

5

SPOTKANIA SŁUŻBOWE

5.1 Pojęcie spotkania służbowego

Bardzo ważnym elementem wymiany informacji w każdej instytucji są spotkania służbowe (nazywane również spotkaniami biznesowymi) mniejszej (kilka) lub większej (kilkadziesiąt, kilkaset) liczby osób.

Spotkanie służbowe jest to zaplanowane i zorganizowane w określonym miejscu i czasie zgromadzenie dwóch lub większej liczby osób, które przekazują sobie informacje dotyczące organizacji, na rzecz których pracują, i dążą do osiągnięcia zamierzonego celu. Mogą być one organizowane w siedzibie firmy, jak i poza nią.

Spotkania służbowe organizowane są w celu przekazania i wymiany informacji, wymiany poglądów czy opinii, wspólnego rozwiązywania problemów dotyczących organizacji, udzielania porad, konsultacji, wymiany doświadczeń, kontroli bieżących działań czy podejmowania decyzji dotyczących spraw zawodowych lub społecznych.

Systematyczne organizowanie spotkań służbowych z udziałem współpracowników jest środkiem ułatwiającym koordynowanie spraw przedsiębiorstwa. Spotkania są niezastąpionym instrumentem kierowania działaniami pracowników oraz sprawowania kontroli nad powierzonymi im zadaniami, a w konsekwencji – ważnym instrumentem sprawnego zarządzania przedsiębiorstwem.

Spotkania służbowe mogą mieć **charakter wewnętrzny** lub **zewnętrzny**. Wśród spotkań wewnętrznych można wyróżnić:

- **spotkania otwarte** – dostępne dla wszystkich pracowników;
- **spotkania zamknięte** – ich uczestnikami mogą być tylko osoby zaproszone, np. zarząd organizacji lub menedżerowie działów.

Wewnętrzne spotkania służbowe są narzędziem **komunikacji wewnętrznej** danej organizacji. Osoby biorące udział w spotkaniu wewnętrznym komunikują się ze sobą w konkretnym celu. Jest nim zazwyczaj:

- przekazanie sobie niezbędnych informacji;
- omówienie sytuacji finansowej organizacji, podjęcie decyzji dotyczących ograniczenia kosztów, wykorzystania zysków, nowych inwestycji;
- omówienie zaistniałej sytuacji kryzysowej i znalezienie jej rozwiązania;
- konsultacja, udzielenie porady przed podjęciem strategicznej decyzji;
- wymiana poglądów, pomysłów, opinii na temat nowego produktu lub strategii firmy;
- ustalenia dotyczące zasad współpracy z nowymi kontrahentami, klientami;
- edukacja pracowników, np. szkolenie pracowników w zakresie nowych technologii, przepisów prawa, strategii handlowych, marketingowych;
- wybory, np. nowych członków rady nadzorczej przez walne zgromadzenie akcjonariuszy.

Spotkania o charakterze zewnętrznym służą wymianie informacji między organizacją a przedstawicielami jej otoczenia: klientami, dostawcami, doradcami, ekspertami, reprezentantami administracji publicznej czy mediów. Są one zaliczane do form **komunikacji zewnętrznej** danej organizacji. Intencje spotkań zewnętrznych są dość podobne do celów spotkań o charakterze wewnętrznym i służą przede wszystkim pozyskaniu lub wymianie informacji. Celami tych spotkań mogą być:

- konsultacje z ekspertami, doradcami, klientami, dostawcami przed podjęciem ważnych decyzji;
- opracowywanie nowych strategii handlowych, reklamowych;
- omawianie projektów nowych usług lub produktów;
- poszerzenie działalności organizacji na innych rynkach;
- szkolenie pracowników, organizowanie spotkań motywacyjnych, kursów, warsztatów, wykładów;
- negocjacje z partnerami biznesowymi, rozwiązywanie sytuacji konfliktowych, zapobieganie wszelkiego rodzaju kryzysom;
- prezentacja osiągnięć firmy, poprawa jej wizerunku na rynku;
- poszukiwanie źródeł finansowania dla działań podejmowanych przez organizację, pozyskanie sponsorów;
- poznanie zamiarów konkurencji.

Tym, co łączy wszystkie rodzaje spotkań służbowych, jest fakt, że są one formą bezpośredniej wymiany informacji związanych z pracą wykonywaną przez uczestników spotkania.



5.2 Rodzaje spotkań służbowych i ich charakterystyka

Spotkania służbowe mogą mieć różny charakter i różną rangę. Zależy to od stopnia sformalizowania, liczby i rangi uczestników oraz zaplanowanej formy. Nie każde spotkanie osób pracujących w danej organizacji lub też osób zatrudnionych w organizacjach współpracujących ze sobą można nazwać spotkaniem służbowym. Samo słowo „służbowy” według Słownika Języka Polskiego znaczy tyle co „dotyczący pracy w jakiejś instytucji”. Zatem aby móc nazwać jakieś spotkanie służbowym, musi ono dotyczyć tematyki związanej z działalnością organizacji. Wymiana informacji między uczestnikami takiego spotkania służbowego powinna dotyczyć konkretnych spraw, związanych z realizacją celów danej firmy. Spotkania tych samych osób nie dotyczące spraw organizacji będą spotkaniami prywatnymi.

Rodzaje najczęściej organizowanych spotkań służbowych o charakterze formalnym omówiono w TABELI 11.

Tabela 11. Spotkania służbowe o charakterze formalnym

Rodzaj spotkania	Charakterystyka
Odprawa	Krótkie spotkanie o charakterze roboczym, w którym uczestniczy niewielka liczba uczestników. Podczas odprawy omawiane są sprawy wewnętrzne, wydawane są dyspozycje i polecenia oraz kontrolowane jest wykonywanie bieżących zadań. Spotkania tego typu zwoływane są dość często (np. raz w tygodniu).
Zebranie	Krótkie lub dłuższe, zaplanowane i zorganizowane w określonym miejscu i czasie spotkanie dwóch lub większej liczby osób, którego celem jest omówienie konkretnych, z góry określonych spraw. Celem zebrania może być wspólne podjęcie decyzji, przekazanie informacji, wymiana pomysłów.
Spotkanie motywacyjno-integracyjne	Kilkudniowe spotkanie organizowane dla pracowników dużych firm, najczęściej poza siedzibą firmy. Towarzyszą mu zazwyczaj wykłady, warsztaty, gry, zabawy integracyjne, mające na celu budowanie zespołu oraz poprawę atmosfery pracy, co przekłada się później na efektywność pracy zespołowej.
Narada	Dość krótkie spotkanie o charakterze roboczym, wewnętrznym, którego celem jest wspólne omówienie jakiegoś problemu, ustalenie poglądów, opinii, stanowisk w jakiejś sprawie (np. w sprawie połączenia dwóch działów, unowocześnienia linii produkcyjnej, budowy nowej siedziby).
Posiedzenie	Dłuższe i bardzo sformalizowane spotkanie wielu osób o charakterze ogólnym, powszechnym. Zwoływane dość rzadko we wcześniej ustalonym terminie, o którym powiadamia się uczestników. Podczas posiedzeń prezentowane są sprawozdania, analizy, raporty, bilanse oraz uzgadniane są ważne sprawy. Powinno być protokołowane (np. posiedzenie zarządu, posiedzenie rady pedagogicznej).
Konferencja	Długie, sformalizowane spotkanie o charakterze zewnętrznym przedstawicieli różnych instytucji, organizacji, dziedzin czy branż, dotyczące określonego zagadnienia lub tematu (np. konferencje naukowe, polityczne, biznesowe). Może trwać od kilku godzin do kilku dni. Wymaga wcześniejszego, szczegółowego zaplanowania wystąpień i zorganizowania zaplecza (zakwaterowania uczestników itp.).
Prezentacja	Spotkanie organizowane zarówno dla pracowników firmy, jak i dla klientów, którego celem jest przedstawienie nowych produktów, wyników działań, strategii rozwoju czy efektów badań.
Konferencja prasowa	Podczas takiego spotkania osoby reprezentujące organizację przekazują zaproszonym dziennikarzom informacje i odpowiadają na zadawane pytania. Celem może być nagłośnienie pewnych spraw (np. sukcesów firmy) lub przekazanie informacji za pośrednictwem mediów większej liczbie odbiorców.
Negocjacje	Spotkanie organizowane dla osiągnięcia porozumienia między stronami, które mają różne opinie lub stanowiska na dany temat. Ma ono charakter procesu, ponieważ jego idealnym efektem jest porozumienie obu stron, zażegnanie konfliktu i znalezienie akceptowalnego przez obie strony rozwiązania.
Seminarium	Spotkanie poświęcone zazwyczaj jednemu tematowi lub kilku tematom pokrewnym, prowadzone przez ekspertów z danej dziedziny. Przekazywanie informacji przybiera najczęściej postać wykładów.
Kongres	Spotkanie najwyższej rangi specjalistów, ekspertów, naukowców, polityków, które służy wymianie myśli, poglądów, budowaniu więzi między uczestnikami. Może trwać kilka dni, a wymiana informacji przybiera formę wykładów, paneli dyskusyjnych, debat. Jest to zwykle spotkanie zamknięte, elitarne.
Zgromadzenie	Spotkanie służbowe odbywające się najczęściej kilka razy w roku, którego organizowanie jest określone przepisami dotyczącymi działalności danej organizacji (np. walne zgromadzenie akcjonariuszy spółki akcyjnej). Jego celem jest zwykle wspólne podjęcie strategicznych decyzji dotyczących firmy.
Zjazd	Odbywające się niezbyt często spotkanie większej liczby uczestników (np. konkretnej grupy zawodowej).

Zwoływanie niektórych spotkań służbowych, ich porządek i sposób zawiadamiania uczestników są ściśle określone stosownymi przepisami i regulaminami. Tak dzieje się choćby w przypadku posiedzeń zarządu lub rady nadzorczej spółki. Spotkania tego typu mają swojego przewodniczącego i są protokołowane przez sekretarza. Przygotowanie takiego spotkania wymaga dokładnego zapoznania się z jego procedurą.

Oprócz tradycyjnych zebrań, narad czy konferencji, podczas których uczestnicy spotykają się ze sobą osobiście, coraz bardziej popularnym sposobem wymiany informacji są telekonferencje. **Telekonferencja** to grupowa rozmowa kilku, kilkudziesięciu lub nawet kilkuset osób, odbywająca się za pośrednictwem telefonów stacjonarnych lub komórkowych, jak i różnego rodzaju połączeń telekomunikacyjnych, w tym połączeń radiowych, wizyjnych (wideokonferencja) oraz poprzez sieci komputerowe – za pośrednictwem komunikatorów ogólnodostępnych (np. Skype) lub wewnętrznych. Może ona odbyć się niezależnie od aktualnych miejsc przebywania uczestników. Taki sposób organizowania rozmów pozwala ograniczyć koszty wyjazdów służbowych i zaoszczędzić czas uczestniczących w nich osób.

Telekonferencje są bardzo wygodnym rozwiązaniem zarówno dla małych firm, które nie chcą ponosić wysokich kosztów podróży swoich pracowników, jak i dużych przedsiębiorstw posiadających oddziały ulokowane na terenie całego kraju bądź też prowadzących działalność na całym świecie.



Spotkania o charakterze nieformalnym

Na samym początku należy wyraźnie zaznaczyć, że spotkania służbowe – bardziej czy mniej formalne – wciąż podlegają etykiecie obowiązującej w biznesie. Nie ma większego znaczenia, czy odbywają się w godzinach, czy po godzinach pracy, w siedzibie organizacji, czy poza nią. Niektórych niedoświadczonych uczestników tego rodzaju spotkań może zmylić miejsce, nazwa czy pora przyjęcia, lecz wówczas, aby nie popełnić gafy, warto zachować ostrożność, poczynawszy od ubioru, który założymy, aż po listę tematów rozmów, które będziemy prowadzić. Należy wciąż mieć na uwadze, że spotkania służbowe to czas spędzony w pewnym konkretnym celu i daleki jest on od czysto towarzyskich spotkań rodzinnych czy imprez w gronie przyjaciół, organizowanych przez dobrze znanych nam i lubianych ludzi.

Nieformalne spotkania służbowe również są nakierowane na osiągnięcie zamierzonych celów, jedynie w nieco mniej formalnych okolicznościach. Celami tymi może być integracja uczestników, nawiązanie lub podtrzymanie relacji czy też zacieśnienie więzi. Każdy koktajl, przyjęcie ogrodowe czy bankiet to szansa na zawarcie nowych, przydatnych w interesach znajomości, pokazanie się z innej, może lepszej strony, zainteresowanie innych swoją osobą, organizacją oraz jej osiągnięciami. To czas, w którym można porozmawiać o sprawach dotyczących pracy, na co nie ma czasu podczas sformalizowanych spotkań. To chwila oddechu od zebrań i posiedzeń mających bardzo sztywny harmonogram, ale nie oddechu pełną piersią.

Rodzaje najczęściej organizowanych spotkań służbowych o charakterze nieformalnym przedstawiono w TABELI 12.

Tabela 12. Spotkania służbowe o charakterze nieformalnym

Rodzaj spotkania	Charakterystyka
Przyjęcie koktajlowe (<i>cocktail party</i>)	Niewielkie przyjęcie dla pracowników, współpracowników, klientów, sponsorów, organizowane zwykle w celu uczczenia sukcesu lub osiągnięcia firmy (np. otrzymanie nagrody, wyróżnienia). Jest to dość krótkie przyjęcie, odbywające się zwykle na stojąco.
Przyjęcie w ogrodzie (<i>garden party</i>)	Odmiana przyjęcia koktajlowego. Urządzane najczęściej z okazji święta narodowego (np. w ogrodzie ambasady dla zaprzyjaźnionych przedstawicieli firm działających na terenie państwa, w którym się ona znajduje), powitania lub pożegnania ważnego gościa lub delegacji.
Bankiet	Dość uroczyste przyjęcie dla większej liczby uczestników konferencji, wystawy, zjazdu czy targów lub przyjęcie organizowane np. z okazji jakiegoś jubileuszu. Odbywa się zazwyczaj według standardowego schematu i składa się z aperitif, poczęstunku i części rozrywkowej.
Targi	Spotkania, na których prezentowane są produkty lub usługi firm z jednej lub kilku pokrewnych dziedzin. Organizacje reprezentujące zbliżone branże, dyscypliny czy zakres działania wynajmują stoiska lub powierzchnie w sali targowej, aby w ten sposób móc wymieniać się informacjami z innymi wystawcami lub odwiedzającymi (jeżeli targi są dla nich otwarte). W czasie targów często organizowane są imprezy towarzyszące: wykłady, warsztaty, spotkania z ekspertami, prezentacje nowych produktów.
Premiera	Są to nieformalne spotkania w większym gronie zaproszonych gości, które do niedawna kojarzyły się głównie z prezentacją nowego spektaklu teatralnego lub filmu, a obecnie dotyczą już też pierwszej prezentacji nowego produktu, wprowadzenia na rynek nowej marki, modelu samochodu, kolekcji ubrań itp. Celem premiery jest zaprezentowanie i wypromowanie pojawiającej się na rynku nowości. Oprócz osób związanych z produkcją i promocją, pojawiają się zwykle na niej liczni goście z różnych środowisk, których zadaniem jest uświetnienie premiery – często są to osoby z pierwszych stron gazet.
Impreza charytatywna	Spotkanie mające na celu zbiórkę pieniędzy niezbędnych do udzielenia pomocy ludziom, którzy tej pomocy potrzebują. Przedstawiciele organizacji występują podczas tych spotkań w charakterze inicjatorów akcji, sponsorów, gości uświetniających imprezę. Często ich praca przy zorganizowaniu takiej akcji lub imprezy nie jest dodatkowo wynagradzana, a więc jest rodzajem wolontariatu. Akcje i imprezy charytatywne pozwalają zbudować pozytywny wizerunek firmy i zaistnieć w mediach.

5.3 Cel i tematyka spotkania służbowego

Podstawowymi pytaniami, które należy sobie zadać przed zorganizowaniem spotkania służbowego, są:

- Czy to spotkanie jest naprawdę potrzebne?
- Jaki jest cel spotkania?
- Jaka będzie tematyka spotkania?
- Kto ma uczestniczyć w spotkaniu?

W niektórych organizacjach marnuje się zbyt dużo czasu na organizowanie spotkań, które – w opinii jej pracowników – niewiele wnoszą, a jedynie zabierają czas, który można by było wykorzystać efektywniej. Wynika z tego, że albo nie jest dla nich ważna tematyka tych spotkań, albo też cel, w jakim są zwoływane, można osiągnąć w inny, bardziej przystający do potrzeb sposób.

Wiele osób nie lubi uczestniczyć w spotkaniach służbowych, ponieważ uważa, że odbywa się ich zbyt dużo i trwają zbyt długo. Ich opinia może więc świadczyć o tym, że z wieloma informacjami przekazywanymi na spotkaniach można zapoznać pracowników za pośrednictwem innych form komunikacji – często szybciej i skuteczniej.

Zyski wynikające z wymiany informacji między pracownikami wewnątrz firmy oraz jej otoczeniem są jednak ogromne i niezaprzeczalne. Dobrze przygotowane spotkania służbowe są inicjatywą, która przekłada się na wymierne korzyści dla organizacji. Negatywne opinie pracowników na temat zebrań mogą więc wskazywać na niewłaściwe przygotowanie spotkań służbowych, począwszy od nieprzemyślanego celu czy tematyki aż po kiepską organizację. Jak więc uniknąć marnowania czasu i zniechęcania pracowników do takiej formy komunikacji bezpośredniej? Odpowiedź jest prosta: spotkania służbowe należy pod każdym względem perfekcyjnie przygotować.

Jeżeli cel w postaci przekazania i wymiany informacji, wymiany poglądów czy opinii, wspólnego rozwiązania problemu, udzielenia porady, konsultacji, wymiany doświadczeń czy kontroli bieżących działań może zostać osiągnięty tylko podczas spotkania służbowego – należy podjąć decyzję o jego organizacji.

5.4 Harmonogram i przebieg spotkania służbowego

Po podjęciu decyzji o organizacji spotkania służbowego i określeniu jego tematyki kolejnym krokiem jest sporządzenie harmonogramu, według którego spotkanie będzie przebiegać. Taki harmonogram nosi nazwę **porządku spotkania**. Dobrze przemyślany i skonstruowany porządek spotkania to połowa sukcesu – jest gwarancją sprawnego przebiegu spotkania i efektywnego wykorzystania czasu nań przeznaczonego. Zgodnie z tym planem będzie postępowała osoba prowadząca spotkanie. Spisanie wszystkich kluczowych punktów harmonogramu spotkania jest niezbędne po to, aby nie zapomnieć o najważniejszych sprawach, które powinny być poruszone. Podczas pracy nad porządkiem spotkania ważne jest przemyślenie kwestii kolejności poruszanych tematów, czasu potrzebnego na wygłoszenie referatów, odczytów czy przeprowadzenie dyskusji, ale również zaplanowanie czasu na odpoczynek uczestników lub przerwę na posiłek, jeżeli spotkanie należy do dłuższych.

Przygotowanie harmonogramu spotkania oraz wcześniejsze poinformowanie wszystkich zainteresowanych o jego przebiegu pozwala uniknąć później niepotrzebnych przerw, przestojów lub nieporozumień i w rezultacie straty czasu. Przed spotkaniem jego uczestnicy powinni przygotować się do swoich wystąpień i ewentualnej dyskusji, zapoznać się z tematyką spotkania oraz przygotować raporty, prezentacje itp.

W porządku typowego spotkania można wyróżnić 9 części, wymienionych i scharakteryzowanych na s. 97–98.

1. Powitanie uczestników

Pierwszym, obowiązkowym punktem spotkania jest przywitanie przybyłych osób. Jeśli wszyscy zebrani spotykają się nie po raz pierwszy, nie ma obowiązku prezentowania ich sobie wzajemnie. Jeżeli natomiast w spotkaniu uczestniczą nowi uczestnicy, warto ich krótko przedstawić, wymieniając imię i nazwisko, zajmowane stanowisko i organizację, którą reprezentują. Takie postępowanie pomoże w nawiązaniu wzajemnych kontaktów oraz zapobiegnie snuciu domysłów na temat kompetencji danego prelegenta czy partnera biznesowego. W przypadku spotkań służbowych o dużej liczbie uczestników można przedstawić jedynie osoby, które będą prezentowały kolejne treści (prelegentów, referentów, wykładowców, dyskutantów, trenerów). Problem wzajemnej komunikacji i pozbycia się barier komunikacyjnych podczas

większego spotkania mogą rozwiązać plakietki lub identyfikatory, na których umieszcza się imię, nazwisko oraz nazwę firmy pracownika biorącego udział w spotkaniu.

2. Przedstawienie tematu, celu i porządku spotkania

Osoba prowadząca spotkanie powinna poinformować uczestników o porządku zebrania, przypomnieć jego tematykę oraz cel, który powinien zostać osiągnięty po jego zakończeniu. Jeżeli zaszły jakieś zmiany w stosunku do pierwotnego porządku zebrania, również należy o nich wspomnieć na samym początku.

3. Przyjęcie protokołu z poprzedniego spotkania

Jeżeli spotkania służbowe odbywają się regularnie, następuje teraz przyjęcie protokołu z poprzedniego spotkania, czyli zaakceptowania zapisów dotyczących przebiegu oraz wniosków z ubiegłego zebrania.

4. Wybór przewodniczącego spotkania

Jeżeli spotkanie jest zorganizowane przez jedną ze stron i zaprasza ona uczestników spotkania do siedziby swojej firmy, w sposób naturalny przedstawiciel tej organizacji przewodniczy spotkaniu – jest jego gospodarzem. Jeżeli w spotkaniu uczestniczy więcej osób – przedstawicieli różnych organizacji – i spotykają się oni w miejscu neutralnym, które nie jest siedzibą żadnej organizacji, zwykle należy wybrać przewodniczącego spotkania.

5. Prezentacja raportów, analiz, referatów, opinii itp.

Po wstępnych formalnościach należy przejść do omówienia spraw, dla których spotkanie zostało zorganizowane. Jeżeli celem spotkania jest przedstawienie realizacji wniosków czy raportów z wykonanych prac, powinny one znaleźć się w kolejnym punkcie porządku spotkania. W przypadku spotkań informacyjnych jest to moment na przedstawienie referatów, opinii, wykładów, prezentacji, analiz itp. Podczas prezentacji treści merytorycznych przewodniczący spotkania powinien czuwać nad tym, aby wystąpienia poszczególnych osób były w miarę możliwości związane i nawiązywały do tematu spotkania. Jeżeli jest inaczej, może on delikatnie i taktownie zwrócić uwagę osobom wypowiadającym się, aby skupiły się na głównym wątku spotkania.

6. Dyskusja dotycząca zaprezentowanych treści

Po zaprezentowaniu materiałów przygotowanych przez uczestników odbywa się najczęściej ich omówienie lub dyskusja na tematy w nich poruszane. Rozmowy i polemiki kończą się zwyczajowo podsumowaniem dyskusji, sformułowaniem wniosków lub uchwał oraz wyznaczeniem kolejnych zadań i celów do realizacji.

7. Podsumowanie dyskusji, sformułowanie wniosków, określenie celów do realizacji

Następnie należy podsumować, które tematy zostały omówione, a które wymagają dodatkowych spotkań czy analiz. Należy też poinformować uczestników o tym, kiedy otrzymają notatki czy protokół z zebrania, oraz o planowanym terminie kolejnego spotkania.

8. Sprawy różne (wolne wnioski)

Ponieważ spotkanie kilkunastu, kilkudziesięciu czy kilkuset osób nie zdarza się co dzień, jest ono często wykorzystywane do przekazania słuchaczom informacji niezwiązanych dokładnie z tematem spotkania lub do zgłoszenia innych wniosków, uwag czy spostrzeżeń. Czasem przeznaczonym na tego rodzaju wystąpienia jest właśnie końcowa część zebrania.

9. Zakończenie spotkania, podziękowanie uczestnikom, pożegnanie gości

Na koniec przewodniczący spotkania powinien podziękować uczestnikom za przybycie, aktywny udział i uwagę.

Aby spotkanie służbowe nie przerodziło się w chaotyczną wymianę poglądów, kłótnię czy przeciągającą się w nieskończoność nużącą prezentację treści mało pożytecznych i kompletnie nieinteresujących, powinno – oprócz dobrego harmonogramu – mieć odpowiedniego prowadzącego (przewodniczącego), który jest kompetentny w tematyce spotkania oraz asertywny i dobrze zorganizowany. Rolą osoby prowadzącej jest dopilnowanie, aby został osiągnięty cel i zrealizowany porządek spotkania. Prowadzący spotkanie, nawet jeśli nie jest stroną wymiany komunikatów, powinien aktywnie słuchać wystąpień uczestników, aby móc właściwie pokierować przebiegiem spotkania oraz w odpowiednim momencie zareagować. Jest to konieczne wówczas, gdy zauważalne jest fizyczne zmęczenie uczestników lub następuje impas w negocjacjach czy rozmowach. W takich momentach najwłaściwszą reakcją przewodniczącego spotkania jest ogłoszenie przerwy. W zależności od potrzeb lub harmonogramu może ona być krótsza i wynosić 15, 20 czy 30 minut lub dłuższa, wynosząca nawet do 2 godzin (np. przeznaczona na posiłek).



5.5 Przygotowanie i organizacja spotkania służbowego

Przygotowaniem i organizacją spotkań służbowych, z racji specyfiki swojej pracy, najczęściej zajmuje się sekretarka lub sekretarz biura. Ten naturalny wybór wynika z charakteru pracy, jaki ta osoba wykonuje: kontaktuje się z współpracownikami i osobami spoza organizacji, ułatwia im wzajemną komunikację, dysponuje wiedzą odnośnie relacji służbowych pracowników z osobami z otoczenia organizacji i informacjami na temat danych teleadresowych tych osób. Jeżeli w firmie nie ma sekretariatu, organizacją spotkania służbowego zajmuje się zwykle osoba, która jest jego inicjatorem. Natomiast gdy skala spotkania jest duża (np. konferencja, kongres), warto zwrócić się o pomoc do specjalistów z działu marketingu lub nawet zewnętrznej firmy zajmującej się profesjonalnie organizacją tego rodzaju wydarzeń.

Poniżej przedstawiono omówienie niezbędnych czynności, które należy wykonać podczas przygotowania każdego spotkania.

1. Ustalenie terminarza działań

Gdy w firmie została podjęta decyzja o zorganizowaniu spotkania służbowego, pracownik zajmujący się wcielaniem w życie tego planu musi skoordynować wszystkie czynności związane z jego organizacją. Bardzo przydatne jest wówczas sporządzenie **terminarza działań** związanych z przygotowaniem spotkania, ponieważ nie wszystkie czynności można wykonać w jednym terminie, a niektóre formalności mogą zająć więcej czasu.

2. Sporządzenie listy uczestników

Organizację spotkania służbowego należy rozpocząć od ustalenia liczby jego uczestników. Aby o żadnym z nich w trakcie przygotowań nie zapomnieć, konieczne jest sporządzenie ich listy. Należy to zrobić w porozumieniu z osobami, które są inicjatorami spotkania.

3. Przygotowanie materiałów informacyjnych

Wraz z zaproszeniami i zawiadomieniami warto wysłać uczestnikom różnego rodzaju materiały informacyjne. Pozwoli to im przygotować się do dyskusji i uważnie śledzić prezentowane zagadnienia, a organizatorom spotkania ułatwi i usprawni jego prowadzenie. Materiały informacyjne powinny dotrzeć do uczestników odpowiednio wcześniej, tak by mieli czas się z nimi zapoznać.

Wśród materiałów tych mogą znaleźć się np. harmonogram spotkania, tematy i tezy prezentacji, referatów i wykładów, pisma intencyjne oraz jeśli to możliwe – teksty uchwał, które będą głosowane na spotkaniu. Obecnie większość materiałów informacyjnych jest przesyłana uczestnikom pocztą elektroniczną lub zamieszczana na stronie internetowej organizacji aranżującej spotkanie. Należy jednak pamiętać, aby w zaproszeniu lub powiadomieniu wysłanym do zainteresowanych wspomnieć o takiej właśnie formie przekazania materiałów.

Materiały informacyjne mogą też mieć postać drukowaną. Pracownik zajmujący się organizowaniem spotkania może zlecić ich przygotowanie i wydruk drukarni oferującej profesjonalne usługi w tym zakresie lub opracować je samemu, wykorzystując do tego celu wspomniane wcześniej programy komputerowe. Przygotowanie tego rodzaju publikacji zaczyna się zwykle od napisania tekstu, który ma znaleźć się na zaproszeniu, zawiadomieniu, ulotce czy w katalogu. Wykorzystuje się zwykle do tego edytor tekstu.

Należy pamiętać, by treść zamieszczona w materiale informacyjnym była zredagowana w sposób czytelny i zawierała tylko najważniejsze informacje. Następnie tekst można poddać edycji i obrócić w programie służącym do przygotowywania prezentacji multimedialnych, umożliwiającym wypełnienie wybranego szablonu treścią, zdjęciami, grafiką, wybranie odpowiedniego stylu publikacji, tj. kroju pisma oraz kolorystyki. Pakiet tego rodzaju informacji jest bardzo przydatny również po spotkaniu – mogą do niego sięgnąć osoby, które nie mogły uczestniczyć w spotkaniu lub które chcą coś sprawdzić bądź sobie przypomnieć.

4. Wysłanie zawiadomień i zaproszeń oraz materiałów informacyjnych

Do wszystkich osób z listy należy rozesłać pisemne informacje, zawiadomienia lub zaproszenia. Forma tego pisma będzie zależała od rodzaju spotkania oraz tego, jaką funkcję ma na nim pełnić zapraszana czy zawiadamiana osoba.

Jeżeli spotkania są mniej formalne, mają charakter cykliczny i odbywają się w danej organizacji regularnie, najczęściej wystarczy zawiadomić (zaprosić) uczestnika o miejscu i godzinie zebrania za pośrednictwem poczty elektronicznej. Spotkania służbowe wyższej rangi wymagają zawiadomienia (zaproszenia) w formie tradycyjnego pisma. Obydwa sposoby powiadamiania wymagają zwykle od osoby zawiadamianej potwierdzenia przybycia.

Zarówno w zawiadomieniu czy zaproszeniu przesłanym pocztą elektroniczną, jak i tradycyjną, powinny znaleźć się następujące informacje:

- kto organizuje spotkanie;
- kiedy i gdzie się ono odbędzie;
- jakie są cele spotkania i jakie tematy zostaną poruszone;
- jaki jest planowany harmonogram spotkania;
- kto weźmie udział w spotkaniu.

Pisma tradycyjne należy wysłać potencjalnym uczestnikom spotkania na tyle wcześniej, by dotarły do nich najpóźniej na dwa tygodnie przed jego terminem. Jeżeli chcemy bardziej zachęcić zawiadamianą osobę do wzięcia udziału w spotkaniu, należy zadbać o to, by informacja miała interesującą szatę graficzną i była sformułowana w formie zaproszenia¹⁰.

¹⁰ Zaproszenia i inne pisma związane z organizacją spotkania służbowego omówiono w ROZDZIALE 18.

5. Przygotowanie miejsca

Przygotowanie miejsca spotkania służbowego polega nie tylko na znalezieniu sali, w której pomieszczą się wszyscy zaproszeni uczestnicy, lecz również na:

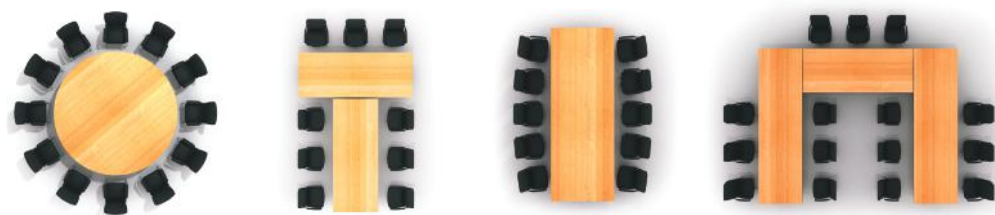
- zaaranżowaniu jej wnętrza (odpowiednim ustawieniu stołów, krzeseł, sprzętów potrzebnych do prezentacji);
- sprawdzeniu akustyki i nagłośnienia sali;
- sprawdzeniu stanu sprzętów potrzebnych do wizualnej prezentacji treści spotkania (projektory, tablice);
- zadbanie o odpowiednią temperaturę w pomieszczeniu;
- zadbanie o dostępność pomieszczeń takich jak szatnia, bufet, toaleta.

Przy wyborze miejsca spotkania służbowego należy przede wszystkim ustalić, czy firma dysponuje miejscem, w którym w komfortowych warunkach będą mogli uczestniczyć w spotkaniu wszyscy zaproszeni. Kolejną kwestią jest zastanowienie się, czy lepiej będzie zorganizować spotkanie w siedzibie firmy, czy też poza nią, a jeżeli to drugie, to gdzie. Wbrew pozorom czasami zorganizowanie konferencji, prezentacji czy seminarium poza siedzibą firmy jest łatwiejsze i nastrocza mniej problemów.

Jeżeli spotkanie będzie odbywało się poza siedzibą organizacji lub będzie gromadziło gości z innych miejscowości, trzeba pamiętać o ewentualnej rezerwacji miejsc hotelowych. W tym celu należy skontaktować się z uczestnikami spotkania, aby ustalić m.in. liczbę noclegów i przewidywaną liczbę osób, które skorzystają z takiej pomocy.

Podczas aranżowania sali, w której będzie odbywać się spotkanie, należy zastanowić się nad charakterem przedsięwzięcia, np. czy przeważać będą wykłady i prelekcje, czy też dyskusje. Jeśli wybrana na spotkanie sala na to pozwala, należy tak ustawić stoły konferencyjne i krzesła, aby umożliwić gościom czynny udział w spotkaniu i nie ograniczać ich aktywności.

Poniżej zostały zaprezentowane różne sposoby ustawienia stołów konferencyjnych, wykorzystywane podczas spotkań służbowych o różnym charakterze.



Rysunek 28. Typowe ustawienia stołów konferencyjnych podczas spotkań służbowych

Osoby prowadzące spotkanie służbowe powinny mieć zapewniony dostęp do internetu, komputera z podłączonym projektorem, tablic interaktywnych, ekranów projekcyjnych, ewentualnie telewizora z odtwarzaczem DVD lub wejściem USB, tablic suchościeralnych, tablic magnetycznych wyposażonych w arkusze papieru, markerów, magnesów itp. Osoba odpowiedzialna za organizację spotkania służbowego odpowiednio wcześniej powinna zadbać o to, by wszystkie te sprzęty i urządzenia były sprawne i w dniu spotkania właściwie spełniały swoje funkcje. Podczas spotkań na większą skalę warto zabezpieczyć ich sprawny przebieg poprzez przygotowanie zapasowych sprzętów i urządzeń na wypadek nieprzewidzianej awarii.

W trakcie większych spotkań służbowych (konferencji, zjazdów, kongresów czy seminariów) częstą praktyką jest wyposażanie uczestników w notesy i długopisy (np. opatrzone logo organizatora spotkania). O wszystkie tego typu materiały należy zadbać odpowiednio

wcześniej. Warto też zamówić ich nieco więcej, by w razie nieprzewidzianych zmian w składzie osobowym żaden z uczestników spotkania nie został ich pozbawiony.

Zarówno podczas krótszych, jak i dłuższych spotkań służbowych należy zadbać o to, by ich uczestnicy, a szczególnie prelegenci mieli zapewnione zimne i ciepłe napoje. Należy przy tym pamiętać, by oprócz butelek z wodą mineralną oraz termosów z herbatą i kawą na stołach pojawiły się też szklanki, kubeczki czy filiżanki dla gości. Podczas dłuższych (np. całodniowych) zebrań czy narad warto zawczasu pomyśleć o przekąskach lub posiłkach dla uczestników spotkania. Ten problem może rozwiązać firma cateringowa, która dostarczy do miejsca spotkania przekąski lub posiłek w zamówionej liczbie porcji, lub też funkcjonujący na miejscu bufet czy pobliska restauracja, w których przed spotkaniem należy złożyć zamówienie i dokonać stosownych rezerwacji.



Rysunek 29. Stoły przygotowane do dużego spotkania służbowego

Niebagatelną sprawą jest również zadbanie o dostęp do pomieszczeń pomocniczych: szatni, bufetu i toalet. Niewyobrażalną sytuacją jest np. zorganizowanie zimową porą spotkania dla większej liczby osób bez zadbania o miejsce, w którym mogliby oni zostawić swoje wierzchnie ubrania. Tak samo kuriozalnym pomysłem będzie próba zaaranżowania nawet krótkiego spotkania dla większej liczby uczestników w pomieszczeniu bez możliwości skorzystania z toalety.

6. Sporządzenie dokumentacji

Do dokumentacji spotkań służbowych przygotowywanej przed jego rozpoczęciem możemy zaliczyć wspomniane już wyżej zawiadomienia, zaproszenia oraz materiały informacyjne. Do tej grupy dokumentów należeć będą również lista zaproszonych gości (uczestników) oraz porządek spotkania (spisany plan spotkania).

W trakcie spotkania, w zależności od jego rangi i charakteru, sporządzane będą notatki (spotkania mniejszej liczby osób, mniej formalne) lub protokoły (spotkania bardziej liczne i sformalizowane), a dla celów dokumentacyjnych – lista obecności uczestników.

Dokumentem, który spisuje się po zakończeniu spotkania służbowego, jest sprawozdanie z jego przebiegu. Jeżeli spotkanie jest protokołowane, pracownik sekretariatu lub inna uczestnicząca w spotkaniu osoba wskazana przez przełożonego, sporządza protokół. Po podpisaniu protokołu przez osobę prowadzącą spotkanie oraz protokolanta dobrą praktyką jest rozesłanie lub udostępnienie jego tekstu zainteresowanym osobom.

Innym rodzajem dokumentu, który może zostać opracowany po zakończeniu kongresu, konferencji czy targów, na których rozpropagowaniu zależy organizatorom spotkania, jest notatka prasowa. Jest to krótki tekst informacyjny przygotowany specjalnie na potrzeby mediów, zawierający podstawowe wiadomości na temat celu, tematyki, uczestników i przebiegu wydarzenia. Wzory pism należących do dokumentacji spotkań służbowych zamieszczono w ROZDZIALE 18.

Po zakończeniu spotkania warto również dokonać jego **ewaluacji**, czyli ocenić jego efekty i ustalić, czy osiągnęło ono zakładane cele. Odbyna się to zwykle na podstawie opinii zebranych od uczestników spotkania. Sposobem pozyskania takich informacji może być ankieta ewaluacyjna, zawierająca pytania na temat korzyści, celowości czy spełnienia oczekiwań uczestników spotkania. Jeśli spotkanie zakończyło się opracowaniem końcowych ustaleń, warto zbadać, czy weszły one w życie, a następnie kontrolować ich wykonanie. Proces ewaluacji jest praktycznym sposobem doskonalenia jakości organizowanych spotkań służbowych.

5.6 Kalkulacja kosztu spotkania służbowego

Często do obowiązków sekretarki czy sekretarza biura oprócz przygotowanie spotkania służbowego należy również kalkulacja jego kosztu. Ponieważ to właśnie pracownik tej komórki jest odpowiedzialny za większość czynności organizacyjnych związanych z mającym odbyć się spotkaniem, on też w najbardziej kompetentny sposób jest w stanie oszacować wszystkie wydatki z nimi związane. Będą to przede wszystkim koszty:

- zakwaterowania, wyżywienia i transportu uczestników spotkania służbowego – jeżeli jest to spotkanie wyjazdowe;
- wyżywienia uczestników spotkania służbowego – jeżeli jest to spotkanie wyjazdowe;
- transportu uczestników spotkania służbowego – jeżeli jest to spotkanie wyjazdowe;
- wynajęcia jednej lub kilku sal konferencyjnych wyposażonych w odpowiedni sprzęt (np. pulpity dla prelegentów, projektor, ekran, system nagłośnienia, mikrofony, słuchawki, tablice suchościeralne, tablice informacyjne itp.) – jeżeli spotkanie służbowe odbywa się poza siedzibą organizacji;
- przygotowania materiałów informacyjnych (zaproszeń, zawiadomień, ulotek, harmonogramu spotkania, katalogów itp.);
- materiałów piśmiennych dla uczestników (kartek, notesów, długopisów);
- napojów i słodczych podawanych w przerwach spotkania (kawy, herbaty, wody mineralnej, soków, cukru, ciastek itp.);
- cateringu (zamówionych przekąsek, przystawek lub całego menu bankietowego oraz ewentualnej obsługi kelnerskiej) – jeżeli spotkanie odbywa się w siedzibie organizacji i trwa tak długo, że jego uczestnikom należy zapewnić posiłek.

Podczas kalkulacji należy zastanowić się, które z wymienionych wyżej kosztów są związane z liczbą uczestników spotkania, a które są od niej niezależne – stałe. Ustalając wydatki związane z drukowaniem materiałów informacyjnych, zakupem materiałów piśmiennych czy cateringiem, dobrze jest określić liczbę gości z pewną nadwyżką, po to by w razie nieprzewidzianych sytuacji dla nikogo z uczestników nie zabrakło materiałów z zebrania, przekąsek czy napojów. Po ustaleniu wszystkich wydatków całą kalkulację należy przedstawić przełożonemu, który albo ją akceptuje, albo wnosi swoje uwagi.

Po zakończonym spotkaniu pracownik odpowiedzialny za jego organizację przekazuje rachunki i faktury dotyczące poniesionych wydatków do odpowiedniej komórki – działu księgowości lub działu finansowego.

Przykład

Producent sprzętu gospodarstwa domowego na 1 października 2019 r. ustalił termin wprowadzenia na rynek nowego wielofunkcyjnego urządzenia kuchennego. Z urządzeniem tym powinni jednak zapoznać się wcześniej współpracujący z tym producentem dystrybutorzy. Dlatego 3 czerwca 2019 r. prezes firmy poprosił swoją asystentkę o przygotowanie kosztorysu dwudniowego wyjazdowego spotkania dla dystrybutorów. W spotkaniu, którego termin został wyznaczony na 12 i 13 września 2019 r., miało uczestniczyć 40 osób reprezentujących dystrybutorów oraz 10 pracowników firmy organizującej spotkania. Producent sprzętu ma siedzibę w Warszawie, a wszyscy dystrybutorzy dojadą do Warszawy na własny koszt.

Prezes chciał wiedzieć, jaką kwotę kierowana przez niego firma będzie musiała wydać na organizację spotkania, dlatego poprosił asystentkę o przygotowanie kosztorysu.

Kosztorys spotkania dla dystrybutorów organizowanego w dniach 12–13 września 2019 r. w Hotelu Konferencyjnym w Jachrance

Pozycja kosztorysu	Cena jednostkowa	Ilość	Wartość
Noclegi	150 zł	50 osób	7500 zł
Wyżywienie – od obiadu w dniu 12 września do kolacji w dniu 13 września	120 zł	50 osób	6000 zł
Transport Warszawa–Jachranka	1000 zł	1 kurs	1000 zł
Transport Jachranka–Warszawa	1000 zł	1 kurs	1000 zł
Wynajęcie sali konferencyjnej na 1 dzień	1500 zł	2 dni	3000 zł
Napoje i słodycze serwowane w czasie przerw – dla 1 osoby	15 zł	3 przerwy, 50 osób	2250 zł
Pakiet materiałów informacyjnych dla dystrybutorów	40 zł	40 osób	1600 zł
Materiały piśmienne dla dystrybutorów (długopisy i notesy) z logo organizatora spotkania	8 zł	40 osób	320 zł
Łączny wydatek na zorganizowanie spotkania			22 670 zł

SPRAWDŹ SWOJĄ WIEDZĘ

1. Wymień podstawowe rodzaje spotkań służbowych.
2. Omów różnice między spotkaniami formalnymi i nieformalnymi.
3. Opisz cele spotkań formalnych.
4. Omów czynności, które należy wykonać podczas przygotowywania spotkania służbowego.
5. Wymień pisma i dokumenty, które mogą być sporządzane przed, w trakcie i po spotkaniu służbowym.
6. Napisz harmonogram prac związanych z organizacją imprezy charytatywnej w szkole, do której uczęszczasz.
7. Znajdź w okolicy, w której mieszkasz, miejsce wykorzystywane do organizowania konferencji, seminariów lub kongresów. Sprawdź, jaka maksymalna liczba zaproszonych gości mogłaby uczestniczyć w spotkaniu. O ile to możliwe, zapoznaj się z ofertą tego miejsca dotyczącą np. wyposażenia sali w sprzęt do prezentacji. Napisz, z jakiego źródła uzyskałeś informacje.
8. Sprawdź i zapisz, gdzie i kiedy odbywają się najbliższe targi produktów lub usług, którymi jesteś zainteresowany. Zapoznaj się z harmonogramem targów.
9. W korespondencji papierowej lub elektronicznej, którą otrzymałeś Ty lub Twoi rodzice, znajdź zaproszenie na spotkanie. Napisz, jaki był rodzaj tego spotkania, kiedy i gdzie się odbyło, czego dotyczyło oraz kto był jego organizatorem.

16

E-MAILE W SPRAWACH SŁUŻBOWYCH

E-mail (skrót od ang. *electronic mail* – poczta elektroniczna, również: mail, mejl, e-poczta) to w języku polskim potoczne określenie listu elektronicznego, czyli wiadomości wysyłanej za pośrednictwem sieci komputerowej, w tym internetu.

E-mail jest usługą elektroniczną polegającą na przesyłaniu wiadomości tekstowych lub multimedialnych, wykorzystującą do tego celu programy pocztowe lub przeglądarki internetowe zainstalowane na urządzeniach końcowych nadawcy i odbiorcy (np. komputerach, telefonach, tabletach) oraz wyspecjalizowane oprogramowanie na stale działających serwerach. Każdy użytkownik poczty elektronicznej posiada odrębny adres e-mail (np. *jan.kowalski@poczta.pl*). Część adresu przed znakiem @ oznacza nazwę użytkownika, natomiast część po znaku @ stanowi adres serwera poczty elektronicznej.

W korespondencji służbowej adresy e-mailowe najczęściej składają się z imienia i nazwiska użytkownika poczty oraz domeny internetowej organizacji, którą dana osoba reprezentuje (np. *barbara.radziwill@pan.pl*, *ipaderewski@msz.gov.pl*). Odradza się używanie w korespondencji służbowej dziwnych lub niepoważnych adresów, zawierających w nazwie pseudonim artystyczny czy przezwisko (np. *niunia21@op.pl*, *misiupysiu@wp.pl*), ponieważ nie wzbudza to zaufania wśród odbiorców e-maila i jest oznaką braku powagi i profesjonalizmu.

Nowy e-mail tworzony jest w oknie, w którego nagłówku należy podać najważniejsze informacje.

Wzór 25. Okno nowego e-maila

The image shows a screenshot of a 'Nowa wiadomość' (New message) window in a Polish email client. The window has a title bar with standard OS controls. Below the title bar is a menu bar with 'Wiadomość', 'Wstaw', and 'Opcje'. A ribbon-style toolbar follows, containing icons for 'Wklej' (Paste), 'Schowek' (Clipboard), 'Czcionka' (Font), 'Akapit' (Paragraph), 'Zwyczajny tekst' (Plain text), 'Dołącz plik' (Attach file), 'Album zdjęć' (Photo album), 'Dodaj' (Add), 'Sprawdź nazwy' (Check names), 'Dostarczanie' (Delivering), and 'Edytowanie' (Editing). The main area contains fields for 'Do...' (To), 'DW...' (Cc), 'UDW...' (Bcc), and 'Temat' (Subject), each with a green circle and number (1, 2, 3, 4) indicating where to enter information. A 'Wyslij' (Send) button is on the left. At the bottom center, there is a green circle with the number 5. On the right side of the 'Temat' field, there is a link that says 'Ukryj pola Dw i UDW' (Hide Bcc and Cc fields). A green circle with the number 6 is located near the 'Dostarczanie' button in the toolbar.

Nadawca e-maila

W polu *Od:* lub *Nadawca:* (ang. *From:*) znajduje się adres internetowy nadawcy. Pole to jest zazwyczaj automatycznie uzupełniane przez program pocztowy lub w niektórych programach pocztowych wcale nie niewyświetlane.

Adresaci e-maila

W polu ❶ *Do:* (ang. *To:*) podajemy adres poczty elektronicznej odbiorcy, który wpisujemy lub wybieramy z książki adresowej.

W polu ❷ *DW:* (do wiadomości) lub *Kopia:* (ang. *CC:*) wpisuje się adresy odbiorców, do których wiadomości przesyłany jest e-mail (oprócz adresata głównego). Ponieważ wpisane w to pole adresy będą widoczne dla wszystkich odbiorców e-maila, należy zwrócić szczególną uwagę na to, czy nie udostępniamy tych adresów bez zgody ich właścicieli.

Bardziej bezpieczne jest stosowanie opcji ❸ *UDW:* (ukryte do wiadomości) lub *Ukryta kopia:* (ang. *BCC:*), dzięki której odbiorcy e-maila nie będą widzieli wzajemnie swoich adresów i danych kontaktowych.

Jeżeli adresy odbiorców wpisujemy z klawiatury (a nie kopiujemy czy wybieramy z książki adresowej), powinniśmy zwrócić szczególną uwagę na ich poprawność, ponieważ w przypadku błędnego zapisu w nasze służbowe, poufne sprawy może zostać przypadkowo wtajemniczona obca osoba z zewnątrz.

Poczta elektroniczna to jedna z najszybszych form komunikacji, ale ta szybkość nie zawsze jest naszym sprzymierzeńcem. Wystarczy jedno niefortunne kliknięcie myszką lub omyłkowe wciśnięcie nie tego klawisza, a wiadomość, której nie zamierzaliśmy jeszcze wysłać, znajdzie się na serwerze odbiorcy. Aby uniknąć tego typu sytuacji – szczególnie w sytuacjach służbowych, należy zawsze listy elektroniczne dokładnie sprawdzać przed wysłaniem.

Temat e-maila

W polu ❹ *Temat:* (ang. *Subject:*) należy krótko (w kilku słowach), precyzyjnie i rzeczowo określić sprawę, której dotyczy korespondencja. Temat powinien być zrozumiały i adekwatny do zawartej w liście treści. Jeżeli dysponujemy tylko głównym adresem e-mail organizacji, a wiadomość jest przeznaczona dla konkretnej osoby, to w polu *Temat:* możemy wpisać również imię i nazwisko adresata.

Jeżeli nasz e-mail jest odpowiedzią na inną wiadomość, wtedy w tym polu przed określeniem tematu pojawiają się litery *Re:* (od ang. *respond* – odpowiadać).

Przykład

Pierwszy e-mail od osoby A:

Temat: *Wielkie poprawki małego tekstu*

Odpowiedź osoby B:

Temat: *Re: Wielkie poprawki małego tekstu*

Odpowiedź osoby A:

Temat: *Re: Re: Wielkie poprawki małego tekstu*

Temat e-maila jest wbrew pozorom bardzo istotnym elementem korespondencji, ponieważ często decyduje o tym, czy wiadomość zostanie przez adresata odczytana od razu, czy też przeniesiona do archiwum lub usunięta bez czytania. E-mail bez tematu jest wyrazem braku szacunku dla adresata i może zostać przez niego potraktowany jako spam lub jako niebezpieczna wiadomość.

Spamem są wszystkie niechciane lub niepotrzebne wiadomości elektroniczne, zwykle wysyłane masowo do wielu użytkowników. Ich zawartość to najczęściej treści reklamowe, które nie dość, że zaśmiecają nasz komputer, to mogą również zrobić w nim spore spustoszenie, jeżeli np. uruchomimy załącznik zawierający wirusa. Najlepszą reakcją na tego rodzaju wiadomości jest oznaczenie ich jako spam (bez ich otwierania) i usunięcie ze skrzynki odbiorczej. W przyszłości wiadomości od tak oznaczonego nadawcy nie powinny więcej docierać do naszej skrzynki odbiorczej.

Treść e-maila 5

Podczas pisania e-maili należy stosować się do zasad nieformalnego kodeksu postępowania wypracowanego przez internetową społeczność, czyli tzw. **netykiety**. Znajomość tych zasad pozwala na sprawne i efektywne komunikowanie się z innymi użytkownikami sieci. Podobnie jak w korespondencji tradycyjnej, również w e-mailach należy:

- stosować powitania, podziękowania, pozdrowienia, pożegnania i zwroty grzecznościowe;
- przestrzegać zasad ortografii, interpunkcji i składni, używać znaków diakrytycznych dla oznaczenia polskich głosek (ć, ś, ź, ż, ą, ę itd.), nie nadużywać skrótów i skrótowców;
- stosować wielkie litery w zapisach typu: *Szanowna Pani, Szanowny Panie Prezesie, Pani Dyrektor, Panu, Państwu, Pani, Wam*;
- w korespondencji służbowej unikać stosowania emotikonów, tj. skrótów zbudowanych ze znaków przestankowych, symbolizujących emocje, uczucia, zachowania, np. :-), :-), :-/, :-P, XD;
- nie pisać e-maili wyłącznie wielkimi literami, ponieważ według zasad netykiety oznacza to podniesiony głos, krzyk.

Tradycyjne, papierowe pismo zawiera pewien stały zestaw elementów i strukturę, których naruszenie świadczy o braku profesjonalizmu osoby sporządzającej dokument. Forma e-maila służbowego jest zbliżona do tradycyjnej korespondencji, jednak ze względu na szybkość przekazu informacji list elektroniczny jest pismem nieco mniej sformalizowanym.

W e-mailach nie musimy np. wpisywać daty, ponieważ zarówno data, jak i godzina wysłania listu są automatycznie podawane przez program pocztowy. W treści e-maili nie umieszcza się również pełnej nazwy odbiorcy, jego stanowiska i organizacji, w której pracuje, ponieważ adres poczty elektronicznej odbiorcy jest adresem osobistym, indywidualnym i gwarantuje, że e-mail trafi dokładnie do tego adresata.

E-mail służbowy rozpoczynamy powitaniem lub zwrotem grzecznościowym. W stosunku do osób nam nieznanych lub o wyższej randze najczęściej będą to zwroty *Szanowna Pani, Panie Prezesie, Szanowna Pani Dyrektor* lub po prostu *Dzień dobry*. Po takim zwrocie należy postawić przecinek, a kolejne zdanie rozpocząć od nowego wiersza małą literą. W stosunku do współpracowników lub osób, które dobrze znamy, możemy zastosować zwroty *Pani Beato, Panie Grzegorzu, Jacku*, a następnie przejść do przedstawienia sprawy. Zdecydowanie należy unikać zwrotu *Witam*, ponieważ wyraża on wyższość nadawcy wobec odbiorcy, co nie zawsze odpowiada rzeczywistej relacji łączącej partnerów korespondencji. E-maili możemy nie zaczynać od powitania lub zwrotu grzecznościowego, jeżeli stanowią one kontynuację rozpoczętej wcześniej wymiany wiadomości.

Ze względu na kompozycję można wyróżnić trzy podstawowe formy e-maili:

- e-maile, które stanowią wymianę informacji na dany temat i w których nie zostają wykasowane poprzednie wiadomości napisane przez nadawcę i odbiorcę;
- e-maile, w których nie przytacza się poprzednich wypowiedzi osób korespondujących;
- e-maile, w których cytowane są jedynie fragmenty otrzymanych wiadomości, do których chce ustosunkować się autor e-maila.

Pocztą elektroniczną wysyła się zazwyczaj dwa rodzaje e-maili:

- zawierające opis sprawy (WZÓR 26, s. 231);
- mające charakter pism przewodnich do dołączonych do e-maila załączników (np. plików tekstowych, rysunków, zdjęć) (WZÓR 27, s. 232).

Jeżeli do e-maila dołączamy **załącznik**, należy krótko poinformować o tym adresata, aby nie przeoczył tego faktu. Nigdy nie należy wysyłać pustych e-maili służbowych, zawierających tylko załączniki – należy poprzedzić je choćby jednym zdaniem wprowadzenia.

W e-mailach stosujemy zwykle amerykański układ pisma, czyli wszystkie elementy dokumentu wyrównujemy do lewego marginesu. Ponieważ czytanie tekstu na monitorze komputera może być męczące, e-maile nie powinny być zbyt długie. Wiadomości, które nie mieszczą się w całości na ekranie monitora, zniechęcają do czytania.

List elektroniczny należy zakończyć jednym ze **zwrotów pożegnalnych** znanych z korespondencji papierowej, np. Łączę wyrazy *szacunku*, *Z wyrazami szacunku*, *Z poważaniem*. Nie wypada kończyć korespondencji służbowej pożegnaniem w stylu *Całuski*, *Uściski*, *Buziaczki*, *Pa*, *Pozdro* lub *Nara*. W korespondencji oficjalnej należy unikać zwrotów *Pozdrawiam* lub *Pozdrawiam serdecznie* i używać ich raczej tylko w e-mailach do osób dobrze nam znanych.

Pod e-mailem służbowym należy podpisać się pełnym imieniem i nazwiskiem oraz podać zajmowane w firmie stanowisko lub pełnioną funkcję. Dobrym rozwiązaniem jest stworzenie w programie pocztowym tzw. **wizytówki**, która oprócz ww. informacji będzie zawierać także nazwę i adres organizacji, telefony kontaktowe, adres strony www i NIP. Wizytówka taka może być automatycznie dodawana do każdego nowo utworzonego lub wysyłanego e-maila.

Przykład

Wizytówka Wydawnictwa Ekonomik – Jacek Musiałkiewicz dołączana do wysyłanych e-maili:

Wydawnictwo Ekonomik – Jacek Musiałkiewicz
ul. Zwierzyniecka 7/1, 00-719 Warszawa
tel./faks 22 840-19-25, tel. 22 851-70-31
e-mail: biuro@ekonomik.biz.pl
www.ekonomik.biz.pl

List elektroniczny dociera do adresata w momencie wysłania go przez nadawcę. Ważne jest, aby na otrzymany e-mail odpowiedzieć w miarę możliwości szybko – najlepiej tego samego dnia lub w dniu następnym. Należy jednak mieć na uwadze, aby szybkie tempo wymiany informacji nie wpływało negatywnie na jakość korespondencji. Przed wysłaniem e-maila **zawsze należy sprawdzić jego treść pod względem formalnym i merytorycznym**, dzięki czemu można uniknąć wielu – czasem kosztownych – błędów popełnianych z pośpiechu.

Praktyką często stosowaną w firmach jest żądanie potwierdzenia otrzymania wiadomości. Stosowanie tej funkcji jest powszechnie akceptowane wewnątrz danej organizacji, ponieważ pozwala kontrolować przepływ informacji. Jednak w kontaktach zewnętrznych należy używać jej rzadko i ostrożnie – jedynie w przypadkach, w których godzina i data wpłynięcia dokumentu ma znaczenie dla załatwienia danej sprawy, a więc w praktyce dotyczy to głównie spraw i postępowań administracyjnych, co wynika z przepisów postępowania administracyjnego. Pod żadnym pozorem nie należy żądać potwierdzenia odbioru wysłanych pocztą elektroniczną życzeń świątecznych czy gratulacji.

Dopuszczalne i często stosowane są natomiast: prośba o potwierdzenie otrzymania listu elektronicznego zamieszczona w jego treści lub późniejsze zatelefonowanie i upewnienie się, czy dokument dotarł do adresata.

Programy pocztowe umożliwiają również oznaczenie listów klauzulą 6 **Wysoki priorytet** (w nagłówku wiadomości symbol „!”). Z tej funkcji także należy korzystać rzadko i rozważnie, ponieważ częste sygnowanie e-maili tym oznaczeniem powoduje, że traci ono swoją wagę.

Warto w tym miejscu podkreślić, że **służbowa poczta elektroniczna służy przekazywaniu informacji służbowych**. Źle widziane przez pracodawców jest odbieranie prywatnych e-maili przez pracowników – tym bardziej, że bardzo często są to tylko kawały, śmieszne filmiki czy memy, które nie dość, że zabierają miejsce na dysku służbowego komputera, to jeszcze odciągają pracownika od jego obowiązków. Dodatkowo tego typu treści ściągane z internetu mogą być zainfekowane wirusami niebezpiecznymi dla firmowej sieci komputerowej.

W wielu organizacjach, aby zapobiec tego rodzaju praktykom, stosowane są specjalne filtry, które automatycznie usuwają wszelkie filmy i zdjęcia dołączone do e-maili. Zabezpieczeniem przed wpuszczeniem wirusów do firmowej sieci bywa też umowa między pracodawcą a pracownikiem, która zezwala pracodawcy na monitorowanie zawartości służbowej poczty pracownika. I choć takie praktyki spotykają się z krytyką pracowników i często wygrywają oni w sądach sprawy o naruszenie tajemnicy korespondencji, to dotąd nikt jeszcze nie stwierdził autorytatywnie, czy pracodawca ma prawo, czy może wręcz obowiązek przeglądać e-maile wysyłane ze służbowej skrzynki.

Wzór 26. E-mail zawierający opis sprawy

Nowa wiadomość

Wiadomość Wstaw Opcje

Wklej

Schowek Czcionka Akapit Zwykły tekst Wstaw Dodaj Sprawdź nazwy Dostarczanie Edytowanie

Do... malgorzata@sklep.pl

DW...

UDW...

Temat Podziękowanie Ukryj pola Dw i UDW

Wyslij

Pani Małgorzato,

chcę podziękować za cenne sugestie. Rzeczywiście po sprawdzeniu stanów magazynowych okazało się, że błędnie została wpisana na stan magazynu dostawa wentylatorów VT-14 (ich liczba została zdublowana w systemie komputerowym). Jeszcze raz dziękuję za odpowiedź.

Łączę wyrazy szacunku

Tomasz Rejtaniak

Dobre Wentylatory sp. z o.o.
ul. Zwrotnicza 137, 30-959 Kraków
tel./faks +48 22 854-84-21
www.dobrewentylatory.pl

Wzór 27. E-mail o charakterze listu przewodniego

The screenshot shows a 'Nowa wiadomość' (New Message) window in Microsoft Word. The window has a ribbon with tabs: 'Wiadomość' (Message), 'Wstaw' (Insert), and 'Opcje' (Options). The 'Wiadomość' tab is active, showing a toolbar with icons for 'Wklej' (Paste), 'Schowek' (Clipboard), 'Czcionka' (Font), 'Akapit' (Paragraph), 'Zwykły tekst' (Text), 'Dołącz plik' (Attach File), 'Album zdjęć' (Photo Album), 'Dodaj' (Add), 'Sprawdź nazwy' (Check Names), 'Dostarczanie' (Delivery), and 'Edytowanie' (Editing). Below the ribbon, there are fields for 'Do...' (To), 'DW...' (From), 'UDW...' (Reply To), and 'Temat' (Subject). The 'Do...' field contains 'dyrektor@firmy.pl'. The 'Temat' field contains 'Umowa i sprawozdanie'. Below these fields, there is a 'Wyslij' (Send) button. The main body of the email contains the following text:

Szanowny Panie Dyrektorze,
 zgodnie z ustaleniami poczynionymi podczas naszej rozmowy telefonicznej przesyłam w załączniku umowę z firmą PRO-ZAK oraz sprawozdanie za 2019 r.

Z poważaniem
 Helena Żelechowska

SPRAWDŹ SWOJĄ WIEDZĘ

1. Omów zasady pisania listów elektronicznych.
2. Wyślij na podany przez nauczyciela adres e-mail informację o swoich planach na najbliższy rok.
3. Zredaguj zgodnie z zasadami netykiety krótki e-mail dotyczący sprawy służbowej i wyślij go do kolegi lub koleżanki z ławki. Następnie odpowiedz na otrzymaną korespondencję zgodnie z zasadami obowiązującymi podczas wysyłania służbowych listów elektronicznych.
4. Zapisz propozycje pięciu sformułowań, którymi można uzupełnić pole *Temat* w służbowej korespondencji elektronicznej. Pamiętaj o tym, by temat korespondencji był krótki i precyzyjnie informował o treści listu elektronicznego.