganizaciji opisa procesa tj. poslova kao i organizacione strukture i odgovornosti.

Primer

Obrazac Tok akcije može se primeniti i na makro nivou (interakcija između dva poslovna procesa) i na mikro nivou (akcije unutar procesa). *Dijagram 5* prikazuje jedan proces čije su interne akcije uočene, strukturirane i opisane obrascem Tok akcije. Posebno je označen proces komunikacije (između komercijaliste i magacina). Proces prolazi kroz pripremanje narudžbine, sistematizaciju narudžbine, određivanje rute i slanje potvrde iz magacina o prijemu.



Dijagram 5: Aktivnosti koje se izvode za vreme date komunikacije

Navedeni obuhvata komunikaciju sa klijentom i organizacionim jedinicama kao što su serveri, ruteri i customer servisi. Kompanija gde se naručuje pivo, na primer, mora da ima odgovarajući program (u našem slučaju Hamilton) i odgovarajući hardver, kako bi taj proces funkcionisao. Modelovanje procesa naručivanja bez komunikacije sa klijentima i organizacionim jedinicama rezultovaće procesom neuspešnim u praksi. Treba naglasiti da je proces naručivanja piva vezan za komunikaciju i da se obrazac Tok akcije može iskoristiti za njegovo modelovanje. Ovaj proces mora da prolazi kroz iste korake:

- **Pripremanje narudžbine** – komercijalista priprema narudžbinu o poručenom pivu u svom palm-topu i šalje glavnom serveru.
- **Sistematizacija narudžbine** – glavni server obrađuje, sistematizuje narudžbine i to šalje lokalnom serveru. Ovaj usmerava informacije prema lokalitetu gde je kupac naručio proizvod – pivo. Zatim ove informacije prima customer servis koji ispituje da li kupci imaju dug prema firmi, kome može da se šalje roba a kome ne i slično. Ovi podaci se šalju ruterima.
- **Određivanje rute** – ruteri određuju put prevoza robe i podatke šalju magacinu.
- **Slanje potvrde iz magacina** – kada je iz rutera primljena informacija u magacin, šalje se potvrda komercijalisti o uspešnom prijemu narudžbine i isporučuje roba kupcu.

Srodni obrasci

Nema srodnih obrazaca.

Izvor

Osnivači ovog obrasca su *Speech Act* naučnik Searle, F. Flores, M. Gaves, B. Hartfield i T. Winograd. Njihov rad *Action Language Perspective* imalo je izuzetan uticaj na disciplinu poslovnog modelovanja, analizu sistema i polja modelovanja. Ove ideje inicijalno su bile objavljene u časopisu "*Computer Systems and Design of Organizational Interaction*" od strane F. Flores, M. Gaves, B. Hartfield i T. Winograd, u *ACM Transactions on Office Information Systems* (Flores 1988).

[Pripremili: Ivana Miladinović 11972 i Saša Kostić 12078]