

Cena 10 zł
INDEKS 345229

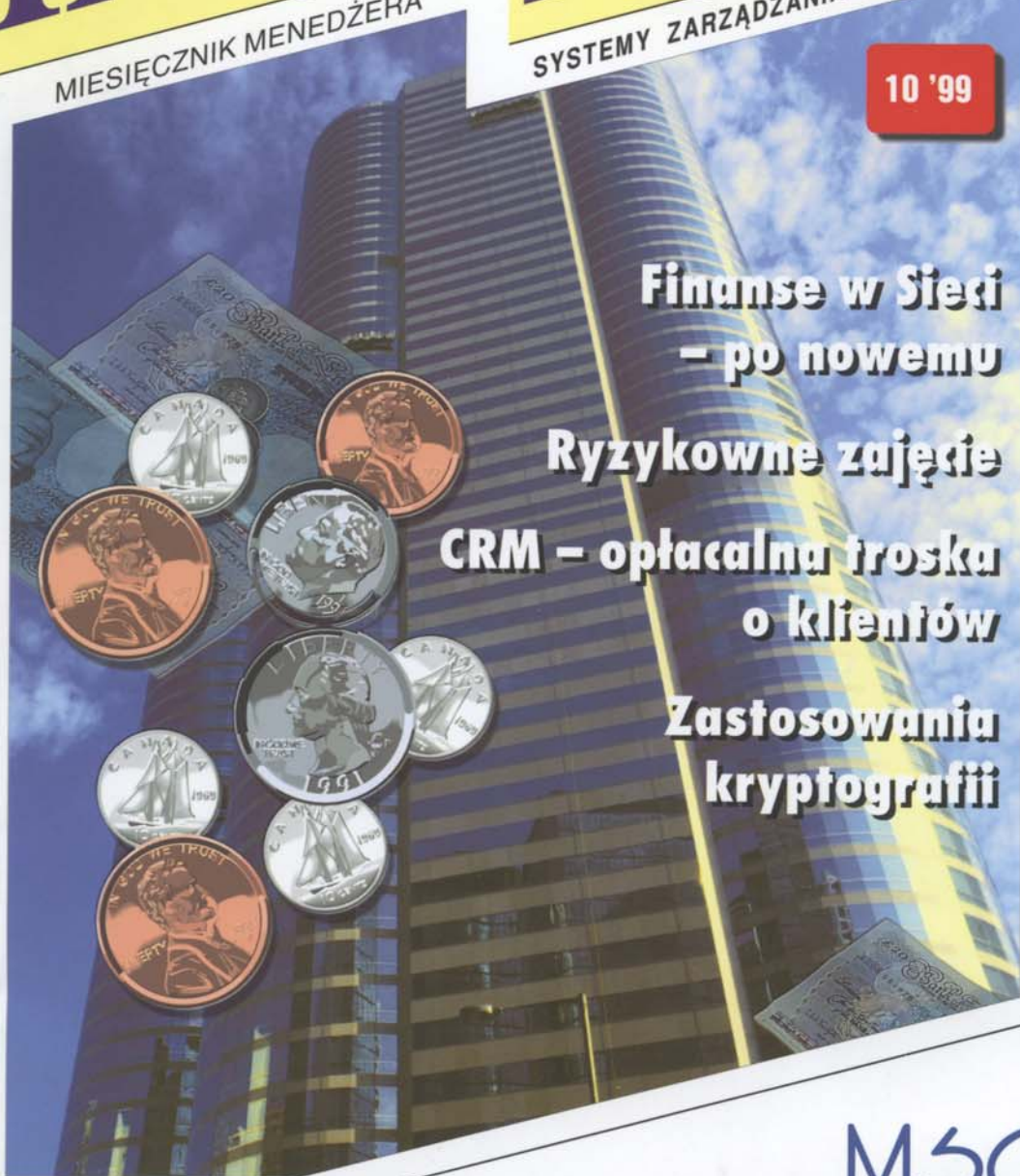
ISSN 1505-3245

INFO MAN

MIESIĘCZNIK MENEDŻERA

SYSTEMY ZARZĄDZANIA INFORMACJĄ

10 '99



**Finanse w Sieci
– po nowemu**

Ryzykowne zajęcie

**CRM – opłacalna troska
o klientów**

**Zastosowania
kryptografii**

MSG
MEDIA

Witamy Państwa w nowym dziale naszego miesięcznika – Opiniach. Zapraszamy do współredagowania tej rubryki. Na jej łamach mogą Państwo podzielić się swoimi spostrzeżeniami, uwagami i sugestiami. Prosimy o przysyłanie felietonów, listów lub luźnych uwag na adres: MSG-Media s.c., ul. Rumińskiego 6, 85-030 Bydgoszcz lub e-mailem: info-man@tt.net.pl.

Jacek KURAS

E-mail, konieczność czy ozdoba?

Coraz częściej w ankietach, które wypełniamy, pojawia się pozycja „twój adres e-mail”. Firmy, nie tylko komputerowe, na swoich wizytówkach oprócz adresów i telefonów umieszczają również adresy poczty elektronicznej. Pracuję na uczelni i Internet wykorzystuję od przeszło siedmiu lat. Obecnie nie wyobrażam sobie pracy bez dostępu do poczty. Dzięki niej mogę sprawnie utrzymywać kontakty bez względu na odległości dzielące mnie i współpracowników.

W instytucji zrezygnowaliśmy praktycznie z większości informacji wywieszanych na tablicach, przekazywanych ustnie lub telefonicznie. Każdy pracownik przed rozpoczęciem pracy przegląda pocztę. Dobrym zwyczajem jest udzielenie odpowiedzi, jeżeli osoba pisząca do nas prosi nas o to. Nawet wtedy gdy nie mam czasu lub nie interesuje mnie korespondencja, odpisuję w kilku słowach. Wiem, że podobnie postępuje większość pracowników uczelni. Niestety w wielu firmach, o których wspominałem na początku, panują całkowicie odmienne obyczaje.

Przed kilkoma laty nasz instytut prowadził rozmowy z jedną z największych firm komputerowych w Polsce. Po spotkaniu dyrektorów miałem osobiście omówić szczegóły dotyczące pewnej transakcji. Wysłałem więc pocztą elektroniczną list do osoby, która w firmie miała zajmować się kontaktami z naszym instytutem. Przez dwa dni czekałem na odpowiedź i nic. Wysłałem więc następny list, kolejny i jeszcze raz kolejny. Taka rozmowa dziada z obrazem trwała ponad tydzień. W końcu zniechęcony niepowodzeniami wzięłem słuchawkę i wykręciłem numer telefonu z wizytówki. Dopiero po moim telefonie listy przeczytano. Następne kontakty poprzez internet wyglądały analogicznie. Zrezygnowaliśmy więc ze współpracy. Trudno mieć zaufanie do takiego partnera.

Przed dwoma miesiącami wysłałem list na adres e-mailowy do jednego z najpoważniejszych czasopism komputerowych w Polsce. Czasopismo to wielokrotnie zachęca czytelników do współredagowania gazety. Mój list zawierał prośbę o przesłanie informacji z kim trzeba się kontaktować w sprawie publikowania artykułów w gazecie. Odpowiedź otrzymałem po przeszło trzech tygodniach.

Miesiąc później wysłałem podobny list do jednego z największych polskich dzienników. Tym razem nie otrzymałem odpowiedzi. Chciałbym nadmienić, iż gazeta ta regularnie publikuje dodatki komputerowe, w których zamieszcza fachowe porady również o użytkowaniu poczty elektronicznej.

Takie sytuacje powtarzają się bardzo często. Adresatów internetowych listów można jednak podzielić na kilka kategorii. Są tacy, którzy odpowiadają regularnie na listy, oraz tacy którzy odpisują okazjonalnie. Wśród tych którzy nie odpisują, można wyróżnić osoby, którym obce są idobre maniere oraz tych, co nie odpisują, bo po prostu nie potrafią korzystać z poczty.

Do czego więc służą informacje o adresach internetowych umieszczane na „złoconych” wizytówkach, informatorach wydawanych przez różne instytucje zamieszczane w stopkach gazet lub innych eksponowanych miejscach? Przekorna odpowiedź na tak postawione pytanie powinna brzmieć: „Do niczego”.

Sytuacja wydaje się jednak o wiele bardziej złożona. To nie jest wyłącznie wina pracowników firmy, gazety czy jakiejś szacownej instytucji. To jeszcze jeden dowód, iż mimo stosunkowo dużego nasycenia naszych biur, sklepów, banków i gabinetów dyrektorskich sprzętem komputerowym nie za bardzo rozumiemy, czemu te maszyny mają służyć. Bardzo często słyszymy, że problem zostanie szybko rozwiązany poprzez skomputeryzowanie. Ci którzy wypowiadają takie sądy, mają najczęściej na myśli zakup „odpowiedniej” liczby komputerów i programów. Komputer nic nam nie pomoże, jeżeli nadal nie będziemy rozumieli, do czego on służy. To ludzie decydują o tym jak żyjemy. To ich decyzje powodują, że żyjemy tak, a nie inaczej. Komputer powinien pomagać człowiekowi w podejmowaniu złożonych decyzji poprzez dostarczanie mu szybko odpowiednich informacji. Dopóki tego nie zrozumiemy, pieniądze wydawane na sprzęt komputerowy i oprogramowanie będą straconymi pieniędzmi, a konta e-mailowe wielu firm będą wyłącznie bezużytecznymi kwiatkami do kożucha.

mgr Jacek Kuras
Instytut Informatyki
Uniwersytetu Jagiellońskiego
(e-mail: kuras@ii.uj.edu.pl)