



جزوه درس:

مکاتبات تجاری و گزارش نویسی

استاد:

حجت رضایی ارجمند

رشته تحصیلی:

حسابداری

ویرایش دوم:

زمستان ۱۳۹۸

| صفحه | عنوان |
|------|-------------------------------------|
| ۶ | مقدمه |
| ۶ | اهمیت و ضرورت مکاتبات اداری و تجاری |
| ۷ | تعریف ارتباطات |
| ۸ | عناصر ارتباط |
| ۸ | انواع ارتباط |
| ۱۱ | ارتباطات کلامی (comm verbal...) |
| ۱۳ | مشخصات یک نوشته خوب |
| ۱۴ | برای نگارش چه باید کرد ؟ ... |
| ۱۴ | نامه های اداری |
| ۱۵ | مشخصات نامه های اداری |
| ۱۵ | اندازه و ابعاد نامه |
| ۱۶ | انواع نامه های اداری |
| ۱۷ | تعریف گزارش |
| ۱۸ | انواع گزارش |
| ۲۰ | مشخصات یک گزارش خوب |
| ۲۰ | ویژگیهای گزارشگر |
| ۲۱ | اصول گزارش نویسی |
| ۲۲ | ساختار گزارش |
| ۲۳ | خلاصه گزارش |
| ۲۳ | متن اصلی گزارش |
| ۲۴ | مراحل تهیه گزارش |
| ۲۵ | مراحل تهیه یک گزارش توصیفی مطالعاتی |
| ۲۶ | مراحل تهیه گزارش اداری یا گزارش کار |
| ۲۷ | شناخت مکاتبات اداری |
| ۲۷ | نامه |
| ۲۷ | بخشنامه |
| ۲۷ | دستورالعمل |

| | |
|----|--|
| ۲۷ | آئین نامه |
| ۲۷ | تقاضانامه |
| ۲۷ | پیش نویس |
| ۲۷ | مینوت |
| ۲۷ | دستور |
| ۲۷ | پیوست |
| ۲۷ | ضمیمه |
| ۲۸ | اصول عمومی و فنی مکاتبات |
| ۲۹ | اجزای نامه‌های اداری |
| ۳۰ | عبارات استاندارد در مکاتبات اداری |
| ۳۰ | فرم های اداری و دفاتر- احکام کارگزینی (اداری، سازمانی) |
| ۳۱ | انواع فرم های اداری |
| ۳۱ | دفاتر اداری |
| ۳۱ | شیوه نگارش نامه های اداری |
| ۳۱ | واژه بندی |
| ۳۲ | نشانه گذاری و صفحه آرایی |
| ۳۲ | نشان های رایج در زبان فارسی: |
| ۳۲ | یک نقطه (.) |
| ۳۳ | سرکج (.) |
| ۳۳ | سرکج نقطه (:) |
| ۳۳ | دو نقطه (:) |
| ۳۴ | خط فاصله (-) |
| ۳۴ | خط پیوند (_) |
| ۳۵ | خط کشیده (----) |
| ۳۵ | نشانه پرسش (?) |
| ۳۵ | نشان تعجب (!) |
| ۳۵ | گریزنا () |

| | |
|--|----|
| افزوده نما [] | ۳۶ |
| دوسرکج « » | ۳۶ |
| افتادگی نما (.....) | ۳۶ |
| ممیز (/) | ۳۷ |
| بازهم (") | ۳۷ |
| آماده نمودن نوشته برای ارائه | ۳۷ |
| بخش دوم : مکاتبات تجاری (بازرگانی) | ۳۸ |
| کاربرد زبان عمومی (لاتین انگلیسی) در مکاتبات بازرگانی | ۳۸ |
| سطح رسمیت و اهمیت آن در مکاتبات | ۳۸ |
| نکات بسیار مهم و ضروری در تدوین، نگارش نامه تجاری رسمی بین المللی | ۳۸ |
| ساختار و قالب نامه های بازرگانی (تجاری) | ۳۹ |
| بخش اول : شامل « تاریخ » ، « نام شرکت یا سازمان گیرنده نامه » ، سطر « قابل توجه » و « موضوع نامه » | ۴۰ |
| الف) نحوه نوشتن تاریخ در زبان انگلیسی | ۴۰ |
| ب) اسم شرکت گیرنده | ۴۱ |
| ج) قسمت « قابل توجه » | ۴۲ |
| د) موضوع نامه | ۴۲ |
| بخش دوم : احوالپرسی نامه | ۴۲ |
| بخش سوم : شامل بدنه یا متن اصلی نامه | ۴۳ |
| انتخاب استراتژی و طراحی و اجرای صحیح چارچوب نامه | ۴۳ |
| بخش چهارم : احوالپرسی انتهای نامه، نام و جایگاه نویسنده، امضاء و مهر | ۴۴ |
| بخش پنجم : اطلاعات تماس | ۴۵ |
| چگونگی نوشتن آدرس به انگلیسی | ۴۵ |
| انواع نامه ها و مکاتبات تجاری (بازرگانی) | ۴۶ |
| اصطلاحات بازرگانی در زمینه حمل و نقل بین المللی | ۴۶ |
| ۱) اعتبار اسنادی (LC) | ۴۶ |
| ۲) برات ارزی (Bill of Exchange) | ۴۸ |

| | |
|----|--|
| ۴۸ | اینکوترمز (Incoterms) |
| ۴۹ | تعریف اینکوترمز |
| ۴۹ | EXW : تحویل درب کارخانه |
| ۴۹ | FCA : تحویل در نقطه ای معین در کشور مبدأ |
| ۵۰ | CPT : کرایه حمل پرداخت شده |
| ۵۰ | CIP : کرایه و بیمه حمل پرداخت شده |
| ۵۰ | DAT : تحویل در پایانه کشور مقصد |
| ۵۰ | DAP : تحویل در نقطه‌های معین در کشور مقصد |
| ۵۰ | DDP : تحویل در مقصد با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی |
| ۵۰ | FAS : تحویل در کنار کشتی |
| ۵۱ | FOB (فوب) : از روی نرده کشتی |
| ۵۱ | CFR : هزینه و کرایه حمل |
| ۵۱ | CIF : هزینه، کرایه و بیمه حمل |



یکی از مهمترین ابزارهای رسیدن به هدف های سازمان، ایجاد ارتباطات رسمی از طریق نوشته های اداری است. مکاتبات اداری زبان رسمی سازمان محسوب شده و موجب موفقیت و پیشرفت سازمان خواهد شد، لذا یکی از ارکان ساختار ادارات، نوشتار اداری است که از سویی دیگر بیانگر میزان دانش، تخصص و کاردانی کارکنان و مدیران سازمان است. اهداف کلی درس شامل آشنا ساختن دانشجویان با مهارت ارتباطات، گزارش نویسی و انجام مکاتبات اداری است که در این راستا مشخصات یک نوشته و گزارش خوب، ویژگی های گزارشگر، اصول و مبانی گزارش نویسی و مکاتبات اداری و روشهای انجام کار از جمله مهمترین مباحث موردنظر به شمار می روند که مورد بررسی قرار می گیرند. اهداف رفتاری موردنظر از ارائه این مبحث ایجاد دقت و مهارت عملی در دانشجویان برای انجام امور گزارش نویسی و مکاتبات اداری است و در پایان ترم دانشجویان علاوه بر آشنایی با مطالب تئوری مطرح شده بایستی قادر به تهیه انواع گزارش ها، نامه ها و مکاتبات اداری مورد بحث باشند.

اهمیت و ضرورت مکاتبات اداری و تجاری

نوشتن یا مکاتبه آسانترین، کم هزینه ترین، مطمئن ترین و با دوام ترین وسیله ایجاد ارتباط و انتقال اطلاعات از زمان های گذشته تاکنون به شمار می رود. در بیش از ۲۰۰۰ آیه از قرآن کریم، خداوند متعال به مکاتبه و نوشتار اشاره فرموده است. در نهج البلاغه نیز با واژه هایی نظیر بلغنی (به من گزارش رسیده) به اتفاق از گزارش یاد شده است. در سوره " قلم " نیز خداوند رحمان به قلم سوگند یاد کرده است. یکی از رایج ترین شیوه های ارتباط رسمی با مراجع درون سازمانی و یا برون سازمانی استفاده از مکاتبات اداری است. بنا به دلایل مختلفی از جمله شیوه های مدیریتی در سازمان ها و موسسات، در مکاتبه از روش مشخصی پیروی نمی شود. آموزش کارکنان سازمان ها یکی از مهمترین عوامل در نظم بخشیدن به این مهم، با هدف ایجاد یکنواختی در بکارگیری اصول صحیح نگارش و رعایت سلسله مراتب اداری است. آنچه در این مجموعه ارائه شده تلاشی است در جهت ایجاد آگاهی و آماده سازی هنرجویان برای ورود به سازمان ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی و انجام امور اداری که امید است با مطالعه و اجرای دقیق آن امکان دستیابی به اهداف پیش بینی شده و تسریع در امور اداری فراهم آید. در اعتبار و اطمینان مکاتبات و مطالب مکتوب به عنوان « سندیت موضوع ». قوانین مختلفی وضع شده است. به طوری که در همین زمینه ماده ۱۲۸۴ قانون مدنی کشور می گوید سند عبارت است از: " هر نوشته ای که در مقام دعوی یا دفاع قابل استناد باشد. " بر همین اساس نیز کلیه املاک و مستغلات و بعضی از دارایی های منقول مثل اتومبیل و موتورسیکلت دارای اسناد و مدارک مکتوبی هستند که مالک و دارنده آنرا معرفی می نماید.

اسناد و مدارک و مکاتبات در حال حاضر به عنوان مهمترین وسیله ارتباطی در بین سازمان ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی و حتی توافقتنامه ها و معاهده های بین المللی می باشد قابل ذکر است که تجهیزات و وسائل ارتباطی مثل تلفن، تلگراف، تلکس، فاکس، رادیو، تلویزیون و سایر سیستم های صوتی و تصویری و الکترونیکی وسیله انتقال پیام بوده و به عنوان ابزار کمکی کاربرد دارند.

در ارتباطات رسمی و غیررسمی ممکن است با یک تلفن دستور انجام کار و یا پرداخت مبلغی صادر شود ولی تا رسیدن نامه کتبی مربوط به آن، معمولاً اقدامی صورت نخواهد گرفت، چون چنین اقدامی خلاف قانون و مقررات رسمی سازمان‌ها است. در این مواقع وصول یک یادداشت کتبی سند برائت اقدام کننده به شمار می‌رود.

اصل پانزدهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸ می‌گوید: "زبان و خط رسمی و مشترک مردم ایران فارسی است. اسناد مکاتبات و متون رسمی و کتب درسی باید با این زبان و خط باشد ولی استفاده از زبان‌های محلی و قومی در مطبوعات و رسانه‌های همگانی و تدریس ادبیات آنها در مدارس در کنار زبان فارسی آزاد است." بنابراین چه نقش و اثر ویژه مهم "نامه‌های اداری" در نظام جریان اموراداری هر سازمان کاملاً مشهود است و می‌توان مدعی شد که هیچ کاری را بدون نامه یا گزارش در موسسات نمی‌توان به صورت رسمی انجام داد و مهمترین وسیله هماهنگی در داخل سازمان و یا خارج از سازمان نامه یا وسیله مکتوب دیگری مثل گزارش کار، صورتجلسه، آئین نامه، بخشنامه، و... است.

ضرورت گنجانیدن این مبحث در سلسله دروس مهارتی دانشگاهی، آشنا ساختن دانشجویان به فنون مکاتبه و تهیه گزارش‌های مکتوب موردنیاز در انجام امور اداری می‌باشد. ضمن اینکه نویسندگان مکاتبات اداری به استانداردهای مربوط در تهیه نامه‌ها و گزارش‌ها و... آگاهی یافته و نظم و سیاق مطلوبی در این زمینه رایج گردد. ضرورت مهمتر در ایجاد یکنواختی به کارگیری اصول صحیح نگارش و رعایت سلسله مراتب انجام کار در کلیه مراحل زندگی شغلی است.

تعریف ارتباطات

ارتباطات کلمه لاتین آن لغت Communication می‌باشد، که به تفاهم و اشتراک فکر و در معرض عموم قرار دادن میتوان ترجمه نمود. لذا وقتی با شخص ارتباط برقرار می‌نمائیم در حقیقت برقراری یک نوع اشتراک فکر و تفاهم اندیشه با اوست. ارتباط جریان دوطرفه‌ای است که طی آن دو یا چند نفر به تبادل افکار نظریات، احساسات و حقایق می‌پردازند و از طریق به کار بردن پیام‌هایی که معنایش برای آنها یکسان است به انجام این امر مبادرت می‌ورزند و هرگونه انتقال پیام بین فرستنده از یک طرف و گیرنده از طرف دیگر ارتباط محسوب می‌شود، چه فرستنده انسان باشد چه یک دستگاه مکانیکی.

ارسطو فیلسوف مشهور، هدف ارتباط را جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران میداند، به این صورت که برقرار کننده ارتباط از هر راه و یا وسیله‌ای که امکان داشته باشد طرف مقابل ارتباط یا مخاطب خود را تحت نفوذ در آورده نظر و عقیده خود را به او می‌قبولاند.

پیام‌ها مستقیماً بین دو طرف مبادله می‌شود چنین ارتباطی رو در رو است و پیام دهنده و پیام گیرنده در برابر هم قرار می‌گیرند و از مقاصد و اهدافشان نیز باخبرند. البته در چنین ارتباطی ممکن است پیام‌دهنده و یا گوینده شخص واحدی باشد اما مخاطبان تعداد کثیری باشند مانند سخنرانی یک نفر در جمعی.

دانشمندان مقصود از برقراری ارتباط را موارد زیر می‌دانند:

۱. شناخت اوضاع و احوال و آشنایی با حوادث و وقایع
۲. ترغیب دیگران به قبول یک فکر و عقیده خاص و اقناع آن
۳. سرگرمی و تفریح

عناصر ارتباط

نوشتار اداری پیش از هر چیز، وسیله ای ارتباطی در ارتباطات انسانی و ابزار انتقال مفاهیم است، لذا نوشتن نامه نیز همانند ابزارهای زبانی دیگر، وسیله ای است برای بیان منظور و مقصود هر فرد و ارتباط با سایر افراد. برای برقراری هر نوع ارتباطی حضور پنج عنصر الزامی و ضروری است:

- ۱) پیام دهنده (منبع): برقرارکننده ارتباط که به منظوری خاص مانند درخواست، دستور، گزارش و بیان خبری به نگارش نامه و ایجاد ارتباط اقدام می‌نماید.
- ۲) گیرنده پیام (مخاطب): شخصیت حقیقی و یا حقوقی که دریافت کننده پیام و مرجع ارتباط است.
- ۳) اصل پیام (محتوی پیام): منظور و مقصودی که هدف برقراری ارتباط است و می‌تواند انتقال اطلاعات، درخواست و یا ارائه گزارش و خبری باشد که منبع ارتباط از انتقال این پیام در نظر دارد.
- ۴) وسیله ارتباط: شکل بیان و وسیله انتقال پیام است که از شکل شفاهی و مکتوب و یا ترکیبی باشد.
- ۵) اثر پیام (بازخورد): در بسیاری از ارتباطات سازمانی و شخصی، پیام دهنده منتظر نتیجه و بازخوردی از نوشتن نامه و ارائه پیام خویش است که نتیجه این ارتباط برای منبع ارتباط است که گاهی برای منبع پیام قابل پیش‌بینی است.

انواع ارتباط

در مقوله انواع ارتباط و تقسیم‌بندی آن میان دانشمندان علوم ارتباطات اتفاق نظری وجود ندارد و در این زمینه نظرات مختلفی ارائه شده است. از نظر کلی ارتباط به دو شیوه فردی و سازمانی تقسیم می‌شود که رابطه فردی به سه شیوه رابطه با خانواده، جامعه و رابطه با سازمان محل خدمت و روابط سازمانی هم به رابطه با مردم، سازمان های داخلی و رابطه با سازمان های خارجی تقسیم می‌شود.

از نظر شیوه ارتباط هم به دو شیوه حضوری (جلسه، مصاحبه و مذاکره و ...) و غیر حضوری (پیام رادیویی، تلفن، دورنگار، نامه و ...) جریان می‌یابد.

انواع ارتباطات اداری نیز به دو صورت عمودی (بالا به پایین مانند دستور رئیس به زیردستان و پایین به بالا مانند گزارش و درخواست کارمند به رئیس) و ارتباطات افقی که به روابط مابین ادارات و بخش های مختلف سازمانی و رده‌های هم‌ارز سازمانی اطلاق می‌شود. رعایت سلسله مراتب اداری در روابط عمودی، یکی از مهمترین نکاتی است که در روابط و نوشتار اداری باید لحاظ گردد.

عوامل متفاوتی در ادارات مانع از گرایش و انگیزه کافی در کارکنان برای نوشتن می گردد: عدم آموزش مناسب در دوران تحصیل، عدم پرداختن به نوشتن در دوره های توجیهی بدو استخدام و ترس از عواقب مستندسازی گفتار . لذا توصیه می شود حتی الامکان در دوره های توجیهی بدو استخدام یکی از نکات مورد اهمیت برای کارکنان جدیدالاستخدام، آموزش آیین نگارش مکاتبات اداری باشد.

اهمیت بسیار زیاد مکاتبات اداری در فرآیندهای سازمانی از دو جنبه قابل بررسی است :

یکی اینکه نوشتار آسان ترین، کم هزینه ترین، مطمئن ترین، محترم ترین و بادوام ترین وسیله ارتباط بوده و هست. دوم اینکه نوشته در ارکان اداری ایران جنبه سند داشته و برای استناد و استفاده های بعدی نگهداری می شود. البته در این بخش نیز استناد به نوشتار اهمیت بیشتری نسبت به دلیل اول اهمیت اسناد دارد. اگرچه نوشتار نیز دارای آداب و قوانینی است که اگر رعایت نگردند، کارآیی نوشتار از دست خواهد رفت.

در یک نوع تقسیم بندی دیگر می توان به انواع ارتباط به شرح ذیل اشاره کرد:

۱) ارتباط خصوصی و بدون واسطه

ارتباطی است رو در رو که طی آن پیام بدون واسطه و مستقیم بین پیام گیرنده و پیام دهنده مبادله می شود، این نوع ارتباط ویژگیهایی دارد:

الف) فرصت جابجایی پیام گیرنده و پیام دهنده

ب) فرصت تصحیح یکدیگر

ج) ارتباط چهره به چهره و عمیق

د) قابل رؤیت بودن آثار پیام

۲) ارتباط جمعی یا عمومی

ارتباط جمعی یا عمومی تعبیر جدیدی است که جامعه شناسان برای مفهوم Massmedia بکار برده اند. ارتباط جمعی یا عمومی انتقال اطلاعات با وسایلی چون (روزنامه، کتاب، امواج، رادیو و تلویزیون و ...) برای گروه کثیر و غیرمحدودی از مردم با سرعت زیاد است و زمینه ارتباط میلیون ها و میلیارد ها انسان را فراهم می سازد ارتباط جمعی خاص جوامع توده های است این گونه ارتباط فاقد محدودیت زمانی و مکانی است البته امروزه با توسعه و تکمیل تکنولوژی وسایل ارتباط جمعی مثل اینترنت بسیاری از محدودیتهای ارتباطی از میان رفته است.

۳) ارتباط نوشتاری

ارتباط نوشتاری ارتباطی است که در آن اطلاعات از طریق قلم به کاغذ نقش می بندد (مانند نامه - روزنامه - کتاب و ...)

۴) ارتباط غیر نوشتاری

ارتباطی است که اطلاعات و افکار از طریق امواج (مانند رادیو - تلویزیون - تلفن - تلگراف و ...) میان مردم مبادله می شود.

۵) ارتباط ملی

ارتباطی است که پیام، اطلاعات و مفاهیم از طریق وسایل ارتباط جمعی نظیر رادیو و تلویزیون و مطبوعات در چهارچوب جغرافیایی یک کشور منتشر می شود.

۶) ارتباط فرا ملی

پیامها و اطلاعاتی که از طریق ماهواره‌ها مرزهای جغرافیایی را درمی‌نوردد و موجبات نزدیکی میان انسانها بر روی کره زمین می شود (مانند تلویزیون آسیایی و اروپایی و تلویزیونهای بدون مرز و ...)

۷) ارتباط کلامی

در این نوع ارتباط، اطلاعات و افکار از طریق زبان و گفتار منتقل می شود (نظیر تلفن و تلگراف)

۸) ارتباط غیر کلامی

ارتباطی است که مفاهیم و معانی از طریق زبانی و گفتاری میان انسانها منتقل نمی شود (نظیر عکس - تصویر - فیلم و رنگها و لباس)

۹) ارتباط انسانی

اطلاعات و مفاهیمی که میان دو انسان رد و بدل می شود (مانند نامه - تلفن)

۱۰) ارتباط ابزاری یا ماشینی

در این نوع ارتباط که درست برعکس ارتباط انسانی است گردش اطلاعات میان دو ابزار یا ماشین رد و بدل می شود (نظیر انتقال اطلاعات مخزن به بلندگو یا صفحه تلویزیون)

۱۱) ارتباط زمانی

ارتباطی است که انتقال اطلاعات باید در زمان معینی انجام گیرد در غیر این صورت ارزش چندانی ندارد. (مانند گزارشهای خبری)

۱۲) ارتباط غیر زمانی

برعکس ارتباط زمانی محدود به زمان خاصی نیست و اطلاعات آن می تواند پیوسته معتبر باشد (مانند کتابخانه).

۱۳) ارتباط سازمانی

در ارتباط سازمانی انتقال اطلاعات و دریافت پیام به امکانات گسترده فنی و برنامه‌ریزی و سازماندهی و نیز بودجه و پرسنل و ... نیاز دارد (مانند رادیو - تلویزیون - تلکس - فاکس).

۱۴) ارتباط غیر سازمانی

ارتباطی است که به امکانات فنی و بودجه و سازماندهی و مقررات نیاز ندارد (مانند نامه و گفت و شنودهای حضوری).

۱۵) ارتباط نمادین

ارتباطی است که طی آن پیام‌ها در قالب علائم و نشانه‌ها از طریق حواس فرد دریافت می‌شود (مانند حالات چهره پیام دهنده و لحن و طنین صدا، حرکات و ژست) این عوامل بخشی از پیام‌ها هستند که پیام‌گیر آن را نشانه‌خوانی می‌کند و این حالات و حرکات می‌تواند در فرهنگ‌های مختلف معانی متفاوتی داشته باشد.

۱۶) فراارتباط

در این نوع ارتباط فقط جزئی از پیام را پیام‌دهنده می‌دهد ولی پیام‌گیر تمام پیام را در می‌یابد. این نوع ارتباط قواعد ارتباط یا ارتباط‌های بعدی را فراهم می‌کند و از طریق حرکت بدنی و یا یک لبخند و حتی یک نگاه حاصل شود.

۱۷) ارتباط احساسی برانگیز

ارتباطی که به هنگام انتقال پیام به معانی دقیق پیام اندیشیده نمی‌شود و بیشتر به ضرب‌آهنگ‌ها تکیه می‌شود (مانند ذکر مصائب که علما و مداحان در آخر منابر می‌خوانند).

۱۸) ارتباط معطوف به هدف

عامل ارتباط در آن دارای هدف خاصی است و از پیش تعیین شده است.

۱۹) ارتباط بازتابی

ارتباطی که هدف از پیش تعیین شده ندارد و افراد یا فرد بدون هیچ آگاهی در جریان ارتباط قرار می‌گیرند.

۲۰) ارتباط با خود

ارتباط با خود ارتباطی درونی است که هر یک از افراد خود را مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

ارتباطات کلامی (...comm verbal)

مجموع روابطی را که از طریق گفتن حاصل می‌شود ارتباط کلامی می‌گویند. برای اینکه در شغل خود موفق شویم باید از کلمات با دقت استفاده کنیم هر کلمه‌ای احساسات عواطف خاص و عملکرد متفاوتی را در افراد بر می‌انگیزد.

بنابراین شایسته است در هنگام مواجهه با ارباب‌رجوع از به کارگیری کلمات منفی " همچون نمی‌توانم، غیرممکن است، امکان ندارد، هرگز و غیره " پرهیز شود.

کلمات، در پیامی که به دیگران منتقل می‌کنند تاثیر فراوانی دارند. برای اینکه سخنان ما نافذ و موثر واقع شوند باید نظریات خود را با کلمات مناسب و در چارچوب مشخص مطرح کنید. بیان الفاظی دلپذیر و موزون موجب میشود که شخص مقابل با متانت گوش فرا می‌دهد اما عبارات معترضانه و کینه‌جویانه اغلب خشم فرد دیگر را برمی‌انگیزد و او را به جبهه‌گیری دعوت می‌کند.

به طور کلی کلماتی را انتخاب کنید که در الگوی زیر بگنجد صریح، کوتاه، دقیق، مودبانه، صحیح، پرمحتوا. مطلب را مختصر و مفید بیان کنید تا مخاطبین شوق شنیدن را از دست ندهند. شنیدن، گفتن، خواندن و نوشتن مهارت‌های چهارگانه ارتباط کلامی هستند.

(۱) گفتن

سخن گفتن فن یا هنری است که آدمی به وسیله آن بر دیگران تأثیر می‌گذارد دیگران را ترغیب و اقناع می‌کند در اولین لحظه برقراری ارتباط شما با سلام و یا احوال‌پرسی قدرت بیان خود را نشان می‌دهید، اینکه چه قدر با صلابت سلام کنید یا از روی ترس یا ناراحتی و یا چیز دیگری وضعیت روحی شما را نشان می‌دهد.

(۲) شنیدن

سرچشمه بسیاری از مشکلات روزمره عدم توجه به سخنان دیگران است چرا که بسیاری اوقات بدون اینکه بدانیم دیگری درباره چه چیزی خواهد گفت فکر می‌کنیم همه چیز را می‌دانیم، اندیشمندان بزرگ بر این باورند که (دو باید شنید و یکی باید گفت) از طرفی کسانی که خودشان را علم کل میدانند اهمیت و ارزشی برای شنیدن قابل نیستند در حالیکه (شنیدن، بهره‌مندی از دانایی تمام افرادی است که با آنان زندگی می‌کنیم)

(۳) خواندن

سومین مهارت ارتباطی است به طور طبیعی آدمیان از ۶ سالگی آن را شروع می‌کنند توانایی خواندن است و امتیازی است که انسان‌ها را به دو قسمت باسواد و بیسواد تقسیم می‌کند و مهارتی است که این فرصت را ایجاد می‌کند تا بتوانیم از اندیشه‌های انسان‌های بزرگ بهره‌مند شویم. هرکسی مطلب یا هر موضوعی را دو بار می‌خواند بهتر و عمیق‌تر درک می‌کند بنابراین تکرار در مطالعه ابزاری مهم در یادگیری است. خواندن بدون یادداشت برداری علت مهم فراموشی است. پژوهشگران ثابت کرده‌اند اگر ۳۰ درصد وقت خود را به خواندن و ۷۰ درصد دیگر را به یادآوری اختصاص دهید بسیار مفیدتر است که تمام وقت خود را به خواندن بگذرانید. بهتر است پس از مطالعه مطالب را به زبان خودتان بازگو کنید.

(۴) نوشتن

زبان و خط عمده‌ترین شیوه‌های ارتباط کلامی است و انسانها برای بیان احساسات بیشتر از زبان و برای ابراز افکار از خط یاری می‌طلبند. نوشتن سخت‌ترین مهارت ارتباطی است. اما چگونه بهتر بنویسیم:

۱. مدت کوتاهی قبل از آغاز نوشتن درباره موضوع فکر کنید.
۲. نوشته کوتاه حداقل با بیش از سه بخش (مقدمه، متن، نتیجه) تشکیل می‌شود.
۳. نوشته بلند حداقل بایستی دارای پنج بخش و تیترو، مقدمه، متن، نتیجه و منابع باشد.
۴. برای خوب نوشتن به طور گسترده مطالعه کنید.
۵. غلط‌انمایی و یا املائی در نوشته تأثیر شگرف بر خواننده دارد.
۶. از نوشتن کلماتی که معنای آن را نمی‌دانید خودداری کنید.
۷. دقت کنید نوشته‌ها از گفته‌ها تأثیر جدی‌تر و ماندگارتری بر دیگران می‌گذارد.
۸. همیشه بایستی متن نوشته پس از اتمام نوشتن و قبل از ارسال به گیرنده یکبار خوانده شود.

مشخصات یک نوشته خوب

هریک از مطالبی که توسط افراد مختلف نوشته می شوند دارای مشخصات و ویژگی‌های مخصوص به خود می باشند و معمولا کمتر می توان دو نوشته را یافت که دارای قواعد و مشخصات کاملا مشابه باشند اما می توان گفت که در کلیه نوشته‌ها باید دو نوع مشخصات را مورد توجه قرار داد :

الف) از نظر مفهوم و محتوا و پیام

نوشته باید پاسخگوی نیاز مشخصی بوده و به خواننده آگاهی لازم را برساند. این آگاهی ممکن است در زمینه های مختلف روحی، اعتقادی و معنوی، شغلی، قانونی یا حقوقی، علمی و تخصصی باشد. محتوای نوشته می تواند ذوق و استعداد و نیروی خلاقه را در افراد تقویت و بیدار نماید و خواننده را به اندیشه و تعمق و تحقیق وادارد.

ب) از نظر سبک و آیین درست نویسی

که ویژگیهای یک نوشته از نظر سبک و آیین درست نویسی خوب عبارتند از:

۱. ساده نویسی : نوشته باید ساده و روان و درعین حال شیوا و رسا باشد و بدون هرگونه عبارات مبهم و جملات پیچیده و کلمات نا مانوس باشد از کاربرد واژه های خارجی که دارای مترادف فارسی هستند خودداری شود.
۲. رعایت عفت قلم و پاکی فکر : در نوشته‌ها استفاده از واژه ها و الفاظ زشت و رکیک موجب بی ارزش شدن نوشته و خواری نویسنده می گردد.
۳. وحدت موضوع : یعنی فراهم آمدن تناسب و ارتباط طبیعی معانی مورد بحث در نوشته با یکدیگر.
۴. رعایت اختصار : نوشته بایستی تا حد امکان مختصر و مفید بوده و از ذکر مطالب خارج از موضوع خودداری شود.
۵. مقدمه کوتاه : نوشته باید فاقد مقدمه چینی های غیرضروری و ملال آور باشد.
۶. املائی کلمات به صورت صحیح و درست باشد.
۷. نکات دستوری : در سراسر نوشته باید قواعد دستوری رعایت شود و اجزای جمله در جای مناسب قرار گیرد.
۸. رعایت قواعد نشانه گذاری (نقطه و سایر علائم).
۹. خوانا بودن خط .
۱۰. نظم و ترتیب و نظافت .
۱۱. آوردن هر یک از انواع مطالب در یک بند جدا و مستقل.
۱۲. توجه به مخاطب : نوشته بایستی متناسب با فهم و درک و سواد خواننده باشد.

برای نگارش چه باید کرد؟

اصول زیر می تواند به نوشتن یک متن یا مطلب خوب کمک نماید:

۱) خواندن: بهترین و موثرترین وسیله کسب مهارت در نوشتن، مطالعه و خواندن است البته این روش زمان بیشتری به طول می انجامد.

۲) نوشتن: نویسندگی یک هنر است و مانند سایر هنرها و تخصص ها با خواندن کتاب هیچ کس خبره و ماهر نمی شود. بنابراین باید درباره آنچه می اندیشیم، می خوانیم و یا می بینیم بنویسیم و آنقدر این کار را تکرار کنیم تا به هدف خود برسیم.

۳) رعایت مراحل نگارش: مراحل نگارش عبارتند از:

الف) تفکر و دقت

اقدام به هر کاری بیش از همه به اندیشه نیازمند است و از ذهن خالی چیزی تراوش نمی کند و بیان درست و دقیق هیچ مطلب بدون اندیشه میسر نمی گردد باید با دقت به موضوع فکر کرده و بدانیم چه می خواهیم بنویسیم.

ب) طرح

دقت و تفکر درباره موضوع منجر به شکل گیری طرح یا نقشه کار و فهرست نکات اصلی موضوع در ذهن انسان می گردد. پس از تعیین اولویت ها و ارتباط معنایی مطلب اقدام به نوشتن می کنیم.

ج) گردآوری اطلاعات

د) تهیه پیش نویس

ه) خواندن پیش نویس و حذف نکات زاید و اصلاح نوشته

و) پاکنویس یا تایپ نوشته یا گزارش

ز) مطالعه و بررسی دقیق و نهایی متن یا گزارش

نامه های اداری

نامه در اصطلاح عبارت است از مکاتباتی که با هدفی معین و مشخص بین اشخاص حقیقی و یا حقوقی به منظور برقراری ارتباط مبادله می گردد.

واژگان دیگری نیز در نوشتار اداری مطرح می شود که عبارتند از:

❖ **دستخط**: یا دست نوشته که عبارتست از نوشته ای که توسط شخص نوشته شده است و در ادارات؛ همانند یادداشت برای تسریع در کارها استفاده می شود. در ادارات قدیم به علت نبود ماشین های تایپ نامه ها توسط مستوفیان و دبیران نوشته شده و توسط صاحب منصبان امضا می شد. در برخی موارد نیز برای بیان اهمیت و اعتبار، صاحب منصبان خودشان نامه را تحریر و امضا می نمودند.

❖ **مکتوب** : به هر نوشته ای بصورت کلی مکتوب می گویند که در حیطه این درس نامه به تمامی نوشتار اداری مانند صورت جلسات، صورت حسابها، گزارشها، نامهها، یادداشتها، احکام، دستورالعملها، اساسنامهها، آییننامهها و دفاتر اداری و سایر نوشتار مرسوم در ادارت اطلاق می گردد.

مشخصات نامه های اداری

برای نامه های اداری ویژگی های تعریف شده است که بر اساس آن می توان به یک نامه عنوان نامه اداری اطلاق کرد. ویژگی هایی که باعث شناخته شدن نامه های اداری از سایر انواع نامه ها می گردند عبارتست از:

شماره، تاریخ، عنوان واحدهای گیرنده و فرستنده، موضوع نامه، نام و عنوان امضاءکننده نامه و در نهایت امضای نامه توسط یک شخص با صلاحیت. نامه های ارباب رجوع در ابتدای ورود به اداره، برخی از ویژگی ها مانند شماره نامه را ندارد، اما با ورود به اداره و شماره شدن توسط دبیرخانه اداره به یک نامه اداری مبدل می شود.

اندازه و ابعاد نامه

نامه با قطع کوچک در لابه لای صفحات پرونده پوشیده می ماند و نامه با قطع بزرگ از پوشه استاندارد خارج می شود. گردش پیاپی، کاغذهای نازک را از بین می برد. استفاده از اندازه های استاندارد مانع از ضایعات هنگام برش کاغذ می شود و سبب می گردد کاغذها با نوع متداول سایر کشورها هماهنگی یابد. در بخشنامه نخست وزیری در سال ۱۳۴۹ ابعاد و اندازه های ذیل را به عنوان استاندارد ابلاغ کرده اند:

قطع (۲۹۷-۴۲۰) A3 برای جدول ها / نمودارها / صورت های مالی بزرگ

قطع (۲۹۷-۲۱۰) A4 مخصوص نامه های بیش از ۵ سطر کوچک

قطع (۲۱۰-۱۴۸) A5 مخصوص نامه های کمتر از ۵ سطر کوچکتر

قطع (۱۴۸-۱۰۵) A6 بدون سر لوحه برای مبادله یاد داشت اداری

برای حفظ شکل هماهنگ نامه ها و آسانی بایگانی آنها در پوشه - بدون آنکه کلمات حاشیه در زیر فنر پوشه پنهان بماند - باید در نوشتن نامه، فاصله حواشی را - در اولین صفحه قطع بزرگ - به شرح زیر مراعات کرد:

۴ سانتی متر از بالای صفحه تا عنوان / ۲ سانتی متر از عنوان تا اولین سطر متن / ۵/۳ سانتی متر از سمت راست حاشیه تا سطر اول / ۵/۲ سانتی متر از سمت راست حاشیه تا سطر دوم / ۵/۱ سانتی متر از سمت راست حاشیه تا سطر دوم / ۵/۲ سانتی متر حاشیه پایین صفحه تا آخرین سطر نامه برای دستورها و یاد داشتهای درخواستی، در پایین صفحه فاصله معین منظور می شود.

انواع نامه‌های اداری

نامه های اداری به شکل های مختلف و با کاربردهای متفاوتی در نظام اداری جریان دارد، از این رو برای بررسی بهتر این نامه ها می توان آنها را از دو دیدگاه ماهیت کار و سطوح سازمانی تقسیم بندی نموده و سپس در تنظیم عنوان های آنها به ضوابط یادشده پرداخت:

الف) نامه های اداری از دیدگاه ماهیت کار:

نامه های اداری از نظر ماهیت کار به چهار دسته تقسیم می شوند:

۱. نامه های خبری: نامه هایی که به واسطه آنها نتیجه کاری یا آغاز و پایان کاری اطلاع داده می شود.
۲. نامه های بازدارنده: نامه هایی که از انجام کاری یا بروز حادثه ای بطور موقت یا دائم جلوگیری می کنند.
۳. نامه های دستوری- درخواستی: نامه هایی که در آنها ارتباط عمودی حاکم است، مثل درخواست از مقام بالا و یا دستور مافوق به کارمند زیر دست.
۴. نامه های هماهنگی: نامه هایی همانند بخشنامه ها که بمنظور هماهنگی بین دو یا چند واحد و سازمان تهیه می شوند.

ب) نامه های اداری از دیدگاه سطوح ارتباطی:

نامه های اداری ممکن است در داخل سازمان جریان داشته باشد که به آنها نامه های داخلی می گویند و یا اینکه از سازمانی به سازمان دیگر تهیه و ارسال می شود و نامه خارجی می نامند. در ادامه به بررسی انواع مختلف این نامه ها می پردازیم:

ب- ۱) نامه های داخلی: نامه های داخل ادارات، بر اساس سطوح ارتباطی خود به پنج دسته تقسیم می شوند:

- نامه بین دو واحد هم سطح: نامه هایی برای ارتباط و هماهنگی میان واحدهای داخلی یک سازمان همانند ارتباط بین واحد مالی و واحد اداری که واحد مالی برای امورات خود به نیروی انسانی آنها و واحد اداری به منابع مالی امور مالی نیازمند است.

- نامه واحد بالاتر به واحد پایین تر: این نامه ها به دو صورت جریان می یابند: حاشیه نویسی بر روی نامه های وارده از خارج از سازمان که با دستور اطلاع و نظرخواهی و یا اقدامی همراه است و نامه هایی که برای انجام اموری خاص از سوی مقام بالاتر به مقام پایین صادر می شود.

- نامه از واحد پایین تر به واحد بالاتر: ارائه گزارش و پاسخ در برابر نامه مقام بالاتر، درخواست و تقاضا از مقام بالاتر، گزارش عملکرد واحد و پیشنهادات واحد اجرایی به مقام بالاتر در این دسته قرار می گیرد.

- نامه یک کارمند به واحد اداری: این نامه ها شامل درخواست کارمند از واحد خود یا سایر واحدها و ارائه گزارش وی از ماموریت خود را شامل می شود و در صورت استناد آینده، باید ثبت و بایگانی شود.

- نامه واحد اداری به کارمند: احکام ماموریت، تشویق نامه ها، توبیخ نامه ها و پاسخ نامه هایی که کارمند به اداره داده است، در زمره این نامه ها قرار می گیرند.

ب-۲) نامه های خارجی:

مکاتباتی که از سوی سازمان با ادارات و سازمان های دیگر انجام می شود و به اشکال زیر نگاشته می شود:

- نامه به یک واحد مشخص از سازمان :زمانی از این شکل نامه استفاده می شود که با ماموریت اداره مقصد آشنا هستیم و مستقیما به آن اداره نامه می نویسیم. مثلا نامه به اداره کل آموزش و پژوهش استانداری لرستان.

- نامه به سازمان در ارتباط با وظایف سازمان :اگر با تشکیلات داخلی سازمانی آشنایی نداشته باشیم و مشخص نباشد که درخواست ما به کدام بخش از سازمان مرتبط است، از عنوان کلی آن سازمان استفاده می کنیم.

- نامه به یک شخص حقیقی :در پاسخ به تقاضای فرد و یا صدور تقدیرنامه، احضارنامه، توییح نامه و ابلاغ و اخطار به یک فرد این نوع نامه ها نوشته می شوند.

- نامه به یک شخص حقیقی مشخص در بخش خصوصی :نامه ای که بر حسب ضرورت ارتباط سازمانی دولتی با بخش خصوصی ایجاد شده و برای مدیر آن موسسه نوشته می شود.

تعریف گزارش:

در مفهوم گزارش تعاریف متعددی بیان شده است که تعدادی از آنها در زیر آمده است، هر یک از این تعاریف با توجه به نوع کاربرد گزارش بیان می شود.

۱. گزارش مکاتبه ای است که از سوی واحدهای سازمانی و یا کارکنان زیردست تهیه و طی آن خواسته ها یا پیشنهادها و نظریات و یا نتیجه اقدامات دستورات صادره جهت آگاهی از جریان امور و یا تصمیماتی که باید اتخاذ گردد، به مقام بالاتر ارائه می شود. گزارش انتقال پاره ای از اطلاعات است به کسی که از آن بی اطلاع بوده یا آگاهی کافی ندارد.

۲. گزارش عبارت است از ارائه اطلاعات سازمان یافته با نظر مشورتی اداری که بر مبنای آن تصمیم گیری آگاهانه برای گیرنده گزارش امکان پذیر باشد.

۳. گزارش به معنای شرح و تفسیر و بیان است و گزارش نویسی عبارت است از نوشتن و تشریح و توصیف مطالب یا اخبار و رویدادهای علمی یا ماموریت ها و اموری که انجام یافته است.

۴. گزارش بیان توصیفی یک خبر یا حادثه یا موضوع کاری یا اجتماعی است.

۵. گزارش تلفیقی است از خبر و تحقیق به اضافه بازسازی تئوری هنرمندانه وقایع و موضوعات اجتماعی که همراه با واقعیت باشد.

انواع گزارش

گزارش را از نظر نوع ، هدف ، اندازه و سایر نکات می توان به صورت های زیر تقسیم کرد:

الف) از لحاظ کاربرد:

۱) گزارش تحصیلی و تحقیقی : این گزارش بر مبنای تحقیق خالص آماده می شود یعنی انگیزه دانشجوی یا هنرجوی محقق در تهیه گزارش، ذوق و علاقه به مطالعه و حل مشکل موردنظر بوده و به منظور بالا بردن سطح اطلاعات و معلومات در زمینه موضوع مورد تحقیق و مطالعه می باشد.

گزارش اداری : این نوع گزارش در سازمان ها و ادارات مختلف مثل بانک ها ، شهرداری ها شرکت ها و موسسات دیگر تهیه می شود و بیشتر در برنامه ریزی ها و اتخاذ تصمیمات اداری مورد استفاده قرار می گیرد.

ب) از لحاظ منابع و اندازه

گزارش ساده : مثل تهیه یک مصاحبه با فردی معروف در مورد اظهار عقیده شخصی درباره یک موضوع و یا تهیه خلاصه یک کتاب. این

گزارش از اطلاعات دست اول تهیه می شود.

گزارش تفصیلی : در این گزارش علاوه بر منابع دست اول دیگر منابع نیز مورد استفاده قرار می گیرند نتیجه این گزارش حقیقی تر و مطمئن تر است.

ج) گزارش از لحاظ ارزش و رسمیت

گزارش غیررسمی : که برای ارائه اطلاعات فوری تهیه می شود مثل گزارش ساده و اداری و یا مقالات روزنامه و مجلات. گزارش رسمی : مثل گزارش های تحقیقی و رساله های دانشگاهی که به منظور ارائه به یک مرکز علمی تهیه می شود.

د) گزارش از لحاظ نحوه انعکاس اطلاعات و مطالب

۱. گزارش انشایی مثل متون ساده ادبی یا انشایی در موضوع سرگذشت و آثار یک شاعر یا نویسنده .

۲. گزارش مختلط که در تهیه آن علاوه بر متن ساده از ارقام ، آمار، جداول و منحنی و تصاویر نیز استفاده می شود . گزارش های مالی ، حسابداری ، شیمی ، فیزیک ، فرهنگی و آموزشی و اجتماعی از این نوع گزارش می باشند.

انواع گزارش اداری

همان طور که گفته شد گزارش در انواع مختلفی تهیه و تنظیم می شود. در ادامه بحث چهار نوع گزارش که در مکاتبات اداری دارای کاربرد بیشتری می باشد مورد بررسی قرار می گیرد :

الف) گزارش خبری

گزارشی است که بار خبری آن بیشتر از سایر وجوه گزارش باشد . گزارش خبری نیز دارای ویژگی هایی مثل درستی و واقع گرایی ، روشنی و قابل فهم بودن اطلاعات و همچنین جامعیت خبر (موجود بودن عناصر خبری و گزارش) می باشد.

تعریف خبر : خبر گزارشی است در مورد رویدادهای واقعی و عینی و پدیده هایی که مربوط به وقایع روز می باشد.

عناصر خبر که وجود آنها در هر گزارش خبری ضرورت دارد عبارتند از : که (چه کسی) ؟ ، کی (چه وقت) ؟ ، کجا ؟ ، چه ؟ ، چرا و چگونه ؟

که ؟ : یا چه کسی ؟ به فرد یا افراد ، عاملین ، شاهدین ، مجروحین ، مصدومین و گویندگان خبر گفته میشود.

کی ؟ : یا چه وقت ؟ به زمان دقیق وقوع حادثه (خبر) گفته می شود.

کجا ؟ : شامل نشانی و موقعیت دقیق مکانی محل وقوع خبر یا حادثه است.

چه ؟ : چه چیز یا چه اتفاق ؟ همان اهمیت موضوع خبر است مثل آتش سوزی ، انفجار ، آوار ، افتتاح یک بزرگراه ، سد یا بیمارستان و ... که در مورد آن گزارش یا خبر تهیه شده است.

چرا ؟ : علت دقیق وقوع حادثه می باشد که در خبر یا گزارش ذکر شده و یا در علت یابی و تحقیق مربوط به موضوع به طور دقیق تشریح می گردد.

چگونه ؟ : حالت و نحوه وقوع خبر یا حادثه و شرایط گسترش عوارض و خسارات آنرا بیان می کند . تهیه کننده گزارش باید بداند واقعه یا حادثه چرا و چگونه اتفاق افتاده و عامل آن چه و یا که بوده و در چه قسمت و کجا به وقوع پیوسته است.

ب) گزارش توصیفی

گزارش توصیفی یا تشریحی گزارشی است که پس از انجام بازدیدهای علمی، فنی و مطالعاتی و کارشناسی از وضعیت و شرایط محل مورد بازدید به طور مفصل ثبت می گردد. در این گزارش لازم است کلیه جزئیات مکانی و زمانی و شرایط خاص حاکم بر صحنه یا موضوع و موارد درخواستی مورد بررسی قرار گرفته و مکتوب گردد. گزارش توصیفی ممکن است در بازدید از یک نمایشگاه ، یک مرکز تجاری، یک شهر یا از وقوع یک حادثه و آتش سوزی یا از سوانح غیرمترقبه تهیه و ارائه شود.

ج) گزارش اداری یا گزارش کار

این نوع گزارش از سوی واحدهای سازمانی و یا کارکنان زیردست تهیه می شود و شامل خواسته ها و پیشنهادات یا نظرات و نتیجه اقدامات مربوط به اجرای دستورات است و برای آگاهی مقام یا مقامات بالاتر تهیه و ارائه می گردد . ساختار این نوع گزارش دارای سه بخش سرلوحه یا عنوان ، متن و پایان گزارش می باشد. نحوه تهیه این گزارش در صفحات بعد آمده است .

آنچه مهم است ویژگی های گزارشگر است که ارزش این گزارش را بالا خواهد برد . محتوای گزارش حریق یا حادثه شامل اطلاعاتی از قبیل نیروهای اعزامی ، موقعیت مکانی و زمانی وقوع رویداد، عوامل اطلاع دهنده و شرایط حاکم بر وقوع حادثه ، شرح جزئیات آن ، اقدامات انجام شده توسط نیروهای امدادی ، مشخصات محل و تمهیدات و تجهیزات ایمنی موجود ، آسیب های جانی و مالی به بار آمده با ذکر مشخصات ، شرح دقیق علت وقوع حریق و حادثه و مشخصات افراد و مسئولین و گروههای امدادی حاضر در محل می باشد . در صورتی که گزارش حریق و حادثه دارای فرمهای مخصوص باشد با توجه به دستورالعمل های مربوطه اقدام به تنظیم یا تکمیل فرم گزارش شود.

مشخصات یک گزارش خوب

اگرچه گزارش‌ها از نظر هدف، موارد مصرف، نحوه تهیه و ارائه با یکدیگر تفاوت دارند اما در برخی خصوصیات باهم مشترک هستند از اینرو برای تهیه یک گزارش خوب بایستی نکات زیر را رعایت نمود.

۱. گزارش باید صرفاً منعکس‌کننده حقایق باشد و در هیچ موردی اطمینان بیجا و غیرمستند ندهد و عقاید و احساس و سلیقه در آن مداخله نکرده باشد.

۲. گزارش باید سرشار از اطلاعات لازم و کافی باشد و از هرگونه مطلب غیرضروری و یا بی‌فایده دور باشد و به طور صحیح و منظم تقسیم بندی شده باشد.

۳. گزارش باید نه خیلی طولانی و مفصل و نه خیلی کوتاه و مختصر باشد. یعنی به اندازه ای باشد که همه نکات لازم را در برگیرد و ایجاد خستگی در خواننده نکند بلکه موجب ترغیب او به خواندن تمام گزارش شود.

۴. گزارش باید براساس تفکری صحیح و منطقی تدوین شده و از حدس و احتمال به دور باشد و موجب ایجاد اعتماد در خواننده شود.

۵. گزارش باید بدون اظهار نظر صریح و قطعی درباره مسائل مشکوک و احتمالی باشد.

۶. در گزارش‌ها نقل قول‌ها باید بدون تحریف و با دقت آورده شود.

۷. در گزارش‌ها بایستی قواعد درست‌نویسی و نکات دستوری و علائم و نشانه‌ها در آن رعایت شود.

ویژگی‌های گزارشگر

گزارشگر بایستی دارای ویژگی‌های فردی شامل قدرت تشریح، تجسم و تفسیر باشد.

تشریح:

ذکر جزئیات و آوردن تمامی عناصر آگاهی‌دهنده از موضوع و خبر به صورت کتبی یا شفاهی را تشریح گویند.

تجسم:

بیان توصیفی موضوع با ذکر حالات و شرایط مادی و معنوی به صورت قابل درک و احساس خواننده تجسم نام دارد.

تفسیر:

به ارائه نظر و اعتقاد و برداشت‌های گزارشگر از موضوع به طور دقیق و منطبق بر واقعیت‌ها تفسیر می‌گویند بنابراین وظیفه گزارشگر در بازگویی مسائل استفاده از حواس پنجگانه خود بجای حواس خواننده است، به طوری که بجای او ببیند، بشنود، لمس کند، ببوید و بچشد، در این صورت است که خواننده می‌تواند تسلط کافی بر موضوع پیدا کند. گزارشگر با استفاده از خلاقیت‌های ذهنی و تخیل پویای خود، موضوعات کاری و اجتماعی را به صورتی زنده و موشکافانه در اختیار خواننده قرار می‌دهد و بالاخره میزان تسلط و مهارت گزارشگر در تکنیک‌های گزارش‌نویسی و آگاهی کامل از موضوع گزارش و در نظر گرفتن خواست‌ها و نیازهای خواننده گزارش، موجب می‌گردد گزارشی کامل، گویا و با ارزش تهیه شود.

باتوجه به تعاریف گزارش و ویژگیهای گزارشگر، هر کس در هر مقامی که باشد نیازمند گزارش است و یا اینکه بدون توجه به کسب یا ارائه گزارش می پردازد. مثلا اگر کسی وقت را از شما بپرسد و شما ساعت را به او اعلام کنید نوعی گزارش شفاهی انجام گرفته است و یا شرح وقایع و اخبار روزانه برای دوستان و همکاران نیز نوعی گزارش شفاهی محسوب می شود در صورتی که خبری را به صورت کتبی و یا وقوع حادثه ای را کتبا به فردی اطلاع دهید گزارش نویسی انجام داده اید بنابراین گزارش به دو صورت شفاهی و کتبی انجام می گیرد. ارائه گزارش شفاهی بسیار ساده است اما تهیه یک گزارش مکتوب نیازمند قابلیت های ویژه و آگاهی های مقدماتی است که موضوع اصلی این مبحث است.

اصول گزارش نویسی

هر مدیر در هر سطح یا رده مدیریت برای آگاهی از جریان امور حوزه تحت تصدی خود و انجام اقدامات و تصمیم گیریهای مناسب و صحیح ناگزیر از خواندن گزارش های مختلف می باشد. بدون شک محتوای گزارش ها اعم از مطالعات و تحقیقات و بازرسی ها، نحوه اجرا و مقدار پیشرفت برنامه ها، نتایج فعالیت ها و بازتاب های آن و فعل و انفعالات درونی و بیرونی سازمان و خلاصه هر واقعه مهم و حساس، در تصمیم گیری و تشخیص درست و نادرست هر مدیر اثرگذار و سرنوشت ساز است بنابراین باید توجه داشت:

الف) مجموعه گزارش ها درحقیقت سنت و سابقه فرهنگی و تاریخی را برای سازمان پدید می آورد و می تواند راهنما و راهگشای زندگی آینده سازمان یا شرکت و حتی نهادهای مشابه باشد.

ب) گزارش تا حد زیادی بازتاب کیفیت انجام کاری است که موضوع گزارش می باشد. همچنین نمودار شخصیت و مهارت گزارشگر و یا تنظیم کننده گزارش است.

ج) در حین تهیه گزارش نقایص کار آشکار شده و معلوم می شود اطلاعات گزارش دارای چه میزان ازاهمیت است.

د) سازمان و موسسه ای که فاقد گزارش های کاری دقیق و جامع باشد مانند فردی است که حافظه خود را از دست داده باشد و به ناچار مجبور به دوباره کاری و آزمایش آزموده ها و پیمودن راههای گذشته و اتلاف وقت و هزینه خواهد بود.

✓ اصولی که در گزارش نویسی بایستی مورد توجه و دقت گزارشگر قرار گیرد و گزارش ها بر مبنای آنها تهیه شوند عبارتند از:

۱) درستی گزارش

گزارش بایستی بازگوکننده حقایق باشد و در هیچ موردی اطمینان بی جا و غیرمستند ندهد و عقاید و احساسات و سلیقه گزارشگر در آن مداخله نکند. تهیه کننده گزارش تحت تاثیر شرایط محیط، جوسازی ها و غوغا سالاری ها قرار نگیرد و صرفا واقعیت ها را درج نماید. گاهی اوقات ممکن است شرایط چنان طبیعی ساخته شود که با واقعیت اتفاق افتاده تفاوت چندانی نداشته باشد و گزارشگر را به اشتباه بیندازد.

۲) اختصار

مختصرنویسی از عواملی است که اشتباه را کم می کند ولی نباید به روشنی و درستی نوشته و جامع و کامل بودن آن خدشه وارد سازد، یعنی به جهت کم گفتن بسیاری از واقعیت ها پنهان بماند بطوری که در تصمیم

گیری نهایی ما را با مشکل مواجه نماید و بایستی توجه داشت که حجم گفته ها و نوشته ها با موضوع مطابقت داشته باشد.

۳) دقت

گزارش باید بسیار دقیق و گویا بوده و اطلاعات جامع و کاملی را به خواننده ارائه نماید . وظیفه گزارشگر است که با ثبت اطلاعات دقیق مانع از انجام مجدد کارها و اتلاف زمان و هزینه اضافی گردد . بنابراین اصل دقت یکی از مهمترین اصول گزارش نویسی به شمار می رود.

۴) تناسب اجزاء

گزارش بایستی دارای حجم متناسب با موضوع بوده و نه بسیار طولانی و ملال آور و نه کوتاه و خلاصه باشد، در عین حال همه نکات لازم را به صورتی جذاب و مؤثر به طوری به خواننده منتقل نماید که رغبت و علاقه وی را در مطالعه کامل موضوع برانگیزد تا خواننده مطالب را به طور دقیق و جزء به جزء درک نماید.

۵) وابستگی عناصر

گزارش بایستی براساس تفکری صحیح و منطقی تدوین شده باشد و از حدس و گمان و احتمال دور بوده و اعتماد خواننده را جلب کرده و فاقد مطالب متضاد و دوگانگی باشد بطوری که تمامی عناصر تشکیل دهنده موضوع با یکدیگر متناسب باشند و یکدیگر را انکار نکنند، بلکه باعث تقویت کلی موضوع و مطلب باشند.

ساختار گزارش

هر گزارش کامل صرف نظر از صفحات عنوان ، فهرست مندرجات و ضمایم معمولاً دارای سه جزء عمده زیر است:

- خلاصه گزارش
- تنه یا متن اصلی گزارش
- پایان گزارش

در صفحه عنوان مشخصاتی از قبیل عنوان گزارش ، نام گزارش نویس ، سازمان و محل کار و تاریخ نگارش و دیگر اطلاعات لازم از نظر گزارشگر درج می شود. عنوان باید روشن، مختصر و گویا باشد و نشان دهد گزارش نهایی است یا پیش نویس یا مقدماتی.

فهرست مندرجات باید به گونه ای تنظیم شود که ساخت گزارش با نظرهای اجمالی از روی آن خوانده شود.

ضمایم شامل یادداشت ها، جداول و نمودارها، محاسبات و ارجاعات و دیگر مواردی است که پشتوانه نظرهای مندرج در گزارش هستند و بنا به دلایلی از وارد کردن آنها در متن اصلی گزارش خودداری شده است.

خلاصه گزارش:

معمولا فصل اول گزارش همان خلاصه گزارش است . چنانچه گزارش کوتاه و فاقد فصل بندی باشد این خلاصه بخشی مستقل از گزارش محسوب می گردد ولی به هر حال میان خلاصه گزارش و گزارش کوتاه (چکیده گزارش) تفاوت هایی وجود دارد . گاهی ممکن است علاوه برگزارش کامل ، گزارش کوتاه نیز خواسته شود عده ای از گزارشگران فقط این قسمت را مطالعه می کنند و در صورت ضرورت به اصل گزارش مراجعه می کنند. گزارش کوتاه (چکیده گزارش) یادآور وجود اصل گزارش است از این رو مشخصات گزارش در آن عرضه می شود. تا در صورت لزوم بتوان به اصل آن دسترسی داشت. در نخستین پاراگراف از خلاصه گزارش مجوز تحقیق و بررسی و هدف آن یادآوری می گردد. سپس مسئله به اجمال طرح و مقاصد ، برداشت و روش ، نتایج و پیشنهادها بیان می گردد. نتایج و پیشنهادها را بار دیگر در جای خود نیز می توان آورد . این تکرار مفید است زیرا بعضی از گزارش خوانها فقط همان فصل یا بخش اول گزارش را می خوانند.

متن اصلی گزارش:

متن اصلی گزارش به بخشها یا فصل هایی تقسیم می شود که این فصل بندی برحسب موضوع و حجم گزارش انجام می گیرد. اگر موضوعات متعدد باشد هر موضوع در فصلی جداگانه مطرح می شود و در بخشهای مختلف خلاصه ، بیان و شرح واقعیت ها و شواهد و دادهها تحلیل آنها و نتایج حاصل از تحلیل مدنظر گرفته می شود.

ممکن است شرح بحث هایی که پیش از رسیدن به پیشنهادها جریان یافته نیز در گزارش منعکس شود و پیشنهادها باید در جایی به صورت قابل توجه مطرح گردد. فصلها به ویژه فصل اول نباید زیاد از حد طولانی باشد. حجم فصل اول باید به اندازه ای اختیار شود که گزارش خوان ظرف یک ربع پیش از جلسه بتواند آنرا بخواند یا اگر تمام گزارش را خواند رئیس مطالب رابه یاد آورد.

عنوانها باید زبانداندار و گویا باشند تا در صورت لزوم صرف خواندن آنها تصویری از موضوع ایجاد نماید. جداول طولانی، دلایل شواهد تفصیلی ، برداشت های مربوط به مدارک ، اسناد نمونه ، واژه نامه، کتابنامه و مانند آنها به صورت ضمایمی به گزارش ملحق شوند تا تنه اصلی را زیاد نسازند. باین حال گاهی فشرده و خلاصه ای از مواد ضمایم در متن درج می شود . ارقام و شواهد و داده های خام فراوان در متن اصلی گزارش و حتی در ضمایم آن پسندیده است، اما این موارد باید به نام پشتوانه گزارش در بایگانی گزارش نویس حفظ شود تا هرگاه استفاده از آنها ضرورت یافت در دسترس باشد.

پایان گزارش:

در پایان گزارش خط یا محل امضاء قرار می گیرد. گزارش باید به امضای گزارش دهنده تهیه کننده گزارش و مسئول واحد سازمانی گزارش دهنده و درغیاب وی به امضای جانشین او برسد.

مراحل تهیه گزارش:

با عنایت به تعاریف گزارش هرکس در هر مقامی که باشد نیاز به کسب اطلاع در مورد کار خود دارد و یا به عبارت دیگر نیازمند گزارش است. اعلام وقت و ساعت، تعریف حادثه، یا شرح وقایع روزانه گزارش به شمار می‌روند. بنابراین ارائه گزارش به دو صورت شفاهی یا کتبی صورت می‌گیرد. با توجه به اینکه گزارش شفاهی اعتبار و رسمیت زیادی ندارد مورد بحث ما قرار نمی‌گیرد. تهیه گزارش کتبی در چهار مرحله زیر صورت می‌پذیرد:

(۱) انتخاب موضوع

(۲) گردآوری اطلاعات

(۳) طرح ریزی مطالب

(۴) عرضه اطلاعات جمع‌آوری شده

– انتخاب موضوع

اولین گام در تهیه یک گزارش است. موضوع گزارش با توجه به شغل و هدف فرق میکند انتخاب موضوع بایستی متناسب با زمانی که برای انجام گزارش در نظر گرفته شده است باشد مثلاً یک گزارش کار اداری ممکن است یک ساعت زمان ببرد و یک گزارش تحقیقی یک هفته یا یک ماه زمان بخواهد و یک گزارش تحصیلی حداقل شش ماه زمان لازم داشته باشد. علاوه بر زمان لازم است به اطلاعات موجود در خصوص گزارش توجه شود امکان بررسی و تحقیق، اندوخته علمی، دسترسی به منابع اطلاعاتی از جمله نیازهای تهیه گزارش می‌باشد.

– گردآوری اطلاعات

هر گزارشگر برای تهیه گزارش نیازمند گردآوری اطلاعات و سوابق مرتبط با موضوع است. این اطلاعات از طرق گوناگون به دست می‌آید. مهمترین راه‌های گردآوری اطلاعات عبارتند از:

(الف) تحقیق مشاهده‌ای

(ب) تحقیق عمومی (به صورت مصاحبه و پرسشنامه)

(ج) تحقیق کتابخانه‌ای یا پژوهش از راه مطالعه

کلیه اطلاعات مربوط به سوابق، فعالیت‌ها، عملکرد و پیشرفت‌های سازمان‌ها یا موسسات، به صورت طبقه‌بندی شده در مرکز بایگانی (آرشیو) مخصوص به همان سازمان یا موسسه گردآوری شده و به دقت نگهداری می‌گردد. تا مواقع ضروری در اختیار مسئولان و تصمیم‌گیرندگان سازمان قرار گیرد.

مطالعه این اطلاعات توسط مسئولین و تصمیم‌گیرندگان سازمان به اتخاذ تصمیمات و استراتژی‌هایی منجر شده که سیاست‌های عملیاتی، خدماتی و توسعه سازمان بوده اند در حال حاضر نیز هر گونه تصمیم‌گیری در سازمان‌ها با مطالعه گزارش‌های مطالعاتی، عملیاتی بازرسی‌ها که مربوط به فعالیت‌های سازمان هستند نتایج مطلوب تری را در پی خواهد داشت.

– طرح ریزی مطالب

این مرحله بسیار حساس است و گزارشگر مانند مهندسی است که می خواهد بنایی را بسازد، ابتدا وضع زمین و تناسب ساختمان را در ذهن خود مجسم می کند، سپس به طرح ریزی آنچه دیده و به نظرش رسیده است می پردازد و نقشه ساختمان را ترسیم می نماید و بعد از انتخاب مواد لازم، بر حسب تقدم و تاخر به درجه بندی آنها می پردازد.

طرح ریزی مطالب شامل سه قسمت زیر است :

۱. طبقه بندی و پردازش اطلاعات و داده ها
۲. ثبت مراحل و جریان تهیه اطلاعات و پیشرفت کار
۳. تفکیک اسناد و مدارک متن و پیوست گزارش

– عرضه اطلاعات جمع آوری شده

پس از آنکه به شیوه های سه گانه فوق اطلاعات جمع آوری شد، باید به تنظیم آنها پرداخت تنظیم اطلاعات کاری آسان است زیرا بعد از جمع آوری مطالب گزارشگر عناوین کلی گزارش را یادداشت می کند سپس با توجه به اهمیت موضوع هر یک را در جای مناسب خود قرار می دهد هنر گزارش نویسی در این موقع تجلی می کند. افرادی که با فکر دقیق و منطقی به نوشتن گزارش می پردازند. به یقین بهتر از دیگران می توانند اندیشه ها و خواسته های خود را عرضه دارند تنظیم گزارش بایستی مبتنی بر ساختار گزارش باشد. ساختار ارائه شده در ابتدای فصل نویسنده گزارش باید پیش از آغاز نگارش فکر کند چه می خواهد بنویسد؟ برای چه کسی می نویسد؟ چه مقدار و چگونه بنویسد؟ تا نوشته او مورد قبول واقع شود.

مراحل تهیه یک گزارش توصیفی مطالعاتی

در تهیه یک گزارش مطالعاتی رعایت ترتیب مراحل زیر قابل توجه است:

الف : تهیه سوابق:

اسناد و مدارک معتبری که از پیش وجود دارد. همچون گزارش ها، بریده مطبوعات، مقالات، مکاتبات گذشته و برنامه های عملیاتی، این سوابق پیش از آنکه کار تحقیقی به معنای واقعی آن آغاز شود باید مورد مطالعه قرار گیرد تا مشخص و در مسیر موردنظر چه کارهایی صورت گرفته است. اسناد مربوط به سوابق در گزارش نهایی به عنوان منبع و ماخذ یاد خواهد شد.

ب : برنامه ریزی و طبقه بندی اطلاعات:

این برنامه ریزی شامل فهرست بندی مطالبی است که در گزارش باید درج شود. افرادی که با آنها باید تماس گرفته شود. طرح کل گزارش با ذکر نام مجری طرح و موعد اجرا و همچنین یادداشت ها و مکاتبات مربوطه. در این مرحله داده ها یا اطلاعات به دست آمده پردازش یا تحلیل شده و محل کاربرد آنها در تهیه متن معین می شود.

ج : پیشرفت کار:

در مواقعی که گزارش طولانی باشد و نیاز به مراجعه و مصاحبه با افراد مختلف در محل های متفاوتی باشد لازم است مراحل پیشرفت کار، افراد ملاقات شده و مشکلات و موانع احتمالی مشخص شود. گزارشگر در هر مرحله از انجام

گزارش در صورت نیاز وضعیت کار را به طور شفاهی یا کتبی گزارش می دهد تا در صورت نیاز مدیریت ضمن مطالعه و نظارت مستمر بر کار کمک ها و راهنمایی ها ی لازم را ارائه نماید. در گزارش نهایی طبقاً از گزارش های پیشرفت کار البته با گرایش تازه و نتیجه گیری های قطعی استفاده می شود.

مراحل تهیه گزارش اداری یا گزارش کار:

۱) سرلوحه یا عنوان

سرلوحه گزارش عیناً مطابق سرلوحه نامه های اداری تنظیم می گردد با این تفاوت که ؛

الف) اگر گزارش دهنده از کارکنان زیردست گزارش گیرنده باشد به جای عنوان واحد سازمانی گزارش دهنده در مقابل کلمه (از) نام و نام خانوادگی خود را ذکر می نماید.

ب) واحدهای سازمانی و کارکنان یک مجموعه نمی توانند به مقام سازمانی که در تابعیت آن ها قرار ندارند گزارش دهند. در این گونه موارد بایستی گزارش به عنوان مسئول ذیربط تهیه و طی آن درخواست شود که مراتب به مقام موردنظر یا واحد سازمانی مربوط اعلام و منعکس گردد. مقامات و واحدهای سازمانی برابر ضوابط مقرر در حدود اختیارات عمل خواهند نمود.

۲) متن

متن گزارش همانند متن نامه تهیه می گردد، با این تفاوت که ؛

الف) اگر گزارش براساس دستور صادره قبلی یا مبتنی بر سوابقی تهیه می شود حتماً بایستی به دستور صادره اشاره و یا شرح مختصر و مفیدی از سابقه امر، در ابتدای گزارش ذکر شود.

ب) شرح اقدامات انجام شده در اجرای دستور صادره و نتایج حاصل از آن و یا شرح دلایل و عواملی که منجر به تقدیم گزارش شده است ، باید در متن گزارش آورده شود.

ج) متن گزارش باید در صورت لزوم ، حاوی نمودار ، تصویر ، آمار ، تجزیه و تحلیل موضوع ، نتیجه گیری و پیشنهادهای مبتنی بر نوع درخواست یا موضوع گزارش باشد.

۳) پایان گزارش

پایان گزارش بجز خط امضاء، فاقد بقیه موارد مربوط به نامه (نام و نام خانوادگی مسئول واحد سازمانی صادرکننده نامه و عنوان سازمانی وی می باشد). گزارش باید به امضای مسئول واحد سازمانی گزارش دهنده و در غیاب وی به امضای جانشین او برسد.

❖ توضیح:

۱. گزارش هایی که حاوی پیشنهاد یا کسب اجازه است نباید طوری تنظیم شود که برای مقام گزارش گیرنده تعیین تکلیف نماید.

۲. در صورت نیاز اسناد و مدارک لازم به ضمیمه گزارش ارسال می گردد.

شناخت مکاتبات اداری

مکاتبات رایج در سازمان ها و موسسات دولتی و غیردولتی شامل انواع زیر است که ضمن عنوان هر یک تعریف مربوطه نیز آمده است:

نامه

نوشته ای است حاوی مطالب اداری (یک یا چند موضوع) که برای تبادل اطلاعات و نظرات ، اعلام خواسته ها و یا پیگیری و اطلاع از اقدامات انجام شده بین دو یا چند مرجع دورن یا برون سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد.

بخشنامه

مطلبی است مکتوب که جنبه عمومی داشته و از طرف مقام مسئول و ذیصلاح به منظور آگاهی و یا اجراء برای واحدها و کارکنان ذینفع یا ذیربط ارسال می گردد.

دستورالعمل

مکاتبه ای است که طی آن مراحل انجام کار و وظایف و مسئولیت واحدها و مراجعی از سازمان که همکاری و هماهنگی آنها به منظور دستیابی به هدف یا اهداف خاص ضروری است، تعیین و از سوی مقام بالاتر برای اجرا ابلاغ می گردد.

آئین نامه

آئین نامه نوشته ای است که راه و روش و چگونگی اجرای یک مصوبه یا یک تصمیم را بیان می نماید.

تقاضانامه

نوشته ای که در آن تقاضا یا خواسته ای از شخص حقیقی یا حقوقی بیان شده باشد.

پیش نویسی

نوشته ای به شکل مکاتبه نهایی که به منظور تأیید یا اظهارنظر و اصلاحات احتمالی به مقام بالاتر ارائه می شود.

مینوت

نسخه ای از نوشته اصلی است که توسط اقدام کننده و رده بالاتر پاراف شده و در پرونده بایگانی می شود.

دستور

مطلبی است که از سوی مقام بالاتر ، به منظور اجراء به افراد یا واحدهای زیردست ابلاغ می گردد و ممکن است شفاهی یا کتبی باشد.

پیوست

مدرکی است که امکان وارد کردن آن در متن نامه نیست و براساس ضرورت همراه نوشته اصلی ارسال می گردد.

ضمیمه

اگر پیوست نوشته دارای پیوست باشد به آن ضمیمه گویند.

اصول عمومی و فنی مکاتبات

برای آنکه نوشته ای موثر واقع شود باید طوری تهیه شود که گویای نظر واقعی نویسنده بوده و بدون ابهام و سوء تفاهم باشد. یک متن مکاتبه‌ای یا یک نامه خوب واجد شرایط و نکات زیر است :

۱. بیان مطلب : متن نوشته روشن و غیرقابل تفسیر بوده و حاوی یک مفهوم و ایده اصلی باشد.
۲. درست نوشتن : نوشته فاقد هر اشتباه املائی و انشایی باشد.
۳. منطقی بودن : ارتباط منطقی مطالب با یکدیگر رعایت شده باشد.
۴. تقسیم بندی مطالب : متن مکاتبه می تواند شامل سه قسمت سابقه ، مطلب موردنظر و اقدامات مورد انتظار باشد. رعایت پاراگراف بندی علاوه بر جلب توجه خواننده به روشنی مطالب کمک می کند.
۵. واقع بینی : مطلب با بی طرفی و بدون غرض ورزی تهیه شود.
۶. رعایت اختصار : مختصر نویسی، اشتباه را کم می کند ولی نباید به روشنی و درستی نوشته ، جامع و کامل بودن آن خدشه وارد سازد.
۷. تاکید نکات و موارد مهم : برجسته کردن و در دید قرار دادن نکات و موارد مهم نوشته ، با رعایت ترتیب و توالی صحیح برای بیان عبارات.
۸. صحیح نوشتن : رعایت علائم و نقطه گذاری در نوشته
۹. سادگی : استفاده از جملات و عبارات ساده و کوتاه و روشن و پر هیز از به کارگیری واژه ها واصطلاحات غیرمعارف.

برای تهیه نوشته هایی که نیاز به جمع آوری ، طبقه بندی ، تجزیه و تحلیل و تنظیم مدارک و اطلاعات دارد رعایت موارد زیر بر سرعت ، دقت و درستی کار می افزاید:

- ۱) شناخت و درک موضوع : اطمینان حاصل شود که موضوع کاملاً درک و حدود و اهمیت کار دریافت شده است.
- ۲) تهیه برنامه و روش کار : قبل از هر چیز برنامه و روش کار خود را تعیین و معلوم کنید چه سوابق و اطلاعاتی لازم است و چگونه ، از کجا و به چه ترتیبی می توان آنها را فراهم نمود.
- ۳) تهیه برنامه زمانبندی : در نظر گرفته شود چه مدت زمانی برای تهیه نوشته موردنظر در اختیار است و با توجه به آن برنامه ریزی زمانی تهیه شود.
- ۴) جمع آوری اطلاعات و سوابق : سوابق و اطلاعات مورد نیاز جمع آوری و ارزیابی شده و از آنها یادداشت برداری شود.
- ۵) تنظیم یادداشت ها : یادداشت های تهیه شده براساس موضوع و اهمیت آنها طبقه بندی و تنظیم شود.
- ۶) تعیین نوع نوشته : با توجه به موضوع ، حجم مطالب و محتوی ، نوع نوشته مناسب تعیین شود
- ۷) هماهنگی : اطلاعات مربوط به ملاقات های غیررسمی و یا تشکیل کمیسیون ها ، نظرات و پیشنهادهای صاحب نظران ، متخصصین و مسئولین ذیربط دریافت شده و اطمینان حاصل شود که به تمامی جنبه ها وجوانب موضوع توجه شده است.

۸) جمع بندی ، نتیجه گیری و تهیه پیشنهادها : مجموع اطلاعات فراهم آمده و پیشنهادهای مطروحه را تجزیه و تحلیل کرده و باتوجه به نتایج حاصله ، پیشنهادهای لازمی که متکی بر حقایق باشند در قالب امکانات موجود و قابل دستیابی تهیه و جزئیات آنها نیز تعیین شود.

۹) تنظیم نوشته و ارائه آن : مطالب حاصله را باتوجه به اصول و نکات فنی نگارش ها در قالب یکی از انواع مکاتبات تنظیم و به رده مسئولین ارائه شود علائم و نشانه های درست نویسی (سجاوندی) رعایت شود.

اجزای نامه های اداری

هر نامه اداری از پنج قسمت به شرح زیر تشکیل می شود:

الف- سرلوحه :

سرلوحه نامه های اداری به آن قسمت از نامه ها اطلاق می گردد که معمولاً به صورت چاپی در قسمت بالای کاغذهای اداری طراحی می گردد. در وزارتخانه ها و موسسات دولتی آرم یا نماد جمهوری اسلامی ایران همراه با نام وزارتخانه ، نام موسسه یا سازمان ، شماره ، تاریخ و پیوست در سرلوحه نامه قرار می گیرد. در دانشگاه علوم پزشکی نیز مجموعه آرم دانشگاه ، عناوین فرستنده و گیرنده و موضوع در سمت راست سرلوحه (عناوین تاریخ ، شماره و پیوست) در سمت چپ سرلوحه قرار می گیرد.

استاندارد ۳۷۹ موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران سرلوحه را چنین تعریف می کند " سرلوحه شامل آرم جمهوری اسلامی و یا آرم سازمان و نوشته های زیر آن (نام سازمان) که در بالا و سمت راست کاغذ قرار می گیرند و شماره ، تاریخ و پیوست که به ترتیب در بالای سمت چپ کاغذ قرار دارند می گردد " .

ب : عناوین گیرنده ، فرستنده و موضوع نامه :

۱) گیرنده : عنوان واحد سازمانی است که نامه خطاب به آن صادر می شود .

۲) فرستنده : عنوان واحد سازمانی است که نامه را صادر می نماید .

۳) موضوع : عبارت کوتاهی است که مبین محتوی نامه بوده .

ج- متن :

شرح اطلاعات ، نظریات ، خواسته ها و دیگر مطالب باید منطبق با هدف تنظیم و ارسال نامه باشد و برحسب حجم مطلب تقسیم بندی شده یا در پاراگراف های متعدد تهیه شود.

د- مشخصات امضاء کننده:

پس از پایان متن نامه ، نام و نام خانوادگی مسئول واحد سازمانی صادرکننده نامه و عنوان سازمانی وی به ترتیب در دو خط ذکر می شود.

ه- گیرندگان رونوشت نامه:

در صورتی که به جز گیرنده اصلی نامه ، اطلاع یا اقدامی از سوی سایر واحدهای سازمانی لازم یا متصور باشد پس از خط امضاء عناوین سازمانی آنها ذیل کلمه (گیرنده) یا (گیرندگان رونوشت) درج می گردد.

توضیح: در صورتی که احساس شود گیرندگان نامه پس از دریافت آن ممکن است نیاز به توضیح، اخذ اطلاعات بیشتر و هماهنگی داشته باشند، باید شماره تلفن مسئول واحد سازمانی صادرکننده نامه یا اقدام کننده در ذیل نامه درج گردد.

عبارات استاندارد در مکاتبات اداری (الف: در مورد بیان مطلب، ب: در مورد تقاضای انجام کار یا دستور اجرای کار)

در مورد بیان مطلب

الف) به مقامات بالاتر: به استحضار می‌رساند.

ب) به مقامات مساوی: اعلام می‌گردد.

ج) به مقامات پائین تر: ابلاغ می‌گردد.

در مورد تقاضای انجام کار یا دستور اجرای کار

الف) به مقامات بالاتر: استدعا می‌شود مقرر فرمائید یا استدعا می‌شود اجازه فرمائید.

ب) به مقامات مساوی: خواهشمند است دستور فرمائید.

ج) به مقامات پائین تر: دستور دهید یا دستور داده می‌شود. مثلاً مقتضی است... انجام دهید

فرم های اداری و دفاتر – احکام کارگزینی (اداری، سازمانی)

در اصطلاح اداری حکم نوشته ای است که به موجب آن فردی از مقامات صلاحیت دار سازمان و دستگاه اداری به سمتی منصوب و یا انجام کاری به وی محول می‌شود که به دو صورت احکام استخدامی و یا احکام ماموریت کارکنان دستگاه اجرایی تهیه و تنظیم می‌شود. ارکان احکام اداری نیز به قرار زیر است:

۱. نام و مشخصات گیرنده و یا اجرا کننده حکم

۲. موضوع و هدف از تدوین حکم

۳. تاریخ شروع و پایان دستورات داده شده و یا مدت اعتبار حکم

۴. نام، مشخصات سازمانی و امضای مقام صلاحیت دار دستور دهنده

۵. شماره و تاریخ دفتر اندیکاتور سازمان ذیربط

فرم اداری؛ کاغذی با عنوان مخصوص است که بعضی قسمت های آن برای ثبت اطلاعاتی از قبیل نام، مشخصات، تاریخ و سایر جزئیات توصیفی خالی گذاشته می‌شود. فرم های اداری دارای مزایای بسیار زیادی هستند که بطور خلاصه می‌توان به این مزایا اشاره نمود:

۱) کمک به مدیریت و کارکنان سازمان در اتخاذ تدابیر صحیح اداری

۲) جلوگیری از سرگردانی ارباب رجوع درباره تشریف کار

۳) تسریع در جریان امور و فرآیندهای اداری

۴) ایجاد هماهنگی در روش های انجام کار

۵) سهولت در ضبط کتبی اطلاعات به هنگام جمع آوری و سهولت در استخراج اطلاعات گردآوری شده

۶) صرفه جویی در وقت و هزینه های اداری

انواع فرم های اداری

انواع فرم های اداری که در نظام اداری مورد استفاده و بهره برداری قرار می گیرد به قرار زیر است:

الف) فرم های عمومی: فرم هایی که در تمامی دستگاه های اداری و با منظور خاص تهیه و توزیع شده است، مانند فرم حکم استخدامی و فرم تقاضای مرخصی

ب) فرم های اختصاصی: فرم هایی خاص سازمان مشخص که بمنظور اهداف ویژه تدوین می شود مانند فرم پیگیری نامه و یا درخواست وام که به دو شکل دائم و موقت تهیه می شوند.

ج) فرم نامه: فرم های یکنواختی که بخش های مختلف آن مشخص شده و چاپ شده و فرد سایر بخش ها را تکمیل می کند، مانند فرم های درخواست کالا و یا خدمات در ادارات.

د) فرم های ویژه: فرم های نامتعارفی که توسط واحدهای اداری و یا ادارات مشخصی تهیه و استفاده می شود و عمومیت مکانی و زمانی ندارند، مانند فرم اطلاعات تماس گیرندگان دفتر مدیرکل اداری و مالی.

دفاتر اداری

دفاتر اداری به دفاتری گفته می شود که در ادارات و سازمان ها استفاده می شود و عموماً دفاتر اندیکاتور، ارسال مراسلات، دفاتر مالی و ... را شامل می شود. بهتر آن است که در نوشتن دفاتر اداری از خط خوش و دقت کافی استفاده گردد تا برای یافتن اطلاعات لازم، مشکلات کمتری برای مراجعین پیش آید. با پدید آمدن رایانه و نرم افزارهای رایانه ای، استفاده از دفاتر جای خود را به اتوماسیون اداری داده است.

شیوه نگارش نامه های اداری

شیوه نگارش عبارتست از قواعدی که رعایت آنها علاوه بر آسان سازی کار خواننده و نویسنده در ارتباط بهتر، زیبایی نوشته را نیز به ارمغان می آورد. این قوانین دو بخش را شامل می گردند: **واژه بندی و نشانه گذاری.**

واژه بندی

ترکیب واژگان با یکدیگر آغازگر هر نوشتاری است؛ از ترکیب واژگان جملات ساخته می شوند و از ترکیب چند جمله یک بند یا پاراگراف به وجود می آید. هر پاراگراف می تواند بخشی از یک نامه و یا نوشتار دیگر باشد. از مجموع پاراگراف ها، صفحات نامه ها، کتاب ها و نوشتار دیگر پدید می آید. پس هنر هر نویسنده در ابتدای امر استفاده بجا و مناسب از واژگان متناسب و زیبا است.

انتخاب واژگان مناسب برای نامه نگاری از اهمیت والایی برخوردار است، انتخاب واژه به میزان دانش، تجربه، شخصیت، سلیقه و ورزیدگی نویسنده بستگی دارد. زبان فارسی غنی از واژگان بسیاری است که برای تبیین یک موضوع استفاده می شود، پس با مطالعه آثار ادبی فاخر دامنه لغات بسیار پرباری ایجاد می شود که در نگارش متون ادبی و اداری کاربرد دارد. بسیاری از واژگان شاید به تنهایی زیبا باشند، اما باید به تاثیر آن در جمله توجه داشت، چراکه در ترکیب جمله می تواند معنای بسیار بدی در ذهن ایجاد کند. توصیه می شود با استفاده از واژگان زیبا، ساده و روان، متنی را به

خواننده تحویل دهید که وی را با چندگانگی معنایی، پیچیدگی متنی و سطحی بودن مطالب مواجه نکند. از دیگر سوی، انطباق متن نوشته شده با دستور زبان فارسی و ساختار مناسب و منطقی مهم می باشد.

نشانه گذاری و صفحه آرایشی

نشانه ها به علائمی گفته می شود که به خواننده در پی بردن به منظور نویسنده در متن نوشتار کمک می کند. استفاده از این نشانه ها برای جلوگیری از لغزش در خواندن و درک مفاهیم به طور کامل را نشانه گذاری می گویند که بطور عمومی در تمامی زبان های نوشتاری استفاده می شود. شاید بتوان به جرات گفت که نشانه گذاری در ادبیات نوشتاری همانند تابلوهای راهنمایی و رانندگی برای رانندگی اهمیت دارد، چرا که استفاده صحیح و به جا از نشانه ها و یا عدم بکارگیری صحیح آنها در ادبیات می تواند بر سرنوشت مسئله و مطالبه ای در ادارات تاثیر بسیار مهمی داشته باشد. همچنان که لحن کلام در ادبیات شفاهی اهمیت والایی دارد، نشانه گذاری در ادبیات نوشتاری نیز بسیار مهم و تاثیرگذار می باشد.

بطور کلی می توان فواید نشانه گذاری را بدین ترتیب بیان کرد:

- ۱) ایجاد سهولت در امر برقراری ارتباط صحیح از نظرگاه تفهیم و تفهم
- ۲) انتقال صحیح پیام از پیام دهنده به پیام گیرنده
- ۳) انتقال و انعکاس آهنگ گونه های گفتار به نوشته
- ۴) آراستن شکل ظاهری نوشته برای ایجاد جاذبه لازم در امر مطالعه
- ۵) تصحیح متون قدیمی و تبدیل آن به سبک متداول روز

نشان های رایج در زبان فارسی:

یک نقطه (.)

این علامت به عنوان مکث کامل، نشانه پایان جمله، جملات مستقل را از یکدیگر جدا می کند. موارد استفاده از این نشان عبارتند از:

- پایان جمله های خبری و جمله های مستقل
- پایان کلماتی که به جای جمله استفاده می شوند (اطاعت، آری، خیر، نوشتم، آوردم و ...).
- پس از کلمات و حروف اختصاری (ب. بهرامی).
- حروف اختصاری بیانگر سال ها، قوانین و ... آورده می شود (ق. ه. = هجری قمری، ق. م. خ. ک = قانون مدیریت خدمات کشوری).

سرکج (،)

مکث - درنگ کوتاه که بصورت واو معکوس نوشته می شود، معادل ویرگول فرانسه و کاما انگلیسی است که موارد استفاده آن عبارتند از:

- عطف بیان (تهران، مرکز ایران، شهر زیبایی است).
- به جای واو مکرر (احمد، علی، حسین و رضا آمدند).
- جداکردن واژه های دارای شرایط دستوری مساوی (تقوی، پاکدامنی، امانت و صداقت سرلوحه ماست)
- برای راهنمایی مخاطب از منظور نویسنده (بخشش لازم نیست اعدامش کنید) جای سرکج تعیین کننده سرنوشت فرد است، عفو یا عدم بخشش با تغییر جای سرکج محقق می شود.
- برای تفکیک دو کلمه مکرر (کرم نمای و فرود آی که خانه، خانه توست).

سرکج نقطه (؛)

نشانه (درنگ، توقف و مکث) متوسط. این نشان توقفی کوتاه است که از توقف کوتاه(،) بلندتر و از توقف کامل(.) کوتاه تر است. این نشان برای موارد زیر استفاده می شود:

- در انتهای جمله های زنجیری قرار می گیرد که برای بیان فکری پشت سرهم واقع شده اند: « عبید زاکانی دانشمند وارسته ای بود؛ ولی چون روح حاکم بر زمان مناسب نبود، حرفش را در قالب طنز بیان می کرد.»
- زمانی که مطلب ناتمام و جمله ناقص است: کارم از دیروز بیشتر بود؛ بطوری که نای ایستادن ندارم.
- بجای حرف ربط در میان دو جمله ساده با مفهومی متناقض: « مال از بهر آسایش عمر است؛ نه عمر از بهر گردآوردن مال.»
- بجای حرف عطف در میان دو جمله ساده به هم وابسته: « نگران نباش؛ به زودی خواهد آمد.»

دو نقطه (:)

نشان شرح. هشدارنما. از دو نقطه عمود برهم تشکیل یافته و با عناوین نشان شرح، هشدارنما، برشماری و توضیح بیشتر مطالب به کار برده می شود. این نشان مکثی بلندتر و بیشتر از یک نقطه می باشد. موارد استفاده این نشان عبارتند از:

- بعد از کلمات توضیح، تعریف و برشماری: « عبارتست از:»، « مثال:»، « بدین ترتیب:».
- هنگام شمارش: « چهار چیز را نتوان باز آورد: سخن گفته، تیر انداخته، عمر گذشته و قضای رفته را.»
- قبل از نقل قول: (مدیرکل گفت: تمامی کارکنان امروز ظهر در نمازخانه جمع شوند).
- برای بیات ساعت کار، ساعت حرکت، عنوان تلگرافی، اوقات پذیرایی، آدرس، تاریخ و تلفن.
- در نامه های بازرگانی، پس از عنوان دو نقطه می گذارند: « مشتری گرامی:»

خط فاصله (-)

نیم خط .خط فاصل .این نشان مکمل دو نقطه می باشد و در موارد زیر استفاده می شود:

- برای پیوستن واژه ها :سبک نقاشی ایرانی-هندی یادگار آن زمان است.
- در جملاتی که یک کلمه با افزودن اضافه توضیحی تکرار می گردد: بنظرم اینها مهم ترین حوادث زندگی شهری اند - حوادث شغلی و حوادث رانندگی
- هنگام نگارش مکالمه میان دونفر:
 - ببخشید ساعت چنده؟
 - الان درست ساعت ۱۰ صبحه
 - ممنونم آقا !مطمئنید ساعتتون درست کار می کنه؟
 - خواهش میکنم !بله، همین امروز با رادیو تنظیمش کردم.
- برای نمایش گفتار و کلمات مقطع و یا لکنت زبان :د-د-دز-دزد اومد واه-واه !چه صدای درشتی
- هنگام برشماری، اگر محدود بسیار باشد، به جای مکث(،) از خط فاصل استفاده می شود :میوه های تابستانی عبارتند از :آلو -آلبالو -آلوچه -زردآلو -هلو-گلابی-خیار-طالبی و...
- هنگام نگارش نام دو منطقه :قطارهای راه آهن تهران-تبریز از کیفیت مناسبی ندارند.
- پس از شماره های ترتیب موارد: نیروهایی که در این مرحله مورد تشویق قرار می گیرند عبارتند از:
 - ۱- مدیر کل امور اداری و مالی
 - ۲- مدیر مالی منطقه دوم
 - ۳- مدیر مالی منطقه چهارم
 - ۴- معاون اداری و مالی اداره کل خدمات درمانی
- برای مواردی که مطالب باید تفکیک و به سر سطر احاله گردند: مواردی که باید توسط دانشجویان عزیز رعایت شوند به قرار زیر است:
 - حضور به موقع در کلاس
 - حضور بیش از % 21 جلسات کلاس
 - کسب بیش از % 61 آزمون کتبی
 - کسب بیش از 1 نمره مشارکت عملی

خط پیوند (-)

معادل دش انگلیسی و به عنوان نشان تفکیک استفاده می شود .این خط از خط فاصله بزرگتر است .خط فاصل به اندازه سه نقطه و خط پیوند به اندازه پنج نقطه است . موارد استفاده آن عبارتند از:

- برای قطع کردن مطلب و قید جمله معترضه، مانند : کوهستان و مناظر زیبای آن - واقعاً چه باشکوه و دل انگیز است - مرا از درد اعصاب آسوده کرد.
- برای تکرار یا تشریح مطلب : آب-آبی صاف و گوارا - از چشمه سارهایش جاری بود.
- برای جمع کردن و فشردن مطلب : شجاعت، فداکاری و دیانت-ویژگی های این مردم بود.

خط کشیده (----)

بزرگ نما یا خط زیرین یا خط کشیده؛ برای برجسته کردن یا مشخص نمودن قسمتی از نوشته اعم از دست نوشته یا ماشینی به کار برده می شود . طول خط کشیده به مقدار عبارتی بستگی دارد که باید برجسته یا مشخص شوند ، موارد استفاده از خط کشیده عبارتند از:

- برای انعکاس قسمت های مهم نامه یا گزارش از سوی نویسنده به مخاطب
- برای انعکاس بخش های مهم نامه یا گزارش مطالعه شده به یک فرد دیگر
- برای یادآوری بخش های مهم یک کتاب یا گزارش در مطالعات بعدی

نشانه پرسش (?)

علامت پرسش یا پرسش نما : که بعد از جملات پرسشی و پرسش مستقیم استفاده می شود . اگر در میان پرانتز قرار گیرد، بیانگر تردید و گمان است . سعدی در سال هفتصدوپنجاه و چهار(?) وفات یافته است .

نشان تعجب (!)

هیجان نما، الف نقطه و نشان شور و احساسات که بیانگر شور، احساسات، هیجانات تند، عواطف درونی، تاثیر، تألم، ترغیب و ... استفاده می شود که به نویسنده کمک می کند تا احساسات خود را در میان نوشته به خواننده انعکاس دهد : پایدار باد اسلام ! چطور می توان باور کرد او این کار را کرد ! آفرین ! وای بر تو ! و...

گریز نما ()

دوکمان، دوقوس، نشان حشو و معترضه و پرانتز که برای موارد زیر استفاده می شود:

- برای توضیح اضافی یا ذکر جمله خارج از بحث : فهمیدم که باید منطقی باشم (اگرچه اونها منطقی نمی فهمند) و با دوستانش هم بخوبی رفتار کنم.
- اشاره به واژه متروک : بلدی (شهربانی)
- اشاره به شهرت پیشین : جهان آرا (علی وند)
- اشاره به واژه هایی که هنوز متداول نشده اند : استنسیل (کاغذ مومه)
- ترجمه کلمه ها : پروگرام (برنامه)
- جمله های مبین دعا و نفرین : پدرت (خدا او را بیامزد!) مرد بسیار با شخصیتی بود.
- علامت یا اشاره های اختصاری : حضرت محمد(ص)، حضرت علی(ع)

افزوده نما []

قلاّب، نشان الحاق، دونبش و كروهه .موارد استفاده این نشانه بشرح زیر است:

- برای رفع نارسایی و کلمات افتاده از متون کهن، کلمات حذف شده و کامل کننده در قلاب آورده می شود.
- توضیح بیشتر موارد و مطالب متن کهن: در روز دوشنبه امیر[مسعود غزنوی]به آن قصر آمد که برابر میدان داشت.
- هنگام تنظیم نمایش نامه یا فیلم نامه دستوره‌های اجرایی را در آن قرار می دهند :امیر[خنده کنان :]عزیزمن چته؟
- افزودن کلماتی به سلیقه نویسنده در متون کهن :چوپان احمد فریقون روز[نوروز]پیش وی رفت که هدیه....

دوسرکج « »

نشان نقل قول، گیومه . موارد استفاده از گیومه در زبان فارسی عبارتند از:

در آغاز و پایان نقل قول مستقیم :وزیر آموزش و پرورش گفتند « معلمین حق التدریس نخواهیم داشت»
در آغاز و انجام اصطلاح های تازه و واژگان مورد تاکید جمله ها قرار می گیرد :کلمه « فرهنگ » معادل مناسبی برای «کولتور» آلمانی است .

– باب « در فضیلت قناعت : » برای ذکر عنوان مقاله ها و رساله های نامستقل و سخنرانی ها و فصل های کتاب سوم گلستان سعدی است.

افتادگی نما(.....)

چند نقطه، سه نقطه و نشان حذف که به جای کلمات حذف شده بکار می رود . این نشانه در دو شکل سه نقطه و چند نقطه کاربرد دارد که از سه نقطه برای :

- حذف یک کلمه(فقر، ناداری، بیکاری و... عوامل اصلی فساد جامعه اند). بجای واژه هایی مانند « و غیره » : (کتب درسی ما -تاریخ، جغرافیا، ادب، فرهنگ، شیمی و ... بخوبی تنظیم نشده اند).
- و در هنگامی که کلمه ای بر خلاف شئون ادبی و عرفی هستند: مست بودم اگر ...خوردم ...فراوان خورند مستان(عبید زاکانی)
- و از چند نقطه برای حذف یک یا چند بیت در نظم و نثر و یا حذف بخشی از قانون و نوشته.

ممیز(/)

- برای جداکردن تاریخ های شمسی، قمری و میلادی(6 رجب ۱۴۰۵ / ۸ فروردین ۱۳۶۴ مصادف با سال روز فتح بیت المقدس است).
- برای نشان دادن کلمه های معادل که تنها در حرف یا حروفی از آنها ابدالی یا تخفیفی صورت گرفته است(سولاخ/سوراخ)

بخش دوم : مکاتبات تجاری (بازرگانی)

کاربرد زبان عمومی (لاتین انگلیسی) در مکاتبات بازرگانی

مکاتبات و کلا نگارش حرفه‌ای نامه‌های بازرگانی، بدون تسلط کافی بر زبان انگلیسی امری غیرممکن است. برای موفقیت در مکاتبات، قبل از هر چیزی باید از دانش و تخصص کافی در حوزه زبان انگلیسی برخوردار بود. در این بخش برخی از مفاهیم کاملاً ضروری به صورت مختصر و با بیان ساده ارائه می‌گردد.

سطح رسمیت و اهمیت آن در مکاتبات

یک جنبه مهم از هر نامه تجاری، سطح رسمیت (Formality) آن نامه می‌باشد. سطح رسمیت نامه به عواملی مانند هدف پیام و رابطه ما با خواننده بستگی دارد. برای مثال گزارش نتیجه مذاکرات باید رسمی‌تر از نامه‌ای معمولی برای کارهای عادی و روزمره باشد. مشخص است که نامه برای فردی که با وی ارتباط زیادی داشته و با دوست شده‌اید از رسمیت کمتری برخوردار است. سطح رسمیت می‌تواند بیانگر احترام، ادب و سطح کاری باشد. از سوی دیگر زبان غیررسمی می‌تواند بیانگر دوستی و آشنایی باشد.

✓ نکات بسیار مهم و ضروری در تدوین، نگارش نامه تجاری رسمی بین‌المللی

برای نگارش یک نامه تجاری رسمی بایستی به نکات زیر توجه فراوانی نمود چرا که با توجه کردن به این موارد می‌توان نامه تجاری بین‌المللی رسمی را تهیه کرده تا مشکلات متعاقب و عدم همکاری‌ها جلوگیری نمود. این نکات و موارد عبارتند از :

۱. انتخاب لغات، عبارات و توضیحات رسمی.
۲. استفاده از گرامر خاص و استفاده صحیح و کافی از جملات مجهول و یا ساختارهای گرامری رسمی.
۳. استفاده از عناوین مناسب در انتهای نامه، به‌عنوان مثال: استفاده از عبارت Yours Faithfully (وفاداری).
۴. در هنگام salutation (سلام) از عبارات مناسب استفاده شود. ، به‌عنوان مثال: برای رعایت رسمیت از اسم کوچک فرد استفاده نشود.
۵. برای نامه‌های کاملاً رسمی از سربرگ استفاده کنید. ربرگ به‌راحتی می‌تواند این نکته منتقل کند که نامه رسمی بوده و از سازمان خاصی می‌آید.
۶. نامه با احوالپرسی مناسب شروع شود.
۷. از زبان حرفه‌ای برای بیان نکات کاری استفاده شود.
۸. از طول و اندازه مناسب برای نامه استفاده شود. کوتاهی یا بلندی بیش از حد نامه برای نامه‌های رسمی مناسب نمی‌باشد.
۹. سطح رسمیت در تمام طول نامه حفظ شود.
۱۰. نام و عنوان را در نامه آورده و حتماً نامه حاوی امضاء باشد.

۱۱. نامه ویرایش شود؛ ویرایش این امکان را می‌دهد تا اشتباهات را پیدا کرده و جایگزین مناسب را انتخاب کنیم.
۱۲. از به‌کار بردن اختصار کلمات و عبارات خودداری کنید. برای مثال به‌جای حروف اختصاری CBI از Central Bank of Iran استفاده کنید.

ساختار و قالب نامه‌های بازرگانی (تجاری)

❖ انتخاب صحیح واژگان کلیدی

هر صنف و کاری زبان تخصصی خاص خود را دارد. نویسندگان باید حداکثر تلاش خود را به‌کار ببرند تا از واژگان درست و تخصصی و حرفه‌ای استفاده نمایند. این واژگان علاوه‌بر اینکه حرفه‌ای بودن نویسندگان را نشان می‌دهند و به رخ می‌کشند، حتی گاهی اوقات به‌صورت ناخودآگاه روی ذهن خواننده تأثیر می‌گذارند. از سوی دیگر انتخاب صحیح لغات کلیدی باید با توجه به شناختی باشد که از خواننده داریم. طبیعتاً نامه‌ای که برای یک فرد آلمانی نوشته می‌شود با نامه‌ای که برای یک فرد چینی نوشته می‌شود یکسان نخواهد بود. توصیه می‌شود نامه اول همیشه قوی و کاملاً حرفه‌ای نوشته شود، اما نامه‌های بعدی با توجه به ارزیابی که از سطح خواننده نامه بعمل می‌آید ممکن است تغییراتی داشته باشد. باید دقت نمود انسان‌ها جهت تشکیل و انتقال پیام از واژگان، لحن صدا و زبان بدن استفاده می‌نمایند. در نگاه اول به‌نظر می‌رسد در مکاتبات فقط می‌توان از واژگان بهره برد و نامه‌ها دارای لحن یا پیام غیرکلامی نیستند. اما باید دقت نمود بعضی از کلمات دارای بار بوده و نقش لحن صدا یا زبان بدن را ایفا می‌کنند.

دو واژه **Leading** (رهبری) و **Trading** (تجارت) دارای معانی خاصی هستند و در واقع در ابتدای کار یک تصور مثبت و مهم از شرکت نویسنده نامه در ذهن خواننده ایجاد می‌نمایند. بنابراین این دو واژه خواننده را در جهت سوق می‌دهند که کل نامه را بخواند. واژه **Leading** به‌معنای این است که شرکت فرستنده نامه رهبر بازار و در واقع یکی از چند شرکت بزرگ کشور [مثلاً ایران] می‌باشد. رهبر بازار (**Market Leader**) به شرکتی گفته می‌شود که بیشترین سهم بازار را دارد. از سوی دیگر واژه در معنای تجاری به‌کار رفته است. البته به‌جای واژه **Trading** می‌توان از عبارات **import & export** (واردات و صادرات)، (تجاری)، یا **Business** (کسب و کار / تجاری) نیز استفاده نمود، اما واژه **Trading** در زبان انگلیسی نشان‌دهنده تجربه زیاد و بین‌المللی می‌باشد.

بنابراین خواننده نامه از فرستنده ادراکات مثبتی را در ذهن خود تصور می‌کند و نویسنده بدون هزینه از خود یک برند می‌سازد. بدیهی است در گام‌های بعد حفظ و حمایت از برند ایجاد شده امری ضروریست. قابل ذکر است این عبارات و کلمات اهمیت بسیار بالایی دارند، اما باید دقت نمود در تجارت مقدار سفارش و وفای به عهد و دیگر وائب کار حرفه‌ای در بلند مدت اگر مهم‌تر از مکاتبات نباشد، کم‌اهمیت‌تر هم نیست.

به طور کلی یک نامه تجاری از پنج بخش زیر تشکیل می‌شود:

بخش اول: شامل « تاریخ »، « نام شرکت یا سازمان گیرنده نامه »، « سطر « قابل توجه » و « موضوع نامه » می‌باشد.

بخش دوم: شامل احوالپرسی نامه می‌باشد.

بخش سوم: شامل بدنه یا متن اصلی نامه می‌باشد.

بخش چهارم: شامل احوالپرسی انتهای نامه، نام و جایگاه نویسنده، امضاء و مهر می‌باشد.

بخش پنجم: شامل اطلاعات تماس می‌باشد.

بخش اول: شامل « تاریخ »، « نام شرکت یا سازمان گیرنده نامه »، « سطر « قابل توجه » و « موضوع نامه »

الف) نحوه نوشتن تاریخ در زبان انگلیسی

بین نحوه نوشتن تاریخ در زبان انگلیسی و زبان فارسی تفاوت وجود دارد. باید به هنگام نوشتن تاریخ دقت کافی به خرج داد تا به صورت اشتباه نوشته نشود. از سوی دیگر نحوه نوشتن تاریخ انگلیسی بریتانیایی و آمریکایی نیز متفاوت است.

نوشتن تاریخ به صورت British English

در این حالت معمولاً روز را پیش از ماه قرار می‌دهند. معمولاً حرف اضافه (of) که پیش از ماه قرار می‌گیرد حذف شده و می‌توان قبل از سال علامت (,) قرار داد. اما باید توجه داشت که کاربرد این علامت در نوشتن تاریخ در سال‌های اخیر در British English مرسوم نمی‌باشد.

مثال: 5 September, 2010 در حال حاضر اصلاح شده به شکل 5 September 2010 نوشته می‌شود.

نوشتن تاریخ به صورت American English

در انگلیسی مرسوم در آمریکا، « ماه » را قبل از « روز » قرار می‌گیرد و می‌توان پیش از روز از حرف تعریف معین استفاده کرد. قرار دادن (s) پیش از سال نیز مرسوم است.

مثال: September 5, 2010

می‌توان تاریخ را تنها با استفاده از اعداد نیز نوشت که رایج‌ترین این موارد به شرح زیر است:

مثال: 5/09/10 و یا 5/09/2010

توجه: 5/09/10 در British به معنای 5 September 2010 بوده، ولی در American به معنای May 9, 2010 است. برای جلوگیری از چنین مواردی می‌توان ماه را به صورت حروف نوشت. نکته مهم اینکه در صورتی که تاریخ روز دوازدهم اکتبر یا کمتر از دوازدهم بود، جهت جلوگیری از اشتباه و ابهام، یا ماه را با حروف بنویسید یا روز را با اضافه کردن حروف شمارشی به شرح زیر مشخص کنید:

1st, 2nd, 3rd, 4th, ...

1st = first

2nd = second

3rd = third

4th = fourth

5th = fifth

در جدول زیر نحوه نوشتن تاریخ به دو صورت انگلیسی بریتانیایی و آمریکایی آورده شده است:

| Format | British : Day – Month - Yers | American : Day – Month - Yers |
|--------|-------------------------------|-------------------------------|
| ۱ | The Fourteenth of March, 2011 | March the Fourteenth, 2011 |
| ۲ | 14 th March 2011 | March 14 th 2011 |
| ۳ | 14 March 2011 | March 14, 2011 |
| ۴ | 14/3/2011 | 3/14/2011 |
| ۵ | 14/3/11 | 3/14/2011 |
| ۶ | 14/03/11 | 03/14/11 |

در جدول زیر به ترتیب نام ماه‌های میلادی، نام اختصاری و تعداد روزهای هر ماه آورده شده‌اند:

| Number | Name | Abbreviations | تلفظ فارسی | Day |
|--------|-----------|---------------|---------------|-----|
| 1 | January | Jan | ژانویه | 31 |
| 2 | February | Feb | فوریه | 28 |
| 3 | March | Mar | مارس | 31 |
| 4 | April | Apr | آوریل | 30 |
| 5 | May | May | مه | 31 |
| 6 | June | Jun | ژوئن | 30 |
| 7 | July | Jul | ژوئیه (جولای) | 31 |
| 8 | August | Aug | اوت (آگوست) | 31 |
| 9 | September | Sep | سپتامبر | 30 |
| 10 | October | Oct | اکتبر | 31 |
| 11 | November | Nov | نوامبر | 30 |
| 12 | December | Dec | دسامبر | 31 |

(ب) اسم شرکت گیرنده

در سطر دوم این بخش، نام شرکت گیرنده نامه نوشته شود. هدف از نوشتن نام شرکت در این بخش این است که طرف مقابل معلوم شود. این یک نامه عمومی نیست و صرفاً برای آن شرکت ارسال شده است. نوشتن این بخش نه تنها یک نوع احترام به طرف مقابل است، بلکه اهمیت و جایگاه رابطه کاری را نیز نشان می‌دهد.

ج) قسمت « قابل توجه »

در این سطر نام شخص گیرنده نامه یا بخش سازمانی مربوطه نوشته می‌شود. نوشتن این سطر در نامه‌های تجاری اهمیت زیادی دارد. یک شرکت بازرگانی ممکن است روزانه ده‌ها یا صدها نامه از طریق آدرس رایانامه موجود در سایت خود دریافت نماید. از سوی دیگر شاید نیروی متخصصی که کلیه نامه‌ها را مطالعه و به بخش مربوطه ارجاع دهد در شرکت موجود نباشد. نوشتن این سطر، ارجاع نامه را شخص یا بخش مربوطه تسهیل می‌نماید. بهتر است در نوشتن « بخش » یا « دپارتمان »، معادل انگلیسی این عبارت را به صورت Dept مورد استفاده قرار دهیم.

د) موضوع نامه

در انتخاب یک « موضوع » برای نامه همیشه باید به دو نکته دقت نمود. اول اینکه « موضوع » قطعاً باید مرتبط با متن بوده و به بیان دیگر در یک کلمه یا عبارت، « چکیده » نامه باشد. خواننده با دیدن عبارت مربوط به موضوع باید به کلیت نامه و هدف از نگارش پی ببرد. نکته دوم اینکه عبارت مربوط به موضوع باید باعث شود خواننده نامه را با نگرش مثبت بخواند. به بیان دیگر عبارت مربوط به موضوع نباید تأثیر منفی در خواننده ایجاد کند و نگرش منفی به گیرنده منتقل نماید. به عنوان مثال؛ در صورتی که نویسنده یک بار راجع به قیمت چانه‌زنی کرده و تخفیف گرفته باشد، اما تخفیف ارائه شده وی را قانع نکرده و قصد داشته باشد مجدداً در مورد قیمت چانه‌زنی نماید و از فروشنده تخفیف بگیرد، عبارات زیادی را به عنوان موضوع می‌تواند انتخاب کند. می‌تواند عباراتی همچون Discount (تخفیف) ، Additional Discount (تخفیف اضافی) یا More Discount (تخفیف بیشتر) را برای این نامه استفاده نمود. اما باید دقت نمود تمامی این عبارات در ابتدای مطالعه، باعث ایجاد نگرش منفی در خواننده می‌شوند. برای چنین نامه‌ای بهتر است از عباراتی همچون؛ Price Analysis (بررسی قیمت)، Market Analysis (بررسی بازار)، Cost Analysis (بررسی هزینه)، Competitive Market Situation (وضعیت بازار رقابتی) یا Price Revision (بازنگری قیمت) به عنوان موضوع استفاده نمود.

بخش دوم: شامل احوالپرسی نامه می‌باشد.

در بخش دوم از عبارات « احوالپرسی اولیه » به همراه عبارات مناسب برای خطاب قراردادن افراد استفاده می‌شود. در ابتدای هر نامه قسمتی وجود دارد که در آن فردی را مورد خطاب قرار می‌دهیم و در واقع حکم « سلام » را در نوشتار فارسی دارد. در زبان انگلیسی به این قسمت Salutation گفته می‌شود. خطاب قرار دادن در مواقع مختلف تفاوت دارد و باید برای نوشتن آن دقت نمود. به عنوان مثال زمانی که اسم شخص مخاطب را نمی‌دانیم، خطاب ما متفاوت خواهد بود و یا ممکن است فرد مورد خطاب مونث باشد که باز هم کلمه متفاوت به کار می‌رود. گاهی اوقات ما اطلاعی از جنسیت طرف مقابل نداریم و باید عبارتی دیگر به کار ببریم. تمامی این موارد در نامه‌نگاری از اهمیت زیادی برخوردار است و نشان‌دهنده تسلط نگارنده نامه می‌باشد.

• اگر نام طرف مقابل مشخص نباشد، اما جنسیت او مذکر باشد از Dear Sir (آقای محترم) استفاده می‌شود.

- برای خطاب قراردادن یک شرکت از عبارت **Dear Sir** (آقایان محترم) استفاده می‌شود. البته در انگلیسی مرسوم در آمریکا از کلمه **Gentlemen** (جنتلمن یا مرد آرام و با وقار) استفاده می‌شود.
- اگر مخاطب ما مونث بوده و اطلاعی از مجرد یا متأهل بودن او نباشد و اسم او هم برای نویسنده نامه مشخص نباشد، از عبارت **Dear Madam** (خانم محترم) استفاده می‌شود.
- زمانی که نام و جنسیت مخاطب مشخص نباشد، از عبارت **Dear Sir or Madam** (آقا یا خانم محترم) استفاده می‌شود. باید توجه داشت که می‌توان حرف «or» را حذف نمود به جای آن از «/» استفاده کرد. در این صورت عبارت این‌گونه نوشته می‌شود: **Madam / Dear Sir** (آقا یا خانم محترم)
- هنگامی که نام فرد مقابل مشخص باشد، اما وی را خوب نمی‌شناسیم، پس از **Dear** (محترم) نام خانوادگی یا منصب او را به کار می‌بریم. باید دقت داشت که برای نوشتن نام خانوادگی مخاطب به هیچ‌وجه از نام کوچک و یا اختصار نام کوچک او استفاده نشود.

بخش سوم: شامل بدنه یا متن اصلی نامه می‌باشد.

نکته بسیار مهم قبل از روع نگارش متن نامه، تجزیه و تحلیل قدرت چانه‌زنی و انتخاب استراتژی و لحن نامه است. طرف مقابل باید از متن و لحن نامه متوجه شود که دید و نگرش ما نسبت به وی و شرکت او چگونه است. متن، کلمات به کار رفته و لحن نامه نباید برای شرکت‌های مختلف یکسان باشد. برای روشن شدن موضوع کمی عمیق‌تر از گذشته به مفهوم ضمنی سه جمله زیر به زبان فارسی دقت نمائید:

- لطفا دستورات لازم را صادر فرمائید.
- پیشاپیش از همکاری شما تشکر می‌شود.
- گزارش مربوطه حداکثر تا تاریخ ... به نظر اینجانب برسد.

انتخاب استراتژی و طراحی و اجرای صحیح چارچوب نامه

نویسنده باید قبل از شروع نگارش نامه استراتژی خود را انتخاب نماید. منظور از استراتژی، لحن نامه و یا به بیان بهتر تهاجمی، میانه‌روی یا تدافعی بودن نامه است. نویسنده با توجه به تحلیلی که از قدرت چانه‌زنی خود و طرف مقابل انجام داده است، تصمیم می‌گیرد از کدام لحن در نامه استفاده کند. توصیه می‌شود حتی زمانی که گیرنده نامه از نویسنده بزرگتر و قوی‌تر باشد نیز نامه تدافعی و التماسی نوشته نشود. یکی از اصول نوشتن نامه‌های تجاری تعیین نمودن چارچوب برای بدنه نامه‌ها است. بدنه اصلی نامه به سه قسمت اصلی تقسیم می‌شود و بهتر است قبل از شروع این قسمت یک یا دو خط فضای خالی در نظر گرفته شود.

- (1) پاراگراف اول باید مقدمه متن شما باشد؛ به این پاراگراف **Opening Paragraph** (باز کردن بند و صحبت) یا **Introductory Paragraph** (پاراگراف مقدماتی) گفته می‌شود. در این قسمت نویسنده شرکت خود را به صورت مختصر معرفی کرده و به طور مستقیم ذکر می‌کند که به چه منظور

نامه را نوشته است. باید دقت نمود مهم ترین وظیفه نویسنده در این بخش این است که به نحوی متن را تدوین نماید که خواننده انگیزه یابد نامه را تا انتها بخواند. به بیان ساده، این بخش باید تصویر ذهنی مناسبی از نویسنده ترسیم و باعث شود خواننده نگرش و تصور مثبتی از نویسنده و شرکت وی داشته باشد.

۲) بخش بعدی قسمت اصلی بدنه نامه است. در این قسمت باید هدف، منظور و تقاضای اصلی نویسنده آورده شود. بهتر است نویسنده در این قسمت از نامه از زبان و اصطلاحات حرفه‌ای و تخصصی مربوط به خود بهره گیرد و از زبان غیررسمی و به اصطلاح زبان خودمانی پرهیز کند. بعلاوه در این قسمت خواننده به گرامر و چگونگی نوشتن کلمات دقت کند. طول پاراگراف باید مناسب بوده و از جملات مجهول و ساختارهای گرامری به صورت حرفه‌ای و در زمان مناسب استفاده شود. این بخش باید به گونه‌ای شفاف و جامع باشد که خواننده بتواند پاسخ نامه را بدون نیاز به اطلاعات اضافی داده و نیازی به نوشتن چندین نامه پیاپی نباشد. نویسنده بهتر است خود را به عنوان مخاطب تصور نموده و بررسی کند که آیا مخاطب با اطلاعات ارائه شده قادر به درک و ارائه پاسخ مناسب به نامه است یا خیر؟

۳) پاراگراف آخر یا پاراگراف نتیجه (Conclusion Paragraph) معروف است. به این پاراگراف نیز گفته می‌شود. متن این قسمت باید به گونه‌ای نوشته شود که خواننده نامه سریعاً اقدام مقتضی را انجام دهد. برای مثال؛ **Do not hesitate to send the Price list, please** (لطفاً، برای ارسال لیست قیمت دریغ نکنید). بعلاوه این بخش می‌تواند حاوی زمان تماس بعدی با فرد مقابل نیز باشد. و نیز در این بخش به پیوست نامه هم می‌توان اشاره نمود.

بخش چهارم : شامل احوالپرسی انتهای نامه، نام و جایگاه نویسنده، امضاء و مهر می‌باشد.

این قسمت از نامه **Complimentary Closing** (بسته شدن کامل) نیز نامیده می‌شود. این قسمت باید با دو خط فاصله نسبت به قبل نوشته شود. در این بخش با توجه به سطح رسمیت مورد استفاده در بدنه نامه، یکی از عبارات زیر مورد استفاده قرار گیرد:

| ردیف | عبارات | سطح رسمیت |
|------|------------------|-----------|
| ۱ | Yours Faithfully | رسمی |
| ۲ | Yours Sincerely | نیمه رسمی |
| ۳ | Best Regard | غیر رسمی |

این قسمت در پایان حالت مودبانه به نامه می‌دهد و انتهای نامه شکل مناسبی پیدا می‌کند. باید نوشتن این قسمت را با حروف بزرگ شروع کرد و در انتهای نامه‌ها علامت (,) استفاده نمود. در زیر این عبارت معمولاً امضاء اسکن شده یا

دیجیتال، نام تایپ شده و پست و مقام نویسنده نوشته شده و در صورت امکان مهر شرکت نیز سمت راست امضاء آورده می‌شود.

در این قسمت توجه به سه نکته مهم ضروری است:

۱) عبارت « از طرف » یا (Per Procuracionem) : اختصار این عبارت (p.p) بوده و زمانی از آن استفاده می‌شود که شخصی در غیاب شخص دیگر و به نیابت از او نامه‌ای را امضاء کرده و یا ارسال می‌کند، ابتدا نام خود را آورده و سپس عبارت (p.p) و پس از آن نام مدیر یا شخصی که از جانب وی نامه را امضاء نموده‌ایم را خواهیم آورد.

۲) پیوست (Enclosures) : اگر همراه نامه پیوستی وجود داشته باشد، در قسمتی از نامه کلمه « پیوست » را آورده و پس از آن عنوان یا عناوین پیوست را ذکر می‌کنیم. زمانی از پیوست استفاده می‌کنیم که مطالب باعث طولانی شدن نامه می‌شود.

۳) محرمانه (Privte and Confidential) : این عنوان در ابتدای نامه و قبل از شروع متناصلی نامه آورده می‌شود. این عبارت بیانگر محرمانه بودن نامه می‌باشد. زمانی از این عبارت استفاده می‌شود که نامه حاوی مطالب حساس باشد و بخواهیم تنها فرد مورد نظر آن را بخواند. در مکاتبات پستی، اگر متن نامه دارای Privte and Confidential (خصوصی و محرمانه) بود، طبیعتاً باید بر روی پاکت نامه هم این عنوان دیده شود. نکته دیگر این که در پاسخ به نامه محرمانه نیز باید همین عبارت را بر روی نامه آورد.

بخش پنجم : شامل اطلاعات تماس می‌باشد.

نوشتن اطلاعات تماس مورد نیاز، جزء موارد ضروری است. از راه همین اطلاعات تماسی، مخاطب یا به عبارتی سازمان مقابل می‌تواند با ما ارتباط برقرار کرده و پاسخ نامه ما را بدهد. در انتهای ایمیل، پس از نوشتن نام و مقام خود، اطلاعات تماس از جمله آدرس، تلفن، فکس، تلفن همراه، وبسایت، و نام دیگر نرم‌افزارهای ارتباطی نوشته شود.

پس از آدرس، به ترتیب شماره تلفن، شماره تلفن همراه، شماره فکس، آدرس ایمیل، آدرس وبسایت و ... آورده می‌شود. در واقع این کار تسهیل برقراری ارتباط برای طرف مقابل است تا بتواند به راحتی راه‌های برقراری تماس با ما را در اختیار داشته باشد و به ما پاسخ دهد. در مکاتبات سنتی معمولاً نوشتن شماره تلفن همراه در نامه‌های بازرگانی توصیه نمی‌شد. اما در مکاتبات تجاری مدرن باید دائماً در دسترس بود و توصیه می‌شود شماره تلفن همراه برای تماس‌های ضروری و فوری در اختیار مخاطبان خارجی قرار گیرد.

چگونگی نوشتن آدرس به انگلیسی:

نوشتن صحیح نشانی در نامه نگاری انگلیسی حائز اهمیت است، چرا که خود آدرس و معتبر بودن آن و حتی طرز نوشتن صحیح آن مهر اعتباری بر نامه است. نوشتن آدرس در زبان انگلیسی با زبان فارسی متفاوت

بوده و می توان گفت که به صورت معکوس نوشته می شود. بدین معنا که در ابتدا شماره واحد آپارتمان، پلاک ساختمان، خیابان فرعی، خیابان اصلی، نام شهر و استان و نهایتاً نام کشور نوشته می شود.

انواع نامه ها و مکاتبات تجاری (بازرگانی)

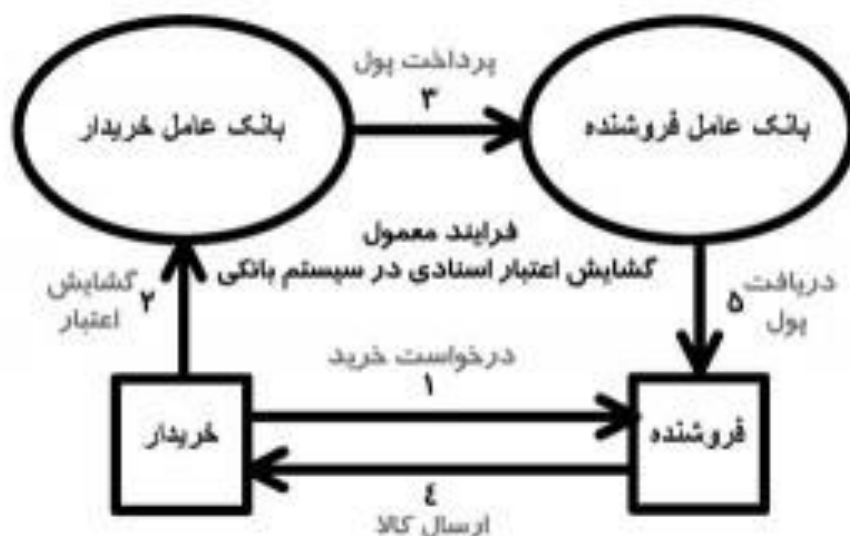
- ۱) نامه ها مربوط به درخواست قیمت
- ۲) نامه ها مربوط به درخواست کاتالوگ، اطلاعات و پروفایل
- ۳) نامه ها مربوط به چانه زنی قیمت و اخذ تخفیف
- ۴) نامه ها مربوط به خرید و سفارش کالا
- ۵) نامه ها مربوط به سفارش و اصلاح موارد پرفورما و اینووویس
 - Proforma (صورتحساب ، سیاهه، فاکتور نوشتن، صورتحساب فاکتور)
 - Invoice (مقدماتی، فاکتور مقدماتی)
- ۶) نامه ها مربوط به پرداخت بین الملل
- ۷) نامه ها مربوط به انتخاب اعتبار اسنادی
- ۸) نامه ها مربوط به انتخاب پرداخت مدت دار (حساب باز یا خرید نسیه)
- ۹) نامه ها مربوط به انتخاب پیش پرداخت
- ۱۰) نامه ها مربوط به بازرسی و استاندارد اجباری کالا
- ۱۱) نامه ها مربوط به حمل و نقل بین المللی و هماهنگی حمل

اصطلاحات بازرگانی در زمینه حمل و نقل بین المللی

۱) اعتبار اسنادی (LC)

اعتبار اسنادی سندی رسمی است که از طرف بانک ها و موسسات مالی صادر می شود و به موجب آن بانک متعهد می شود (تضمین می کند) در صورت ارسال صحیح کالا و خدمات توسط فروشنده به خریدار طبق شرایط درج شده در LC وجه آن را به فروشنده پرداخت نماید. اعتبار اسنادی (LC) معمولاً در معاملات بین المللی جهت تضمین پرداخت وجه معامله صادر می شود.

اعتبارات اسنادی یا همان Lc (letter of credit) معمولاً در تجارت بین المللی به طور گسترده ای هنگامی که خریدار و فروشنده از دو کشور متفاوت می باشند، همدیگر را نمی شناسند و فاصله زیادی با هم دارند که قوانین و آداب و رسوم متفاوتشان نقل و انتقال وجوه را سخت می کند استفاده می شود.



اعتبارات اسنادی (LC) به خریدار تضمین می‌دهد که بعد از دریافت صحیح و سالم کالاهای خود پول پرداخت خواهد شد. همچنین به فروشنده تضمین می‌دهد بعد از تحویل کالای خود تمامی وجه آن را به صورت صحیح و کامل دریافت می‌نماید.

صدور اعتبارات اسنادی (LC) یکی از وظایف بانکها در جهت تسهیل روند تجارت بین المللی یک کشور از سوی بانک مرکزی تعیین شده است. بنابراین بانکها مکلف اند بعد از احراز شرایط متقاضی و ترهین وثایق به مشتریان خود این خدمات را ارائه دهند.

با توجه به گستردگی استفاده از اعتبارات اسنادی در تجارت بین الملل، اتاق بازرگانی بین الملل مقررات یکسانی را جهت صدور اعتبارات اسنادی وضع نموده است که به عنوان مقررات یکسان اعتبارات اسنادی (UCP) شناخته و استفاده می‌شود.

در کشور ما قبل از پیروزی انقلاب اسلامی اعتبارات اسنادی (LC) به عنوان قراردادهای خصوصی و مشمول ماده ۱۰ قانون مدنی بود. ولی بعد از پیروزی انقلاب و با توجه به تصویب قانون بانکداری اسلامی (بدون ربا) می‌بایست در قالب یکی از عقود اسلامی قرار گیرد که با توجه به نظریات صادر شده در این حوزه اعتبارات اسنادی یا همان LC در قالب عقود مضاربه و جعاله قرار گرفت.

برای صدور و گشایش اعتبار اسنادی ابتدا باید متقاضی (خریدار) بعد از مراجعه به بانک تقاضای خود را تحویل دهد. در این مرحله خریدار باید قرارداد خود با فروشنده را تنظیم نماید و به همراه سایر مدارک (کارت بازرگانی، بیمه نامه، فرم ثبت سفارش، پیش فاکتور از فروشنده به نام خریدار) به بانک ارائه دهد بانک نیز بعد از بررسی اعتبار سنجی و وثایق مشتری و اطمینان از متغیر بودن فروشنده و خریدار گشایش اعتبار را انجام می‌دهد و یک نسخه آن را به بانک مقصد (ذینفع) ارسال مینماید. بانک ذینفع نیز بعد از احراز هویت فروشنده آن را به وی ابلاغ می‌نماید. در مرحله بعد فروشنده کالاهای مورد تقاضای خریدار را تهیه و برای وی ارسال می‌نماید. در مرحله بعد شامل کنترل، پذیرش و پرداخت در سررسید می‌باشد.

بانک فروشنده پس از بررسی اسناد توسط فروشنده و تایید اصالت و تطابق با شرایط مندرج در قرارداد اسناد لازم را به بانک گشاینده اعتبار ارسال و بانک گشاینده نیز پس از بررسی شرایط و مدارک پرداخت وجه در سررسید را به بانک فروشنده (ذینفع) اعلام می نماید.

پس از تحویل کالا به خریدار فروشنده تقاضای وجه خود را به بانک مقصد (ابلاغ کننده) ارائه میدهد و بانک نیز طی درخواست از بانک فروشنده مبلغ را دریافت و به حساب مشتری منظور می نماید و بانک فروشنده نیز علاوه بر اصل مبلغ پرداختی کارمزد خود را از خریدار دریافت می نماید. با این روند علاوه بر تسهیل امور بازرگانی و تجارت بانک نیز از محل کارمزد دریافتی در آمد قابل توجهی بدست می آورد.

مهمترین اعتبارات اسنادی قابل گشایش توسط بانک به شرح ذیل می باشد:

- اعتبارات اسنادی نقدی.
- اعتبارات اسنادی مدت دار / مؤخر. (یوزانس)
- اعتبار اسنادی از محل صندوق ذخیره ارزی.
- اعتبار اسنادی به نفع بانک توسعه اسلامی.
- اعتبار اسنادی با استفاده از خطوط اعتباری کوتاه مدت (ریفاینانس).
- اعتبار اسنادی با استفاده از خطوط اعتباری بلندمدت (فاینانس).

یکی از معروفترین انواع اعتبارات اسنادی یوزانس (usance) می باشد که در آن وجه اعتبار پس از ارائه اسناد پرداخت نمی گردد بلکه پس از مدتی که تعیین شده است پرداخت می گردد، در این شیوه خریدار و فروشنده توافق می کنند که خریدار پس از فروش کالا وجه آن را بپردازد.

۲) برات ارزی (Bill of Exchange)

برات نوشته ای است که به موجب آن شخصی به شخص دیگر امر می کند مبلغی در وجه یا به حواله کرد شخصی ثالثی در موعد معینی پرداخت کند. کسی که برات را صادر می کند براتکش یا محیل و کسی که مبلغ برات را باید بپردازد برانگیز یا محال علیه و کسی که مبلغ برات را دریافت می کند دارنده برات یا گیرنده برات و یا محال له می نامند.

برات ارزی (B/E) توسط فروشنده (ذینفع) نوشته می شود و از طریق بانک ابلاغ کننده یا بانک ذینفع ارسال می شود و پس از قبول نویسی، صادرکننده یا فروشنده می تواند بلافاصله و یا بعد از تاریخ تعیین شده مبلغ مندرج در آن را دریافت کند. برات قابل معامله است.

۳) اینکوترمز (Incoterms)

در دنیای تجارت امروز، قوانین اینکوترمز به یک بخش اساسی و اجتناب ناپذیر از زبان تجارت مبدل شده که در سراسر جهان و به منظور فروش محصولات در قراردادهای گنجانیده و بیانگر قوانین و راهنما جهت استفاده واردکنندگان، صادرکنندگان، وکلا، شرکتهای حمل، بیمه و دانشجویان تجارت بین الملل می باشد.

این قوانین در سرتاسر جهان مورد تأیید دولتها، مراجع قانونی و کاربردازان بازرگانی به منظور تفسیر مشترک رایج ترین اصطلاحات تجاری دنیا می باشد.

ریشه لغت اینکوترمز از مخفف سازی سه لغت لاتین **International Commercial Terms** به معنای اصطلاحات تجارت بین الملل تشکیل شده که مهمترین علت کاربرد آن تعیین دقیق و روشن حدود مسئولیتها، ریسکها و هزینه ها در فرآیند تجارت بین الملل بین فروشنده، خریدار و همچنین اشخاص حقوقی/حقیقی دخیل فرآیند تجارت می باشد.

تعریف اینکوترمز:

اینکوترمز « عبارت است از قواعد استاندارد بین المللی تدوین شده در اتاق بازرگانی، که چگونگی تقسیم و تسهیم هزینه ها، تعهدات قراردادی و ریسکها را در معاملات بین فروشنده و خریدار مشخص می کند. همچنین مراحل متعدد دیگری از جمله مسائل بانکی و پرداخت، بازرسی، بیمه و عقد قرارداد حمل نیز در این قواعد وجود دارند».

به بیان ساده، اینکوترمز قصد دارد تا چگونگی تقسیم مسؤلیت ها، تعهدات، هزینه ها و خطرات این فرایند را بین فروشنده و خریدار، به شکل استاندارد روشن نماید. در واقع قواعد اینکوترمز، مجموعه ای از راه حل های از پیش اندیشیده شده برای سامان دادن و استاندارد نمودن رابطه ی فروشنده و خریدار می باشد.

اینکوترمز که هر دوره توسط اتاق بازرگانی بین الملل مورد بازنگری و باز نشر قرار می گیرد، اولین بار در سال ۱۹۳۶ تدوین شد و در تاریخ اول ژانویه ۲۰۱۱ آخرین نسخه آن که به اینکوترمز ۲۰۱۰ موسوم است، منتشر گردیده است. اینکوترمز ۲۰۱۰ نسخه ی هشتم و نهایی از اینکوترمزها می باشد، که در ۱۱ قانون تعریف شده و بر مبنای طریقه حمل به دو دسته کلی تقسیم بندی می شوند:

گروه اول؛ این گروه شامل اینکوترمزهایی می باشد که تمامی طرق حمل را دربر می گیرند و متشکل از ۷ قانون میباشد.

(۱) EXW : تحویل درب کارخانه

در این روش فروشنده، کالا را در محل تولید و یا انبار کالا به خریدار تحویل می دهد و کلیه مسؤلیت ها و هزینه ها، اعم از بارگیری، حمل و نقل، بیمه، گمرک و ریسک خرابی کالا بر عهده خریدار است.

(۲) FCA : تحویل در نقطه ای معین در کشور مبدأ

به معنای این است که فروشنده کالا را پس از ترخیص صادراتی در محل مقرر به حمل کننده تعیین شده از سوی خریدار تحویل می دهد. با توجه به اینکه محل تحویل کشور خریدار باشد، بارگیری با خریدار است و نقطه ریسک فرایند می باشد. هزینه حمل و بیمه با خریدار است، همچنین معمولاً و (نه الزاماً) عقد قرارداد حمل و بیمه به عهده خریدار می باشد.

(۳) CPT : کرایه حمل پرداخت شده

این قاعده که نوعی حمل مرکب می باشد، بر این مفهوم دلالت میکند که فروشنده کالا را تهیه، حمل داخلی و ترخیص صادراتی نموده، هزینههای ترخیص صادراتی را خود پرداخت میکند. بعلاوه حمل کننده کالا تا مقصد نهائی را انتخاب، قرارداد حمل را منعقد و کرایه را تا محل مشخص در قرارداد بعنوان مقصد نهائی پرداخت مینماید. ریسک و مسئولیت فروشنده زمانی که کالا را تحویل اولین حمل کننده می دهد خاتمه می یابد. همچنین پرداخت هزینه بیمه و عقد قرارداد بازرسی با خریدار است.

(۴) CIP : کرایه و بیمه حمل پرداخت شده

این قاعده از اینکوترمز بدین معنی است که فروشنده کالا را با اخذ مجوزهای صادراتی از کشور خود و ترخیص صادراتی، به حمل کننده ای که منتخب خود اوست و خود با آن حمل کننده قرارداد حمل منعقد کرده تحویل میدهد بعلاوه کرایه حمل کالا تا مقصد را پرداخت کرده و کالا را تا مقصد بیمه نموده، هزینه بیمه را هم پرداخت می نماید

(۵) DAT : تحویل در پایانه کشور مقصد

این اصطلاح بدین معنی است که فروشنده تمام هزینههای حملونقل (هزینه صادرات، حمل، تخلیه از حامل اصلی در بندر مقصد و هزینه های بندر مقصد) و فرض قبول تمامی ریسک ها تا پایانه مقصد را عهده دار میشود. پایانه می تواند بندر، فرودگاه، و مکان تبادل کالا تلقی گردد. ضمن اینکه حقوق ورودی، مالیات و هزینه های گمرکی برعهده خریدار می باشد.

(۶) DAP : تحویل در نقطهای معین در کشور مقصد

این اصطلاح می تواند برای تمامی حالات حمل و نقل استفاده شود، و یا در فرآیندی که در آن بیش از یک حالت حمل و نقل وجود داشته باشد. فروشنده مسئول هماهنگی حمل و تحویل کالا، آماده سازی جهت انجام تخلیه بار از وسیله نقلیه، در محل مورد توافق می باشد. در این روش پرداخت مالیات و پوشش بیمه بر عهده فروشنده نمی باشد.

(۷) DDP : تحویل در مقصد با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی

فروشنده مسئول تحویل کالا در محل قید شده در کشور خریدار است، و پرداخت تمامی هزینه های انتقال کالا به مقصد از جمله حقوق ورودی و مالیات بر عهده وی می باشد. این ترم حداکثر تعهدات در فروشنده و حداقل تعهدات در خریدار را در بر می گیرد.

گروه دوم؛ این گروه شامل اینکوترمهایی می باشد که شامل راه های آبی دریایی و داخلی (درون کشوری) هستند.

(۸) FAS : تحویل در کنار کشتی

محل خاتمه ریسک فروشنده کنار کشتی در بندر است. مسئولیت عقد و پرداخت هزینه حمل، بیمه و بازرسی به عهده خریدار است.

۹) FOB (فوب): از روی نرده کشتی

فوب یا FOB زمانی اتفاق می افتد که فروشنده وقتی کالا را از روی نرده کشتی در بندر مبدأ عبور داد ریسک خود را خاتمه داده است. هزینه حمل و همچنین عقد قرارداد حمل از بندر تحویل، بیمه و بازرسی به عهده خریدار می باشد.

۱۰) CFR : هزینه و کرایه حمل

سابق است ولی مخصوص حمل دریایی. کالا وقتی از روی نرده کشتی عبور می کند (بارگیری می شود) مسئولیت C&F همان فروشنده خاتمه مییابد. پرداخت هزینه بیمه و عقد قرارداد آن با خریدار، و همچنین پرداخت هزینه حمل و عقد قرارداد آن با فروشنده می باشد.

۱۱) CIF : هزینه، کرایه و بیمه حمل

در این روش کالا وقتی از روی نرده کشتی بارگیری می شود، مسئولیت فروشنده خاتمه مییابد. ضمن اینکه هزینه حمل و بیمه و عقد قرارداد آن ها با فروشنده می باشد .

در پایان امید است که این جزوه توانسته باشد دستنامه‌ای مناسب برای انواع مکاتبات (اداری، تجاری) و دیگر نوشتار سازمانی و غیرسازمانی برای شما عزیزان باشد.

موفق، تندرست و پیروز باشید

حجت رضایی ارجمند

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد

دانشکده ادبیات و علوم انسانی (حسابداری و مدیریت)

ویرایش سوم : زمستان ۱۳۹۸