المراسلات التجارية والإدارية

أ. سامي نصر أبو

الطبعة الثانية
2010

بسْمِ اللهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

♥ قالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلاَلَةٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (61) أُبَلِّغُكُمْ رِسَالاَتِ رَبِّي وَأَنصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللّهِ مَا لاَ تَعْلَمُونَ (62) ♦

صدق الله العظيم
سورة الأعراف (62.61)

أجمل ما قيل،،،

"إني رأيت أنه لا يكتب إنسانٌ كتاباً في يومه إلا قال في غده

لو غير هذا لكان أحسن، و لو زيد هذا لكان يستحسن،

و لو قدم هذا لكان أفضل، و لو ترك هذا لكان أجمل،

و هذا من أعظم العبر، و هو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر"

العماد الأصفهاني

الإهداء

إلى أرواح شهداء فلسطين كافة، الذين ضحوا بالغالي والنفيس لأجلك يا فلسطين

إلى أبي الذي ضحى ولم يبخل

إلى أمي التي سهرت وربت وصبرت

إلى أخوتي وأخواتي الذين رافقوني أيام عمري

إلى زوجتي ورفيقة دربي

إلى أبنائي بشرى ومحمد وفجر

أهدي عملي المتواضع

شكر وتقدير

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين سيدنا محمد وعلى آلة وصحبة أجمعين الذي أمره ربه بأن يقرأ في قوله تعالى "اقرأ باسم ربك الذي خلق" (سورة العلق...)

أما بعد فلقد جاء هذا الكتاب ليبني عند الطالب الجامعي مهارات وأساسيات إعداد المراسلات التجارية، والمراسلات الداخلية إضافة لكتابة التقارير التي أصبحت جزءً من عمل السكرتير وأساساً يرتكز عليه عمله سواء في المؤسسات الخاصة أو العامة.

جاء هذا الكتاب ليبني عند الطالب والباحث أساسيات و فنيات كتابة المراسلات و التقارير بما ينعكس إيجابا على علاقات المنشأة بالغير و علاقة الأقسام و الإدارات و الأفراد داخل المنشأة أو المؤسسة.

ومن باب الحرص على التحديث والمراجعة تم إخضاع الطبعة الأولى للتدقيق والتشاور بغرض تحقيق أقصى استفادة ممكنة، بالإضافة إلى تصويب بعض الأخطاء المطبعية، سعى الكاتب لإصدار الطبعة الثانية من الكتاب وعمل التعديلات والإضافات اللازمة.

ويتناول الكتاب الجوانب النظرية والتطبيقية المختلفة لمساق المراسلات التجارية والإدارية وكتابة التقارير، موزعة على النحو التالي:

تتناول الوحدة الأولى التعريف بالمراسلات التجارية وفوائدها، ومقومات نجاحها بالإضافة إلى الأمور الواجب مراعاتها عند كتابة هذه المراسلات.

في حين تقدم الوحدة الثانية الشكل النهائي للمراسلة التجارية والإدارية بأجزائها الرئيسية والثانوية.

أما الوحدة الثالثة فتغطي المصطلحات التجارية اللازمة لكتابة المراسلات التجارية.

وخصصت الوحدة الرابعة لتتناول وسائل الاتصال الحديثة والممثلة بالبريد الإلكتروني، ومدى الاستفادة منه في ظل التطور الالكتروني.

وقد تم تخصيص الوحدة الرابعة لمعرفة كيفية كتابة مراسلات الاستفسار وأنواعها، مع بعض النماذج على هذه المراسلات.

وقدمت الوحدة السادسة أسلوب الرد على مراسلات الاستفسار موضحة أنواع مراسلات الرد واتجاهاتها.

وفي الوحدة السابعة تم التعريف بمراسلات الطلب والأخطاء المتكررة الواجب مراعاتها، كما تم التطرق للحالات التي تتطلب مراسلات للرد على مراسلات الطلب، مدعومة بنتائج توضيحية.

كما خصصت الوحدة الثامنة من الكتاب للتعريف بمراسلات العرض والبيع مع الأخذ بعين الاعتبار أوجه التشابه والاختلاف بين هذه المراسلات.

كما عرفت الوحدة التاسعة مراسلات الشكوى ومبرراتها ومراحل إرسالها.

وقدمت الوحدة العاشرة تعريفا لمراسلات التسوية وكيفية الرد على الشكاوى المبررة وغير المبررة مع نماذج على كل منهما.

وجاءت الوحدة الحادية عشرة للتعريف بالمراسلات الحكومية التي تختلف عن باقي المراسلات كونها يغلب عليها الطابع الرسمي، مع الإشارة لأنواع هذه المراسلات.

وحاولت الوحدة الثانية عشرة من الكتاب تدريب القارئ على مهارة هامة جدا تتمثل في كيفية إعداده للسيرة الذاتية بأجزائها وأشكالها المختلفة مع تقديم الإرشاد والنصح في هذا المجال.

وفي الوحدة الثالثة عشرة من الكتاب تم تقديم مجموعة من النماذج للمراسلات الإدارية الداخلية، ومراسلات السكرتاريا .

وأعطت الوحدة الرابعة عشر مجموعة من النماذج التجارية العامة الهامة واللازمة لعمل السكرتير.

أما الوحدة الأخيرة من الكتاب فتناولت التعريف بالتقرير مع توضيح أهدافه ومتطلباته وكذلك مقومات نجاحه بالإضافة إلى خطوات إعداد التقرير الجيد بمختلف أنواعه

ومن هنا فإنني أتمنى أن يحقق الكتاب الهدف المرجو منه بما يخدم الطالب والمهتم بمجال الكتابة التجارية والإدارية وإعداد التقارير.

المؤلف

فهرس المحتويات

الآية القرآنية ..... ج

أجمل ما قيل: .....هـ

الإهداء ..... ح

شكر وتقدير .....ي

المقدمة .....ل

فهرس المحتويات.....س

الوحدة الأولى: المراسلات التجارية و الإدارية كوسيلة اتصال.....0

المراسلات التجارية والإدارية.....2

فوائد المراسلات التجارية والإدارية.....4

كيف تكون المراسلة التجارية أو الإدارية وسيلة اتصال فعالة 4

مقومات نجاح المراسلة التجارية والإدارية.....8

الأمور الواجب مراعاتها عند كتابة المراسلات التجارية والإدارية.....19

أسئلة الوحدة الأولى.....20

الوحدة الثانية: أجزاء الرسالة التجارية و الإدارية 21

أجزاء المراسلة التجارية والإدارية 23

أولاً: الأجزاء الرئيسية للمراسلة التجارية والإدارية.....23

ثانياً: الأجزاء الثانوية للمراسلة التجارية والإدارية 40

أسئلة الوحدة الثانية:.....44

الوحدة الثالثة: المصطلحات التجارية.....45

المصطلحات التجارية.....47

أولاً: مصطلحات الخصم Discount Terms 47

ثانياً: مصطلحات الاستيراد والتصدير Imports and Exports.....49

ثالثاً: مصطلحات الدفع.....54

رابعاً: مصطلحات التسليم 55

أسئلة الوحدة الثالثة.....60

الوحدة الرابعة: البريد الإلكتروني.....61

المراسلات الالكترونية.....63

أنواع التوقيعات الالكترونية.....64
قواعد ذهبية لإرسال المراسلات الإلكترونية.....67
أسئلة الوحدة الرابعة.....72
الوحدة الخامسة: مراسلات الاستفسار 73
مراسلات الاستفسار Letters of Enquiry 75
العناصر الرئيسية لمراسلات الاستفسار 75
آلية صوغ مراسلات الاستفسار 75
أسئلة الوحدة الخامسة.....87
الوحدة السادسة: مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار 87
مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار.....89
العناصر الرئيسية لمراسلات الرد على مراسلات الاستفسار 90
أنواع مراسلات الرد على الاستفسار.....91
آلية كتابة مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار 93
أسئلة الوحدة السادسة.....103
الوحدة السابعة: مراسلات الطلب.....104
مراسلات الطلب.....107
العناصر الرئيسية لمراسلات الطلب.....107
الأخطاء المتكررة الواجب مراعاتها عند كتابة مراسلات الطلب.....108
مراسلات الرد على مراسلات الطلب.....113
أسئلة الوحدة السابعة.....117
الوحدة الثامنة: مراسلات العرض والبيع 119
مراسلات العرض ومراسلات البيع 121
أسئلة الوحدة الثامنة.....132
الوحدة التاسعة: مراسلات الشكوى.....133
مراسلات الشكوى.....135
أسئلة الوحدة التاسعة.....146
الوحدة العاشرة: مراسلات التسوية 147
مراسلات التسوية.....149
أسئلة الوحدة العاشرة 155
الوحدة الحادية عشر: المراسلات الحكومية 155
المراسلات الحكومية.....157
أسئلة الوحدة الحادية عشرة.....162
الوحدة الثانية عشر: السيرة الذاتية.....163
السيرة الذاتية في اللغة:.....165

الهدف من كتابة السيرة الذاتية.....166
كتابة السيرة الذاتية 166
قبل البدء في كتابة سيرتك الذاتية عليك مراعاة النقاط التالية:-.....166
إعداد السيرة الذاتية.....167
الأجزاء الرئيسة للسيرة الذاتية: 169
أشكال السيرة الذاتية.....173
إرشادات تساعد في كتابة السيرة الذاتية.....177
ما هي الشروط التي يجب توافرها في السيرة الذاتية 179
الوحدة الثالثة عشر: المراسلات الإدارية الداخلية ومراسلات السكرترية 201
المراسلات الإدارية الداخلية، ومراسلات السكرتارية.....203
الوحدة الرابعة عشر: نماذج تجارية عامة.....213
نماذج تجارية عامة.....215
سند قبض**.....215**
سند دفع**.....216**
كمبيالة**.....217**
طلبية شراء **.....221**
لوحدة الخامسة عشر: كتابة التقارير 199
كتابة التقارير 201
مقومات نجاح التقرير 202
خطوات إعداد التقرير.....203
العوامل التي تؤثر على دورية التقرير 206
أسـئلة الثانية عشرة 230

الوحدة الأولى

المراسلات التجارية
و
الإدارية كوسيلة
اتصال

المراسلات التجارية والإدارية
Business and managerial correspondence

الرسالة: في اللغة مصطلح اشتق من لفظ رسل، وتطلق عند العرب على ضروب كثيرة، منها القطيع من كل شي أو القطيع من الإبل، وتحمل بين ثناياها التوجيه والإرشاد لهذا لا يشترط فيها الكتابة، فالرسل عليهم السلام أرسلوا برسالات سماوية فيها توجيه وإرشاد الهي، كذلك قد تكون الرسالة إشارة، وكما نقول اللبيب بالإشارة يفهم.

أما المراسلة فهي: المحررات والمكاتبات المتداولة، وهي وسيلة الاتصال المكتوب بين الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين وبعضهم البعض.

تكون المراسلة تجارية إذا كان:

1. الغرض منها تجاري.
2. أساس العلاقة بين الشخصيتين تجاري. (مثل مراسلة تهنئة من شركة لأخرى بمناسبة معينة) فمضمون المراسلة ليس تجاري، ولكنها لم تكن لترسل لولا العلاقة التجارية بين الشركتين.

وتكون المراسلة إدارية إذا كان:

1. الهدف منها إداري (طلب إجازة، ترقية، توظيف)
2. أساس العلاقة بين الشخصيتين وظيفي.

والمراسلات التجارية والإدارية علم وفن:

علم: من حيث ضرورة توفر بعض الشروط والقواعد لصوغها.

فن: حيث أنها تحتاج للباقة والذوق والتنسيق، وهذا يختلف من شخص لآخر، فلو طلبنا من (10) أفراد كتابة مراسلة حول موضوع معين سنجد اختلافاً فيما بينها نتيجة اختلاف ذوق كل واحد منهم وثقافته وأسلوبه.

فوائد المراسلات التجارية والإدارية:

1. تعتبر المراسلات التجارية والإدارية وسيلة إثبات قانونية يؤخذ بها في حال المنازعات التجارية والإدارية وتثبيت حقوق الطرفين(المرسل والمرسل إليه).
2. توفر الوقت والجهد والمال.
3. تتيح حرية التفكير قبل اتخاذ القرار ولا تسبب الوقوع في حرج على عكس المقابلة المباشرة.
4. تعتبر سجل لتاريخ المنشأة خصوصاً في حال تغير الموظفين والمدراء.
5. تعطي انطباعًا جيدًا عن المؤسسة.
6. تسهيل عملية التبادل التجاري حيث يتم عقد الصفقات التجارية بدون لقاء شخصي بين البائع والمشتري.
7. تعتبر وسيلة ناجحة يمكن من خلالها إرسال المرفقات كالكتالوجات والشيكات وقوائم الأسعار.

كيف تكون المراسلة التجارية أو الإدارية وسيلة اتصال فعالة؟

تصبح المراسلة فعالة إذا توافرت فيها الشروط التالية:-

1. تحديد الهدف:

كل مراسلة تحمل هدفًا تسعى لتحقيقه، لذا يجب على كاتب المراسلة التجارية أو الإدارية التعرف جيداً على الهدف المراد تحقيقه من المراسلة، حتى يتمكن من صوغ المراسلة بشكل واضح ويحقق الهدف المرجو منها.

ومن بين الأهداف التي تسعى المراسلة التجارية أو الإدارية إلى تحقيقها:

أ- الاستفسار عن بضاعة أو معلومات أو أشخاص.

ب- الرد على استفسارات الآخرين.

ج- طلب بضاعة أو خدمة.

د- التسويق للبضاعة، أو الخدمة.

هـ- الشكوى عن وجود خلل في العملية التجارية.

و- الاعتذار عن الخلل إن وجد.

ز- طلب توظيف.

ح- طلب إجازة، ترقية، تهنئة، تعزية ..... الخ.

2. تحديد موضوع المراسلة وتقسيمها إلى أفكار:

بعد تحديد الهدف من المراسلة التجارية أو الإدارية يبدأ الكاتب بكتابة المراسلة بشكل يراعي فيه عدم إحداث تشتت لدى القارئ، وذلك من خلال تقسيم المراسلة إلى أفكار، والبدء بالأفكار الأكثر أهمية، ثم المهمة فالأقل أهمية مع تجاهل الأفكار غير المهمة، ويجب تخصيص فقرة مستقلة لكل فكرة بما يضمن تسلسل الأفكار وانسيابها.

كما أن موضوع المراسلة يحدد أسلوب كتابتها فصوغ مراسلات الشكر تختلف عن أسلوب صوغ مراسلات الشكوى من حيث قوة العبارات وكثرة عبارات المجاملة.

كما أن تركيبة المراسلات التي تحتوي على أخبار سارة تختلف عن تلك التي تحتوي أخبار سيئة فنبدأ المراسلة بالخبر السار ويكون التركيز على الخبر نفسه.

مثل: لقد فزت بمبلغ 10000 دولار، الجائزة الأولى في المسابقة التي نظمتها المؤسسة، ويسرنا دعوتك لاستلام الجائزة خلال الحفل الذي تنظمه المؤسسة بتاريخ 20 مارس 2009 متمنين لك المزيد من التفوق والإبداع.

أما الخبر السيئ فيكون في منتصف المراسلة ونتجنب فيها كلمات مثل: يؤسفنا أو ما شابه، كما يكون التركيز على مبررات الخبر، وليس الخبر بحد ذاته، ويجب أن تكون الأسباب منطقية ومقنعة.

مثل: إن المؤسسة تقدر جهد جميع الموظفين، ولكن ولأسباب طارئة؛ فان رواتب الشهر الحالي سيتم تأجيلها للشهر القادم، نظراً لوجود عجز استثنائي هذا الشهر علماً بان هذا أمر استثنائي ولن يتكرر مره أخرى.

3. استخدام المثيرات المناسبة للاستجابة:

المراسلة يجب أن تتسم بلغة خطابية تجذب القارئ بما يضمن تحقيقهاً للهدف المطلوب، كما يجب أن تركز على الجوانب التي تثير اهتمام القارئ، وتخاطب حواسه وعقله، وتظهر له المزايا التي سيحصل عليها بسبب تعاونه مع مرسل المراسلة لأن أسلوب كتابة المراسلة هو سر ومفتاح نجاحها، فعلى سبيل المثال لو استقبل احدنا المراسلة التالية:-

"يرجى إرسال مبلغ 50 دينار للحصول على دورة الرخصة الدولية لقيادة الحاسب الآلي".

لن يجد أي منا دافعاً للحصول على الدورة؛ لأن المراسلة لم تخاطب حواسنا.

أما الطريقة الأفضل فهي كتابة العبارة التالية:-

"هل ترغب بالحصول على مفتاح التوظيف، والاستفادة من معرفة أهم البرامج المحوسبة المستخدمة لإتمام عملك بأفضل طريقة، اشترك الآن بدورة "الرخصة الدولية لقيادة الحاسب الآلي"- رسوم الدورة خمسون ديناراً فقط لا تدع الفرصة تفوتك".

المراسلة الثانية استخدمت المثيرات المناسبة للاستجابة، فذكرت القارئ بمزايا الحصول على الدورة، كما أنها ذكرت المبلغ في نهاية المراسلة حتى لا يشعر القارئ بان هدف المؤسسة هو الحصول على الخمسين دينارًا.

كما تم استخدام كلمة "فقط" للإشارة لأن المنفعة أكثر من الخمسين دينارًا.

4. تحديد طبيعة القارئ:

يجب على مرسل المراسلة أن يخاطب القارئ بما يتناسب مع:

- ثقافة القارئ ومعتقداته.
- ذوق القارئ وتطلعاته.
- مستواه الاجتماعي والإداري.

فالمراسلة التي ترسل من الرئيس للمرؤوس تختلف في صياغتها عن المرسلة من المرؤوس للرئيس، والمراسلة المرسلة لصديق تختلف عن المرسلة لغريب.

وهنا تحتاج كتابة المراسلة لقدر عالٍ من اللباقة والمقدرة على مخاطبة الأفراد باللغة التي يفهمونها.

وتجدر الإشارة هنا لضرورة كتابة المراسلة بصيغة ايجابية، وتجنب الصيغ المنفية.

فبدلاً من أن نقول: لن نستطيع طباعة الورق قبل أسبوع.

نقول: سنتمكن من طباعة الورق بعد أسبوع.

وبدلاً من القول: "لن نستطيع إقامة علاقات تجارية معكم".

نقول: "نعتقد أن الوقت غير مناسب لإقامة علاقات تجارية فيما بيننا".

مقومات نجاح المراسلة التجارية والإدارية:

أولاً- المقومات الشكلية للمراسلات التجارية والإدارية:

إن الشكل العام للمراسلة يعطي انطباعاً عن مرسلها، لذا يجب على المرسل أن يأخذ بعين الاعتبار أن يكون الشكل العام للمراسلة لائقاً من حيث:

- **الحجم:** بالعادة يتم كتابة المراسلة على ورق A4 (21X29.7) سنتمتر الشائع الاستخدام والذي تصمم معظم ملفات حفظ المستندات لتناسبه.
- **اللون:** يفضل كتابة المراسلة على ورق ابيض للأسباب التالية:-

1. الكتابة تكون بالعادة باللون الأسود، وهو أغمق الألوان ويكون في أوضح حالاته على الورق الأبيض.
2. يعتبر اللون الرسمي في المعاملات وبالتالي يعطي المراسلة طابعاً رسمياً.
3. لا يجهد النظر.

- **النوع:** يجب أن تكون نوعية الورقة جيدة، بما يساعد على حفظها لمدة أطول، ويحافظ على مظهرها.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن أسوأ أنواع الورق هو ورق الجرائد، وأفضلها ورق البنكنوت الذي تصنع منه العملة.

وبالعادة تقوم الشركات باختيار نوع الورق بما يتناسب مع نشاطها، ووفقاً للحاجة من الورق.

فعلى سبيل المثال يستخدم الورق المقوى للشهادات الجامعية، نظراً لأن عمر الورقة طويل.

- ***أشكال وأنواع المغلفات:***

إن شكل المغلفات يؤثر على الشكل العام للمراسلة التجارية وهنا تجدر الإشارة لوجود نوعين من المغلفات:

أ- المغلفات العادية:

وهي الشائعة الاستخدام ويوجد منها أحجام مختلفة، يتم اختيار ما يتناسب مع حجم المراسلة المرسلة ومرفقاتها. منها ذات اللون الأبيض، ومنها المغلفات ذات الحواف الملونة والتي تخصص للمراسلات المرسلة بالبريد الجوي.

ويكتب على ظهر المغلف اسم وعنوان المرسل من الأصغر للأكبر في الجهة اليسرى بجانب طابع البريد، واسم وعنوان المرسل إليه أيضاً على ظهر الورقة في منتصف المغلف.

ب-المغلفات ذات الفتحة الشفافة:

تستعمل بعض المؤسسات والتي تحتاج لإرسال مراسلات لعدد كبير من المتعاملين وبشكل دوري مثل شركات الاتصالات والكهرباء والمصارف، هذه المغلفات تحتوي على فتحة شفافة، بحيث تطوى المراسلة فيها بطريقة خاصة فيظهر العنوان الداخلي المكتوب داخل المراسلة من الفتحة الشفافة، ومن مزايا هذا النوع من المراسلات:

1- توفر الوقت والجهد.

2- تجنب الخطأ الذي قد ينشأ عن وجود عنوان على المغلف مخالف لذلك الموجود في العنوان الداخلي للمراسلة وبالتالي وصول المراسلة لشخص غير المرسل إليه.

- **تنسيق الهوامش والفقرات:**

تجدر الإشارة لأن هناك العديد من أشكال التنسيق في المراسلات التجارية والإدارية وهذه الأشكال تنقسم إلى ثلاثة أنواع وهي:

أ- التنسيق العمودي:

وهذا التنسيق يوضع فيه كل أجزاء المراسلة بلا استثناء على الجهة اليمنى من المراسلة، وهذا ما يعطي المراسلة شكلاً جامداً، وربما يؤدي إلى فقدان أو تلف بعض أجزاء المراسلة الرئيسية مثل التاريخ والتوقيع.

ب- التنسيق المدرج:

وهو يعتمد على استخدام tab كثيراً لتأخذ المراسلة شكلاً مدرجاً انسيابياً، ولكن هذا التنسيق أيضاً يعاني من ضياع حيز كبير بدون فائدة من المراسلة خلال عملية التنسيق.

ج- التنسيق شبه العمودي-شبه المدرج:

وهو الأكثر شيوعاً واستخداما، لأن شكله لطيف، ويحافظ على أجزاء المراسلة، وهو الذي سنعتمده في دراسة هذا المساق في هذا الكتاب.

علامات الترقيم:

نتكلم عن علامات الترقيم: صورتها أو شكلها، أين توضع، وكيف؟ ومثال على استعمال كل منها.

1- علامة الترقيم:الفاصلة (،)

تستخدم بعد النداء، وبين أجزاء الجمل للربط بينها، وبين المعطوفات أو أقسام الكلام.

المثال: يا باغي الخير، أقبل، ويا باغي الشر، أقصر.

الكلمة: اسم، فعل، حرف.

2- علامة الترقيم:الفاصلة المنقوطة (؛)

تستخدم للفصل بين جملتين إحداهما سبب للأخرى.

المثال: إن أردت النجاح؛ فعليك بالاجتهاد.

أو للفصل بين الشيء ومفرداته أو أقسامه.

المثال: يضم قسم العلوم الإدارية تخصصات: إدارة وأتمتة المكاتب؛ والمحاسبة؛ وفني مبيعات.

3- علامة الترقيم: النقطة (.)

تستخدم في نهاية الفقرة أو المعنى أو الجملة التامة.

المثال: انتهى الدرس.

4- علامة الترقيم: النقطتان (:)

تستخدم قبل القول المنقول أو لتفصيل قول معين أو بعد كلمة مثل:

المثال: قال الله تعالى : "إن تنصروا الله ينصركم".

العدل: إعطاء الناس حقوقهم بلا محاباة أو نقصان.

5- علامة الترقيم: علامة الحذف (...)

تستخدم للدلالة على كلام محذوف من النص.

المثال: مشتقات البترول البنزين، السولار،..... الخ

6- علامة الترقيم:علامة الاستفهام (؟)

تستخدم بعد صيغة السؤال أو الاستفهام.

المثال: هل حضرت المحاضرة؟

7- علامة الترقيم: علامة التعجب (!)

أين توضع وكيف: بعد كلمة أو جملة أو معنى متعجب منه يفيد الدهشة والاستغراب

المثال:الصمت العربي تجاه حصار غزة!

8- علامة الترقيم: علامة الاقتباس أو التنصيص (" ")

تستخدم قبل بعد الكلام منقول حرفياً.

المثال: قال رسول الله – صلى الله عليه وسلم –: "لا ضرر، ولا ضرار".

9- علامة الترقيم: الشرطة (-)

توضع بعد الأرقام أو الحروف في حال التعداد.

المثال: أ- ب- ج- أو 1- 2- 3-

10- علامة الترقيم: الشرطتان(- -):

تستخدم قبل وبعد الجملة الاعتراضية

المثال: إني – والحمد لله – بخير.

11- علامة الترقيم: القوسان الحاصرتان ([ ])

يوضع بينهما كلام ليس من النص أصلاً، أو زائد عليه.

المثال :إن فلسفة شوبنهور [فيلسوف ألماني مشهور] تشبه فلسفة أبي العلاء المعري.

12- علامة الترقيم: القوسان ( )

يوضع بينهما أرقام أو مرجع داخل النص ويوضع بينهما المصطلحات العامية.

المثال : أنهيت الثانوية العامة عام (2008).

13- علامة الترقيم: النقطتان والشرطة: (:-)

وتستعمل بعد كلمة التالي أو الآتي.

14- علامة الترقيم: القوسان المزهران(﴿--﴾)

ويستعملان للآيات القرآنية

﴿إن تنصروا الله ينصركم ﴾

ثانياً- مقومات كاتب المراسلة:

ليس بمقدور أي شخص كتابة مراسلة تجارية أو إدارية، إلا إذا توفرت فيه الشروط التالية:-

أ- إجادة اللغة:

كاتب المراسلة يجب أن يتقن اللغة التي يكتب فيها المراسلة وتكون له المقدرة على تسخير اللغة لخدمة موضوع المراسلة، وتحقيق أهدافها بلغة سلسة واضحة بعيداً عن الألفاظ الغريبة، وغير المتداولة.

وكذلك يجب على كاتب المراسلة تجنب الوقوع في الأخطاء الإملائية، التي تعطي انطباعاً سيئاً عن المرسل، وتقلل من حماس المرسل إليه بالرد على رسالته.

ب- المعرفة بموضوع المراسلة:

إن المعرفة بموضوع المراسلة، هي نقطة البداية لكتابة مراسلة ناجحة، فموضوع المراسلة هو الذي تكتب من اجله المراسلة، ولابد لكاتب المراسلة من الإلمام بكل جوانب الموضوع بلا استثناء، وبما لا يدع مجالاً للوقوع في الخطأ الناتج عن سوء الفهم أو نقص المعلومات المتوفرة عن الموضوع، فلابد لمرسل المراسلة من البحث عن كل المعلومات المتعلقة بموضوع المراسلة، ودراستها بشكل دقيق.

جـ- الخبرة العملية في التعاملات التجارية والإدارية:

إن المعاملات التجارية معاملات حساسة لا تحتمل الخطأ، ولا التأويل كما أن هناك مصطلحات تجارية متفق عليها حسب القانون التجاري، وبالتالي فان أي مصطلح يكون له معنى خاص يجب على المرسل والمرسل إليه فهمها لأنه يترتب عليها التزام على الطرفين.

كما أن المرسل يجب أن يتمتع بقدر من الخبرة التجارية والإدارية، والدهاء ما يمكنه من معرفة الصفقات الرابحة والخاسرة والتمييز بينهما، ومعرفة العروض المناسبة من غيرها والشروط الضريبية والجمركية، وكذلك يكون لدى المرسل القدرة

على المقارنة بين البدائل المختلفة واختيار الأفضل، وإدارياً يجب أن يعرف المرسل ما له من حقوق وما عليه من واجبات، والقوانين والأنظمة واللوائح التي تحكم العمل.

ثالثاً- مقومات موضوع المراسلة:

إن موضوع المراسلة يجب أن يشتمل على بعض المقومات التي تسهم في تحقيق الهدف منها بفاعلية وكفاءة، وهذه المقومات الخمسة التالية:-

1. **الوضوح clarity**

والمقصود هنا وضوح المعنى والألفاظ والخط وذلك من خلال:

أ- اختيار الألفاظ والتعبيرات البسيطة والمفهومة، مع الابتعاد عن الألفاظ الغريبة غير شائعة الاستخدام.

ب- توضيح المقصود بالمصطلحات التجارية، خاصة إذا كانت المراسلة مرسلة لأشخاص ليس لديهم الوعي، والمعرفة الكاملة بالمصطلحات التجارية، وبالتالي التأكد من إيصال المعلومة بوضوح.

ج- التسلسل المنطقي في البيانات والمعلومات المرسلة.

د- تقسيم المراسلة إلى أفكار رئيسية وأفكار فرعية، وتخصيص فقرة مستقلة لكل فكرة، مع التركيز على الأفكار المهمة فالأقل أهمية وتجاهل الأفكار غير المهمة، حيث أن تسلسل الأفكار يؤدي إلى سرعة فهمها وبالتالي سرعة الاستجابة لها.

هـ- محاولة استخدام علامات الترقيم بما يخدم المراسلة.

و- أن يكون الخط الذي تكتب به المراسلة واضحاً.

2. الإيجاز conciseness

والمقصود بالإيجاز هنا هو أن تكون المراسلة قصيرة قدر الإمكان، مع تجنب تكرار الألفاظ والعبارات والأفكار للحفاظ على وقت المرسل والمرسل إليه، لذلك نلجأ إلى ما قل ودل، حيث عرف عن التجار الناجحين تقديرهم لأهمية الوقت والانشغال الدائم.

ولكن الإيجاز يجب ألا يؤثر على مضمون المراسلة، لذلك لا يعتبر الإيجاز بعدد أسطر أو صفحات المراسلة، ولكن بالبعد عن الحشو غير الضروري في المراسلة.

3. المجاملة courtesy

إن اللباقة والمجاملة شيء مهم في تعاملاتنا اليومية العادية، حتى بعيداً عن المراسلات التجارية والإدارية، ويجب الحرص على استعمال العبارات التي تعكس أقصى درجات اللباقة والمجاملة؛ لتحقيق أفضل النتائج.

وليست اللباقة والمجاملة مقتصرة على صوغ المراسلة فقط، بل إن سرعة الرد على مراسلات الآخرين تعتبر أول قواعد المجاملة واللباقة.

كذلك يجب أن تكتب المراسلة بأسلوب مهذب ولطيف، وإظهار التقدير والشكر والامتنان للآخرين، حتى في مراسلات الشكوى يجب استخدام الأسلوب الدبلوماسي لحل الخلافات، كما أن من حسن اللباقة ما يحتم علينا استخدام صيغة المبني للمجهول في حال المعاتبة فبدلاً من أن نقول:

لقد أرسلتم لنا بضاعة منتهية الصلاحية

نقول:

لقد استلمنا بضاعة منتهية الصلاحية.

وننصح بمراعاة مزاج القارئ عند إرسال المراسلة، كما نذكر بضرورة حفظ الألقاب. ويستحسن استخدام أسلوب الجمع في المخاطبة:

فبدلاً من أن نقول نرجو من سيادتك نقول نرجو من سيادتكم.

4. الشمول completeness

يجب أن تكون المراسلة التجارية أو الإدارية شاملة لكل ما يريده المرسل بدون نقص أو غموض، حتى تحقق المراسلة الهدف المرجو منها بالسرعة المطلوبة، وحتى لا يقوم المرسل إليه بإرسال مراسلة للاستفسار عن الأمور الناقصة، أو يقوم بإرسال البضاعة ناقصة، أو ربما يقوم بتجاهل المراسلة وعدم الاستجابة لها كونها غير كاملة، هذا كله يؤثر سلباً على أداء الشركة، ويؤدي إلى تأخرها في انجاز مهامها.

5. الدقة accuracy

لابد أن يراعي كاتب المراسلة دقتها، والدقة هنا تعني تجنب الوقوع في الأخطاء التي تؤدي للفهم الخاطئ مما قد يكلف الشركة خسائر فادحة.

وهنا نوجه بعض النصائح الهامة لكاتب المراسلة:

أ- استخدم الأقواس لحفظ الأرقام مع كتابتها بالحروف والأرقام معاً إن أمكن، لأن الخطأ في كتابة الأرقام من أكثر الأخطاء شيوعاً، وأكثرها حرجاً وتكلفة للشركات والمؤسسات.

ب- استخدام الجداول خصوصاً في حالة الطلبيات.

ج- التأكد من كتابة العملة عند طلب الشراء.

د- استخدام الألفاظ الشائعة الاستخدام والبعد عن الألفاظ الغريبة.

هـ- تحديد الصنف، الحجم، السعر، المواصفات والشروط الخاصة بالدفع والاستلام والخصم.

و- مراعاة عدم الخطأ في أي جزء من الأجزاء الرئيسية للمراسلة التجارية أو الإدارية.

بعض الأمور الواجب مراعاتها عند كتابة المراسلات التجارية والإدارية:

1. عند كتابة المراسلة التجارية والإدارية يجب تحديد الوقت المناسب الذي تكون فيه هادئاً وفي جو هادئ مع اختيار وقت فيه القليل من ضغط العمل.
2. احرص على كتابة العبارات الأهم فالأقل أهمية في مضمون المراسلة.
3. اعتن بمظهر المراسلة الخارجي لأنه يعطي انطباعاً عنك.
4. إذا قمت بكتابة المراسلة ومراجعتها فلا تتأخر بإرسالها.
5. احرص على أن تخصص المراسلة لموضوع واحد.
6. احرص على جمع معلومات وافية حول موضوع المراسلة.

أسئلة الوحدة الأولى

1. عرف المراسلات التجارية والإدارية؟
2. أذكر الفرق بين الرسالة والمراسلة؟
3. أذكر الفرق بين المراسلة التجارية والإدارية؟
4. اذكر فوائد المراسلات التجارية والإدارية ؟
5. كيف تكون المراسلة التجارية والإدارية فعالة؟
6. ما هي المقومات الشكلية للمراسلات التجارية والإدارية
7. اذكر أنواع المغلفات مع الشرح
8. ما هي مقومات كاتب المراسلة التجارية والإدارية؟
9. اذكر مقومات نجاح المراسلة التجارية والإدارية مع شرح واحدة منها
10. من اللباقة عدم استخدام العبارات المنفية في المراسلة التجارية والإدارية اشرح العبارة؟
11. هناك اختلاف في صوغ الخبر السار والخبر السيئ وضح ذلك؟

الوحدة الثانية

أجزاء الرسالة
التجارية و الإدارية

أجزاء المراسلة التجارية والإدارية

The parts of business، and managerial correspondence

أولاً: الأجزاء الرئيسية للمراسلة التجارية والإدارية
The main parts of business, and managerial correspondence

وهي الأجزاء التي لا تكتمل المراسلة بدونها، فهي الأساس الذي تبنى عليه المراسلة التجارية أو الإدارية وعدم وجود أي عنصر منها يفسد المراسلة، وتتفاوت أهمية هذه الأجزاء ولكنها جميعاً مهمة لبناء مراسلة تجارية أو إدارية صحيحة.

1. الترويسة والتذييل Heading &Tail

تعتبر الترويسة والتذييل من أول العناصر الرئيسية للمراسلة والتي عادة ما توجد في الشركات على شكل مروس جاهز لتوفير الوقت والجهد، كما تحتفظ الشركات بنسخة الكترونية للورق المروس على حواسيبها الشخصية.

الترويسة والتذييل تحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بالمرسل مثل:

- اسم الشركة أو المؤسسة Organization or Company Name: (غالباً ما يكون باللغتين العربية والانجليزية) وتكون عادة في الترويسة حيث يكتب اسم الشركة أو المؤسسة باللغة العربية على الجهة اليمنى بينما يكتب باللغة الانجليزية على الجهة اليسرى من الترويسة.

- **شعار الشركة أو المؤسسة Logo:** وهو عبارة عن علامة تجارية تميز الشركة أو المؤسسة عن غيرها، ويكون الشعار بين الاسم باللغتين العربية والانجليزية كما يلي:-

شركة القدس للتجارة العامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

أو على الجهة اليسرى من المراسلة إذا لم يكتب اسم الشركة أو المؤسسة باللغة الانجليزية كما يلي:

مؤسسة إبداع للإعلام

- **مجال عمل الشركة أو المؤسسةNatural of Work:** وهي التي توضح طبيعة نشاط الشركة مثل (للتجارة العامة general trading، للاستيراد والتصدير export & import، للاتصالات المحلية والدولية local & international communications،.....الخ)

وتكتب عادة في الترويسة، أسفل اسم الشركة، كما أن بعض الشركات والمؤسسات المعروف طبيعة نشاطها مثل الجامعات لا تقوم بكتابة مجال العمل.

- **عنوان الشركة أو المؤسسة Organization or Company Address**: ويكتب العنوان عادة من الأصغر إلى الأكبر، فنبدأ بالرقم ثم الشارع ثم الحي ثم المدينة فالدولة.

  تكتب إما ضمن الترويسة وهي حالات نادرة جداً، أما الغالب فتكتب ضمن التذييل أسفل المراسلة، وتعتبر رئيسية في المراسلة حيث أنها ستكون العنوان الذي ستستقبل الشركة عليه مراسلاتها بما يضمن سهولة التواصل.

- **رقم الهاتف Telephone Number**: يكتب في تذييل الصفحة ويفضل كتابة المقدمة الدولية خصوصاً للشركات التي لها تعاملات خارج حدود الدولة.

- **رقم الفاكس Fax Number**: يكتب في ذيل الصفحة إن وجد.

- **البريد العادي Mail Box**: أيضاً يكتب في ذيل الصفحة إن وجد.

- **البريد الالكتروني E-Mail**: في الوقت الحالي أصبح هناك تركيز كبير لدى الشركات على وجود بريد الكتروني خاص بها حتى إن العديد من هذه الشركات والمؤسسات أصبحت تجري كل مراسلاتها بالبريد الالكتروني.

- **الموقع الالكتروني Web Site**: إن وجد للشركة أو المؤسسة موقع الكتروني خاص بها يعرض منتجات وأقسام الشركة أو المؤسسة، يتم ذكره حتى يستطيع الآخرون الدخول للموقع الإلكتروني للمزيد من التعرف على الشركة أو المؤسسة ومنتجاتها.

- **أسماء الفروع Branches Name**: إن وجدت وسهل حصرها، أما إن كثر عدد الفروع فيخصص ترويسة لكل فرع تضم معلوماته ومعلومات المقر الرئيسي.

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

شركة القدس للتجارة العامة

08-28282828عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون
inf@qudsco.ps ص.ب 11223 بريد الكتروني 28282827-08ف

2. التاريخ Date:

تعتبر كتابة التاريخ جزاءاً مهماً جداً في المراسلة حيث إنه يعزز الجانب القانوني لما يترتب على المراسلات التجارية والإدارية من حقوق والتزامات ومواعيد، لذلك كان من الضروري كتابة التاريخ بشكل واضح، وكامل.

أسلوب كتابة التاريخ:

يكتب التاريخ أسفل الترويسة في الجهة اليسرى من المراسلة باللغة العربية، والجهة اليمنى من المراسلات باللغة الانجليزية.

ولقد تم وضعها في هذا المكان خصيصا للأسباب التالية:–

أ– يكتب في الجزء العلوي من المراسلة وفي جهة مخالفة لاتجاه المراسلة لإظهاره بشكل واضح نظراً لأهميته.

ب– الحفاظ على التاريخ من الضياع خاصة عند تخريم الأوراق لحفظها في الملف.

ج– سهولة البحث عن المراسلات خصوصاً عند توثيقها حسب التاريخ.

كما يكتب التاريخ باليوم والشهر والسنة ويكتب الشهر بالحروف لضمان عدم حدوث فهم خاطئ؛ بسبب اختلاف الطريقة الأمريكية عن البريطانية في كتابة التاريخ.

والجدول التالي يوضح الشهور بالعربية والانجليزية، والاختصار حيث يمكن للكاتب كتابة التاريخ كاملاً أو مختصراً حسب رغبته.

1	2	3	4	5	6	7
يناير	فبراير	مارس	ابريل	مايو	يونيو	يوليو
January	February	march	April	May	June	July
Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May.	Jun.	Jul.

8	9	10	11	12
أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
August	September	October	November	December
Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.

وإليك بعض النماذج لتوضح آلية كتابة التاريخ باللغتين العربية والانجليزية

2 يناير، 2009

2nd January, 2009

2nd Jan. 2009

January, 2nd 2009

Jan. 2nd 2009

وعند كتابة التاريخ يجب مراعاة الترقيم عند كتابة اليوم خاصة باللغة الانجليزية:

31st – 21st –1st

2nd - 22nd

3rd - 23rd

باقي الأرقام يكتب وراؤها th مثلاً 4th – 5th – 29th…… – 30th

شـركة القـدس للتجارة العـامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

08-28282828عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون

inf@qudsco.ps ص.ب 11223 بريد الكتروني 28282827-08ف

3. العنوان الداخلي(اسم المرسل إليه وعنوانه) Inside Address:

يكتب العنوان الداخلي أسفل التاريخ في الجهة اليمنى من المراسلة، وهي عبارة عن توجيه المراسلة للجهة المرسل إليها المراسلة بما يضمن وصول المراسلة إلى هذه الجهة دون تأخير.

ويكتب العنوان على الطريقة الآتية:

1- اسم المرسل إليه:

وهنا نذكر اسم الشخص الذي سترسل له المراسلة مع ضرورة مراعاة حفظ الألقاب واللباقة: (لا تكتب في المراسلات داخل نفس المؤسسة)

فنكتب للدكتور د. وللأستاذ أ. وللرئيس فخامة، وللوزير معالي، لمدير المؤسسات المرموقة سعادة، وللمدراء والمسميات الوظيفية الأخرى السيد .....الخ.

كما نكتب عبارة احترام بعد الاسم مثل حفظه الله، المحترم.....الخ.

2- المسمى الوظيفي للمرسل إليه والشركة أو المؤسسة التي يعمل فيها.

مدير المبيعات، مدير عام الشركة أو المؤسسة، رئيس قسم ..... الخ.

3- عنوان المرسل إليه:

كما سبق وأن تحدثنا يكتب العنوان من الأصغر إلى الأكبر. وتكتب في سطرين أو أكثر حسب الحاجة.

هناك ثلاثة أساليب لكتابة العنوان الداخلي:

أ- **الطريقة المدرجة:** ويظهر العنوان فيها على **الشكل التالي:-**

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة.....

..... شارع .....

غزة – فلسطين.

ب- **الطريقة العمودية:** في هذه الحالة يتم كتابة الأسطر بشكل متوازٍ، فيظهر العنوان على **الشكل التالي:**

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة.....

..... شارع .....

غزة – فلسطي

ن.

ج- الطريقة شبه العمودية – شبه المدرجة: وهي الطريقة الأكثر شيوعاً في هذه الحالة نضغط على tab في كل سطر فيظهر العنوان على **الشكل التالي:-**

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة.....

..... شارع .....

غزة – فلسطين.

يتحدث البعض عن أنها لا تكتب في الرسائل داخل نفس الدولة وهو رأي ضعيف من وجهة نظر الكاتب.

شركة القدس للتجارة العامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

08-28282828عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون
inf@qudsco.ps ص.ب 11223 بريد الكتروني 28282827-08ف

4. التحية الافتتاحية Salutation:

وهي عبارة عن تحية نفتتح بها المراسلة قبل البدء بموضوعها، وذلك لنعكس قيمنا وأخلاقنا وتخلق نوع من المجاملة، والتحيات الافتتاحية باللغة العربية قد تكون:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته تحية طيبة وبعد ..... الخ.

وتكتب عادة بخط مخالف للخط المستخدم في المراسلة

أما باللغة الانجليزية فدائماً تبدأ التحية بكلمة **Dear**

فإذا كنا نريد إرسال المراسلة باسم الشركة نكتب **Dear Sirs,**

وإذا كنا لا نعرف اسم ولا جنس المرسل إليه نكتب **Dear Sir/Madam,**

أما إذا كنا نعرف جنس المرسل إليه ولا نعرف اسمه فهناك ثلاثة احتمالات

الاحتمال الأول: المرسل إليه ذكر **Dear Sir,**

الاحتمال الثاني: المرسل إليه أنثى متزوجة **Dear Madam,**

الاحتمال الثالث: المرسل إليه أنثى عزباء **Dear Muz,**

أما إذا كنا نعرف اسم المرسل إليه وجنسه فهو إما

إذا كان المرسل إليه ذكر نكتب **Dear Mr., (his family name)**

إذا كان المرسل إليه أنثى متزوجة نكتب **Dear Mrs., (her husband name)**

إذا كان المرسل إليه انسه نكتب **Dear Mss, (her family name)**

وتكتب أسفل العنوان الداخلي

شـركة القـدس للتجارة العـامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

08-28282828عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون

inf@qudsco.ps ص.ب 11223 بريد الكتروني 08-28282827ف

5. ترويسة موضوع المراسلة Subject headline:

ولقد أصبحت اليوم جزءاً مهماً جداً في المراسلة حيث يكتب ملخص موضوع المراسلة بأقل عدد ممكن من الكلمات، والهدف منها إعطاء فكرة مبدئية لقارئ

المراسلة عن مضمونها، مما يسهل على المرسل إليه توجيه المراسلة لجهة التنفيذ بسرعة، وبالتالي انجاز ما هو مطلوب من المراسلة.(البعض يعتبر ترويسة موضوع المراسلة جزءاً ثانوياً)

ويكتب موضوع المراسلة أسفل التحية الافتتاحية في منتصف الصفحة(توسيط) بخط غامق تحته خط حسب الطريقة شبه العمودية–شبه المدرجة والمدرجة أما العمودية فيكتب في الجهة اليمنى كما يلي:–

الموضوع: مراسلة استفسار

Subject: Inquiry letter

شركة القدس للتجارة العامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع:.....

عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون 08-28282828

08-28282827 ص.ب 11223 بريد الكتروني inf@qudsco.ps

6. جسم/ مضمون المراسلة Body of the letter:

يعتبر مضمون المراسلة التجارية والإدارية أهم أجزائها على الإطلاق، فهو الذي تكتب المراسلة لأجله، ولذلك يجب الاهتمام بهذا الجانب وإعطائه أقصى درجات العناية والتركيز.

وحتى تحقق المراسلة الهدف المرجو منها، لابد أن يكون مضمون المراسلة موجزاً بما لا يؤثر سلباً على المراسلة، أو ينقص من مضمونها، كما يجب إن نكون دقيقين عند كتابة مضمون المراسلة حتى لا يحدث سوء فهم،كما يفضل عدم تعدد الموضوعات في المراسلة الواحدة وأن تكون المراسلة التجارية أو الإدارية موجهة لهدف واحد فقط، وذلك ليسهل تصنيفها، وعدم حدوث لبس أو سوء فهم كذلك يجب أن تكون الأفكار واضحة وذلك من خلال تقسيم المراسلة إلى فقرات مستقلة.

ينقسم مضمون المراسلة التجارية والإدارية إلى ثلاث فقرات رئيسية:

الفقرة الأولى: مقدمة تمهيديه Introduction

نبدأ بها مضمون المراسلة بشكل لطيف ومؤدب ونمهد لموضوع المراسلة بشكل لائق، مثل مدح المرسل إليه أو الثناء عليه، وشكره على أي مراسلات سابقة.

الفقرة الثانية: صلب الموضوع Information and Facts

وهي أهم فقرات المراسلة التجارية والإدارية فهي لب المراسلة التجارية والإدارية، حيث تتضمن كافة المعلومات الرئيسية المتعلقة بموضوع المراسلة والتي يرغب المرسل إرسالها للمرسل إليه ويجب على كاتب المراسلة مراجعة هذه الفقرة أكثر

من مره للتأكد من شمولها وعدم وجود أخطاء في هذه الفقرة يؤثر سلباً على الشركة أو المؤسسة.

الفقرة الثالثة: خاتمة موضوع المراسلة Closing:

تستخدم لإنهاء مضمون المراسلة بطريقة لائقة تعكس الرغبة في التعامل التجاري وإقامة العلاقات التجارية مع المرسل إليه، كما يمكن أن تكون لتذكير المرسل إليه بضرورة سرعة الرد بطريقة لائقة.(يجب التفريق بينها وبين التحية الختامية).

شركة القدس للتجارة العامة

AL-QUDS CO.
FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: .....

فقرة (1).....

.....

فقرة (2) .....

.....

فقرة (3) .....

.....

عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون 08-28282828
ف 08-28282827 ص.ب 11223 بريد الكتروني inf@qudsco.ps

7. التحية الختامية Complimentary Close:

هي شكر وتقدير للمرسل إليه تكتب في منتصف الصفحة، وهي تعكس مدى عرفاننا وتقديرنا لجهود المرسل إليه.

وتكتب بنفس الخط الذي كتبت به التحية الافتتاحية.

(ويجب التفريق بينها وبين الفقرة الثالثة في مضمون المراسلة) مثل :

اقبلوا فائق الاحترام،،،

تفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

شاكرين حسن تعاونكم،،،

اقبلوا جزيل الشكر والتقدير،،،

مع خالص تحياتنا،،،

أما باللغة الانجليزية فهناك نوع من التزاوج بين التحية الافتتاحية والتحية الختامية كما يلي

التحية الافتتاحية	التحية الختامية
Dear Sir, Dear Sirs, Dear Muz, Dear Madam,	Yours faithfully,
Dear Mr, Dear Mrs, Dear Mss,	Yours sincerely,

شـركة القـدس للتجارة العـامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date:May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: .....

فقرة (1).....

.....

فقرة (2) .....

.....

فقرة (3) .....

.....

قبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون 08-28282828

ف 08-28282827 ص.ب 11223 بريد الكتروني inf@qudsco.ps

8. التوقيع signature

يعتبر التوقيع أمرًا أساسيًا لتعزيز الجانب القانوني، وبالتالي لا قيمة لمراسلة غير موقعة من المرسل.

وهناك عدة قواعد وأنماط للتوقيع ولكن أكثرها شيوعاً ما يأتي:–

المسمى الوظيفي للمرسل

التوقيع بخط اليد

اسم المرسل

كما أن التوقيع باللغة الانجليزية يربط دائما بالتحية الختامية، وفي الغالب يوقع المرسل قبل كتابة الاسم والمهنة.

شـركة القـدس للتجارة العـامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: .....

فقرة (1).....

.....

فقرة (2) .....

.....

فقرة (3) .....

.....

اقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

منصب الموقع بالشركة

التوقيع اليدوي

اسم الموقع

عمارة فلسطين– شارع الجندي المجهول– غزة – فلسطين– تليفون 08-28282828

ف 28282827-08 ص.ب 11223 بريد الكتروني inf@qudsco.ps

ملاحظة: يوضع خط مائل قبل الاسم إذا وقع شخص نيابة عن شخص آخر.

ثانياً: الأجزاء الثانوية للمراسلة التجارية والإدارية:

The secondary parts of business and managerial correspondence

1. الإشارة المرجعية Reference:

هي تلك الإشارة التي يتم وضعها لأغراض قانونية ولتسهيل عملية الأرشفة والمتابعة.

وقد تكتب قبل التاريخ أو مقابل التاريخ أو أسفل منه مباشرة.

وعندما يتم الرد على المراسلة تكتب الإشارة المرجعية كالآتي:.

المرسل إليه:

:Your Ref: وتعني الإشارة المرجعية الخاصة بمستقبل مراسلة الرد.

:Our Ref: وتعني الإشارة المرجعية الخاصة بمرسل مراسلة الرد.

2. المرفقات Enclosures:

وهي عبارة عن بعض المستندات أو الوثائق التي ترفق مع المراسلة في نفس المغلف، مثل

شيكات، كتالوجات، فواتير، إشعار شحن، ..... الخ.

تكتب بخط اصغر من خط المراسلة في أسفل المراسلة، في الجهة اليمنى أسفل التوقيع وتكتب كما يلي:-

المرفقات

1- شيك.

2- بوليصة تأمين.

ظهرت أخيراً طريقة استخدام الملصقات الملونة على المغلف للفت النظر إلى وجود هذه المرفقات.

يتم استخدام الملصقات للأسباب الآتية:-

- تذكير قسم الصادر في المؤسسة بوجوب وضع هذه المرفقات في المغلف قبل الإغلاق.
- تذكير المستلم باحتواء المراسلة على مرفقات.
- إثبات هذه المرفقات في حال الفقدان أو الضياع.

3. النسخ Copies Circulation:

هي تفصيل بعدد النسخ المسحوبة من المراسلة والجهات التي أرسلت لها هذه النسخ، وهم أشخاص يهمهم الاطلاع على فحوى المراسلة ولكنها غير مرسله لهم بشكل مباشر.

وتكتب أسفل المرفقات مع ضرورة عدم اشتمالها على النسخة الأصلية. وتكتب كالتالي:-

نسخه إلى:

- الملف.
- رئيس القسم.

4. الحروف الأولى لكاتب وطابع المراسلة Initials:

وهي عبارة عن الحرف الأول من الاسم واسم عائلة كاتب المراسلة وطابعها، وتكتب لمعرفة مصدر الخطأ في حال حدوثه، وكذلك تكتب أسفل المراسلة قبل التذييل مباشرة.

الشكل النهائي للمراسلة المكتملة الأجزاء.

شركة القدس للتجارة العامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

التاريخ:03 مايو 2009 Date: May. 3rd 2009

السيد/ ..... المحترم

مدير ..... بشركة .....

..... شارع .....

غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: .....

فقرة (1).....

فقرة (2) .....

فقرة (3) .....

اقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

منصب الموقع بالشركة

التوقيع اليدوي

اسم الموقع

المرفقات

1-

نسخة الى

1-

-2

أس/م ح

عمارة فلسطين- شارع الجندي المجهول- غزة - فلسطين- تليفون 08-28282828

ف 08-28282827 ص.ب 11223 بريد الكتروني inf@qudsco.ps

شـركة القـدس للتجارة العـامة

AL-QUDS CO.

FOR GENERAL TRADING

Date: May. 3rd 2009

Mr. ----------
Manager of …… Co.
P. O. Box. 6543
Washington, USA.

Dear Sir,

Subject:……

…….....Paragraph (1) ……..……

Paragraph (2) ……

…….....Paragraph (3) ……

Yours Faithfully,

Signature

Enclosures
1-

2-
Copy to
1-
2-
Ma/sn

Fax 08-28282828 Tel 08-28282827 Palestine tour- EL-Wehda St، Gaza، Palestine
e- mail inf@qudsco.ps P. O. Box11233

أسئلة الوحدة الثانية:

1. اذكر الأجزاء الرئيسية للمراسلة التجارية والإدارية والمصطلح الخاص بكل جزء مع الشرح؟
2. اذكر الأجزاء الثانوية للمراسلة التجارية والإدارية؟
3. ما هي المعلومات التي يجب أن تتضمنها الترويسة والتذييل؟
4. يكتب التاريخ في الجهة اليسرى من المراسلات باللغة العربية اذكر الأسباب؟
5. ينقسم مضمون/جسم المراسلة إلى 3 فقرات اذكرها ؟
6. ما هي الآلية التي يتم بها كتابة التوقيع؟

الوحدة الثـالثة

المصطلحات التجارية

المصطلحات التجارية

Commercial Terms

يوجد الكثير من المصطلحات التجارية المتعارف عليها في التعاملات التجارية، ولكنها تحتاج لكتاب كامل لشرحها وشرح معناها، لذلك سنضطر إلى اختصار هذه المصطلحات وأخذ الأهم منها حسب التصنيف الأتي:-

أولاً: مصطلحات الخصم Discount Terms

هناك 4 أنواع من الخصم يمنحها البائع للمشتري:

1- الخصم التجاري.
2- الخصم النقدي.
3- خصم الكميه.
4- المسموحات.

1- الخصم التجاري Trade Discount

تعريفه :

هو عبارة عن تخفيض في سعر بيع السلعة أو الخدمة المقدمة للعميل بنسبه معينه يضعها البائع.

وهو يعتبر أكثر أنواع الخصم انتشاراً وشيوعاً، وهو المفضل للمشتري لأنه خصم غير مشروط.

كما انه لا يعتبر ربحاً للمشتري ولا خسارة للبائع.

الهدف :

- إشباع غريزة المساومة عند المشترين.
- زيادة المبيعات من خلال تنشيط المبيعات.
- تشجيع المشترين على زيادة مشترياتهم.
- جذب أكبر قدر ممكن من الزبائن والعملاء إلى المنشاة وخاصة إن كانت حديثة العهد أو المنشأ.
- خوف التاجر من كساد بضاعته.
- انتهاء موسم أو صلاحية السلعة.

2- الخصم النقدي " خصم تعجيل الدفع " Cash Discount

تعريفه :

هو خصم يقدمه البائع للمشترى شريطة التسديد السريع، ليشجعه على التعجيل بتسديد ما عليه.

الهدف :

سرعة تسديد الديون المستحقة على المشترى وبالتالي تنشيط التجارة من خلال استغلال هذه الأموال.

ملاحظة:

المشترى بالأجل لا يستفيد من هذا الخصم إذا لم يستوفِ شروط الخصم والمتمثلة في الدفع خلال الفترة التي يحددها البائع.

3- خصم الكميه Quantity Discount

وهو خصم يهدف المورد " البائع" منه إلى تشجيع العملاء " المشترين" على شراء كميات كبيره من البضائع سواء كانت هذه المشتريات نقداً أو على الحساب.

4-مسموحات المبيعات Sales allowances

تعريفها:

هو خصم يمنحه البائع للمشتري الذي قام برد جزء من البضاعة أو كلها لوجود عيب معين فيها من اجل تشجيعه على عدم إرجاع البضاعة.

ثانياً: مصطلحات الاستيراد والتصدير Imports and Exports Terms

رسوم أرضية رسوم تخزين Storage Fees

بدل أرضيات وتخزين في ساحات الميناء تدفع من قبل المستورد أو المفوض بالتخليص على البضاعة بعد انقضاء فترة السماح المعطاة.

رسوم جمركية Customs Duties

هي ضرائب تفرض عادة على السلع المستوردة.

نموذج بيان جمركيCustoms Declaration Form CDF

وثيقة رسمية يعدها وكلاء تخليص معتمدون يقومون بتنظيم البيان واحتساب الرسوم الجمركية والضرائب التي ستقوم بجبايتها السلطات الجمركية. ويجب إعداد البيان الجمركي بشكل دقيق ومطابق لبيان واقع البضاعة والفاتورة تفادياً لغرامات جمركية.

نموذج بيان تصدير Export Declaration Form EDF

وثيقة تصف المنتجات وتبين قيمتها، وزنها، اسم المصدّر، الناقل، ميناء الإقلاع، بلد المقصد، مكان الوصول، وتقدم إلى السلطات الجمركية عند التصدير .

قواعد المنشأ Rules of Origin

مجموعة من القواعد تتضمنها الاتفاقيات التجارية بهدف تسهيل تحديد بلد المنشأ، حيث يستفاد من تحديد بلد المنشأ في الحصول على إعفاءات جمركية تفضيلية منصوص عليها في اتفاقيات التجارة الحرة.

بيان المواصفات Specification List

وثيقة تبين مواصفات البضاعة وأحجامها ومقاييسها من حيث الطول والعرض والسماكة وأية مواصفات أخرى، وتبين أيضاً كمية البضاعة بالأمتار المكعبة، وتستخدم عادة للبضائع التي تعتمد على الحجم والقياس وليس الوزن أو التعبئة مثل الأخشاب وبعض أنواع الحديد .

أوراق تخليص Clearance Papers

هي الأوراق التي تعطيها السلطات الجمركية في الميناء إلى قبطان السفينة للإشارة إلى أن السفينة قد وفت بما عليها من التزامات ولها حق مغادرة الميناء .

تصريح جمركي Customs Declaration

لدى مرور البضائع المستوردة أو المصدّرة على نقاط التفتيش أو التخليص الجمركية ينبغي أن تكون مزودة بتصاريح لتسهيل مرورها، والتصاريح الجمركية عدة نماذج تتناسب مع العملية الجمركية المحددة .

تعهد جمركي Customs Bond

هو تعهد يطلب تقديمه من المستوردين وأصحاب المستودعات وشركات النقل والأشخاص الذين يقومون باستيراد ومناولة بضائع خاضعة للرسوم الجمركية، والغرض من هذا التعهد حماية مصلحة الحكومة أثناء وجود هذه البضائع في المستودعات أو أثناء مناولتها وتخليص معاملاتها قبل تخليص الرسوم الجمركية عنها .

وسيط أو مخلص جمركي Custom Broker

هو شخص طبيعي أو معنوي يتولى تخليص المعاملات الرسمية الخاصة بالبضائع المستوردة وتخليصها من الجمرك وإعداد أوراق البضائع المعدّة للتصدير وتقديمها إلى السلطات الجمركية، وكذلك تقديم المستندات والوثائق الأخرى التي تطلبها السلطات الحكومية في البلدان الأجنبية .

تخليص جمركي Customs Clearance

هي المعاملات والشكليات التي تتضمن دفع الرسوم وإبراز الوثائق والمستندات الجمركية اللازمة لتخليص بضاعة مستوردة بعد إنزالها في نقطة تفتيش جمركية جوية أو بحرية أو برية.

بطاقة البضاعة – بيان الصنف Label

هي قطعة من الورق أو بيان مطبوع أو قطعة معدنية أو جلدية أو ما شابه ذلك تلصق على البضاعة أو على الوعاء الذي تعبأ فيه البضاعة لوصف محتويات الوعاء وذكر الجهة التي تشحن البضاعة إليها ولبيان منشأها وسعرها.

علامة تجارية Brand Name

هو رمز يستخدم لتمييز أحد المنتجات التجارية عن المنتجات المشابهة التي ينتجها المنافسون. وتتمتع العلامات التجارية بحماية قانونية من اعتداء الغير عليها في القوانين الداخلية وفي القانون الدولي.

رسوم الميناء Harbor or Port Dues

هي رسوم المرفأ كالتي يدفعها المستوردون والمصدرون مقابل استعمال مرافق الميناء وأماكن الرسوم.

بوليصة شحنBill of Lading

وثيقة تصدرها الشركة الناقلة وهي عبارة عن عقد نقل بين المصدّر والشركة الناقلة وتبين ميناء الشحن وميناء الوصول ووسيلة النقل وأجرة الشحن وكيفية دفعها.
وتعتبر بوليصة الشحن تأكيداً من قبل الشركة الناقلة باستلام البضاعة في عنابر السفينة، وهي أيضاً عقد تملك للجهة المصدّرة إليها حيث تصف البوليصة البضاعة والجهة المرسلة إليها .

بوليصة الشحن الجويAirway Bill

وثيقة تشكل تأكيد الناقل بالاستلام واستعداده لنقل البضائع.

قائمة الشحن البريWaybill

هي قائمة مكتوبة بأسماء وأوصاف البضائع المشحونة على عربة أو قطار أو سيارة، وهي الوثيقة الرسمية التي تقبل بها شركة النقل في حالة مطالبة صاحب البضائع شركة النقل أو شركة التأمين باسترداد ثمن ما فقد أو عطب أثناء الشحن.

فاتورة تجارية Commercial Invoice

فاتورة تبين كمية البضائع المرسلة وقيمتها ومواصفاتها وشرط التسليم المقترن بالسعر وتصدر عن المصدّر وتصدّق من قبل الغرف التجارية.

قائمة تعبئةBacking List

وثيقة يصدرها المصدر وتبين محتويات كل طرد ورقمه، وزن الشحنة، اسم المستورد، ورقم الفاتورة التجارية، وتصف المنتجات ومواصفاتها بدقه .

رخصة استيرادImport License

هي رخصة أو تصريح تصدرها إلى المستورد سلطة حكومية مختصة تسمح له بموجبها بجلب كميات محددة من بضائع وسلع محددة، لا يمكن استيرادها إلا بمثل هذه الرخصة. وهي أداة حكومية لضبط ومراقبة حركة التجارة عبر الحدود الوطنية، وهي آلية للتأكد من السياسات التجارية وتنفيذها فيما يتعلق بمنح معاملة تفضيلية وضمان استيفاء متطلبات ما قبل الموافقة وكذلك متطلبات الصحة والسلامة الإجبارية .

رخصة تصديرLicense Export

وثيقة حكومية تسمح للمصدر بتصدير بضائع محددة إلى بلد ما .

شهادة الوزنCertificate Of Weight

شهادة تبين الوزن الحقيقي للبضاعة وتطلب للبضاعة المتجانسة التي تعتمد على الوزن مثل الأرز والسكر والحديد .

بيان المواصفات Specification List

وثيقة تبين مواصفات البضاعة وأحجامها ومقاييسها من حيث الطول والعرض والسماكة وأية مواصفات أخرى، وتبين أيضاً كمية البضاعة بالأمتار المكعبة،

وتستخدم عادة للبضائع التي تعتمد على الحجم والقياس وليس الوزن أو التعبئة، مثل الأخشاب وبعض أنواع الحديد.

رسوم الصادرات Export Duties

هو مقدار ما تفرضه الحكومة من ضريبة غير مباشرة على السلع المصدرة إلى الخارج ويدفعها المصدر سواء تحملها بنفسه أو نقلها إلى المنتج أو تقاضاها من المستورد، وتشمل كذلك ما تفرضه الحكومة من رسوم في مقابل حق التصدير .

ثالثاً: مصطلحات الدفع:

1- الدفع فوراً Prompt cash:

وهي تعني ان يقوم المشتري بدفع ثمن البضاعة خلال يومين إلى ثلاثة أيام عمل من تاريخ استلام الفاتورة.

2- الدفع نقداً Cash:

وتعني أن يقوم المشتري بدفع ثمن البضاعة خلال مدة أقصاهاً عشرة أيام من تاريخ استلام الفاتورة.

3- الدفع نقداً عند الاستلام Cash on Delivery (C.O.D.):

وهي تعني أن يقوم المشتري بدفع ثمن البضاعة بمجرد استلامها.

4- الدفع نقداً عند الطلب Cash with Orders (C.W.O.):

وهي تعني إرسال ثمن البضاعة كاملاً مع طلب الشراء، أي الدفع مقدماً.
ويلجأ البائع إلى اشتراط الدفع عند الطلب في أحد الحالات التالية:-

- عندما يعرف عن المشتري المماطلة في الدفع.
- عندما يكون التاجر أو المنتج بحاجة للمال من اجل تجهيز الطلبية.
- في حال وجود مخاطرة لا يرغب البائع بتحملها.

5- الدفع بعد مدة Credit Sales:

وهي تعني اتفاق البائع والمشتري على تسديد ثمن البضاعة في موعد يتم الاتفاق عليه، ويلجأ البائع إلى هذا الأسلوب من البيع من اجل تنشيط مبيعاته ، ويتطلب ذلك ثقة عالية بين البائع والمشتري.

رابعاً: مصطلحات التسليم:

مصطلحات التسليم Delivery Terms:

تنقسم مصطلحات التسليم المتعارف عليها دولياً حسب القواعد التي وضعتها الغرفة التجارية الدولية استناداً إلى الأعراف والعادات الأكثر شيوعاً في عالم التجارة إلى نوعين:

أ- مصطلحات التسليم الداخلي:

وهي التي تستعمل في التعاملات التجارية داخل القطر أو الدولة الواحدة. وهي أنواع مختلفة سنقوم فقط بشرح اثنتين منها، وهي التي يتم تداولها في قطاع غزة:

1- التسليم محل البائع LOCO:

وتعني أن يقوم المشتري باستلام البضاعة من محلات البائع، وبالتالي فإن المشتري سيتحمل كافة مصاريف ومخاطر عملية النقل، وبالتالي فإن مسئولية البائع تنتهي بمجرد تسليم البضاعة في محلاته.

2- التسليم محل المشتري Franco:

وهي اتفاق بين البائع والمشتري على أن يقوم البائع بإيصال البضاعة إلى مخازن المشتري متحملاً بذلك كل مصاريف ومخاطر عملية النقل، وبالتالي فان مسئولية المشتري تبدأ عند وصول البضاعة إلى محلاته.

ب-مصطلحات التسليم الخارجي:

وهي المصطلحات المتعارف عليها دولياً والمتعلقة بالتجارة الخارجية، وتنقسم إلى:

1- التسليم خارج المصنع Ex-Works Or Ex-Factory:

يقوم المشتري بدفع المصاريف بعد التسليم في منشآت المصنع/الورشة/المعمل.

وهذه العبارة تعني أنه يجب على البائع وضع البضائع في بوابة المصنع/منشآت الشركة المصنعة، وبحيث يحدد أيضاً إن كانت تكلفة التعبئة والتغليف مشمولة أم لا.

يجب على المشتري الخارجي أن يدفع المصاريف الإضافية لتسليم البضائع (لغاية نقطة التحميل – مصاريف التسليم على ظهر الناقلة) لأنه في تلك الحالات لا يتحمل البائع المسؤولية عن تحميل البضائع على وسيلة النقل أو تكديسها في الحاوية التي يوفرها المشتري لنقلها إلى ميناء التصدير. وعموماً

فإن المشتري من خلال وكيله في الخارج يتحمل جميع المصاريف والمسؤولية المترتبة على إحضار البضائع من المصنع إلى موقع الشحن. وتضاف جميع هذه المصاريف إلى القيمة لأغراض احتساب الرسوم.

2- التكلفة والشحن Cost And Freight (C&F):

شرط البيع هذا يتضمن السعر تسليم على ظهر سفينة الشحن، أي تكلفة البضائع شاملة أجور ومصاريف التغليف والمناولة، النقل البري، الخ حتى ميناء الوصول.

3- التكلفة والتأمين والشحن Cost، Insurance And Freight (CIF) :

شرط البيع هذا يتضمن السعر تسليم على ظهر سفينة الشحن، أي تكلفة البضائع شاملة أجور ومصاريف التغليف والمناولة، النقل البري، الخ بالإضافة إلى التأمين والشحن لغاية ميناء الوصول/الاستيراد.

4- التسليم بجانب السفينة في ميناء الشحن Free Alongside Ship (F.A.S.):

في هذه الحالة يتفق البائع والمشتري على أن يقوم البائع بتسليم البضاعة بجانب السفينة في ميناء الشحن، وبالتالي يتحمل المشتري كافة مصاريف النقل من ميناء الشحن وحتى ميناء الوصول بما فيها مصاريف التحميل على ظهر السفينة، كما يتحمل جميع المخاطر.

5- تسليم المستودع Free into store(F.I.S.):

في هذه الحالة يتفق البائع والمشتري على أن يقوم البائع بتسليم البضاعة بجانب السفينة في ميناء الوصول، وبالتالي يتحمل البائع كافة المصاريف بما فيها مصاريف التحميل على ظهر السفينة، كما يتحمل جميع المخاطر.

6- تسليم البضاعة على ظهر السفينة في ميناء الشحن Free On Board(F.O.B.):

في هذه الحالة يتفق البائع والمشتري على أن يقوم البائع بتسليم البضاعة على ظهر السفينة في ميناء الشحن، وبالتالي يتحمل البائع مصاريف النقل فيما يتحمل المشتري كافة المخاطر المتعلقة بعملية النقل.

7- بدون أي مصاريف/تكاليف Free Of Charge(F.O.C.):

في هذه الحالة يبلغ البائع المشتري بأنه لن يتحمل أي تكاليف، وهي تشبه مصطلح LOCO ولكنها تستخدم في التعاملات الخارجية.

8- مدفوع بالكامل Fully Paid (F.P.):

وهي عكس الحالة السابقة، حيث يتحمل البائع كافة المصاريف، وهي تشبه مصطلح Franco ولكنها تستخدم في التعاملات الخارجية.

9- وضع البضاعة على رصيف الميناء المتفق عليه Ex-Quay:

في هذه الحالة يتم الاتفاق على أن يقوم البائع بتسليم البضاعة للمشتري في ميناء محدد بالاسم ويتحمل البائع المصاريف والمخاطر من ميناء الشحن ولغاية الميناء المتفق عليه، ثم يتحمل المشتري المصاريف المتبقية من الميناء المتفق عليه وحتى مستودعاته.

10- التسليم والرسوم مدفوعة إلى مكان الوصول المعين

Deliver Duty Paid DDP

شرط تسعير ينص على أن البائع يفي بالتزاماته بالتسليم عندما يقوم بتسليم البضاعة إلى المشتري مخلّصة للاستيراد غير منزلة عن وسيلة النقل في مكان الوصول المعين، ويمثل هذا الشرط الحد الأعلى من الالتزام المترتب على البائع.

أسئلة الوحدة الثالثة:

1. ما المقصود بالمصطلحات التالية:
   - الخصم التجاري.
   - الخصم النقدي.
   - خصم الكمية.
   - مسموحات المبيعات.
2. ما هي أهداف الخصم التجاري؟
3. ما الفرق بين خصم الكمية والخصم النقدي؟
4. عرف مسموحات المبيعات؟
5. فرق بين الدفع نقداً والدفع فوراً؟
6. فرق بين التسليم محل البائع والتسليم محل المشتري؟
7. اذكر مصطلحات التسليم الخارجي مع ذكر تعريف كل واحدة منها؟

الوحدة الرابعة

البريد الالكتروني

المراسلات الالكترونية

Electronic Correspondence

لقد أصبح البريد الالكتروني البديل الحالي للبريد العادي فهو يتميز عن البريد العادي بالسرعة في الإرسال والاستقبال، ويوفر الكثير من الوقت والمال والجهد مما جعل هناك اهتماماً كبيراً بمثل هذه المراسلات والتي يطلق عليها اسم المراسلات الالكترونية ولقد اختلفت التشريعات القانونية في مدى استخدامها كوسيلة إثبات قانونية، ولكن شيوع استخدامها أدى إلى شيوع القبول بها كوسيلة إثبات قانونية.

البريد الالكتروني E-mail: هو عبارة عن وسيلة الكترونية فورية للاتصال بالناس في كافة أنحاء العالم لتبادل المراسلات مع مختلف الأفراد والشركات حول العالم ومن مميزاته السرعة والتكلفة الاقتصادية وسهولة إرسال المراسلات.

بذلك أصبح من الضروري أن يكون لكل شركة بريد الكتروني e-mail خاص بها على الأقل إن لم يكن لها موقعاً الكترونياً أيضاً.

التوقيع الإلكتروني E- Signature :

لتعزيز الجانب القانوني تم إنشاء ما يعرف بالتوقيع الالكتروني، فالتوقيع الإلكتروني هو شهادة رقمية تحتوي على بصمة إلكترونية للشخص الموقع توضع على وثيقة تؤكد منشأها وهوية من وقع عليها. ويتم الحصول على هذه الشهادة

من إحدى الهيئات المعروفة، والمعترف بها دولياً مثل Digital Version Signature Trust مقابل رسوم معينة حيث تراجع الأوراق الرسمية التي يقدمها طالب التوقيع، ثم تصدر الشهادة.

ويأخذ طالب التوقيع مع هذه الشهادة ما يسمى المفتاح العام (شفرة يعرفها المرسل والمستقبل) والخاص (شفرة خاصة بالموقع فقط)، فعندما ترسل المراسلة الإلكترونية تقوم بتشفيرها باستخدام المفتاح العام الذي تعرفه أنت والمستقبل، ويتم إرفاق توقيعك الإلكتروني الخاص بك داخل المراسلة.

ويقوم البرنامج الخاص بالمستقبل بإرسال نسخة من الوثيقة الموقعة إلكترونياً إلى الهيئة المعتمدة التي أصدرت الشهادة للتأكد من صحة التوقيع وسلامة المراسلة. وبعد إثبات صحة التوقيع يقرؤها المستقبل بمفتاحه الخاص، ويجيب على المرسل بنفس الطريقة، وهذه العملية تتم خلال دقائق.

أنواع التوقيعات الالكترونية

هناك نوعان شائعان من التوقيعات الإلكترونية:

الأول هو التوقيع المفتاحي Key-Based Signature، وفيه يتم تزويد الوثيقة الإلكترونية بتوقيع مشفر مميز يحدد الشخص الذي قام بتوقيع الوثيقة ووقتها ومعلومات عن صاحب التوقيع.

أما النوع الثاني فهو التوقيع البيومتري Biometric Signature الذي يعتمد على تحديد نمط خاص تتحرك به يد الشخص الموقع أثناء التوقيع؛ إذ يتم توصيل قلم إلكتروني بجهاز الكمبيوتر، ويقوم الشخص بالتوقيع باستخدام هذا القلم الذي

يسجل حركات يد الشخص أثناء التوقيع كسمة مميزة لهذا الشخص؛ لأن لكل شخص سلوكاً معيناً أثناء التوقيع.

كما يدخل في التوقيع البيومتري البصمة الإلكترونية أيضاً. ويتم التأكد في هذا النوع من التوقيعات من خلال الهيئة التي أصدرت التوقيع.

ويفضل التوقيع الإلكتروني عن نظيره العادي من زوايا متعددة،

1. صعوبة تزويره:

ذلك أن التوقيع العادي عبارة عن رسم يقوم به الشخص، ومن هنا يسهل تزويره أو تقليده. أما التوقيع الإلكتروني فهو في حدود آمنة، حيث يتم استخدام برنامجه من قبل صاحب البرنامج، وبالتالي يصعب تزويره.

وتكمن صعوبة التزوير في تشفير أجزاء من الوثيقة المرسلة ذاتها، وهو ما يقوم به برنامج الكمبيوتر وليس الشخص، وتحصين التوقيع الإلكتروني رهن بحماية سرية كلمة السر ومفتاح التشفير العام والخاص.

2. الاستفادة من التوسع في التجارة الالكترونية:

علاوة على هذه المزايا فإن انتشار التوقيع الإلكتروني يسهم في توسيع التجارة الإلكترونية، بالإضافة لتأمين المعاملات الإلكترونية مع القدرة على الإحتفاظ بسرية المعلومات أو المراسلة، مع عدم قدرة أي شخص آخر على الاطلاع أو تعديل أو تحريف محتواها، كما يمكن أيضاً أن يحدد شخص هوية المرسل

والمستقبل إلكترونياً والتأكد من مصداقية هذه الشخصيات مما يسمح له بالكشف عن أي تحايل أو تلاعب.

3. الإثبات القانوني:

ويتميز التوقيع الإلكتروني بإعطائه الحجية القانونية لأي مستند صادر من شبكة الإنترنت ويكون معترفاً به أمام القضاء؛ لذا يساعد في إحكام الرقابة على التجارة عبر الإنترنت، وذلك باشتراطه وجود عقود ومستندات لإتمام الصفقة؛ وهو ما يسهل عملية حصر أطراف النشاط وقيمته وتسهيل عملية المحاسبة الضريبية وحفظ حقوق الأطراف المتعاقدة وكشف المخالفات.

وفي الوقت الذي اعترفت فيه بعض الدول الغربية بقانونية التوقيع الإلكتروني ومنها بريطانياً، فإن بعض الدول العربية بدأت هي الأخرى في ارتياد هذا المجال حيث صدرت عدة قوانين تقنن هذا النوع من التواقيع، كالقانون التونسي رقم 83 لسنة 2000 في شأن المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية.

وأيضاً قانون منطقة دبي الحرة لتكنولوجيا التجارة الإلكترونية رقم 1 لسنة 2000، كما أن بعض الدول مثل مصر والبحرين والأردن والكويت تعد مشاريع قوانين للتوقيع الإلكتروني.

عيوب التوقيع الالكتروني:

1. الاختراق: المخاوف التي يثيرها التوقيع الإلكتروني مطروحة أيضاً، وهي تتعلق بسلامة البيانات الخاصة بالمواطنين والتي قد تكون عرضة للتجسس والاختراق من قبل الهيئة المانحة للشهادة نفسها، أو تعرض تلك

المعلومات لعملية اختراق خارجي من قبل منافسين لبعض الشركات. فالتوقيع الإلكتروني ليس "جرة قلم" بل هو رموز محسوبة بواسطة برنامج حاسوبي يستخدم مفتاحاً سرياً يكون حصراً لصاحب ذلك التوقيع. لذلك فإنه إذا تمكن شخص من سرقة مفتاح سري لشخص آخر استطاع أن يسرق هوية صاحب ذلك المفتاح.

2. الفيروسات الالكترونية: هناك إمكانية لنشر فيروسات عن طريق البريد الإلكتروني، وهو ما يضر بالمراسلات الحكومية، أو يعرض المعلومات الحكومية لعملية تنصت شامل من الخارج في ظل ما يسمى بالفرز الأوتوماتيكي للمراسلات الإلكترونية داخل المركز الرئيسي للشبكة، كما يحدث في الولايات المتحدة، حيث يمكن إعداد تقارير عن المعلومات التي تتضمنها المراسلات الحكومية لأي دولة تضع شبكة معلوماتها داخل الإنترنت بما فيها الحكومية والشخصية.

قواعد ذهبية لإرسال المراسلات الإلكترونية

من القواعد الذهبية الواجب مراعاتها عند إرسال المراسلات الالكترونية

- إن أول شيء يجب مراعاته في المراسلات الالكترونية هو استخدام العنوان الاحترافي للبريد الالكتروني وتجنب العناوين التي تنم عن عدم نضج ووعي مثل Soso2000@ … ، fofo86@ … dala3@ … ، dalo3a@ … ، king2008@ … ، dodo@ …

ويفضل استخدام اسم يدل على اسمك الشخصي أو اسم عائلتك في حالة الأفراد واسم يدل على اسم الشركة ومجال نشاطها في حال الشركات والمؤسسات.

- عند الرغبة في الدخول للبريد الالكتروني الخاص بك بعد إنشائه طبعاً يتم الضغط على
Sign in

- عند الرغبة في الخروج من البريد الالكتروني الخاص بك يتم الضغط على
Sign out

- للاطلاع على المراسلات المرسلة لك يتم الضغط على
Inbox

- عند الرغبة بإرسال مراسلة لشخص معين نضغط على
Compose

- عند إرسال مراسلة إلى شخص واحد يجب وضع عنوانه أمام كلمة
To

- عند إرسال مراسلة إلى مجموعة من الناس يجب وضع عناوينهم أمام كلمة
Bcc

وليس أمام
To

أو أمام
Cc.

فبهذه الطريقة تبقى عناوينهم مخفية في رسالتك، وبالتالي تتم حماية خصوصياتهم.

أما إذا لم تفعل هذا فإن عناوينهم تكون معرضة لأن يأخذها أناس غرباء عنهم ويقومون بإغراقهم بمراسلات قد لا يريدونها. وهنا يمكنك وضع عنوانك أمام:

To

لتملأ هذا الفراغ الذي يجب ملؤه.

– من المستحسن دوماً وضع عنوان لرسالتك، وذلك حتى يعرف المرسَل إليه أهمية المراسلة، فتوفر شيئاً من وقته. فبناء على العنوان يستطيع أن يقرر، إن كان سيقرأ المراسلة الآن، أم أنها تحتمل التأخير، .ويُكتب العنوان أمام كلمة: Subject
وعدم الالتزام بهذه القاعدة، قد يجعل المرسَل إليه يحذفها قبل قراءتها.

-إذا أردت أن ترسل رداً على مراسلة معينة، فاضغط على كلمة Reply

في هذه الحالة يذهب الرد إلى المرسِل الأصلي فقط، أما الضغط على كلمة:

Reply All

فيعني أن الرد سيذهب إلى كل من وصلتهم المراسلة الأصلية.

– قاوم الرغبة في إرسال المراسلات الإلكترونية، لأن كثرة المراسلات منك تؤدي بمراسلاتك إلى الحذف قبل القراءة، ولذا عليك أن تتخير ما هو نافع للمرسَل إليهم فترسله.....الخ.

– التعبير الإنشائي غير الرسمي ممكن فقط مع الأصدقاء، أما الذين لا ترتبط بهم بأي علاقة فلا بد أن تأخذ المراسلة صفة الرسمية في أدب الخطاب، فمثلاً إن كنت تستخدم الحرف uعوضاً عن You

فلا ينبغي استخدام هذا مع أناس لا تعرفهم، بل لا بد في هذه الحالة من مراعاة أدب المراسلات البريدية.

– يمكن تصنيف من تراسلهم في مجموعات، بحيث تستطيع أن تتخير ما ترسله لكل مجموعة، حسب علمك بما يناسبها. فلا داعي لوضع كل الناس في قائمة واحدة، بل يجب أن يكون لديك قائمة للأصدقاء، وأخرى لزملاء العمل، وثالثة للأقارب، وأخرى للعملاء، أو الموظفين أو الموردين وهكذا. والتصنيف يوفر عليك كتابة العناوين، فيكفي كتابة اسم المجموعة أمام كلمة:
Bcc

ليتم الإرسال إلى كل من فيه خاصة في المراسلات التسويقية، والتي تستهدف فئة محددة.

– إذا جاءتك مراسلة وأردت إعادة إرسالها لشخص آخر تضغط على (Forward)

ولكن لا بد من حذف بعض الأجزاء منها قبل الضغط على زر الإرسال (Send)
ومن أهم ما يجب حذفه اسم المرسل الأصلي وأسماء المرسل إليهم. إن عدم الالتزام بهذه القاعدة يجعل المراسلة مليئة بمعلومات كثيرة غير مفيدة للمرسل إليهم،

بل وقد تكون ضارة بتعريض خصوصيات الناس إلى النشر. ويزداد الأمر سوءاً عندما يتكرر إعادة إرسال مراسلة مرات ومرات فتجدها مملوءة بمعلومات غير مفيدة، تأتي قبل المعلومات المفيدة في المراسلة. فإذا أردت لرسالتك أن تُقرأ فاحذف الزيادات.

– إذا احتوت المراسلة على ملفات ملحقة، ولم تستطع حذف الزيادات فقم بتنزيل الملفات على حاسبك، ثم ابدأ مراسلة جديدة وقم بإرفاق الملفات من جديد.

– إذا أردت إرسال صورة فالواجب حفظ الصورة بصيغة:

jpg

ليكون الملف أصغر ما يمكن، أما الحفظ بصيغة:

bmp

فيجعل الملف كبيراً جداً، مما يأخذ وقتاً طويلاً في تحميله، وفي تنزيله، ويحتل مكاناً كبيراً في صندوق البريد.

– أصبحت معظم الشركات التي تقدم خدمات البريد الإلكتروني تمنح سعة كبيرة جداً، ولم يعد حجم المراسلات أو المرفقات عائقاً.

– الأعمال كثيرة، والوقت قصير فحاول الاختصار دائماً.

– لإرسال ملفات مرفقة مثل صور كتالوجات أوراق هامة، يتم إضافتها من خلال الضغط على

Attach

– لا تقم بحذف المراسلات الهامة حتى ولو مضى عليها وقت طويل وخصص مجلداً لكل منها.

أسئلة الوحدة الرابعة:

1. عرف البريد الالكتروني؟
2. هناك نوعين من التوقيعات الالكترونية اذكرهما مع الشرح؟
3. اذكر مزايا وعيوب التوقيع الالكتروني؟
4. اذكر 5 من القواعد الذهبية لارسال المراسلات الالكترونية؟

الوحدة الخامسة

مراسلات الاستفسار

مراسلات الاستفسار Letters of Enquiry

مقدمة:

تعتبر مراسلات الاستفسار هي الخطوة الأولى في بناء التعامل التجاري، وأكثر أنواع المراسلات شيوعاً، لذلك تحتاج لعناية بالغة عند كتابتها حتى تجلب للمرسل معلومات كاملة ووافيه عن الموضوع المراد الاستفسار عنه، ويجب على كاتب المراسلة أن يحرص على إبداء الرغبة في التعامل التجاري حتى يحصل على المعلومات بشكل فوري وجدي وكذلك على المرسل إليه إعطاء أهمية لمراسلات الاستفسار والحرص على الرد عليها.

العناصر الرئيسية لمراسلات الاستفسار:

1. الشمول لجميع الاستفسارات المراد الحصول على رد لها.
2. اللباقة في الاستفسار والحرص على مجاملة المرسل إليه.
3. اختيار الوقت المناسب للاستفسار.
4. طلب كتالوجات أو قوائم أسعار.
5. ذكر السبب الذي دفعنا للاستفسار.

آلية صوغ مراسلات الاستفسار:

1. البدء بمدح الشركة المرسل إليها الاستفسار:

يجب على كاتب المراسلة أن يبدأ رسالته بمدح الشركة التي يرغب بالحصول على معلومات منها، وذلك من باب المجاملة ومحاولة بداية علاقات طيبة بين

الشركتين، وإعطاء صورة جيدة عن المرسل وكذلك قد تستخدم هذه الفقرة للتعريف بكيفية التعرف على الشركة ومنتجاتها.

ومن بين العبارات الشائعة الاستخدام:

نحن نتطلع لبناء علاقات تجارية مع شركتكم الموقرة.

We are looking for building a good relationship with your great company.

لقد سمعنا كثيراً عن شركتكم الرائدة في مجال.....

We heard a lot about your leader company.

رأيت عينة من منتجاتكم أثناء زيارة حديثة للمعرض التجاري.....

I saw a sample of your products during a recent visit to the trade fair….

2. **طلب المعلومات المراد الاستفسار عنها** مع مراعاة مقومات نجاح موضوع المراسلة التي تم ذكرها في الوحدة الأولى.

ومن بين العبارات الشائعة الاستخدام:

نرجو من سيادتكم تزويدنا بالمعلومات التالية عن المنتج س.

Please send us the following information about product X.

نرجو من سيادتكم تزويدنا بأحدث كتالوجاتكم.

Please send us your latest catalogue.

نرغب بالإطلاع على أحدث موديلاتكم.

We should like to see your latest models.

المعلومات مطلوبة بغرض .....

The information are required for…….

نرجو تزويدنا بشروط الدفع والخصم.

Please state terms of payment، and discount.

3. إنهاء المراسلة بطريقة لطيفة تؤكد على الرغبة في التعاون المستقبلي.

ومن بين العبارات الشائعة الاستخدام:

نرجو سرعة الرد حتى نتمكن من طلب البضاعة.

We ask you to reply quickly in order to be able to request the needed amount.

نرجو أن تكون البنود الموجودة في كتالوجاتكم تلاءم احتياجاتنا.

We hope that the items in your catalogue go with our requirements

أنواع مراسلات الاستفسار:

يمكن تقسيم مراسلات الاستفسار بشكل عام إلى ثلاثة أنواع:

1. مراسلات الاستفسار عن بضاعة أو خدمة: Enquiry of Goods, or Services:

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل الحصول على معلومات متعلقة بسلعة أو خدمة معينة ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- مواصفات السلعة أو الخدمة (الحجم، النوع، الصنف، المقاس).
- سعر السلعة أو الخدمة.
- شروط الحصول على السلعة أو الخدمة مثل: شروط الدفع، الاستلام، الخصم، والشحن.
- طلب كتالوجات أو عينات.

2. مراسلات الاستفسار عن معلومات Enquiry of Information:

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل الحصول على معلومات متعلقة بموضوع معين غير متعلق بالسلع أو الخدمات المقدمة من الشركة.

ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- آلية تعامل تجاري معين.
- أمر قانوني متعلق بالتجارة.
- معلومات لأغراض البحث العلمي.
- سمعة شركة معينة .....الخ.

3. مراسلات الاستفسار عن أشخاص Personal Enquiry:

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل الحصول على معلومات متعلقة بشخص معين.

ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- المركز المالي لشخص معين.
- سمعة شخص معين.
- الاستفسار عن شخص متقدم لوظيفة معينه عند مدرائه السابقين.

وفي النوعين السابقين على كاتب المراسلة توضيح:

- لماذا نحتاج هذه المعلومات؟
- أسباب اختيار المرسل إليه للحصول على المعلومات.
- التأكيد على أهمية المعلومات التي سيرسلها المرسل إليه في عملية اتخاذ القرار.
- التأكيد على سرية المعلومات إن تطلبت ذلك.

وفيما يلي نماذج لمراسلات الاستفسار:

مراسلة استفسار عن بضاعة ساعات

معـرض نـور الشـــام للســـاعات

Nour ELSham
Exhibition
for Watches

التاريخ: 4 مارس 2009

السيد/ أحمد إسماعيل حفظه الله،،،
مدير المبيعات بشركة روعة للساعات
برج اللؤلؤة- شارع عمر المختار
غزة- فلسطين

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: <u>استفسار عن ساعات</u>

يسرنا التعامل مع شركتكم الرائدة في مجال الساعات، والتي تقوم باستيراد أفضل أنواع الساعات العالمية.

ونرجو من سيادتكم إعلامنا بأسعار الساعات اليدوية وأنواعها، وألوانها، وساعات الحائط المتوفرة لديكم، أو إرسال كتالوج يوضح المعلومات المطلوبة.

نرجو من سيادتكم سرعة الرد، لنتمكن من طلب الكمية التي نحتاجها لمعرضنا.

تقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

مديرة معرض نور للساعات

نور صباح

0599-800800 جوال 08-2828222الجندي المجهول- شارع عمر المختار- غزة- فلسطين. ت

مراسلة استفسار عن منظفات

ميني ماركت بغداد

Mini Market
Baghdad

التاريخ: 5 مايو 2009

السيد/ محمد خليل حفظه الله،،،
مدير مصانع الزهور للمنظفات
عمارة جاسر – شارع البحر
خانيونس – فلسطين.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: معلومات عن مساحيق غسيل

نظراً لسمعة مصانعكم الطيبة، والتزامها الدائم بجودة المنتجات التي تقدمونها لعملائكم.

نرجو من سيادتكم تزويدنا بأسعار مسحوق غسيل الزهور الذي تقوم شركتكم بتصنيعه وأحجامه، وروائحه.

على أن يكون السعر شامل الضريبة، وواصل مستودعاتنا بمخيم البريج.

سرعة الرد تساعدنا على سرعة الطلب.

اقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

مالك ميني ماركت بغداد
باسل النمر

0599-330230 جوال 08-2565252 دوار الشهداء – مخيم البريج – غزة – فلسطين. ت

استفسار عن خدمة خطوط ADSL

شركة القدس للصناعات البلاستيكية

AL-QUDS CO.

FOR PLASTIC INDUSTRY

الرقم: sr/2009/18 التاريخ: 18 فبراير 2009

السادة/ شركة الاتصالات الفلسطينية
شارع الجوازات
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: استفسار عن خطوط ADSL

نود أن نثمن جهود شركتكم المتميزة في توفير أفضل الخدمات لأبناء شعبنا الفلسطيني.

ونرجو من سيادتكم تزويدنا بقائمة سرعات، وأسعار خطوط ADSL المتوفرة لديكم.

آملين من سيادتكم سرعة الرد، حتى نتمكن من أداء مهامنا على أكمل وجه.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

المدير التنفيذي لشركة القدس

محمد سامي

المنطقة الصناعية– بيت حانون– قطاع غزة– فلسطين **ت 082424332 ف082424331 ص.ب 5698**

بريد الكتروني Qudaplatic@yahoo.com

استفسار عن خريج

مؤسسة إبداع للإعلام

الرقم: م.ض 9889 التاريخ:22 فبراير 2009

الأستاذ/ شادي أبو شنب المحترم،،،

رئيس قسم العلوم الإدارية والمالية

كلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية

تل الهوى- غزة – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: استفسار عن خريج

اسمحوا لنا أن نتقدم لكم بخالص الشكر والامتنان على ما تقوم به كليتكم دعم السوق المحلي بكوكبة من الخريجين لخدمة وطننا الحبيب.

ونحيطكم علماً بأن السيد/ محمد جابر- الذي تخرج من قسمكم في العام الماضي- قد اجتاز كل الشروط اللازمة للحصول على وظيفة سكرتير في مؤسستنا.

لذا نرجو من سيادتكم تزويدنا بالمعلومات المتوفرة لديكم عن هذا الخريج. رأيكم محل تقديرنا واهتمامنا، ونعدكم بسرية المعلومات المقدمة من سيادتكم.

أملين حسن تعاونكم معنا،،،

مدير عام مؤسسة إبداع

د. محمد المدهون

برج النور- شارع الجامعة- غزة- فلسطين ت 082826642 ف082826641 ص.ب 1551

بريد الكتروني ebda3@yahoo.com

استفسار عن معلومات

الطالب: هبة سليمان
الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية

الرقم الجامعي
20051976

جوال: 0599
ت: 28

التاريخ: 06 مارس 2009

السيد/سمير عبيد حفظه الله
مدير عام وزارة الاقتصاد الوطني
الرمال الجنوبي
غزة – فلسطين

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: طلب معلومات اقتصادية

اسمح لي أن أشكركم على جهودكم الدائمة من أجل الرقي بالاقتصاد الفلسطيني، وخدمة أبناء شعبنا الفلسطيني.

أنا الطالبة ..... أدرس في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، تخصص تكنولوجيا الإدارة–سنة رابعة، وأقوم بإعداد بحث تخرج بعنوان"حوسبة البيانات الاقتصادية لخدمة الإدارة العليا".

لذلك أرجو من سيادتكم تزويدي بالبيانات الاقتصادية للعامين 2007، 2008.

علماً بان هذه البيانات هي لأغراض البحث العلمي فقط.

دمتم ذخرا للوطن والتعليم،،،

التوقيع

المرفقات
–شهادة قيد بالكلية.
–توصية من رئاسة القسم.

Specimen of Business Enquiry Letter

AL MAHA CO
of electrical
appliances

ma
ha

شركة المها
للأجهزة
الكهربائية

Ref. PR/F/2009/27 Dated: Jul. 27th 2009

M/s Bushra Fans
Bushra Complex
Hyderabad Industrial Estate
Hyderabad – 500032
India.

Subject: Information About The Prices Of Fans

Dear Sir،

We are dealing in retail trade of electrical appliances.

We would be interested in selling your product, Bushra Fans through our retail showroom.

Could you, therefore، send us your quotations and let us know the terms and conditions of payment.

Thanking you,

Yours faithfully,

Hani odeh
Purchasing Manager

AL Jawhara tower، Gaza، Palestine. Tel. 00972 8 28440222 Fax8 28440223

E-mail: elc@maha.com.ps Website: http://www.maha.com.ps

أسئلة الوحدة الخامسة:

1. عرف مراسلات الاستفسار؟
2. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات الاستفسار؟
3. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات الاستفسار باللغتين العربية والانجليزية.
4. وضح آلية كتابة مراسلات الاستفسار؟
5. "تستخدم مراسلات الاستفسار لأغراض متنوعة"، اشرح العبارة السابقة.
6. هناك بعض الأمور الواجب مراعاتها عند إرسال مراسلات للاستفسار عن معلومات أو أشخاص اذكرها؟
7. في ضوء دراستك للوحدة السابقة صغ ثلاث مراسلات للاستفسار مفترضاً كافة المعلومات اللازمة لإتمام المراسلة.

الوحدة السادسة:

مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار

مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار

Replies to enquiries

مقدمة

عندما تقوم إحدى الشركات أو احد الأفراد الاستفسار عن بضاعة أو معلومات أو حتى الاستفسار عن أشخاص، فإنها تنتظر أن تقوم الشركة المرسل لها الاستفسار بالرد عن هذا الاستفسار، وكلما كان الرد سريعاً وواضحاً، كلما أعطى انطباعًا جيدًا عن الشركة، وحقق الفائدة المرجوة والمتمثلة بتحقيق تعاون تجاري، وبناء علاقات تجارية جيدة، وبالتالي تحقق الإدارة التسويقية الهدف الرئيسي لها وهو زيادة المبيعات.

إن الشركات الناجحة تخصص قسماً خاصاً باستقبال مراسلات الاستفسار ومتابعتها والرد عليها، هذا القسم تكون أهم مسؤولياته الإجابة عن كل الأسئلة التي تصل للاستفسار عن أي شيء متعلق بالشركة، بشكل فوري ودقيق والتأكد من أن المستفسر حصل على إجابة وافية عن المعلومات التي يريد الاستفسار عنها.

تعريف: مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار

هي المراسلة التي يرسلها التاجر المتلقي لمراسلة الاستفسار للإجابة عن كل استفسارات المؤسسة أو الجهة التي أرسلت مراسلة الاستفسار.

العناصر الرئيسية لمراسلات الرد على مراسلات الاستفسار:

1. الرد السريع:

المعروف أن العلاقات التجارية تتسم بالسرعة، والمعروف عن رجال الأعمال سرعة اتخاذهم للقرارات، لذلك يجب أن يكون الرد على الاستفسار سريعاً، لأن أي بطء قد يؤدي إلى ضياع فرصة تجارية، وبالتالي خسارة الشركة لصفقة تجارية كان من الممكن أن تزيد من مبيعات الشركة وبالتالي أرباحها.

2. الرد المؤدب واللطيف:

إن مرسل أي مراسلة يمثل الشركة التي يعمل فيها لأن فان الانطباع الذي سيؤخذ من المراسلة سيؤخذ عن الشركة أو المؤسسة، حتى يعكس أخلاق الشركة من لطف وأدب.

3. الرد الكامل:

كم من الوقت يضيع جراء إرسال مراسلة رد غير كاملة، أو أن تكون المعلومات المرسلة معلومات ناقصة، مما يضطر المستفسر لإرسال مراسلة أخرى للاستفسار عن المعلومات الناقصة، وانتظار الرد مما يهدر الكثير من الوقت، وربما تضيع فرصة إتمام الصفقة، لذلك يجب أن يراعي المرسل الإجابة عن كل الاستفسارات.

4. الرد الواضح:

يجب ألا تترك مراسلة الرد على الاستفسار أي مجال لسوء الفهم عند المستفسر، لذلك يجب أن يكون الرد واضحاً.

5. **إضافة أي معلومات يراها المرسل ضرورية**، وإن لم يستفسر عنها المرسل لمراسلة الاستفسار مثل: الخصومات إن وجدت، آلية الاستلام والتسليم، شروط الدفع... الخ.

أنواع مراسلات الرد على الاستفسار:

يمكن تقسيم مراسلات الاستفسار بشكل عام إلى ثلاثة أنواع:

1. **مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار عن بضاعة:**

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل لإعطاء معلومات متعلقة بسلعة أو خدمة معينة، يستفسر عنها مرسل مراسلة الاستفسار، ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- مواصفات السلعة(الحجم، النوع، الصنف، المقاس).
- سعر السلعة أو الخدمة.
- شروط الحصول على السلعة أو الخدمة مثل: شروط الدفع، الاستلام، الخصم، والشحن.
- إرسال كتالوجات أو عينات.

2. **مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار عن معلومات:**

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل إعطاء معلومات متعلقة بموضوع معين، غير متعلق بالسلع أو الخدمات المقدمة من الشركة، ويرسل مراسلة استفسار عنها.

ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- التعريف بالية إتمام تعامل تجاري معين.
- إفادة المستفسر حول أمر قانوني متعلق بالتجارة.
- إعطاء معلومات لأغراض البحث العلمي.
- إعطاء معلومات عن سمعة شركة معينة.

3. مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار عن أشخاص:

تعريفها: هي المراسلة التي يسعى من خلالها المرسل إعطاء معلومات متعلقة بشخص معين، تريد شركة أخرى الاستفسار عنه.

ويمكن أن تشتمل هذه المعلومات على:

- المركز المالي لشخص معين.
- سمعة شخص معين.
- إعطاء استفسار عن شخص متقدم لوظيفة بناء على طلب الجهة التي تسعى لشغل الوظيفة.

اتجاهات الرد على مراسلات الاستفسار

- **الرد الايجابي:** وهو الرد الذي يحمل أخبارًا جيدة، سواء بأننا مستعدون للتعاون بتوفير كافة المعلومات المطلوبة، أو بان الشخص المستفسر عنه هو شخص جيد وكافة المعلومات المتوفرة عنه ايجابية.

- **الرد السلبي:** وهو الرد الذي يحمل أخبارًا سيئة، سواء بأننا غير مستعدين لتوفير المعلومات المطلوبة، أو بأن الشخص المستفسر عنه هو شخص سيء والمعلومات المتوفرة عنه سلبية.

وهنا يجب أن نحاول قدر الإمكان استخدام أعلى درجات اللياقة واللباقة، وتجنب بدء المراسلة بكلمات مثل يؤسفنا أو أي شتم أو تجريح بالشخص المراد الاستفسار عنه، بل يجب أن يكون الرد بشكل لطيف، يعطي رأي المؤسسة بشكل لطيف وبشكل غير مباشر على مبدأ "اللبيب بالإشارة يفهم". ويفضل وجود مستند يثبت أي معلومة سلبية.

آلية كتابة مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار:

1. البدء بشكر الشركة المرسلة لمراسلة الاستفسار على إرسالها لمراسلة الاستفسار، مع التذكير بتاريخ إرسال المراسلة وموضوعها.

ومن بين العبارات الشائعة الاستخدام:

نشكركم على رسالتكم المرسلة بتاريخ .....
We thank you for your enquiry letter of …..

لقد سعدنا برسالتكم المرسلة بتاريخ.... والتي تستفسرون فيها عن .....
We were pleased to receive your enquiry letter of….

رداً على رسالتكم المرسلة بتاريخ ....
In reply to your letter of …….

بالإشارة لرسالتكم المرسلة بتاريخ .....
Reference to your letter of ……..

2. **الإجابة عن كل الاستفسارات بشكل دقيق وواضح وكامل:**

وهنا قد ينصح بإدراج جدول يوضح المعلومات المستفسر عنها، بما يعطي ردود وإجابات دقيقة مع توضيح نوع العملة، ووحدات القياس الأخرى.

يسعدنا موافاتكم بما يلي:-

We have pleasure in offering you the following:-

3. **توضيح شروط الدفع والتسليم والشحن والخصم.**

ولقد تم الحديث عنها في الوحدة الثالثة.

4. **إرسال كتالوج بالبضاعة إن توفر:**

نرفق لكم احدث كتالوج وقائمة أسعار لدينا، واللذان سيقدمان لكم معلومات وافية عن

We enclose our latest catalogue and price list which will give you full information about

الأوزان والمقاييس موضحة في الكتالوج

The weights and measures are indicated in the catalogue

5. **التعبير عن الرغبة بإقامة علاقات تجارية مع الطرف الآخر** ونرجو أن تكون المعلومات المرسلة، وافيه ومرضية للمستفسر.

ومن بين العبارات الشائعة الاستخدام:

نأمل أن تكون مواصفات البضاعة ملائمة لتوقعاتكم.

We hope the quality of goods meets your expectations.

معرض روعة للساعات

Rawa'a Exhibition for Watches

التاريخ: 14 مارس 2009

الآنسة/ نور صباح حفظها الله،،،
مديرة معرض نور للساعات
الجندي المجهول- شارع عمر المختار
غزة- فلسطين

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: المعلومات المطلوبة عن الساعات

نشكركم على رسالتكم المرسلة بتاريخ 4 مارس 2009، وثقتكم بمنتجاتنا.

يسرنا أن نرسل لسيادتكم كتالوج يوضح كافة منتجاتنا وأسعارها، نظراً لكثرة أنواع الساعات المصنعة لدينا وألوانها.

كما نود إعلامكم بان السعر في الكتالوج شامل الضريبة، والتسليم محل البائع.

آملين أن تنال ساعاتنا إعجابكم.

مع خالص تقديرنا واحترامنا،،،

مدير المبيعات بشركة روعة للساعات
أحمد إسماعيل

المرفقات:
-كتالوج منتجات الشركة من الساعات

برج اللؤلؤة- شارع عمر المختار- غزة- فلسطين ت 082824442 ف082824441 ص.ب 1123
بريد الكتروني rawaa@yahoo.com

مصانع الزهور للمنظفات

Zuhoor

Al-Zuhoor
Washing
Powder Factories

التاريخ: 14 مايو 2009

السيد/ باسل النمر حفظه الله

مالك ميني ماركت بغداد

غزة – فلسطين

تحية عطرة وبعد،،،

الموضوع: خطوط ADSL المتوفرة

يطيب لنا ان نشكركم على رسالتكم المؤرخة في 5 مايو 2009، والتي تستفسرون من خلالها عن خطوط ADSL المتوفرة لدينا.

نود ان نحيطكم علماً يوجد لدينا الآن نوعان من مساحيق غسيل الزهور كما هو موضح بالجدول أدناه

الصنف	الوزن	الروائح	سعر العبوة بالشيكل
مسحوق غسيل الزهور للغسالات العادية والغسيل اليدوي	1 كيلو جرام	توجد روائح لكافة أنواع الزهور المعطرة	20
	3 كيلو جرام		55
	5 كيلو جرام		75
	8 كيلو جرام		100
مسحوق غسيل الزهور للغسالات الأوتوماتيكية	1 كيلو جرام		25
	3 كيلو جرام		70
	5 كيلو جرام		110
	8 كيلو جرام		160
السعر شامل الضريبة والتسليم محل المشتري وتوجد هدية خاصة مع كل عبوة			

نحن جاهزون لتلبية طلبكم في أي وقت.

مع خالص الشكر والامتنان،،،

مدير مصانع الزهور للمنظفات

محمد خليل

عمارة جاسر – شارع البحر – خانيونس – فلسطين ت 082024332 ف082024331 ص.ب 1772 بريد الكتروني
zhoor@yahoo.com

مجموعة الاتصالات الفلسطينية

Pal tel Group

التاريخ: 24 فبراير 2009

المهندس/ محمد سامي المحترم
المدير التنفيذي لشركة القدس للصناعات البلاستيكية
المنطقة الصناعية
بيت حانون- فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: خطوط ADSL المتوفرة حاليا

بالإشارة إلى رسالتكم المؤرخة في 18 فبراير 2009 وتحمل الرقم qc1073 التي طلبتم فيها قائمة بسرعات وخطوط ADSL المتوفرة لدينا.

ويسرنا أن نقدم لكم خدمات خطوط ADSL المتوفرة لدينا حاليا:

نوع الخدمة	سرعة الخدمة	سعر الخدمة بالشيكل
ADSL منازل	128m	60
	256m	90
	512m	120
	1G	200
ADSL شركات	128m	100
	256m	150
	512m	250
	1G	400

علماً بأن السعر شامل كافة مصاريف التركيب والضريبة، كما يمكن تقسيط ثمن الخدمة على 3 شهور.

عدد الخطوط المتاحة حالياً قليل نسبياً، العرض أعلاه متاح لحين نفاذ عدد الخطوط المتاحة.

مع تمنياتنا بالتقدم والنجاح ،،،

مدير العلاقات الخارجية

اياد العمصي

مقابل الجوازات–غزة–فلسطين ت 28775555 فاكس: 2888888888ص.ب. 189 الموقع الالكتروني
www.paltel.com Email:enfo@paltel

رد ايجابي

www.ucas.edu.ps
الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية
University College of Applied Sciences

الرقم م.ض 26209 التاريخ:26 فبراير 2009

الدكتور/ محمد المدهون المحترم،،،
مدير مؤسسة إبداع
برج النور – شارع الجامعة
غزة – فلسطين.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: معلومات عن خريج

نشكركم على ثقتكم بخريجينا الذين نفخر بهم في كل المحافل، وبالإشارة إلى رسالتكم المؤرخة بتاريخ 22 فبراير 2009، والتي تحمل الرقم م.ض 9889.

نحيطكم علماً بأن السيد/ محمد جابر –والذي تخرج من قسم العلوم الإدارية والمالية– مثال للشخص الذي يمكن الاعتماد عليه، فلقد كان خلال دراسته نشيطاً مجتهداً بشهادة مدرسيه، وكان مشاركاً دائماً في المسابقات التي تقوم بها الكلية.

في حال نال الخريج ثقتكم وقبولكم، فإننا نتوقع له أن يكون خير سفير لكليتنا الجامعية.

شاكرين ثقتكم بنا،،،

رئيس قسم العلوم الإدارية والمالية
أ. شادي أبو شنب

ص . ب 1415 الرمال الجنوبي – غزة – فلسطين
P. O. Box: 1415 Remal, Gaza, Palestine
www.ucas.edu.ps info@ucas.edu.ps
Gaza +970 8 2868999 +970 8 2864888 غزة
KhanYounis 8 2061222 8 2061224 خانيونس

رد سلبي

www.ucas.edu.ps
الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية
University College of Applied Sciences

الرقم م.ض 26209 التاريخ:26 فبراير 2009

الدكتور/ محمد المدهون المحترم،،،
مدير مؤسسة إبداع
برج النور- شارع الجامعة
غزة – فلسطين.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: معلومات عن خريج

نشكركم على ثقتكم بخريجينا الذين نفتخر بهم في كل المحافل، وبالإشارة إلى رسالتكم المؤرخة في22 فبراير 2009، والتي تحمل الرقم م.ض 9889، والتي تستفسرون فيها عن السيد/ محمد جابر –الذي تخرج من قسم العلوم الإدارية والمالية– نود إبلاغكم بأنه بإمكانكم الاستعانة بشخص آخر ليشغل هذه الوظيفة.

نحن جاهزون للتعاون معكم في هذا المجال وترشيح خريجين آخرين.

شاكرين ثقتكم بنا،،،

رئيس قسم العلوم الإدارية والمالية
أ. شادي أبو شنب

ص . ب 1415 الرمال الجنوبي - غزة - فلسطين
P. O. Box: 1415 Remal, Gaza, Palestine
www.ucas.edu.ps info@ucas.edu.ps
Gaza +970 8 2868999 +970 8 2864888 غزة
KhanYounis 8 2061222 8 2061224 خانيونس

رد على معلومات

السلطة الوطنية الفلسطينية
وزارة الإقتصاد

Palestinian National Authority
Ministry Of Economic

التاريخ: 06 مارس 2009

الطالبة/هبة سليمان حفظها الله

الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية

غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: المعلومات الاقتصادية المطلوبة

أكتب أليك متمنيًا لك التوفيق في دراستك الجامعية، وتأكيداً لحرصنا الشديد ودعمنا للتعليم؛ فإنني أرفقت لك اسطوانة ممغنطة CD، تحتوي على كافة البيانات الاقتصادية المتوفرة لدينا للعامين 2007، 2009. والتي ارجو أن تساعدك على إتمام بحثك.

سنكون مسرورين إن أرسلتي لنا نسخة من البحث.

مع تمنياتي لك بالتوفيق والنجاح،،،

مدير عام وزارة الاقتصاد الوطني

سمير عبيد

المرفقات

– اسطوانة ممغنطة

رام الله – الماصيون – شارع النهضة – هاتف : 02-2951291/2/3/6 فاكس : 02-2951318 ص.ب 399

غزة – الرمال الجنوبي – هاتف :08-2829133 فاكس : 08-2822297 ص.ب 4015

رد سلبي

السلطة الوطنية الفلسطينية
وزارة الإقتصاد

Palestinian National Authority
Ministry Of Economic

التاريخ: 06 مارس 2009

الطالبة/ هبة سليمان حفظها الله
الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية
الرمال الجنوبي
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: اعتذار

أكتب أليك متمنيًا لك التوفيق في دراستك الجامعية، ولكننا نعتذر من سيادتكم لأن المعلومات الاقتصادية هي معلومات سرية، ولا يمكن اطلاع الغير عليها لذلك ننصحكم بالبحث عن مصدر آخر للبيانات أو تغيير موضوع البحث.
اقبلوا اعتذارنا وفقكم الله.

مع تمنياتي لك بالتوفيق والنجاح،،،

مدير عام وزارة الاقتصاد الوطني
سمير عبيد

رام الله – الماصيون – شارع النهضة – هاتف : 02-2951291/2/3/6 فاكس : 02-2951318 ص.ب 399
غزة – الرمال الجنوبي – هاتف :08-2829133 فاكس : 08-2822297 ص.ب 4015

Specimen of Quotation Letter

Bushra Laundry Soap

Ref.-SL/F/2009/12 Dated: Aug. 10th 2009

Mr. Hani Odeh,
Purchasing Manager,
AL-Maha Co.
AL Jawhara tower,
Gaza، Palestine.

Subject: Your letter No. PR/F/2009/27
Dated July 27، 2009

Dear Sir،
Thank you for your letter of enquiry. We would be glad to meet your requirements of selling our fan in your retail showroom.
Our quotations are given in the price list enclosed. We offer 10% discount on order above Rs.50،000. Besides, we allow a grace period of 45 days for payment of dues to our regular customers.
We are confident that you will find our prices competitive and our terms and conditions reasonable. We look forward to meeting your requirements.
Thanking you,

Yours faithfully,

Qadir Khan Wadood
Selling Manager

Encl:
-Price List & Terms and Conditions

Bushra Fans، Bushra Complex، Hyderabad Industrial Estate،Hyderabad – 500032, India.
Tel. 0023 4 508632-35، Fax. 508600، -mail: bh@fan.vsnl.net.in،
Website: http://www.bhfan.com

أسئلة الوحدة السادسة:

1. عرف مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار؟
2. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات الرد على الاستفسار؟
3. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات الرد على مراسلات الاستفسار باللغتين العربية والانجليزية.
4. حدد اتجاهات الرد على مراسلات الاستفسار مع الشرح؟
5. وضح آلية كتابة مراسلات الرد على الاستفسار؟
6. اذكر بعض الأمور التي يجب أن تشتمل عليها مراسلات الرد على الاستفسار عن بضاعة؟

الوحدة السابعة

مراسلات الطلب

مراسلات الطلب
Order Letters

تعريفها: هي مراسلة يرسلها المرسل إلى الشركة أو التاجر يطلب فيها تزويده ببضاعة أو خدمة معينة، حسب السعر والمواصفات والشروط المتفق عليها سابقاً.

وتأتي مراسلات الطلب تتويجاً لسرعة رد الشركة أو المؤسسة على استفسارات المرسل، وبعد رضا المشتري عن المواصفات والسعر والشروط.

وتعتبر مراسلات الطلب هي نتاج جهود المراسلة بين المرسل والمرسل إليه، وهي دليل على الرغبة الأكيدة في التعامل التجاري.

كما تجدر الإشارة إلى أن طلب البضاعة قد يكون بدون إرسال مراسلة استفسار والرد على الاستفسار، وذلك إذا كانت الشروط معروفة، وهذا التعامل ليس الأول بين الشركتين.

العناصر الرئيسية لمراسلات الطلب

1. **الدقة:**

مراسلة الطلب بشكل عام لا تتحمل الخطأ، لأن أي خطأ قد يحمل الشركة خسارة فادحة، حيث أن مراسلة الطلب تتضمن الكثير من الأمور المالية مثل السعر، الكمية، أرقام الكتالوجات، تواريخ التسليم، شروط التسليم، والمواصفات. كل ما سبق يتطلب من كاتب مراسلة الطلب المزيد من الدقة لأن الخطأ غير مسموح به.

ولك أن تتصور حجم المشكلة التي سيتعرض لها المرسل لو كتب في مراسلة الطلب أن الكمية المطلوبة 1000 وحدة بدلاً من 100 وحدة. في هذه الحالة ستضطر الشركة لدفع ثم
ن 1000 وحدة. ومن المؤكد أنها لن تحتاج ال 900 وحدة الإضافية، وبالتالي فان الخسارة ستكون فادحة.

وكذلك لو طلبنا 10 وحدات بدلاً من 100 وحدة. فان الشركة ستتحمل خسائر ناتجة عن تحمل مصاريف النقل، تأخر وصول البضاعة كاملة.

ومن الأخطاء المتكررة الواجب مراعاتها عند كتابة مراسلات الطلب:

- الخطأ في كتابة السعر.
- الخطأ في كتابة الكمية.
- الخطأ في رقم الصنف أو اسمه.
- الخطأ في كتابة شرط التسليم أو الدفع أو الخصم.
- الخطأ في كتابة التاريخ.
- عدم تحديد وحدات الكمية والسعر.

ولتجنب مثل هذه الأخطاء ينصح بمراجعة وتدقيق المراسلة قبل إرسالها، للتأكد من عدم وجود أي من الأخطاء السابق ذكرها.

2. الوضوح: إن وضوح المراسلة يساعد على سرعة تلبية الطلب، لذلك يجب على كاتب المراسلة أن يكون واضحاً، وأفكاره مرتبة، ويكون تسلسل البيانات منطقياً.

ويفضل غالباً استخدام جدول لتوضيح الطلب.

3. الشمول: يجب أن تكون المراسلة التجارية والإدارية شاملة لتجنب التنفيذ الخاطئ الذي ينشأ غالباً عن إعطاء معلومات غير وافيه،

كذلك قد يتأخر أو يؤجل تنفيذ الطلبية، نتيجة عدم كفاية المعلومات.

آلية كتابة مراسلات الطلب:

1. البدء بشكر البائع على المعلومات التي قام بإرسالها في مراسلة الرد على الاستفسار.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

نتقدم لكم بالشكر على ردكم على رسالتنا المرسلة بتاريخ .....

Many thanks for your prompt reply to our enquiry letter of

2. يقوم البائع بتحديد ما يلي:

- البضاعة المطلوبة (الصنف، النوع، الكمية المطلوبة، السعر، المواصفات.)
- وقت ومكان وشروط التسليم.
- طريقة الدفع، شروط الخصم.
- أي شروط أخرى: مثل طريقة التعبئة واللف والحزم.
- الوثائق المطلوبة إن وجدت.

3. إنهاء المراسلة بطريقة لطيفة، نطلب فيها سرعة إرسال البضاعة.

مراسلة طلب ساعات

عـرض نـور الشـــام

Nour ELSham Exhibition

for Watches

للســـــاعات

التاريخ: 21 مارس 2009

السيد/ أحمد اسماعيل حفظه الله
مدير المبيعات بشركة روعة للساعات
برج اللؤلؤة– شارع عمر المختار
غزة– فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: طلب ساعات

نشكركم على إجابتكم عن استفساراتنا من خلال رسالتكم المرسلة بتاريخ .....
ونرجو من سيادتكم تزويدنا بالطلبية المرفقة في نموذج الطلب المرفق.
سنكون مسرورين في حال إرسال البضاعة المطلوبة قبل عيد الفطر السعيد.
علماً بأن التسليم محل المشتري والدفع نقداً عند الاستلام.

تقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

مديرة معرض نور للساعات
نور صباح

المرفقات
–نموذج طلب بضاعة

الجندي المجهول- شارع عمر المختار- غزة- فلسطين. ت 08-2828222 جوال 0599-800800

ميني ماركت بغداد

Mini Market
Baghdad

التاريخ: 20 مايو 2009

السيد/ محمد خليل حفظه الله

مدير مصانع الزهور للمنظفات

خانيونس- فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: طلب مساحيق غسيل

لقد سعدنا بردكم على استفساراتنا من خلال رسالتكم المرسلة بتاريخ .....

نرجو من سيادتكم تزويدنا بالطلبية التالية بأسرع وقت ممكن

الصنف	الوزن	الروائح	عدد العبوات	سعر العبوة بالشيكل
مسحوق غسيل الزهور للغسالات العادية والغسيل اليدوي	1 كيلو جرام	رائحة الياسمين المعطر	200	20
	3 كيلو جرام		150	55
	5 كيلو جرام		100	75
مسحوق غسيل الزهور للغسالات الأوتوماتيكية	1 كيلو جرام		200	25
	3 كيلو جرام		200	70
	5 كيلو جرام		200	110

مع مراعاة الشروط المتفق عليها في المراسلة السابقة بان يكون السعر شامل الضريبة وواصل مستودعاتنا بمخيم البريج.

اقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

مالك ميني ماركت بغداد

باسل النمر

دوار الشهداء- مخيم البريج- غزة- فلسطين. ت 08-2565252 جوال 0599-330230

شركة القدس للصناعات البلاستيكية

AL-Quds Co.

For PLASTIC INDUSTRY

الرقم: qcp 28/209 التاريخ: 28 فبراير 2009

السيد/ إياد العمصي المحترم
شركة الاتصالات الفلسطينية
شارع الجوازات
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: طلب خدمة ADSL

نتقدم لسيادتكم بالشكر الجزيل على سرعة الرد على استفساراتنا من خلال رسالتكم المرسلة بتاريخ .....

ونرجو من سيادتكم تزويدنا بخط ADSL شركات، بسرعة (1) ميجا بايت،

آملين من سيادتكم سرعة تزويدنا بالخدمة حتى نتمكن من أداء مهامنا على أكمل وجه.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

المدير التنفيذي لشركة القدس
محمد سامي

المنطقة الصناعية- بيت حانون- قطاع غزة- فلسطين ت 082424332 ف082424331 ص.ب 5698
بريد الكتروني Qudaplatic@yahoo.com

Specimen of Order Letter

شركة المها للاستيراد والتصدير

AL MAHA CO
For Exports and Imports

Ref. PR/F/2009/27

Dated: Jul. 27th 2009

Mr. Qadir Khan Wadood
Selling Manager of Bushra Fans
Bushra Complex
Hyderabad Industrial Estate
Hyderabad – 500032
India.

Subject: Your letter of quotation
No. SL/F/2009/12 dated August 10،2009

Dear Sir،
Many thanks for your prompt reply to our enquiry letter of July 27، 2009. As we find your prices and terms quite reasonable, we wish to place a trial order as per the list enclosed.
As pointed out in our enquiry letter, quality is important. Should the goods meet our expectations، substantial orders will follow.
Payment will be made within the time limit prescribed in your quotation letter.

Thanking You،
Yours faithfully،
signature

Encl:
-Order List Partner

AL Jawhara tower، Gaza، Palestine. Tel. 00972 8 28440222 Fax8 28440223
E-mail: elc@maha.com.ps Website: http://www.maha.com.ps

مراسلات الرد على مراسلات الطلب

في الوضع الطبيعي لا توجد حاجة لإرسال مراسلة رد على مراسلة الطلب والرد الطبيعي هو إرسال البضاعة المطلوبة.

ولكن هناك بعض الحالات الاستثنائية غير العادية التي تتطلب من التاجر أن يرسل فيها مراسلة رد على مراسلة الطلب ويعتبر الرد في هذه الحالات ضرورياً.

الحالات التي تتطلب إرسال مراسلة رد على مراسلة طلب:

1. عندما يكون التعامل التجاري لأول مرة بين الطرفين "مراسلة النوايا الحسنة"

الهدف الرئيسي لهذه المراسلة محاولة الحفاظ على العميل الجديد وترك انطباع جيد عن الشركة، مما سيعود بالنفع على التاجر ويوسع من علاقاته التجارية مستقبلاً.

في الغالب يكون لدى المنشأة نموذج ثابت لمثل هذا النوع من المراسلات.

لقد سعدنا باستلام طلبكم بتاريخ ..... ولقد عملنا بكل جد على تجهيز الكميات المطلوبة وستكون بإذن الله جاهزة في الموعد والزمان المحددين سابقاً.

وبما أنكم من عملائنا الجدد فإننا نأمل أن تكون منتجاتنا عند حسن ظنكم بنا. كما يسرنا أن نرسل لكم أيضاً كتالوج يوضح كافة منتجاتنا.

آملين استمرار العلاقات التجارية مع شركتكم الموقرة، فنحن على استعداد لتلبية طلباتكم دائماً.

2. مراسلات تعزيز الطلب:

وهي مراسلات ترسل لإبلاغ المرسل بوصول طلبه وأننا نعمل أو عملنا على تجهيز البضاعة، في الغالب يرفق معها بعض الوثائق التجارية مثل:

إشعار الشحن، وبوليصة التأمين، الفاتورة .....الخ

مثال:

تسـلمنا خطـابكم المـؤرخ. . . ومعـه طلـبكم الخـاص بـ. . .
ويسرنا أن نفيدكم أن البضـاعة المطلوبـة قد شـحنت إليكم اليوم حسب العنوان.
نرجو أن تضيفوا لحسابنا طرفكم مبلـغ. . . . . قيمـة الفاتورة المرسلة طيه .
ونأمل أن يصلنا قريباً طلب جديد منكم، نوليه كل عناية.

We were pleased to receive your order of... for... We beg to inform you that the goods have been forwarded to your address to-day.
Have the kindness to place L.E... the amount of the annexed invoice, to our credit.
Trusting to receive an early repetition of your commands, which we shall always execute with the greatest care

3. عدم وضوح مراسلة الطلب

في بعض الأحيان يكون هناك معلومات ناقصة أو غير واضحة في مراسلة الطلب مما يدفع التاجر للتأكد من معلومات مراسلة الطلب قبل إرسالها وهنا نؤكد على ضرورة مراعاة الدقة والشمول في مراسلة الطلب.

لقد سعدنا باستلام طلبكم بتاريخ ..... ولقد عملنا بكل جد على تجهيز الكميات المطلوبة وستكون بإذن الله جاهزة في الموعد والزمان المحددين سابقاً.

ولكننا لاحظنا في نموذج الطلب أن الكمية المطلوبة من الثلاجات هي 1000 وحدة، وبحكم تعاملاتنا السابقة فإننا نرى أن هذا الرقم كبير جداً فأردنا التأكد لتجنب الوقوع في خطأ كبير يصعب إصلاحه فيما بعد.

نأسف لإضاعة بعض الوقت وتأخير عملية شحن البضاعة ولكن درهم وقاية خير من قنطار علاج.

4. عدم إمكانية تنفيذ الطلب لأحد الأسباب التالية:

- السلعة غير متوفرة حالياً بسبب نفاذ الكمية.

في هذه الحالة نبلغ العميل استعدادنا للتسليم في حال توفر الكمية السلعة.

- الكمية المتوفرة حالياً لا تفي بالمطلوب.

في هذه الحالة نعرض على المرسل تزويده بالكمية المتوفرة الآن والباقي عند توفره.

- توقف الشركة عن التعامل بالسلعة المطلوبة:

في هذه الحالة نقوم بعرض بديلنا للسلعة المطلوبة وتسويق هذا المنتج البديل من خلال ذكر مميزاته.

- عدم الرغبة في التعامل مع المرسل إما لسمعته السيئة أو مماطلته في الدفع

هنا يجب استخدام طريقة دبلوماسية للاعتذار من العميل بطريقة لبقة غير جارحة

هنا يجب الاعتذار من العميل وإبلاغه بأننا جاهزون للتنفيذ، ولكن حسب شروطنا.

أسئلة الوحدة السابعة:

1. عرف مراسلات الطلب؟
2. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات الطلب؟
3. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات الطلب باللغتين العربية والانجليزية.
4. ما هي الأخطاء الواجب مراعاتها عند كتابة مراسلات الطلب؟
5. صمم مراسلة تطلب فيها أجهزة هاتف محمول مفترضاً كافة المعلومات اللازمة لإتمام المراسلة.
6. في الوضع الطبيعي لا توجد حاجة لإرسال مراسلات للرد على مراسلات الطلب ولكن هناك بعض الحالات الخاصة، أذكرها.
7. عرف مراسلات تعزيز الطلب.

الوحدة الثامنة:

مراسلات
العرض و البيع

مراسلات العرض ومراسلات البيع

Offers and Sales Letters

أولاً: مراسلات العرض Offers Letters

تعريفها: هي المراسلة التي يرسلها التاجر إلى عملائه المنتظمين، ليعرض عليهم شراء احد السلع الموجودة لديه.

مراسلة العرض لا يسبقها أي مراسلات فهي لا تأتي رداً على استفسار، ولكنها تكون من البائع أو التاجر لعملائه المنتظمين.

وهنا تظهر المهارات التسويقية الحقيقية للشركة، حيث أن مثل هذه المراسلات يكون الهدف منها تسويقياً، حيث يسعى المرسل لتشجيع عملائه المنتظمين على الشراء بطريقة تثير اهتمام العميل، وتتيح للشركة زيادة مبيعاتها، وبالتالي زيادة أرباحها.

الحالات التي تتطلب من البائع إرسال مراسلة العرض:

1. وجود سلعة جديدة تعرض لأول مره.
2. وجود كميات كبيرة من السلعة في مخازن البائع، يرغب بالتخلص منها وتصريفها.
3. السلعة قابلة للتلف السريع.
4. خوف التاجر من كساد السلعة، وتكدسها في مخازنه.
5. احتمالية تغير موديل السلعة.

6. معرفة التاجر بان السلعة تثير اهتمام العميل.
7. خلق زبائن جدد لسلعة قديمة.
8. وجود عرض تسويقي جديد(خصم، هدية،.....).

العناصر الرئيسية لنجاح مراسلات العرض:

1. السلعة أو الخدمة المعروضة:

لابد أن تكون السلعة المعروضة مقبولة ومرغوبة ومناسبة للعميل، فمثلا لا يمكن تسويق مشروبات كحولية في مجتمعات إسلامية محافظة مهما أبدعنا في كتابة مراسلة العرض، ومهما قدمنا من عروض خاصة.

2. الفئة المستهدفة من العملاء:

يجب أن تكون الفئة المستهدفة من العملاء لديها اهتمام أو علاقة بالسلعة المعروضة

فلا يعقل أن نرسل مراسلة عرض لمعجون حلاقة إلى مجموعة من السيدات، ولا إرسال مراسلة لعرض ألعاب أطفال لطلاب الجامعات.

3. استخدام المؤثرات المناسبة للاستجابة:

يجب أن نستخدم المؤثرات المناسبة للاستجابة عند كتابة مراسلة العرض حتى نتمكن من تحقيق الهدف الرئيسي من المراسلة والمتمثل بإقناع العميل وتشجيعه على الشراء، فكلما كانت عبارات الإقناع أقوى والحوافز أكثر، كلما حققت الشركة مبيعات أكثر.

آلية كتابة مراسلات العرض:

1. **إثارة اهتمام العميل للسلعة:**

وذلك من خلال الاهتمام بمظهر المراسلة وتنسيقها والحديث عن السلعة بطريقة شيقة تثير اهتمام العميل بالسلعة.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

نعتقد أنكم ربما تكونوا مهتمين ب .....

We think you may be interested in .....

أكتب إليكم لألفت انتباهكم إلى ما لدينا من جديد.

I'm writing to call your attention to our new.....

2. **خلق الرغبة لدى العميل بشراء السلعة:**

يسعى من خلالها التاجر لإقناع العميل بالسلعة من خلال ذكر مميزاتها، ووصفها بطريقة تحدد للمشتري المزايا التي تقدمها السلعة.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

السلعة متوفرة لأول مره في محلاتنا.

This goods is available in our stores for the first time.

السلعة تتمتع بمواصفات عالية الجودة.

The goods has a high quality.

أسعارنا لا تنافس.

Our prices compare favorably with those of our competitors.

3. **إقناع العميل بجدوى شراء السلعة:**

هنا يسعى التاجر إلى تقديم الأدلة والبراهين والأسباب المنطقية التي تقنع العميل بحاجته إلى السلعة أو الخدمة.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

يوجد خصم مقداره ---%

We grant a discount of --%.

جودة الخدمة المقدمة هي الأفضل.

The presented service quality is the best.

4. حفز العميل على اتخاذ قرار الشراء:

لا تدعوا الفرصة تفوتكم.

Don't let the chance (opportunity).

لا تدع الفرصة تفوتك فالكمية محدودة.

We have a little amounts.، Don't let the chance(opportunity)

العرض ساري المفعول حتى نفاذ الكمية.

This offer until finishing the quantities.

يمنح الخصم لأول 1000 وحدة مباعة فقط.

The discount is given for the first 1000 sold units.

سارعوا بالشراء قبل نفاذ المخزون.

Buy soon, before finishing the inventory.

مراسلات البيع Sales letters:

إن مراسلات البيع والعرض بينهما تشابه كبير، فكلاهما يهدف لترويج سلعة معينة وكلاهما تهدف لعرض بضاعتنا على الآخرين، إلا أن مراسلات البيع بالعادة توجه إلى عدد اكبر من المتعاملين، ففي الوقت الذي ترسل فيه مراسلات العرض لعملاء الشركة المنتظمين فان مراسلات البيع ترسل إلى مجموعة اكبر من المشترين.

فمراسلات البيع هي مراسلات إعلانية، ترسل لعملائنا المنتظمين وغيرهم من العملاء المتوقعين، وإن لم يكن بيننا تعامل سابق فنحن نتوقع أن تنال بضاعتنا إعجابهم وبالتالي نسعى لتسويقها وعرضها عليهم، لذلك فإننا نوسع من علاقاتنا التجارية ومساحة تعاملاتنا التجارية، بما يعود على الشركة بالربح الوفير، لهذا أصبحت مراسلات البيع تحظى باهتمام الشركات الناجحة من اجل الوصول إلى أقصى حجم من المبيعات، وبالتالي تحقيق أقصى ربح.

مراسلات البيع يجب أن تحقق الهدف منها وذلك بعرضها للمزايا والمنافع والحوافز التي تجذب المشترين للشراء، وكذلك يجب الاهتمام بصوغ المراسلة واستخدام المثيرات المناسبة للاستجابة.

العناصر الرئيسية لمراسلات البيع هي نفسها العناصر الرئيسية لمراسلات العرض.

آلية صوغ مراسلات البيع:

1. **إثارة اهتمام العميل بالسلعة:** وتعتبر هذه الفقرة هي المقدمة التي تنطلق منها المراسلة الناجحة، وهي مفتاح الوصول لعقل القارئ ووجدانه ، لهذا يجب التركيز على هذه الفقرة وصياغتها بعناية فائقة حتى تثير فضول القارئ، وتشجعه على متابعة قراءة المراسلة.

هناك مجموعة كبيرة من الطرق التي تستخدم لإثارة اهتمام القارئ ومنها:

أ- **أسلوب السؤال المحرض:**

وهذا الأسلوب يقوم على خلق نوع من التذمر عن الحالة التي يعيشها، أو مشكلة يعاني منها مثل: "هل تعاني من كثرة انقطاع الكهرباء" عند إرسال مراسلة بيع لمولد كهربائي.

"هل تشعر بالرغبة بتغيير سيارتك" عند إرسال مراسلة بيع لسيارة حديثة.

"هل سئمتي من استخدام مساحيق الغسيل العادية" عند إرسال مراسلة بيع لمسحوق غسيل.

ب- **أسلوب التحدي:** يقوم هذا الأسلوب على التحدي القائم على أساس أفضلية منتجاتنا مثل:

"لسنا الوحيدين، ولكننا الأفضل"

"أسعارنا لا تنافس".

"نحن على استعداد لاسترداد كل وحدة معيبة ورد ضعف ثمن الشراء".

ج- **أسلوب الاقتباس أو الاستشهاد:** ويقوم هذا الأسلوب على اقتباس عبارات للتأثير على المشترين.

مثل: "وجعلنا من الماء كل شيء حي" لمراسلات بيع المياه المعدنية".
"احل الله البيع وحرم الربا"، لتشجيع الاستثمار في البنوك الإسلامية".
"المال والبنون زينة الحياة الدنيا"، لمراكز علاج العقم.

د- **أسلوب المباغتة:** يقوم هذا الأسلوب على بدء المراسلة بموضوع لا يعطي القارئ أي انطباع عن مضمونها مما يحفزه للتركيز على محتويات المراسلة وقراءتها بعناية.

مثل: "بعد اليوم لن تتأخر عن عملك"، المراسلة عن حافلات تتحرك بمواعيد محددة ومن محطات ثابتة.
"لا داعي لشراء أثاث جديد لشقتك" لمراسلة بيع لشقق مفروشة
"العمل لساعات طويلة يجهد القلب والدماغ، لدينا استراحات عائلية، جلسات هادئة، ساونا، كل ذلك وأكثر لأجل راحتكم ".

هـ- أي فكرة جديدة أخرى: مثل"لا تقرأ هذه المراسلة"
"لا تشعلها قرب الوجه" لولاعة سجائر .... الخ

2. **خلق الرغبة لدى العميل بالشراء.**
3. **إقناع العميل بجدوى شراء السلعة.**
4. **حفز العميل على اتخاذ قرار الشراء.**

الموضوع: فرصة ذهبية

هل أنت من الباحثين عن التميز والأناقة؟ نحن نجعل منك رجلا لجميع المناسبات.

محلات الصالون الذهبي للملابس الرجالية الفاخرة، تقدم لكم بدل رجالي ايطالي، وتركي بأحدث الماركات.

البدل الموجودة صممت لتناسب الذوق الرفيع، وتوجد منها ألوان مختلفة تعطيكم الدفء والأناقة والثقة، فمعنا أنت دائما (ستايل).

من يصل أولاً يتميز أولاً.

ليس للأكل

مطبخ فل برائحة

لست الكل الليمون

Î منظف سائل للأغراض المنزلية:

- قدرة فائقة على إزالة الدهون.
- منظف لأواني المطبخ و السيراميك و الأرضيات.
- نعومة للأيدي.

منتج طبقا لتوجيهات السوق الأوروبية.

يعطي نظافة لا مثيل لها.

تركيبة فريدة مصممة لأداء عالي الجودة.

للحصول على الربح، وجني الأموال من البورصة المحلية والعالمية، بالإضافة لمعرفة أحدث المعلومات وآخر الأخبار الاقتصادية، ولتتعرف على أسرار البورصة وقصص رجال الأعمال الناجحين، وخططهم المستقبلية.

اشترك الآن في مجلة "السهم" الاقتصادية والتي تجعلك على تواصل مع كل ما هو جديد في عالم الاقتصاد، والتي ترسم خطواتك للربح.

رسوم الاشتراك الشهري (100) شيكل فقط.

يسرنا إهداؤك العدد الحالي من المجلة، كن أول من يصله الخبر وآخر من يخسر.

مراسلات رفض البضاعة المعروضة:

تعريفها: هي مراسلة يرسلها مستلم مراسلة العرض أو البيع لإبلاغ المرسل بعدم رغبته في الحصول على السلعة مع إبلاغه بالأسباب بأسلوب مهذب ولطيف.

ولا تعتبر هذه المراسلات إلزامية.

أسئلة الوحدة الثامنة:

1. اذكر أوجه التشابه والاختلاف بين مراسلات العرض ومراسلات البيع؟
2. ما هي الحالات التي تتطلب إرسال مراسلة لعرض البضاعة؟
3. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات العرض؟
4. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات البيع؟
5. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات العرض ومراسلات البيع باللغتين العربية والانجليزية.
6. ما هي الأساليب المستخدمة لإثارة اهتمام القارئ في مراسلات البيع؟
7. عرف مراسلات رفض البضاعة المعروضة.

الوحدة التاسعة:

مراسلات الشكوى

مراسلات الشكوى
Complaint letters

في بعض الأحيان قد يحدث خلل أو خطأ معين في البضاعة المرسلة أو الخدمة المقدمة، مما يستدعي قيام الشركة بالشكوى من الخلل الموجود، وتنبيه الشركة لوجود الخطأ، مع الحفاظ على اللباقة وافتراض حسن النية وعدم التعمد في إحداث الخطأ.

تعريف مراسلة الشكوى:

هي المراسلة التي يرسلها المشتكي إلى المورد أو المقدم للخدمة موضحاً فيها طبيعة الخلل أو الخطأ، مع توضيح الضرر الذي لحق بالشركة وطرح الحلول المقبولة.

مبررات إرسال مراسلة الشكوى:

1. وصول البضاعة أو جزء منها تالف.
2. إرسال بضاعة غير البضاعة المطلوبة.
3. اختلاف العلامة التجارية.
4. تأخر موعد وصول البضاعة.
5. وصول كمية مختلفة عن الكمية المطلوبة.
6. وجود خطأ في الفاتورة.
7. اختلاف المواصفات.

العناصر الرئيسية لمراسلة الشكوى:

1. ضرورة التذكير بمراسلة الطلب.
2. استخدام الأسلوب الايجابي في كتابة المراسلة.
3. توضيح الهدف من المراسلة.
4. تقديم مقترحات مقبولة ومنطقية.

آلية كتابة مراسلات الشكوى:

1. **البدء بالإشارة لمراسلة الطلب:** لتذكير البائع وتوفير الوقت عليه حيث يسهل عليه الوصول للمراسلة ومراجعتها.

2. **تحديد واضح لموضوع الشكوى:** وهنا يجب على كاتب المراسلة أن يحدد بالضبط طبيعة الخطأ وعدم إرسال مراسلة عامة لا تحدد الخلل بشكل دقيق، لأن تحديد الخطأ يساعد الشركة الأخرى على التحري والتأكد من صحة شكوانا.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

وصلت البضاعة تالفة بفعل ....

The goods were damaged by …….

البضاعة غير مطابقة للعينات.

The goods are not in accordance with the samples.

الكمية المرسلة مختلفة عن المطلوبة.

The sent quantity differ from our requirement.

لابد ان البضاعة عبئت وحزمت بطريقة رديئة.

The goods must have been badly backed.

3. **تحديد الضرر الذي لحق بشركتنا نتيجة حدوث هذا الخطأ أو الخلل** مثل تأخر الشركة عن الوفاء بالتزاماتها، أو تأخر أعمال الشركة .....الخ.

من العبارات الشائعة الاستخدام:

لقد تسبب لنا هذا في صعوبات كبيرة لأننا كنا بحاجة ماسة للبضاعة.

This caused us considerable difficulties، as we needed the goods urgently.

لقد سبب لنا هذا صعوبات بالغة مع العملاء.

This has caused us considerable difficulties with a number of clients.

لقد سبب لنا هذا الكثير من الإزعاج.

This has caused us a great deal of annoyance.

جودة البضاعة ليست كما نتوقع.

The quality of the goods did not meet our expectations.

أصابتنا مواصفات البضاعة بالإحباط.

We are disappointed with the quality of the goods.

4. اقتراح حل أو تسوية مناسبة.:

من العبارات الشائعة الاستخدام:

أتطلع إلى استجابتكم السريعة.
I'm looking forward to getting your easily response …….

نأمل أن تقدموا لنا كامل تعاونكم.
We hope you will give us your full co- operation.

نوصيكم بإعادة النظر.
We recommend you to reconsider.

من وجهة النظر (العلمية، التجارية،.....الخ) يمكنني أن اقترح ما يلي:
From a (scientific, commercial, ……. etc.) point of view, I can suggest the following.

أرجو إرسال بدائل للبضاعة التالفة فوراً.
Please send us replacements for the damaged goods immediately.

كما تجدر الإشارة لأن طريقة صوغ مراسلة الشكوى تختلف باختلاف الخطأ أو الخلل، فالشكوى من وجود بضاعة تالفة لا يصاغ بنفس أسلوب الشكوى من وجود خلل بسيط في الفاتورة.

وفي النهاية لابد من التذكير بوجود ثلاث مراحل لإرسال مراسلات الشكوى:

أولاً: مرحلة اللين واللباقة:

في هذه المرحلة يفترض البائع أن الخطأ كان غير مقصود، لذلك نحافظ على أعلى درجات اللباقة واللياقة في المراسلة، ونبتعد عن العبارات الاستفزازية ونستخدم الصيغ الايجابية، للحفاظ على العلاقات التجارية مع الطرف الآخر.

ثانياً: مرحلة الحزم:

إذا مضى بعض الوقت دون حصولنا على أي رد من الشركة يبين نيتهم إصلاح الخطأ أو الخلل، فإننا سنضطر في هذه الحالة لإرسال مراسلة بها عبارات أقل من المجاملة، وبها نوع من الحزم في محاولة لتسريع عملية إصلاح الخطأ.

ثالثاً: مرحلة الإنذار:

إذا لم تستجب الشركة للرسالتين الأولى والثانية، فإننا سنضطر في هذه الحالة إلى إبداء أقصى درجات الاستياء والتذمر واللجوء لتهديد المورد أو مقدم الخدمة بالوسائل القانونية طبعاً، مثل رفع دعوى قضائية أو قطع العلاقات التجارية أو أي إجراء آخر لا يتنافى مع القانون.

ميني ماركت بغداد

Mini Market Baghdad

التاريخ: 25 مايو 2009

السيد/ محمد خليل حفظه الله،،،
مدير مصانع الزهور للمنظفات
عمارة جاسر – شارع البحر
خانيونس – فلسطين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: نقص في البضاعة

لقد سعدنا باستقبال الكمية المطلوبة من مساحيق الغسيل في الموعد المحدد وحسب حاجتنا.

ولكننا فوجئنا بعدم وجود أي هدية مع المساحيق كما وعدتمونا.

لذلك نرجو من سيادتكم التحقق من هذا الأمر والعمل على معالجته بأسرع وقت، لنتمكن من إرفاقها مع العبوات عند البيع مما سيحقق لنا حجم المبيعات التي نطمح.

اقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

مالك ميني ماركت بغداد

باسل النمر

دوار الشهداء – مخيم البريج – غزة – فلسطين. ت 08-2565252 جوال 0599-330230

شركة القدس للصناعات البلاستيكية

AL-Quds Co. for
FOR PLASTIC INDUSTRY

الرقم: qc 1074 التاريخ:11 مارس 2009

السيد/ إياد العمصي المحترم
شركة الاتصالات الفلسطينية
شارع الجوازات
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: خلل في خدمة ADSL

نتقدم لسيادتكم بالشكر الجزيل على سرعة الاستجابة لطلبنا وتزويدنا بخدمة ADSL.

ولكننا كنا قد طلبنا من سيادتكم تزويدنا بخط ADSL شركات بسرعة 1 ميجا بايت، ولكن الواضح أن الخدمة التي قدمت لنا هي 1 ميجابايت منازل.

وهذه الخدمة لا تفي باحتياجاتنا حيث أن عملنا يتطلب سرعة أكبر، لذلك نرجو من سيادتكم استبدال هذا الخط بالسرعة التي عهدناها من شركتكم الرائدة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

المدير التنفيذي لشركة القدس

محمد سامي

المنطقة الصناعية– جباليا– قطاع غزة– فلسطين **ت 082424332 ف082424331 ص.ب 5698**

بريد الكتروني Qudaplatic@yahoo.com

شركة العلا للأدوات الكهربائية

AL-Ola Co. of electrical appliances

التاريخ: 22 مارس 2009

السيد/ خالد السقا المحترم
مدير المبيعات بشركة السقا لاستيراد الأجهزة الكهربائية
شارع أنصار
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: استلام بضاعة غير المطلوبة

نتقدم لسيادتكم بالشكر الجزيل على سرعة الاستجابة لطلبنا وتزويدنا بالكمية المطلوبة من الأجهزة الالكترونية.

ولكننا كنا قد طلبنا من سيادتكم في رسالتنا المرسلة بتاريخ .....تزويدنا بأجهزة تلفاز من نوع LG، ولكن البضاعة المرسلة كانت أجهزة تلفاز من نوع توشيبا.

إن لدينا كمية كافية من أجهزة توشيبا في مخازننا، كما أن الطلب من محلاتنا هو على أجهزة LG.

نحن نعلم مدى الالتزام الذي تتمتع به شركتكم المتميزة، لذا نرجو من سيادتكم استبدال الأجهزة المرسلة بالأجهزة المطلوبة بأسرع وقت ممكن.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

مدير المشتريات
باسل أبو جبارة

18شارع الجلاء – غزة– فلسطين **ت 082824332 ف082824331 ص.ب 5398**
بريد الكترونيolaco@yahoo.com

شركة العلا للأدوات الكهربائية

AL-Ola Co. of electrical appliances

التاريخ: 01 ابريل 2009

السيد/ خالد السقا المحترم

مدير المبيعات بشركة السقا لاستيراد الأجهزة الكهربائية

شارع أنصار

غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: تذكير بطلب استبدال أجهزة

عطفاً على رسالتنا السابقة المرسلة بتاريخ 22 مارس 2009، والتي طلبنا فيها استبدال الأجهزة المرسلة بالخطأ.

وحتى اليوم فإننا لم نتلقى أي رد من سيادتكم حتى الآن ونظراً لأنه ليس لدينا المقدرة على استيعاب الأجهزة المرسلة من نوع توشيبا لأن حاجتنا هي لأجهزة من نوع LG كما طلبنا سابقاً.

لذا نرجو من سيادتكم الإسراع باستبدال الأجهزة المرسلة بالأجهزة المطلوبة قبل أن ينفذ صبرنا.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

مدير المشتريات

باسل أبو جبارة

18شارع الجلاء – غزة – فلسطين **ت 082824332 ف082824331 ص.ب 5398**

بريد الكترونيolaco@yahoo.com

شركة العلا للأدوات الكهربائية

AL-Ola Co. of electrical appliances

التاريخ: 11 ابريل 2009

السيد/ خالد السقا المحترم
مدير المبيعات بشركة السقا لاستيراد الأجهزة الكهربائية
شارع أنصار
غزة – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: إنذار

عطفاً على رسالتينا السابقتين المرسلة بتاريخ 22 مارس، 01 ابريل 2009، والتي طلبنا فيهما استبدال الأجهزة التي ارسلتموها لنا بالخطأ.

وحتى اليوم فإننا لم نتلق أي رد، مما يعني عدم اكتراثكم بتصويب الخطأ، لذا فإننا سنرسل كافة الأوراق والمستندات الخاصة بالصفقة لمحامي الشركة، لرفع دعوى قضائية عليكم خلال أسبوع من تاريخ هذه المراسلة، ما لم تصلحوا الخطأ.

كما أننا مضطرون لقطع كافة العلاقات التجارية بيننا.

مدير المشتريات

باسل أبو جبارة

18شارع الجلاء – غزة– فلسطين **ت 082824332 ف082824331 ص.ب 5398**
بريد الكترونيolaco@yahoo.com

Specimen of Complaint Letter

شركة المها
للاستيراد
والتصدير

AL MAHA CO
For Exports
and Imports

Ref. PR/F/2009/27 Dated: Sep. 5th 2009

M/s Bushra Laundry Soap
Bushra Complex
Hyderabad Industrial Estate
Hyderabad – 500032
India.

Subject: Complaint regarding fans

Dear Sir,
I would like to draw your attention to the fact that some laundry soap are found missing in the parcel, dispatched by you, which I received today.
It appears that the following items were not included.
Laundry Soap 3Kg.
Laundry Soap 0.5Kg.

We will appreciate if the above Laundry Soap are sent to us or the amount credited to our account.

Yours faithfully،

Signature

AL Jawhara tower، Gaza، Palestine. Tel. 00972 8 28440222 Fax8 28440223
E-mail: elc@maha.com.ps Website: http://www.maha.com.ps

أسئلة الوحدة التاسعة:

1. عرف مراسلات الشكوى؟
2. مراسلات الشكوى ترسل لسبب، أذكر بعضاً من مبررات إرسال مراسلة الشكوى.
3. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات الشكوى؟
4. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات الشكوى باللغتين العربية والانجليزية.
5. ما هي مراحل إرسال مراسلة الشكوى؟
6. أكتب ثلاث مراسلات للشكوى وفقاً للمراحل التي تم دراستها مفترضاً كافة المعلومات اللازمة لصوغ المراسلة.

الوحدة العاشرة

مراسلات التسوية

مراسلات التسوية

Settlement letters

لقد اهتمت الشركات الكبرى كثيراً بمتابعة الخدمات والسلع التي تقدمها لعملائها، والتأكد من أنها تتم بلا مشاكل أو معوقات، لذلك لجأت هذه الشركات لإقامة وحدات وأقسام خاصة بإدارة الشكاوى، هذه الوحدات أو الأقسام يكون دورها تلقي مراسلات الشكوى، والرد عليها والتأكد من صحة الشكوى المقدمة، وتقديم التسويات المرضية لجميع الأطراف.

تعريفها: هي مراسلات الرد على الشكوى ايجابياً بالاعتراف بالخطأ والاستعداد لتصويبه، أو سلباً برفض الشكوى، وتوضيح مبررات الرفض.

أنواع مراسلات التسوية:

وتنقسم مراسلات التسوية لنوعين

أ- **مراسلات الاعتذار:**

وهي المراسلة التي يرسلها المشتكى عليه إلى المشتكي يعتذر فيها عن الخطأ، موضحاً انه أمر استثنائي، ومستعدُ لإصلاحه فوراً مع عرض تسوية مناسبة.

العناصر الرئيسية لمراسلة الاعتذار

1. الرد السريع وعدم التأخير.
2. الاعتراف الشخصي بالخطأ وتحمل كافة المسؤوليات المترتبة عليه.
3. الاعتذار عن الخطأ.
4. تقديم حل مقبول وعادل.
5. التأكيد على أن الخطأ استثنائي ولن يتكرر.

6. عدم الانفعال مهما كانت مراسلة الشكوى مؤذية، ومقابلة الإساءة بالحسنى لأن ردك يعكس أخلاقك

آلية صوغ مراسلة الاعتذار

1. البدء بالإشارة إلى مراسلة الشكوى وربما شكر المشتكي على لفت انتباهنا للخطأ.

من العبارات شائعة الاستخدام:

نشكركم على رسالتكم المرسلة بتاريخ ..... والتي لفتم فيها انتباهنا للخطأ.

We thank you for your enquiry letter dated on …… which call our attention to the mistake.

بالإشارة إلى رسالتكم المرسلة بتاريخ ..... والتي اشتكيتم فيها من .....

Reference to your letter dated on …… which you Complain from……

2. توضيح الأسباب التي أدت لحدوث الخطأ والاعتذار عنه

نأسف لما سببناه لكم من متاعب.

We are sorry for the trouble we have caused you.

نأسف للعيوب في المادة الخام أو المصنعة.

We are sorry due to faulty materials or workmanship.

3. الاستعداد الفوري لوضع حل مقبول.

من العبارات شائعة الاستخدام:

يسرنا إعلامكم موافقتنا على الحل الذي اقترحتموه والذي يتضمن .....

We are pleased to inform you our approval at the salutation you present.

سنفعل كل ما بوسعنا من اجل تسوية الأمر.

We shall do our best to settle the matter.

نحن جاهزون لاستبدال البضاعة فوراً.

We are ready to exchange the goods immediately.

4. التأكيد على أننا حريصون على استمرار التعاون التجاري وعدم تكرار مثل هذا الخطأ الاستثنائي.

من العبارات شائعة الاستخدام:

نؤكد لكم أن مثل هذه الأخطاء لن تتكرر مستقبلاً.

We assure you that such mistakes will not recur again.

اعتذر مرة أخرى عما سببناه من إزعاج.

I once again apologize for the inconvenience caused.

ب- مراسلات رفض الشكوى:

هي المراسلة التي يرسلها المشتكى عليه بعد الدراسة المعمقة مع موظفيه إلى المشتكي، لإبلاغه بعدم مسؤولية شركته عن الضرر الذي لحق به.

العناصر الرئيسية لمراسلة رفض الشكوى:

1. إظهار التعاطف مع المشتكي نتيجة الضرر الذي لحق به.
2. ذكر الأدلة والبراهين على عدم مسئولية الشركة عن الخطأ.
3. الاستعداد للتعاون من أجل حل المشكلة.

مصانع الزهور للمنظفات

Zuhoor

Al-Zuhoor
Washing
Powder Factories

التاريخ: 01 يونيو 2009

حفظه الله

السيد/ باسل النمر
دوار الشهداء – مخيم البريج
غزة – فلسطين.

تحية عطرة وبعد،،،

الموضوع: توضيح

لقد سعدنا بوصول البضاعة في الوقت والمكان المحددين، ونود إبلاغكم بان الهدية وهي عبارة عن صابون ديتول موجودة داخل العبوة.

نرجو من سيادتكم التأكد من وجود الهدية، وفي حال وجود أي نقص فنحن جاهزون لتلبية طلبكم في أي وقت.

مع خالص الشكر والامتنان،،،

مدير مصانع الزهور للمنظفات

محمد خليل

ص.ب 1772 082024331 ف082024332عمارة جاسر – شارع البحر – خانيونس – فلسطين ت

zhoor@yahoo.com بريد الكتروني

مجموعة الاتصالات الفلسطينية

Paltel Group

التاريخ: 18 مارس 2009

المهندس/ محمد سامي المحترم
المدير التنفيذي لشركة القدس للصناعات البلاستيكية
شركة القدس للصناعات البلاستيكية
المنطقة الصناعية
بيت حانون – فلسطين.

تحية طيبة وبعد،،،

الموضوع: اعتذار

(1) ADSLاسمحوا لنا أن نشكركم على لفت انتباهنا للخطأ بإمداد شركتكم بخط ميجا بايت منازل بدلاً من شركات.

وإننا نأسف لسيادتكم بسبب الخطأ الذي حدث نتيجة ضغط العمل الذي نشهده هذه الأيام، بسبب ازدياد عدد طلبات الخدمة المقدمة لنا.

وإننا طلبنا على الفور من القسم الهندسي بالشركة تغيير نوع الخدمة، وستكون جاهزة لديكم بأقرب فرصة.

أرجو قبول اعتذارنا، حيث أن هذا الخطأ استثنائي غير متكرر الحدوث.

شاكرين سعة صدركم وصبركم،،،

مدير العلاقات الخارجية

إياد العمصي

مقابل الجوازات–غزة–فلسطين ت 28775555 فاكس: 2888888888ص.ب. 189 الموقع

الالكتروني.com www.paltel.com Email:enfo@paltel

أسئلة الوحدة العاشرة:

1. "تعتبر مراسلات الاعتذار أحد أقسام مراسلات التسوية"، اشرح هذه العبارة.
2. اذكر العناصر الرئيسية لمراسلات الاعتذار.
3. أذكر ثلاثة من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مراسلات الاعتذار باللغتين العربية والانجليزية.
4. عرف مراسلات رفض الشكوى واذكر عناصرها الرئيسية.
5. وصلتك مراسلة شكوى عن وجود بضاعة منتهية الصلاحية، قم بصوغ رسالتين الأولى للاعتذار والثانية لتوضيح الخطأ.

الوحدة الحادية عشر

المراسلات الحكومية

المراسلات الحكومية

تعريف المراسلات الحكومية:

هي المراسلات المتداولة بين الوزارات والدوائر والمؤسسات العامة في الدولة، وتستخدم بين الموظفين في هذه الجهات والجهات المسئولة عنهم لأمور تتعلق بتسيير أعمال المواطنين اليومية، وتقديم الخدمات.

تتميز المراسلات الحكومية بنفس الصفات الموضوعية التي تتميز بها المراسلات التجارية من حيث الوضوح والإيجاز والمجاملة والشمول.

كما تتميز هذه المراسلات بالرسمية، فهي تحتاج من كاتبها إلى ضرورة الإلمام بالقوانين والأنظمة والتعليمات واللوائح الحكومية بشكل عام، كما أن هذه المراسلات يغلب عليها الطابع الرسمي للأسباب التالية:-

1. في الغالب فان المراسلات الحكومية تكون موجهة من أو إلى أصحاب الوظائف العليا في المؤسسات الحكومية.
2. تمثل المراسلات الحكومية الجهة الحكومية المرسلة منها.
3. المعلومات الواردة في هذه المراسلات عادة ما تكون ملزمة قانونياً.

يراعى في المراسلات الحكومية الحفاظ على الألقاب والمسميات الوظيفية للمرسل إليهم، فيكتب عند الرئيس "فخامة الرئيس" ، وعند رئيس الوزراء "دولة رئيس الوزراء" ، وعند الوزراء "معالي الوزير" ، وأصحاب المناصب الرفيعة في الدولة "سعادة"، وعند المدراء "سيادة" .... إلخ.

أنواع المراسلات الحكومية:

المراسلات الحكومية نوعين:

1. المراسلات الرسمية العادية: وهي التي توجه إلى جهة معينة بالتحديد لأمور تتعلق بطبيعة عملهم، سواء كانت فنية أم إدارية ..إلخ.
2. المراسلات الرسمية الدوارة: وهي المراسلات التي يتم توجيهها على شكل بلاغات أو تعميمات يصدرها رؤساء الدوائر الحكومية المختلفة في الدولة إلى مرؤوسيهم أو التابعين لهم أو الخاضعين لإشرافهم.

وتجدر الإشارة إلى أن الترويسة تختلف باختلاف الدوائر الحكومية حسب طبيعة عملها ولكن ما يجمعها أنها تحتوي على شعار موحد وهو شعار الدولة.

السلطة الوطنية الفلسطينية
وزارة التربية والتعليم العالي
كلية العلوم والتكنولوجيا – خان يونس

Palestinian National Authority
Ministry Of Education & higher Education
COLLEGE OF SCINCE &TECHNOLOGY

مكتب عميد الكلية
Dean's Office

التاريخ: 20 ديسمبر 2008

السيد/ ـــــــ حفظه الله
مدير عام التعليم العالي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع:تكليف موظف من طرفكم

تهديكم كلية العلوم والتكنولوجيا بخان يونس أطيب تحياتها، وبالإشارة إلى الموضوع أعلاه،
يرجى التكرم بتكليف موظف من طرفكم لحضور جلسة فتح مظاريف عطاء رقم ()، الخاص بتوريد أجهزة حواسيب وتوابعها للكلية، حسب التعليمات المالية.
وذلك يوم بتاريخ م، ويفضل أن يكون من العاملين في مجال الرقابة المالية، أو ممن لديهم خبرة في هذا المجال.

مع وافر الاحترام والتقدير لشخصكم الكريم،،،

عميد الكلية

نسخة

- معالي وزير التربية والتعليم العالي المحترم.
- عطوفة وكيل وزارة التربية والتعليم العالي المحترم.
- عطوفة وكيلي وزارة التربية والتعليم العالي المساعدين المحترمين.
- السيد رئيس مجلس الأمناء المحترم.
- الملف.

محافظة خانيونس– فلسطين– ص.ب. (8)– تلفون 2054663/2054673 (8)–فاكس 2053853(8)–

Khan yunis- Palestine- p.o. box (8) Tel: +2054663\2054663-Fax: +(8)2053853

السلطة الوطنية الفلسطينية
وزارة التربية والتعليم العالي

Palestinian National Authority
Ministry Of Education & higher Education

التاريخ: 16 ديسمبر 2008

السادة/ رؤساء الجامعات ومدراء الكليات حفظهم الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

الموضوع: أيام العطل الرسمية والدينية

بناء على قرار مجلس الوزراء الفلسطيني خلال جلسته رقم ()فقد تقرر اعتماد أيام العطل التالية:-

1. يوم رأس السنة الهجرية والذي يصادف يوم الاثنين الموافق 29 ديسمبر 2008م عطلة رسمية لكافة الوزارات والمؤسسات.
2. يوم رأس السنة الميلادية والذي يصادف والذي يصادف يوم الخميس الموافق 1 يناير 2009م عطلة رسمية لكافة الوزارات والمؤسسات.
3. يوم الميلاد المجيد للطائفة المسيحية الغربية والذي يصادف يوم الخميس الموافق 25 ديسمبر 2008م عطلة رسمية لكافة الوزارات والمؤسسات.
4. يوم الميلاد المجيد للطائفة المسيحية الشرقية والذي يصادف يوم الاثنين الموافق 7 يناير 2009م عطلة رسمية لكافة الوزارات والمؤسسات.

وبهذه المناسبة الطيبة نتقدم إليكم بخالص التهاني والتبريكات، راجين من المولى عز وجل أن يعيد عليكم هذه المناسبات وقد تحققت أماني الشعب الفلسطيني في إقامة دولته المستقلة وعاصمتها القدس الشريف.

وكل عام وانتم بخير،،،

وزير التربية والتعليم العالي

نسخة

- الوكيل
- الوكلاء المساعدون
- الإدارة العامة للشئون الاجتماعية

البيرة –رام الله – هاتف : 02-2941291/2/3/6 فاكس : 02-2941318 ص.ب 488
غزة – الرمال الجنوبي – هاتف :08-2839133 فاكس : 08-2832297 ص.ب 4025

أسئلة الوحدة الحادية عشرة:

1. عرف المراسلات الحكومية.
2. تحدث عن أنواع المراسلات الحكومية.
3. "تتميز المراسلات الحكومية عن باقي المراسلات بأنها أكثر رسمية" ، ناقش العبارة السابقة.
4. اكتب مراسلة من وزارة الشئون الاجتماعية لتعميم شروط من يستحق الحصول على المساعدات المالية والعينية.

الوحدة الثانية عشرة

السيرة الذاتية

السيرة الذاتية Curriculum Vitae

إن أول ما يبدأ به الخريج بعد إنهائه الدراسة الجامعية هي إعداد سيرة خاصة به تظهر مؤهلاته ومواهبه، كما يسعى من خلالها تقديم نفسه للجهات المسئولة عن العمل، والتي يقول فيها لصاحب العمل أنا الشخص الذي تبحث عنه، والمناسب للوظيفة الشاغرة في شركتكم أو مؤسستكم.

السيرة الذاتية في اللغة:

هي بيان أو تقرير شخصي موجز يستعرض بعض المعلومات الشخصية عن تاريخ عمل ومؤهلات شخص يرغب في الحصول على عمل أو وظيفة معينة.

أما من الناحية الوظيفية فيمكن تعريفها بأنها عبارة عن صفحة تسويقية تعرض مهارات طالب الوظيفة وإنجازاته وخبراته بصورة واقعية مشوقة وبشكل علمي منظم وجذاب .

اعتبر سيرتك الذاتية بمثابة صفحة إعلانية لشخصك، تقدمها لصاحب العمل المرتقب للحديث عن إنجازاتك وخبراتك من أجل إقناع صاحب العمل بأنك الشخص المناسب لشغل الوظيفة .

فالسيرة الذاتية المكتوبة بإتقان وحرفية تعطى فكرة لصاحب العمل أنك ستصبح موظفا يستحق التقدير، وبالمثل فإن السيرة الذاتية المكتوبة بإهمال هي وسيلة سريعة لكي تحرم نفسك من المشاركة في السباق حتى قبل أن يبدأ.

الهدف من كتابة السيرة الذاتية

1- التسويق لنفسك:

الخريج الباحث عن وظيفة كالمنتج الباحث عن مشتري، وكلما كانت الحملة التسويقية للمنتج قوية وناجحة كلما زاد الطلب على المنتج، وبالتالي زاد سعره، وكذلك الشخص كلما اعتنى بسيرته الذاتية ونماها وطورها كلما زاد الطلب عليه، وحصل على فرص عمل أفضل.

2- بطاقة تعريفية بالشخص:

تعتبر السيرة الذاتية هي أداة تعريف لأرباب العمل بالمعلومات الشخصية والمهارات والقدرات، والخبرات والمؤهلات وحتى الهوايات.....الخ.

3- إعطاء صاحبها فرصة المنافسة على الوظائف:

بالعادة فان السيرة الذاتية هي مفتاح الوصول للمقابلة الشخصية، وهي التي تحجز له مقعدا بين المتنافسين على الوظيفة المتقدم لها.

كتابة السيرة الذاتية

قبل البدء في كتابة سيرتك الذاتية عليك مراعاة النقاط التالية:-

- حدد الصورة التي تريد أن تظهر بها أمام الآخرين في المجال الوظيفي، مثل موظف جاد يحب عمله أو موظف مبتكر ولديه قدرات فنية وشخصية مرحة أو مرن ومتعاون ويحافظ على المواعيد.

- كيف تحب أن تسوق نفسك؟ !
- ما الأشياء المهمة التي تستطيع أن تقدمها إلى الشركة التي تريد العمل بها؟
- كيف تظهر نقاط القوة بطريقة فعالة؟

إعداد السيرة الذاتية

الإرشادات والمقترحات التي تساعدك في إعداد السيرة الذاتية الفعالة .

الخطوة الأولى:

هناك أشكال متعددة من السير الذاتية، فعليك أن تبدأ بتحديد واختيار الشكل العام الذي تفضله للسيرة الذاتية .

وهنا تجدر الإشارة بأنه لا يوجد نمط واحد أو أسلوب مثالي لشكل السيرة الفعالة، ولذلك يمكنك أن تختار النموذج الذي تشعر بأنه يناسب شخصيتك .

الخطوة الثانية:

قبل البدء الفعلي في كتابة السيرة الذاتية تذكر الأشياء التالية :

- السيرة الذاتية ملخص عنك فاجعلها مختصرة، على ألا تغفل إبراز نقاط القوة التي تتمتع بها.
- السيرة الذاتية مكتوبة فاجعلها سهلة القراءة والفهم.
- السيرة الذاتية وثيقة لتسويقك عند أصحاب العمل فاجعلها مقنعة وفعالة .

- السيرة الذاتية تعكس شخصيتك فلا تبخل في إعدادها بالوقت والتفكير والجهد، وذلك لأن الإهمال واللامبالاة في إعدادها قد يكون له آثار عكسية كبيرة في تسويق قدراتك .

الخطوة الثالثة:

الأمور الواجب مراعاتها عند كتابة السيرة الذاتية هي :

- التسلسل الزمني للسيرة الذاتية، حيث نبدأ من الأحدث إلى الأقدم.
- البيانات تكون على شكل نقاط وليست معروضة بشكل إنشائي.
- إظهار الجوانب الايجابية في شخصية صاحب السيرة الذاتية.
- وضوح البيانات المعروضة في السيرة الذاتية.
- استخدم جملاً قصيرة وكلمات فعالة، كلمات تدل على الإنجاز والكفاءة والقدرة .
- استخدم مصطلحات فنية تشير إلى معلومات تتصل بمجال عمل الشركة أو جهة العمل المتقدم للعمل فيها، أو أي معلومات أخرى تعرفت عليها تخص جهة العمل أو المركز المرغوب .
- استخدم ورق من نوع جيد وفاخر، وابتعد عن الورق البراق أو الملون.
- راجع ما كتبت وتأكد من عدم وجود أي أخطاء إملائية أو أخطاء في تركيب الجمل، ولزيادة التأكد يفضل عرض السيرة على أحد ذوي الخبرة لمراجعتها .
- حاول أن تجعل سيرتك الذاتية مناسبة، من حيث الأسلوب لإدخالها في الكمبيوتر، حيث إن بعض جهات العمل تستخدم الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر لتخزين المعلومات في قواعد بياناتهم الخاصة .
- اذكر كل الوظائف التي تم شغلها بغض النظر عن طول أو قصر الفترة وسواء كانت بأجر أو تطوعية حتى لو كنت حديث التخرج .

- يفضل كتابة السيرة الذاتية باللغتين العربية والانجليزية.

- بالنسبة لأصحاب الخبرات :

- احذف أي وظيفة هامشية، إلا في حالة توضيحها لمهاراتك .
- احذف الوظائف التي لا تشكل أهمية لهدفك الوظيفي الحالي .

الخطوة الرابعة:

الأمور الواجب تجنبها عند كتابة السيرة الذاتية هي :

- تجنب الأخطاء الإملائية.
- تجنب ذكر الانتماءات السياسية.
- تجنب ذكر أي أمر اجتماعي خاص(مرض، فقر.....).
- تجنب الإكثار من التفاصيل غير المهمة.
- تجنب المصطلحات المختصرة، إلا إذا كانت كلمات معلومة للجميع، مثل ت: لتعني تليفون ولا تفترض أن الجميع سيعرف ما تقصد.
- تجنب ذكر الراتب المطلوب أو السابق.

الأجزاء الرئيسة للسيرة الذاتية:

أولاً: البيانات الشخصية Personal Data

وتتضمن كافة البيانات الشخصية المتعلقة بصاحب السيرة الذاتية وهي:

- الاسم رباعي: Full Name.

- تاريخ الميلاد: (لا نكتب العمر لأن تاريخ الميلاد ثابت والعمر متغير) Date Of Birth
- مكان الميلاد: Place Of Birth
- أرقام الهاتف، الهاتف المحمول، الفاكس إن وجد (لا تنسى أن تذكر مفتاح المدينة قبل رقم التليفون Tel, Fax, Mob
- البريد الالكتروني: e-mail
- البريد العادي: P. O. Box
- الجنسية: Nationality
- الديانة: Religion
- رقم البطاقة الشخصية /جواز السفر: Passport or ID Number

ثانياً: المؤهلات العلمية: Qualifications

تكتب من الأحدث إلى الأقدم، من الدرجة العلمية الأعلى فالأقل، كما يراعى ذكر المؤسسة التي حصلت منها على الدرجة العلمية، وتاريخ الحصول عليها، بالإضافة إلى ذكر التقدير إن كان يدعم السيرة الذاتية، ونتجنب كتابته إذا كان منخفضاً.

ثالثاً: الخبرات العملية: Experiences:

يكتب الشخص الوظائف التي شغلها بعد تخرجه، سواء كانت بأجر أو بدون أجر لأن العبرة في العمل وليست بالراتب، وهنا يجب على صاحب السيرة الذاتية ذكر الوظائف من الأحدث للأقدم، كما يذكر المؤسسة التي عمل بها، والفترة التي شغل بها الوظيفة، وإن وجد متسع قد يكتب الشخص المهام الموكلة إليه في الوظائف التي شغلها.

كما يجب عدم ذكر الوظيفة إلا إذا كنت تمتلك شهادة من المؤسسة التي عملت بها تثبت ذلك.

رابعاً: الدورات التدريبية: Courses:

كما يذكر صاحب السيرة الذاتية الدورات التي حصل عليها، واسم المؤسسات التي حصل منها على هذه الدورات، وعدد ساعات كل دورة أو مدتها.

خامساً: المهارات: Skills

لكل منا مهارات خاصة يتمتع بها ويشعر بأنها تميزه عن الآخرين، وعليه أن يقوم بإظهار هذه المهارات لعلها تحظى بإعجاب أصحاب العمل، وتخدم الوظيفة المتقدم لها.

من هذه المهارات:

- القدرة على العمل تحت ضغط.
- إتقان برامج محوسبة .
- بعض المهارات الإدارية والإشرافية.
- غير ذلك من المهارات الخاصة.

سادساً: المؤلفات publish

في حال وجود أي كتب قام الشخص بتأليفها يجب أن يقوم بذكرها.

سابعاً:المشاركات العلمية أو الجوائز أو الدرجات الشرفية:

Achievement or award Electoral

في حال مشاركة صاحب السيرة الذاتية في أي مؤتمر علمي، أو يوم دراسي، أو حصوله على جائزة، أو درجة شرفية، يجب أن يقوم بذكرها في السيرة الذاتية.

ثامناً: الهوايات Hobbies

وهي تعكس شخصية الفرد وأسلوب تفكيره وثقافته، من خلال معرفة تفضيلاته خارج الإطار الوظيفي.

تاسعاً: اللغات Languages

تعتبر اللغة الأجنبية عامل دعم قوي للسيرة الذاتية، وأصبحت أحد المتطلبات الرئيسية للوظائف، حيث أنها تمنح صاحبها قدرة عالية على التواصل مع الجهات المختلفة.

وهنا يجب أن يذكر الشخص مستوى إجادته للغة بصراحة وبدون حرج، منعاً لوقوعه في الحرج خلال المقابلة.

كما أن على صاحب السيرة الذاتية السعي الحثيث لتنمية مهاراته اللغوية.

عاشراً: المعرفون References

وهم في الغالب ثلاثة أشخاص من غير الأقارب، ممن لهم علاقة بعملك أو دراستك، وفي بداية الأمر يضع الخريج ثلاثة مدرسين، ثم يبدأ بإبدالهم بثلاثة من أرباب العمل أو ممن لهم علاقة بعمله.

ويذكر مع المعرف مكان عمله ووسيلة الاتصال به.

في العادة يلجأ أصحاب العمل للسؤال عن المتقدمين من خلال سؤال المعرفين، لذا يطلب أن يكونوا من غير الأقارب حتى يضمن أرباب العمل حيادهم.

كما ينصح باستشارة المعرفين قبل وضع أسمائهم بالسيرة الذاتية.

وفي بعض الأحيان نكتب عند المعرفين جملة متوفر عند الطلب، ولكنها عبارة غير مرغوبة.

السيرة الذاتية مهما كانت جودتها لن تحصل لك على وظيفة بمفردها، ولكن السيرة الذاتية الجيدة سوف تجذب انتباه مدير التوظيف، وتؤهلك للمقابلة الشخصية، والهدف من السيرة الذاتية هو أن توضح إنجازاتك ومؤهلاتك لصاحب العمل المرتقب، وإذا أعجبت صاحب العمل، فسوف يطلب مقابلتك وجهاً لوجه .

أشكال السيرة الذاتية

مع تنوع الخبرات الوظيفية المتاحة الآن فلا يوجد شكل واحد للسيرة الذاتية يناسب جميع الأشخاص، ولكن وبالرغم من ذلك فهناك طرق متعارف عليها لترتيب المعلومات في سيرتك الذاتية لكي تبرزها في أفضل شكل ممكن .

والأسلوبان اللذان يحظيان بأكثر اهتمام ومناقشة هما الشكل الزمني والشكل الوظيفي، ولكل منهما مزاياه وعيوبه فيما يخص طريقة عرض البيانات، أما الأسلوب الثالث . الجمع بين الأسلوبين السابقين . فهو محاولة للتوفيق بين الأسلوبين وهو أسلوب لاقى شعبية في السنوات الأخيرة.

أولاً: الشكل الزمني:

هو أكثر أشكال السيرة الذاتية شيوعاً، والشكل المفضل لدى أصحاب العمل، ففي الشكل الزمني يتم تسليط الضوء على تاريخ المؤهلات العلمية والخبرة الوظيفية للمتقدم بترتيب زمني عكسي، بحيث توضع البيانات من الأحدث إلى الأقدم.

المزايا:

- تتيح لأرباب العمل معرفة تاريخك العلمي والوظيفي بشكل متسلسل.
- تتيح لأرباب العمل التعرف بسهولة على أحدث المؤهلات والمراتب الوظيفية التي حصلت عليها.
- تتيح للمتقدم فرصة عرض احدث بياناته بطريقة ملفتة للنظر من خلال عرضها أولاً.
- مفيدة إذا كانت أحدث خبرة وظيفية للمتقدم لها علاقة بالوظيفة التي تقدم إليها، أو يود الاستمرار في نفس الخط الوظيفي أو مثيله.

العيوب:

على الرغم من شيوع استخدام هذا الشكل إلا أن هناك بعض الأسباب التي قد تجعله غير مناسب للمتقدم.

- إذا كانت بداية دخول المتقدم إلى ميادين العمل من الكلية أو الجامعة، فإن مثل هذه السيرة الذاتية ستبرز افتقاره إلى الخبرة.
- إذا كانت أحدث وظيفة شغلها المتقدم ليس لها علاقة بالوظيفة المتقدم لها.
- إذا انقطع الشخص عن العمل لفترة معينة، فإن السيرة الذاتية في هذه الحالة سوف تبرز فترة التغيب والسكون، وستظهر فترات الفراغ الوظيفي بشكل أكثر وضوحاً.
- إذا كان التاريخ الوظيفي للمتقدم به العديد من الوظائف قصيرة الأجل، فإن من شأن ذلك أن يؤدى بصاحب العمل المرتقب إلى التساؤل عن قدرة المتقدم المحافظة على وظيفته والاستمرار فيها.

- البقاء في وظيفة واحدة على مدى فترة طويلة من الزمن في شركة ما قد يكون أمراً غير مرغوب فيه.

ثانياً: الشكل الوظيفي

هذا الشكل لا يتبع خطاً زمنياً متصلاً، ولهذا فهو يبرز الإنجازات والمهارات، أما التاريخ الوظيفي فيكتب بشكل موجز أو يتم تجنبه تماماً، وتوضع المهارات والخبرات الهامة بالنسبة للوظيفة الحالية (بما في ذلك الخبرة التعليمية) في بداية السيرة الذاتية، وتنظم بحيث يستطيع صاحب العمل أن يرى مدى ارتباط المهارات بالوظيفة المتقدم إليها. (في السيرة الذاتية ذات الشكل الزمني قد ينظر صاحب العمل ببساطة إلى الوظائف التي عملت بها من قبل، لمعرفة إذا كانت لديك الخبرة التي يبحث عنها)، ربما تتطلب كتابة السيرة الذاتية ذات الشكل الوظيفي مجهوداً أكبر ولكنها تعطيك حرية تسليط الضوء على مواهبك، بدلاً من التركيز على خبراتك الوظيفية التي حصلت عليها حديثاً.

المزايا

- تسلط الضوء على المهارات المرتبطة بالوظيفة المتقدم لها.
- تجعل السيرة الذاتية فعالة بشكل خاص إذا كنت قد عملت في عدد من الوظائف المتشابهة، ففي هذه الحالة ستسمح لك بإلقاء الضوء على مهاراتك، بدلاً من عرض لا جدوى منه لتاريخ وظيفي ممتلئ بالوظائف المتشابهة.

العيوب

- يتطلب إعدادها مجهوداً كبيراً.
- تتغير بتغير الوظيفة المتقدم لها.
- تثير في ذهن صاحب العمل تساؤلات عما إذا كنت تريد إخفاء بعض المعلومات.

إذا لم يكن لديك اعتراض على الشكل الزمني المعكوس، فاستعمله بدلاً من الشكل الوظيفي، أما إذا كنت لا تزال معجباً بفكرة الشكل الوظيفي فربما جعلت سيرتك الذاتية أكثر جاذبية عن طريق دمج الشكلين وعمل سيرة ذاتية تجمع بينهما .

الجمع بين الشكلين الزمني والوظيفي

السيرة الذاتية التي تجمع بين الشكلين الزمني والوظيفي هي سيرة ذاتية ذات شكل وظيفي، ولكن أضيف إليها تاريخ وظيفي موجز، وفيها تعرض المهارات والإنجازات أولاً، ثم يتبعها التاريخ الوظيفي. يجب عليك أن توضح أين ومتى عملت ونوع الوظيفة التي كنت تؤديها، فمن شأن هذا أن يقلل من مخاوف صاحب العمل وقلقه إزاء خبراتك، ويسمح لك أيضاً أن تبرز مواهبك وكيف يمكنك استخدامها في الوظيفة التي تتقدم إليها. وعلى الرغم من أن معظم أصحاب العمل يفضلون السيرة الذاتية ذات الشكل الزمني إلا أن هذا الشكل هو بديل جيد للسيرة ذات الشكل الوظيفي.

ولكننا نميل إلى استخدام الشكل الزمني على اعتبار انه الشكل الطبيعي للسيرة الذاتية.

إرشادات تساعد في كتابة السيرة الذاتية

1- أكتب باختصار (ما قل ودل)

أصحاب العمل لديهم العديد من المشاغل فلا تقع في خطأ أن تطلب منهم قراءة سيرة ذاتية تكون أطول مما يجب بلا ضرورة، فكلما طالت السيرة الذاتية بلا داعي لن تجد من يمنحها وقتاً طويلاً لقراءتها، السيرة الذاتية يجب أن تتكون من صفحة واحدة إذا أمكن ومن صفحتين أو ثلاثة - إذا كانت هناك ضرورة ملحة لذلك - لوصف خبرات وظيفية لها علاقة بالوظيفة التي تتقدم إليها. والسيرة الذاتية ليست بعدد صفحاتها بل بقيمة ما تحتويه.

2- استخدم سيرة ذاتية قوية (كل كلمة في موضعها):

استخدام اللغة على درجة كبيرة من الأهمية، فأنت تحتاج إلى أن تعرض نفسك على صاحب العمل بسرعة وكفاءة، خاطب احتياجات صاحب العمل المرتقب بسيرة ذاتية مكتوبة بوضوح وقوة .

- تجنب الفقرات الطويلة (التي تزيد عن ستة أو سبعة أسطر)، فكثيراً من الأحيان يمر مديرو التوظيف بأنظارهم مروراً سريعاً عبر السيرة الذاتية، ولهذا فإذا وضعت بياناتك على شكل أجزاء صغيرة يسهل التعامل معها فستزداد فرصة قراءة أكبر قدر من سيرتك الذاتية .
- استخدم أفعال الحركة والفعل مثل "طورتُ"، "أدرتُ"، "صممتُ" لإلقاء الضوء على إنجازاتك .
- لا تستخدم جملاً تصريحية مثلاً " لقد قمتُ أنا بتطوير ..." "لقد ساعدتُ أنا في " ... تخلص من الضمير "أنا ."

- تجنب التركيبات المبنية للمجهول مثل "عُهد إلى بمسئولية إدارة..." فمن الأفضل أن نقول "أدرت" ففيها قوة وثقة .

3- الاستغلال الأمثل للخبرات:

- صاحب العمل المرتقب يريد أن يعرف ما أنجزته فعلياً، حتى يحصل على فكرة جيدة عما تستطيع أن تنجزه بالنسبة لشركته .
- لا تكن غامضا، صف الأشياء التي يمكن قياسها بشكل موضوعي، إذا ذكرت لشخص ما أن "حسنت حجم المبيعات" فأنت لا تقول الكثير، ولكنك عندما تقول أنك "ساهمت في زيادة حجم المبيعات بمقدار 20% من خلال حملة تسويقية ناجحة مما زاد من أرباح الشركة بـ 38 ألف دولار في السنة المالية" فإنك تقول الكثير، سيشعر صاحب العمل براحة أكبر إزاء إعطائك وظيفة إذا استطاع التحقق من هذه الإنجازات .
- كن أميناً، هناك فرق بين استغلال خبراتك بطريقة مثلى وبين تزييفها أو المبالغة فيها، فصاحب العمل يستطيع بسهولة اكتشاف التزييف في السيرة الذاتية (إذا لم يحدث ذلك مباشرة فإنه سيحدث خلال عملية المقابلة الشخصية)، وحتى إذا لم يمنعك هذا من الحصول على الوظيفة فقد يكلفك هذه الوظيفة لاحقاً.

4- مراعاة الشكل الخارجي للسيرة الذاتية:

- السيرة الذاتية هي أول انطباع ستتركه عند صاحب العمل المرتقب، والسيرة الذاتية الناجحة تعتمد على ما هو أكثر مما تذكره فيها، فالطريقة التي تستخدمها في كتابتها لها أهمية كبيرة أيضاً.

- راجع سيرتك الذاتية لتتأكد أنك استخدمت اللغة العربية بطريقة سليمة.
- اجعل سيرتك الذاتية سهلة على عين القارئ، استخدم الهوامش الطبيعية، اترك بعض المسافات بين الأجزاء المختلفة، وتجنب أشكال الحروف الغريبة غير المألوفة.
- استخدم نوعاً جيداً من الورق، لونه أبيض، تذكر أن الورق الملون قد لا يمكن تصويره بشكل جيد إذا حاول صاحب العمل عمل نسخ ليوزعها على المشاركين الآخرين في عملية التوظيف.
- تأكد من أن السيرة الذاتية نظيفة وواضحة.
- وللمحافظة على الشكل الجمالي للسيرة الذاتية يجب عدم طيها أو تدبيسها.

ما هي الشروط التي يجب توافرها في السيرة الذاتية

- مختصرة وقصيرة من صفحة إلى 3 صفحات.
- واضحة ومفهومة.
- مثيرة ومحترفة. مرتبة وأنيقة.
- كاملة وشاملة.
- قوية ولها تأثير ايجابي.
- صادقة وغير مبالغ فيها.
- منظمة ومرتبة زمنياً.
- مكتوبة على شكل نقاط.

نصائح عامة

– لا تكذب، لا تبدأ عملك بالكذب! وكذلك فإن كذبك قد يُكتشف أثناء المقابلة الشخصية، وهو ما يجعل الممتحن يفقد الثقة فيك تماماً. وقد يكتشف الكذب بعد تعيينك، وهو ما يعرضك لمشاكل عديدة. وبغض النظر عن هذه المشاكل فإن أخلاقك الكريمة لا تسمح لك بالكذب.

– لا مجال للأخطاء اللغوية وانتبه إلى الأخطاء اللغوية التي لا يكتشفها الحاسوب.

– اكتب السيرة الذاتية باللغة المطلوبة، كثيراً ما تطلب بالإنجليزية ولكن قد يحدث أن تطلب أيضاً بالعربية، فيمكنك كتابة السيرة الذاتية باللغتين في آن واحد بما يحقق الهدف باللغتين العربية والإنجليزية.

– لا تستخدم كلمة "أنا" أو"نحن" في السيرة الذاتية.

– بعد إعداد السيرة الذاتية اطلب من صديق قراءتها ثم اسأله عن انطباعه ونقاط القوة والضعف وعن وجود أي أخطاء.

– لا تهمل كتابة أشياء قد تبدو لك بسيطة، ولكنها من وجهة نظر صاحب العمل قد تعني الكثير، فمثلاً إن كنت قد مثلت جامعتك كعضو في فريق في لعبة جماعية، أو حصلت على جوائز في لعبة فردية، فذاك يشير إلى أن لديك روح الفريق في الحالة الأولى، والإصرار والعزيمة في الحالة الثانية، إن كنت قد عملت في عطلة الصيف كبائع لعب أطفال أو أدوات مكتبية فهذه معلومة هامة لأنها توضح خبرة في التعامل مع الناس وخبرة في البيع، كذلك إن كنت أثناء عملك السابق قد حسنت من ظروف العمل بإضافة نظام تهوية أو حسنت مستوى

العاملين بتعليمهم استخدام الحاسوب، فهذه أشياء تعني أن لديك حسن إدارة وقدرة على القيادة.

- لا تستخدم خطاً كبيراً جداً فعادة ما يكون مقاس 12 مناسباً، وكذلك لا تستخدم خطوط جمالية أو مائلة وحاول استخدام خطوط الكتابة العادية، لا تستخدم رسومات أو تضع أشياء جمالية، هذه ورقة رسمية ووجود زخرفة وخطوط جمالية يجعلك تبدو غير ذلك.

- لا تكتب قصصاً واستخدم جملاً قصيرة، لا وقت لدى قارئ السيرة الذاتية لقراءة جملاً طويلة وعقدة وحكايات في السيرة الذاتية، فقد يكون أمامه مئات السير الذاتية التي يجب أن يقرأها خلال عدة ساعات.

- حاول أن تكون السيرة الذاتية مكونة من صفحة أو اثنين إن كنت حديث التخرج، ومن صفحتين إلى ثلاثة إن كانت لك خبرات طويلة ومختلفة.

- حاول اختيار اسم مناسب لبريدك الإلكتروني الذي تكتبه على السيرة الذاتية والذي تُراسل به جهات التوظيف، فعندما تصلك مراسلة من شخص لا تعرفه ثم تجد أن اسم بريده الإلكتروني هَزلي أو سخيف فإنك تُكوِّن فكرة غير جيدة عن هذا الشخص.

- ركز على الجوانب ذات العلاقة بالوظيفة التي تبحث عنها.

- يجب أن تكون على علم بجوانب الضعف في السيرة الذاتية والتي تحتاج لتوضيحها في المقابلة الشخصية.

– أحياناً يكون مُسَمَّى وظيفتك السابقة أو الحالية غير واضح أو غير معتاد، ففي هذه الحالة يفضل توضيح الأمر من خلال شرح مهام الوظيفة.

– إن كان مشروع التخرج له علاقة بالوظيفة المطلوبة فيفضل ذكره.

– كلما زادت سنوات الخبرة كلما قلت أهمية ذكر أمور تفصيلية قديمة مثل مشروع تخرجك من عشرين عاماً.

– ابحث في الشبكة الدولية عنِ سيَر ذاتية لأشخاص يعملون في نفس المجال لتتعرف على أسلوب كتابتهم، بالطبع لا تَقم بنقل أي شيء من سيرة ذاتية لشخص آخر ولكن تعرف على ما يُكتب وما لا يُكتب وأسلوب الكتابة خاصة باللغة الإنجليزية.

– استخدم تنسيق موحد لكتابة جميع أقسام السيرة الذاتية فلا تكتب عنوان القسم الأول بخط كبير ثم عنوان قسم آخر بخط صغير، ولا تكتب اسم وظيفة بخط غامق واسم وظيفة أخرى بخط عادي ولا تكتب التاريخ مرة على اليمين ومرة على اليسار.

- قد تحتاج إلى إحداث تغييرات طفيفة في السيرة الذاتية لكي تبدو أكثر مناسبة للوظيفة المعروضة، مثال: أنك عملت في مبيعات الأدوات الكتابية عموماً وأنت الآن تتقدم لوظيفة بيع أقلام، فمن المهم أن تذكر أن لديك خبرة في بيع الأدوات الكتابية مثل الأقلام...وكذلك قد تكتب عن هذه الوظيفة بتفصيل أقل حين تتقدم لوظيفة ليس لها علاقة مباشرة ببيع الأقلام وهكذا، بالطبع في حالة كونك حديث التخرج فيفضل الكتابة عن كل الخبرات لأنها تكون قليلة بطبيعة الحال.

– كُن حذراً في استخدام الأحرف الأولى أي الاختصارات فربما لا تكون مفهومة للقارئ فمثلاً c.s ربما تكون غير مفهومة وبالتالي يفضل كتابة الاسم بالتفصيل وهو computer science .

بعض الاختصارات لا يحتاج شرح لأنه معلوم للجميع مثل PhD. ، MSc، BSC

– لا تبالغ في تعظيم قدراتك.

– خذ في اعتبارك أن لكل بلد بعض الأعراف المختلفة في كتابة السيرة الذاتية فإذا علمت أن شيئاً ما عادةً يكتب أو عادة لا يكتب في السيرة الذاتية في البلد الذي تود أن تعمل به فحاول أن تتبع هذا العُرف.

– حاول تَحديث السيرة الذاتية من آنٍ لآخر بإضافة الخبرات والإنجازات الجديدة.

– غنيٌ عن الذكر أن السيرة الذاتية تكتب باستخدام الحاسوب.

السيرة الذاتية Curriculum Vitae (C.V)

السيرة الذاتية
C.v

المعلومات الشخصية

صورة

الاســــــــــم: الاسم رباعي

رقـــم الهويـــة: 000000009

تـــاريخ المـــيلاد: 0000/00/00م

رقـــم التليفـــون: +000000000000

جـــــــــوال: +000000000000

العنـــــــــوان: البلد – المدينة– الحي– الشارع

البريـد الإلكترونـي: Aaa_aaa@aaaa.com

المؤهـــلات العلمية

2005/9م حتى 2007/7م

درجة الدبلوم، تخصص "إدارة وأتمتة المكاتب وسكرتارية" كلية الجامعية للعلوم التطبيقية، التقدير

2004/9م حتى 2005/7م

الثانوية العامة من مدرسة الشارقة الثانوية للبنين– فرع الأدبي.

الـــــــدورات

2008/7م

دورة في "فن وطرق التدريس" من الكلية الجامعة للعلوم التطبيقية– غزة.

2008/7م

دورة في "طرق التداول والأموال عبر الانترنت" من شركة

Top-Flay للاستشارات المالية- غزة.

2007/11م

دورة في "فن تقديم الخدمة" من الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية- غزة.

2007/11م

دورة في "التسويق عبر الإنترنت" من مؤسسة أهالينا للإنتاج الفني- غزة.

2007/6م

دورة في "شبكات مبتدئة" من الهيئة الفلسطينية" شعاع"- غزة.

الخبـــــرات العملية

2007/9م حتى حينه.....

العمل بنظام الساعة في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية مدرس لمساقات" الطباعة والمراسلات التجارية" للتخصص السكرتارية، في قسم العلوم الإدارية والمالية.

2007/7م

العمـــل فـــي مؤسســـة إبـــداع للاستشـــارات والتـــدريب كمتطـــوع.

2006/7م

طابع كتب، بحوث، تقارير.

الكتب والمنشـــورات

2008/6م

مُصدر ومُعد كتاب: "فنون السكرتارية الإدارية"، ومختص هذا الكتاب لجميع طلاب السكرتارية، ولجميع الموظفين الإداريين، الذين على رأس عملهم او المتوقع ان يتم توظيفهم.

المهـــــــــارات

- **Movie Maker**
- **Microsoft Office**
- **Photoshop**
- **الطباعة عربي انجليزي 65 كلمة في الدقيقة** فما فوق....

الهـــــــــوايات

- **القراءة.**
- **التصفح على الإنترنت.**
- **البحث في مواقع الإنترنت.**
- **السباحة.**

اللـــــــــــغات

- **أجيد اللغة العربيـة (ممتاز).**
- **أجيد اللغة الإنجليزية (متوسط).**

المعـــــرفـــــون

- **أ.بسـام محمد الأغـا– مـدرس فـي مجـال الإدارة، و رئـيس قسـم العلـوم الإدارة والمالية، في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، جوالـ 0599859000**
- **أ.محمود سكيك– مدرس طباعة، فـي الكليـة الجامعيـة للعلوم التطبيقيـة، جوالـ 0599655568**

- أ. محمد شبير – مدرس في مجال التسويق – في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، جوالـ 0599851120

- أ.مروان الدهدار – مدرس في مجال الإدارة، ورئيس شئون الموظفين، ومساعد العميد للشئون الإدارية –في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية. جوالـ 0599993766

C.V

PERSONAL INFORMATION

The Name	Mohammed Fayez Abu Sulaiman.
I.D:	801263237
Date of birth	03.07.1987
Nationality:	Palestine
Address:	Gaza _ el- Nasser
Telephone no:	+9728 2871256
Jawwal no:	+972599 695904
Address email	msulaimann@hotmail.com

صورة

EDUCATION QUALIFICATIONS

September, 2005- July, 2007

The Diploma in Secretarial Admin & office automation, from community college of applied, The general grade is "VERY GOOD".

April, 2004- June, 2005

Towjihy certificate literary section- Gaza.

THE COURS

- Teaching skills course 20 hours.
- Financial management throngs the internet. Course Top Fly company.
- The art off providing series course.

- Marketing through the internet course.

PROOFESSIONAL EXPERIENCE

September, 2007 tell now

Working as teacher typing in university college of applied science & Technology.

July, 2007

working in **IBDAA** society for training and consultation.

July, 2006

Working as a printer "books".

SKILLS

- Microsoft office.
- Movie maker.
- Photoshop
- Typing English & Arabic 65 words per a minute.

HOBBIES

- Reading.
- Using internet.
- Swimming.
- Playing football.

LANGUAGES

- Arabic "very Good".
- English " Fair".

REFEREES

- Mr. Bassam Al Agha- Ahead of fanatical department in university college of applied science & Technology.-Jawwal: 0599859000

- Mr. Mahmmod skik- Teacher assistant in university college of applied science & Technology. Jawwal: 0599655568

- Mr. Marwan Al Duhdar- Teacher in university collge of applied science & Technology- Jawwal: 0599993766

- Mr. same Abu Shamala- Teacher in university collge of applied science & Technology- Jawwal: 0599487497

نموذج طلب وظيفة

اسم العائلة	الاسم الأول	اسم الأب	اسم الجد

تاريخ الميلاد	مكان الميلاد	الجنسية

ملحوظات :-

* الرجاء إرفاق الأوراق التالية:-

1. صورة شخصية ملونة وحديثة .
3. صورة من بطاقة الأحوال أو الإقامة مع جواز السفر .
2. صورة من المؤهلات العلمية والدورات التدريبية .
4. السيرة الذاتية .

* عنوان المراسلة .

المدينة		ص . ب		الرمز البريدي	
الهاتف		الجوال		الفاكس	

اذكر اسمين من الأقارب يمكن الاتصال بهما عند التحاقك بالعمل .

الاسم		الاسم	
الهاتف		الهاتف	
الجوال		الجوال	

اذكر اسمين من بيئة العمل السابقة يمكن الاتصال بهما

الاسم		الاسم	
الهاتف		الهاتف	
الجوال		الجوال	

هل لديك مشاكل صحية بوجه عام ؟

نعم ☐ لا ☐

أذكر ☐

.....

.....

هل لديك مشاكل في النطق ☐ السمع ☐ البصر ☐

أخرى لا

نعم اذكر العلة : ☐ .....

الحالة الاجتماعية :-

أعزب متزوج

أخرى ☐ ☐ ☐

هل تعول أحد من أقاربك أو أهلك ؟

نعم لا

إذا كان الجواب بنعم فأذكر :- ☐ ☐

الاسم	صلة القرابة	تاريخ الميلاد
المسمى الوظيفي للوظيفة المطلوبة		
اذكر الحد الأدنى للراتب المطلوب من قبلك لهذه الوظيفة		

اذكر بالتفصيل المؤهلات العلمية التي لديك ؟

المؤهل العلمي	سنة التخرج	بلد التخرج

هل تجيد أي من اللغات ؟ (أذكرها)

اللغة	نوع الإجادة	ممتاز	جيد	ضعيف
	تحدثاً			
	كتابة			
	تحدثاً			
	كتابة			
	تحدثاً			

	كتابة			

هل لديك أقارب يعملون في المؤسسة التي تتقدم بالعمل لديها؟

نعم لا

إذا كان الجواب بنعم فأذكر

الاسم	
الوظيفة	
صلة القرابة	

الجهات التي عملت بها والمسميات الوظيفية التي تقلدتها :-

اسم الجهة	سنوات العمل	الوظيفة	المدة

راتب آخر شهر لأخر وظيفة : .....

سبب ترك العمل : .....

المعلومات ا لتي أعطيتها للإجابة على هذه الأسئلة صحيحة وكاملة :-

الاسم : .....

التوقيع : ..... التاريخ : / / 200م

تاريخ تسليم الطلب : / / 200م

رأي إدارة التوظيف : -

.....

.....

رأي مدير شؤون الموظفين :-

.....

.....

رأي المدير التنفيذي :-

.....

.....التوقيع : .....التاريخ :

/ / 20م -

رأي لجنة الإشراف :-

☐ الموافقة
☐ عدم الموافقة

استناداً إلى محضر الاجتماع رقم : ..... بتاريخ : / / 200م

الختم الرسمي

طلب توظيف باللغة الانجليزية

أسئلة الثانية عشرة:

1. عرف السيرة الذاتية واذكر أهدافها.
2. ما هي الأمور الواجب تذكرها قبل البدء في كتابة السيرة الذاتية؟
3. ما هي الأمور الواجب مراعاتها عند كتابة السيرة الذاتية؟
4. ما هي الأمور الواجب تجنبها عند كتابة السيرة الذاتية؟
5. ما هي البيانات الواجب تضمنها في السيرة الذاتية؟
6. أذكر مزايا وعيوب الشكل الزمني للسيرة الذاتية؟
7. أذكر مزايا وعيوب الشكل الوظيفي للسيرة الذاتية؟
8. ما هي الأمور الواجب مراعاتها والخاصة بالشكل الخارجي للسيرة الذاتية؟
9. أحد أصدقائك بصدد القيام بإعداد سيرته الذاتية، ما هي النصائح التي يمكنك أن تقدمها له؟
10. صمم سيرتك الذاتية في ضوء ما درست.

الوحدة الثالثة عشرة

المراسلات الإدارية الداخلية

و

المراسلات الإدارية الداخلية، ومراسلات السكرتارية

Secretary & Internal Correspondence

هناك العديد من المراسلات الإدارية الداخلية داخل المؤسسة أو الشركة نفسها، وهي لا حصر لها وخلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى أهمها وأكثرها تكراراً. على سبيل المثال لا الحصر.

مراسلة ترقية

حضرة السيد/ ..... رئيس قسم ..... يسرنا إبلاغك قرار مجلس الإدارة الأخير الصادر بتاريخ ..... والذي يقضي بترقيتك لمنصب مدير ..... بالمؤسسة.

ولقد جاءت هذه الترقية تتويجاً لنشاطك المستمر، وإخلاصك في عملك بشكل لافت وملحوظ ولمقترحاتك الفعالة التي ساهمت في الرقي بالمؤسسة.

لذلك نرجو من سيادتكم الاستعداد للانتقال للمنصب الجديد، وتسليم كل ما يتعلق بمنصبك الحالي مع بداية الشهر القادم بتاريخ 01/..../2009.

إننا نثق بأنك أهل لهذه الترقية، ونتمنى لك التوفيق والنجاح في منصبك الجديد.

التوقيع

نسخة إلى

- المدير المباشر للموظف
- قسم شئون الموظفين
- الأرشيف
- الدائرة المالية

نموذج طلب إجازة

اسم الموظف ..... الرقم الوظيفي .....الدائرة .....

نوع الإجازة: 0 عادية 0 مرضية 0 طارئة 0 غير ذلك اذكرها.....

رصيد الإجازات المتبقي ..... يوم

المدة المطلوبة:..... يوم

من تاريخ ..... ولغاية.....

الغرض من الإجازة:

.....

.....

.....

موافقة الرئيس المباشر .....

موافقة المدير .....

مراسلة طلب إجازة

السيد/..... **المحترم**

رئيس قسم/ (مدير) .....

أرجو من سيادتكم أن تتفضلوا بمنحي إجازة ....(نوع الإجازة) لمدة .....، نظراً ل (يكتب السبب في طلب الإجازة مع ضرورة أن يكون السبب مقنعا)..... ابتدءاً من تاريخ ..... وحتى تاريخ .....

وسأكون شاكراً لو قبلتم طلبي.

التوقيع

طلب تمديد إجازة

السيد/..... **المحترم**

أرجو من سيادتكم التكرم بتمديد إجازتي أسبوعًا آخر، نظراً لظروف طارئة خارجة عن إرادتي، على أن أتمكن من العودة للعمل بتاريخ .....

أرجو تفهم عذري وقبول طلبي.

التوقيع

استقالة

السيد/..... **المحترم**

لقد سعدت بالعمل في شركتكم الرائدة التي أدين لها بالفضل في منحي الفرصة للعمل وصقل خبراتي ومهاراتي.

ولكني وبحمد الله حصلت على فرصة أفضل من حيث المنصب والراتب، لذلك أرجو من سيادتكم قبول استقالتي، وأحيطكم علماً بإنهاء ارتباطي في الشركة بعد شهر من هذا التاريخ.

شاكراً حسن تعاملكم معي طوال فترة عملي.

التوقيع

مراسلة إنذار

السيد/..... المحترم

من خلال سجل حضورك تبين التأخر المتكرر عن الدوام المحدد لأسباب غير واضحة لدينا، مما يعطي انطباعًا سيئًا ينعكس على تقيمنا لأدائك.

لكن نظراً لثناء رئيس قسمك على نشاطك وكفاءتك، فإنني سأكتفي هذه المرة بتوجيه الإنذار أملاً في إعطائك فرصة أخرى لعدم تكرار هذا الأمر، والالتزام بقواعد العمل المتفق عليها.

التوقيع

نسخة إلى:

- **المدير المباشر للموظف.**
- **ملف الموظف.**

إبلاغ عن وجود شاغر

السيد/..... المحترم

نظراً (لترقية أو فصل أو استقالة) الموظف..... فإنني أرجو من سيادتكم ترشح موظف آخر أو استقطاب شخص من خارج المؤسسة، من خلال الإعلان بشكل رسمي عن المؤهلات اللازمة لشغل هذه الوظيفة، وإبلاغنا بما ترونه مناسباً لمناقشته سوياً.

التوقيع

فصل موظف

السيد/..... المحترم

بعد متابعة متطلبات العمل اتخذت الإدارة قراراً بتقليص عدد الموظفين في الشركة لتقليل التكاليف نظراً للظروف المالية الصعبة التي تعاني منها الشركة، وعدم القدرة على الإيفاء بالرواتب المستحقة للموظفين.

يؤسفني إبلاغك بان الشركة قررت الاستغناء عن خدماتك اعتباراً من نهاية الشهر الحالي، مع تأكيدنا على أنك كنت مثالاً للموظف المثالي وسنكون سعداء لو تمكنا من العمل معاً في حال تحسن الوضع المالي للشركة مستقبلاً.

كما ونتمنى لسيادتكم التوفيق.

التوقيع

المرفقات

- شهادة تقدير.

نسخة إلى:

- المدير المباشر للموظف.
- قسم شئون الموظفين.

فصل موظف

السيد/..... المحترم

لقد سبق وأن أنذرتك الشركة عن تقصيرك في المهام الموكلة إليك، ولكن دون جدوى، مما عكس لدينا انطباعاً سيئاً دفعنا لاتخاذ القرار التالي:-

- الاستغناء عن خدماتكم اعتباراً من تاريخ استلام المراسلة.
- الإيعاز لقسم المالية تسوية كافة المستحقات المالية الخاصة بك.

نحن آسفون لاتخاذ مثل هذا القرار متمنين لك التوفيق.

التوقيع

نسخة إلى:

- المدير المباشر للموظف.
- قسم شئون الموظفين.
- الأرشيف.
- الدائرة المالية.

نموذج مطالبة مالية (1)

التاريخ: / / م

السيد/ ..... المحترم

مدير عام شركة القدس للمقاولات

تحية طيبة وبعد،،،

نرجو تسديد مبلغ وقدره .....، وذلك مقابل تنفيذ أعمال صيانة وإصلاح لشبكة المعلومات الداخلية لديكم.

وقد تم انجاز الأنشطة حسب المواصفات والمعايير الواردة في العقد المبرم.

مرفق طيه الفواتير وكشف الحساب.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

التوقيع

نموذج مطالبة مالية (2)

التاريخ / / م

السيد/ ..... المحترم

مدير عام شركة القدس للمقاولات

تحية طيبة وبعد،،،

يطيب لنا أن نذكركم بفاتورتكم رقم ..... تاريخ ..... وقيمتها .....

كما ونرجو التكرم بتسديد الفاتورة في أقرب فرصة كما عهدناكم دوماً مثالاً للالتزام وحسن التعامل.

مرفق طيه الفواتير وكشف الحساب.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

التوقيع

دعوة

يتشرف قسم العلوم الإدارية والمالية بالكلية الجامعية للعلوم التطبيقية

بدعوتكم لحضور فعاليات اليوم الدراسي بعنوان

السكرتارية واقع وطموح

وذلك في تمام الساعة .....، من صباح يوم:.....الموافق.....م، في قاعة المؤتمرات العامة

حضوركم تشريف لنا

قسم العلوم الإدارية والمالية

الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية
University College of Applied Sciences
كلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية

دعـوة خاصة

يتشرف قسم العلوم التربوية بالكلية الجامعية للعلوم التطبيقية بدعوتكم لحضور اليوم الدراسي بعنوان:

الإعلام والطفل الفلسطيني

رؤية مستقبلية

وذلك في تمام الساعة التاسعة من صباح يوم الأحد الموافق 2008/12/21 في مقر الكلية الكائن بتل الهوا، الرمال الجنوبي متفرع من شارع عون الشوا.

حضوركم تشريف لنا و دعم لمسيرتنا الرائدة

ملاحظات:
ينظم اليوم الدراسي في قاعة المؤتمرات الصغرى W609 بمبنى الطالبات.

للاعتذار يرجى الاتصال على العناوين الموضحة أدناه

www.ucas.edu.ps
الرمال الجنوبي - غزة - فلسطين
ص.ب : 1415
+970 8 2868999
+970 8 2864888
info@ucas.edu.ps

تهنئة

يتقدم مدرسو قسم العلوم الإدارية والمالية بأحر التهاني من زميلهم الدكتور:

.....، بمناسبة حصوله على درجة الدكتوراه من .....

مع تمنياتنا لكم بمزيد من التقدم والنجاح.

تعزية

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُم مُّصِيبَةٌ قَالُواْ إِنَّا لِلّهِ وَإِنَّـا إِلَيْهِ رَاجِعونَ ﴾ غافر 67

تتقدم اللجنة الاجتماعية بنقابة العاملين بأحر التعازي إلى

الأخ .....

الموظف في قسم .....

بوفاة .....

"ولا حول ولا قوة إلا بالله"

غفر الله لموتاكم وموتى المسلمين أجمعين وأحسن الله عزائكم وألهمكم الصبر.

.اللهم لا تحرمنا أجرهم .. ولا تفتّنا بعدهم .. واغفر لنا ولهم

الوحدة الرابعة عشرة

نماذج تجارية عامة

نماذج تجارية عامة

سند قبض

الرقم : ..... **التاريخ :**.....

المقبوض من : .....
مبلغ وقدره : .....
وذلك عـــن : .....
وقيدت القيمة لحساب : .....

المحاسبة **أمين الصندوق**

A Cash Bill

Number :…… **Date** ……

Received from : .....
An Amount of : .....
This is by : .....
The amount is registered to the account of : .....

Accountancy **Cashier**

سند دفع

الرقم : ..... **التاريخ:** ....

المدفوع إلي : .....
مبلغ وقدره : .....
وذلك : .....
وقيدت القيمة : .....

المحاسبة **أمين الصندوق** **المستلم**

A Payment Bill

Number :…… **Date** : ……

To be paid to : .....

An Amount of :.....
This is for :.....
The amount.....
Is registered:.....

Accountancy **Cashier**
Receiver

كمبيالة

اسم موقع السند : ..... البلدة:..... استحقاق :.....
فقط..... رقم .....
بتاريخ..... وبموجب هذا السند ندفع في .....
لأمر .....
المبلغ المذكور أعلاه وقدره .....
والقيمة وصلتنا .....

A Bill

Name of Bill Signer……..…..
Country…….…….
Due date……..
Only ……. Number ……
Date ……according to this bill we bay in ……
To the order of ……
The amount written above ……..….
The value we chased is ……..

شيك لحامله

Client Name	**اسم العميل**	**اسم المصرف المسحوب عليه**
Acc:	**ID**	**اسم الفرع**
Adrees	**عنوانه و تليفونه**	**Name of theBank**
		Branch Name

ادفعوا إلى _____ **أو لأمر**

Pay to **Or Order**

المبلغ _____ .

The Sum Of

المبلغ بالارقام $

Signature التوقيع **Date التاريخ**

Cheque No.رقم الشيك **Branch No رقم الفرع** **Account No رقم الحساب**

فاتورة

التاريخ :..... الرقم : .....

المطلوب من السيد/ السادة .....

فلس	دينار	البيان	العدد	السعر

Invoice

Data;……
Number:……

Required form Mr./Messrs: ……..

Fils	J.D	Index	Number	price

طلبية شراء

التاريخ / / م

طلبية شراء رقم .....

السادة شركة: ..... المحترمين،،،

نرجو من سيادتكم تزويدنا بالطلبية المبينة أدناه:

رقم الصنف	وصف البضاعة	الحجم	الكمية	السعر/ العملة

A buying Order

Date ……

A buying Order No. …….

Dear Messrs، ……

Could you provide us with the following order

No. of kinds	Goods Description	Volume	Quantity	Price

الوحدة الخامسة عشرة

كتابة التقارير

كتابة التقارير
Reports writing

تعريف التقرير:

هو عرض كتابي أو شفوي للحقائق والبيانات الخاصة بموضوع معين أو مشكلة معينة عرضاً تحليلياً بطريقة سلسة مبسطة مع ذكر المقترحات التي تتناسب مع النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال التحليل .

ومن التعريف يتضح أن التقرير :

- قد يكون مكتوباً أو شفوياً.
- يتضمن حقائق ومعلومات ومقترحات وتوجيهات .
- وسيلة اتصال بين شخصين أو جهتين

أهداف التقرير:

- إعطاء معلومات إدارية لازمة للعمل .
- تفسير ظاهرة مرتبطة بمستقبل العمل .
- عرض أفكار جديدة لتحسين العمل .
- دراسة مشكلة محددة في بيئة العمل .
- توفير معلومات لازمة لصناعة القرار .

متطلبات التقرير

- التفكير الموضوعي .
- الاستنتاج المنطقي .
- الصوغ اللغوية السليمة .
- القدرة على التعامل مع المعطيات والمعلومات .

- معرفة وفهم الاتجاهات الإنسانية في بيئة العمل .
- توقع ردود فعل القارئ على مضمون التقرير .

مقومات نجاح التقرير

أولاً: كاتب/معد التقرير:

إن ثقافة معد التقرير وخبراته تظهر بشكل واضح عند كتابة التقرير، ويجب أن يتمتع كاتب **التقرير** بمجموعة من المواصفات الأساسية والمتمثلة في:

1. **الصفات الذاتية:** تشمل تنظيم الأفكار وتسلسلها وعرضها إضافة إلى فن التلخيص ودقة الفهم، الإلمام بالأسس العلمية لإعداد التقرير، والتخصص في مجال التقرير وتوفر الخبرة اللازمة لمتابعة كل جديد في مجال التخصص.

2. **الصفات الموضوعية:** التزام النزاهة، وتحقيق الموضوعية والحرص على نقل كل الأحداث من غير التغطية أو إبراز وجهة نظر معينة.

2. **الصفات الأسلوبية:** تدور حول إتقان اللغة، ودقتها ووضوح دلالاتها، ومراعاة القواعد الإملائية وغيرها.

قبل البدء بإعداد التقرير على معد/ كاتب التقرير أن يسأل نفسه الأسئلة التالية:

أ - هل هو مقتنع بما يعد؟

ب- ما المطلوب منه بالتحديد ؟

ج- ما الهدف من إجراء هذا التقرير؟

د- هل لديه القدرة الكافية لانجازه؟

هذه الأسئلة توفر العديد من المزايا التي تساعد معد التقرير في إكمال عمله بشكل جيد.

ثانياً: القارئ أو الجهة الموجه إليها التقرير:

على كاتب التقرير أن يضع نصب عينيه الجهة التي يريد أن يرسل إليها التقرير من حيت المستوى العلمي والتوجه المعرفي، فيحرص على مخاطبة كل شخص بقدره، فيحرص على تقديم تقرير ينجح في نيل إعجاب القاريء وإقناعه به، وتزويد التقرير بالصور اللازمة التي تدعم الموضوع، وعدم تضخيم أمور على حساب إهمال أمور أخرى أو التقليل منها.

ثالثاً: المادة العلمية:

يتم إعداد التقرير لتغطية موضوع معين، لذا يجب أن يرتكز على أساس علمي ومهني صحيح، لذلك يجب دراسة كل الأمور المحيطة بموضوع التقرير، والقيام بإعداده وفقاً للأسس العلمية لإعداد التقرير والتي سيتم دراستها بشكل مفصل.

خطوات إعداد التقرير:

هناك عدة خطوات يجب أن يتبعها كاتب التقرير وهي كالآتي :-

1. **الشعور بالمشكلة وتحديدها وتحليلها :**

وتعتمد هذه الخطوة على مهارة كاتب التقرير في تحديد المشكلة وهي من أهم مراحل كتابة التقرير .

2. تحديد هدف التقرير وهيكله العام :

تحديد الهدف من التقرير وهيكله العام يحقق المزايا التالية :-

- العرض المنظم والمنطقي للأفكار.
- إعطاء كل جزء في التقرير القدر المناسب من الاهتمام وفقاً لأهميته مقارنةً بالأجزاء الأخرى.

تحديد الوقت والجهد والموارد اللازمة للانتهاء من كتابة التقرير.

3. تنظيم البيانات والمعلومات وتحليلها :

ويقصد بها الحقائق والآراء التي تخدم التقرير أي التي تتعلق بموضوع التقرير مباشرة وتؤدي **إلى استخلاص نتائج محددة لذا لابد من :**

أ .تحديد مصادر البيانات والمعلومات (مراسلات، سجلات، ... الخ).

ب .تحديد طرق جمع البيانات والمعلومات (ملاحظة، مقابلة، استبيان، ... الخ).

ج .(تنظيم وترتيب البيانات والمعلومات).

د .(العرض البياني للمعلومات (رسوم، جداول، ... الخ) على أن يراعى في أساليب العرض البساطة وعدم التعقيد وتوضيح مصادر المعلومات، إذا تم استخدام عدد كبير من الرسوم البيانية يمكن أن تكون في ملحق خاص .

هـ .(تفسير البيانات وتحليلها:يجب أن تكون منطقية واضحة – غير متحيزة).

4. كتابة التقرير وتحديد طريقة العرض:

أ. وضع الجدول الزمني:

يتم هنا تحديد الزمن المناسب للانتهاء من كل خطوة وهي الخطوة الأخيرة والتي تليها مباشرة مرحلة الكتابة.

ب. كتابة التقرير:

ويراعى فيها الآتي:

- العنوان واضحاً ومحققاً لهدف التقرير.
- عرض المعلومات بصورة متسلسلة، وتحت عناوين رئيسية وفرعية.
- بيان النتائج التي تم التوصل إليها والمقترحات المقدمة.

ج. المراجعة:

فيها يجيب كاتب التقرير على عدة أسئلة: مثل هل التقرير واضح؟ هل هناك نقطة ما لم تتم تغطيتها بالصورة المناسبة ... الخ .

د .تحديد طريقة العرض:

إذا كان التقرير سيعرض على مجموعة فعلى كاتب التقرير أن يحدد طريقة العرض الأشكال التي سيستخدمها.

أنواع التقارير

هناك العديد من التقارير التي تنتج وتتداول داخل الشركات والمؤسسات المختلفة ، وتختلف هذه التقارير وفقاً لبعض المعايير المختلفة والتي يمكن تصنيفها كما يلي- :

أولاً : حسب الزمن:

تنقسم التقارير حسب معيار الزمن إلى:

1. تقارير دورية:

وهي التي تغطي فترات زمنية ثابتة ، عادة ما تحددها نظم العمل بالمؤسسة أو لوائح العمل بالمؤسسة.

وقد تكون هذه التقارير:

- يومية.
- أسبوعية.
- شهرية.
- ربع سنوية.
- نصف سنوية.
- سنوية.

العوامل التي تؤثر على دورية التقرير:

أ- درجة حساسية الموضوع وتأثيره على بعض الأنشطة.

ب-مدى الحاجة إلى اتخاذ إجراءات تصحيحية سريعة.

ج- ارتباط موضوع التقرير بموضوعات أخرى لها دورية ثابتة قد لا تستطيع المنشأة تغييرها.

د- احتياجات ورغبات الإدارة.

هـ-المستوى الإداري الذي يرفع له التقرير.

و- اللوائح والقوانين.

2. تقارير غير دورية:

وهي التي تعد على فترات زمنية غير ثابتة، وتختلف من تقرير لآخر، وعادة ما يرتبط إعدادها بوقوع أحداث معينة، مثل وصول رصيد المخزون لأحد الأصناف الهامة إلى مستوى معين، أو حدوث عطل مفاجئ لإحدى الآلات على خط الإنتاج.

ويطلق على هذه التقارير أيضاً "التقارير الخاصة أو الاستثنائية" باعتبارها ترتبط بأمور غير عادية أو نادرة الوقوع وتمثل مشكلة لأحد الأنشطة الرئيسية للمؤسسة والتي تتطلب اتخاذ إجراءات خاصة أو استثنائية، وقد تصدر تقارير عن بعض الموضوعات تجمع بين الصفتين معاً، فنجد في بعض المصانع مثلاً إن هناك تقريراً دورياً عن حالة الآلات وأوقات التوقف وأسبابها(أعطال، صيانة دورية، عدم توافر خامات...) سيصدر أسبوعياً، كما يصدر تقرير فوري – غير دوري – في بعض حالات التوقف لبعض الماكينات أو حالات التوقف الناتجة عن أنواع معينة من الأعطال.

ثانياً : حسب الهدف من التقرير:

1. تقارير متابعة:

وهي التي تكون مرتبطة بمتابعة الخطط الخاصة ببرنامج أو مشروع ومقارنة الوضع الفعلي بما هو مخطط له من أجل توضيح الانحرافات وتقديم تحليل لها وبيان مسبباتها، وأحياناً ما تكون في شكل جدول به خانات تمثل الفعلي Actual تمثل التقديري أو الخطط Planned

2. تقارير معلومات (التقارير الإخبارية) :

وهي التقارير التي تنقل معلومات عن أحداث أو مواقف معينة ، وهي تتضمن تعليقاً من معد التقرير ، ويركز هذا النوع من التقارير على الحقائق ، مثل تقرير المبيعات الشهري لفروع الشركة أو تقرير الصيانة الدورية للآلات ، أو تقرير الأسعار العالمية لبعض المنتجات.

ونادراً ما يترتب على مثل هذه التقارير اتخاذ قرارات معينة ، ففي معظم الأحوال تهدف إلى الإحاطة فقط، إلا إنها يمكن أن تستخدم عند إجراء الدراسات أو وضع الخطط المستقبلية أو عمليات التنبؤ التي تعتمد على السلاسل الزمنية والتي تمثل أرقام فترات سابقة ، كما تساعد على اكتشاف الموسمية وتحديد ظواهر معينة.

3. تقارير الدراسات:

وهي التقارير التي تعرض نتائج الدراسات التي تجري داخل المؤسسة أو خارجها، وقد يقوم بإعدادها أفراد من المنشأة أو جهات أخرى متخصصة، مثل تقرير دراسة الجدوى الاقتصادية لإنشاء خط إنتاجي جديد بمصنع أو تنويع المنتجات، أو دخول أسواق جديدة، أو إتباع سياسة تسويقية أو ترويجية معينة.

وقد يكون الهدف من الدراسة التعرف على أسباب مشكلة معينة وتحديد أنسب الحلول لها. وعادة ما تتضمن هذه التقارير توصيات أو اقتراحات وتقديم لبدائل مختلفة، وغالباً ما تتطلب اتخاذ قرار من المستويات الإدارية العليا.

4. تقارير تقييم الأداء:

وهي التقارير التي تقيم مستوى الأداء قياساً بمعايير موضوعة مسبقاً، وتهدف هذه التقارير إلى الحكم على الكفاءة، أو إعطاء درجات أو تقديرات تعبر عن مستوى الأداء خلال فترة التقييم، وعادة ما تكون هناك قواعد لكتابة هذا النوع من التقارير تحدد أسلوب القياس، ومقارنة الأداء الفعلي بالمعايير المنطقية لمثل هذا العمل.

ومن أمثلتها تقارير تقييم أداء الأفراد، أو تقييم أداء إدارات معينة أو وحدات نشاط، وقد يترتب عليها اتخاذ قرارات في حالة وجود انحرافات كبيرة أو قد يكتفي أحياناً بالتوجيه أو تصحيح بعض المسارات.

ثالثاً : حسب الموضوع:

1. **تقارير مالية ومحاسبية:**

وهي التقارير الخاصة بالأمور المالية والمحاسبية الخاصة بالمؤسسة، وتكون ممثلة بالأرقام ومدعمة بتحليلات ومقارنات مع فترات سابقة، ومن أمثلة هذه التقارير حسابات المتاجرة والأرباح والخسائر والميزانية والقوائم المالية ونتائج الاستثمارات والحسابات المقبوضة والمدفوعة، وحركة النقدية بالصندوق والبنوك..... الخ.

وتصدر هذه التقارير عادة على فترات دورية طويلة نسبياً قياساً بالأنشطة الأخرى.وقد يقوم بإعدادها أفراد من داخل المنشأة – الإدارية المالية– أو من خارجها مثل المدققين الخارجين.

2. **تقارير الأنشطة الإدارية**

هي التقارير التي تعكس الأنشطة المختلفة بالمنشأة ، مثل الإنتاج، والمبيعات، أو المشتريات، أو حركة التخزين ، وتتضمن معلومات تفيد في التعرف على سير العمل في الأنشطة والإدارات المختلفة وتساعد في أعمال الرقابة والتخطيط.

3. تقارير الأفراد

وتتضمن معلومات عن الأفراد، تمثل الجانب الشخصي والوظيفي للفرد، كذلك الجانب السلوكي، كما تتضمن معلومات عن نشاطه وإنتاجه خلال فترة معنية .ومن أمثلتها التقارير السنوية لتقييم الأفراد، وتقارير فترة الاختيار للموظفين الجدد، وتقارير تقييم المتقدمين للوظائف.

رابعاً : حسب الشكل:

1. تقارير وصفية

ويطلق عليها Narrative format ، وتكون محتوياتها في شكل فقرات وصفية وتكتب بأسلوب قصصي أو روائي ، ومن أمثلتها دراسات الجدوى وتقارير دراسات السوق واتجاهات المستهلكين.

2. تقارير سابقة التصميم

وتكون في شكل نماذج مطبوعة ، وعلى كاتب التقرير أن يملأ بياناتها، وعادة ما يترك فيها مكان للتعليق أو إضافة بيانات ليست بالنموذج ومن أمثلتها تقارير الحقائب المفقودة بالرحلات الجوية، وتقارير الصيانة الدورية لآلات، وتقارير أداء الأفراد، ويطلق على هذا النوع من التقارير. Rigid Format

خامساً : حسب التوجيه:

1. تقارير داخلية

وهي التقارير التي توجه لجهات داخل المؤسسة نفسها ، أي التي يتم تداولها بين المستويات الإدارية المختلفة داخل المؤسسة. ومن أمثلتها

تقارير متابعة الإنتاج أو المخزون. وتقارير تحليل المبيعات وبعض التقارير المالية والحاسبية وتقارير أداء الأفراد

2. **تقارير خارجية**

وهي التقارير التي توجه إلى جهات خارج المؤسسة مثل الجهات الحكومية المختلفة، الصحف، وحدات الجودة، ومن أمثلتها تقارير تطور العمالة وتقارير الإنتاج، تقارير الاندماج وبعض التقارير المالية.

سادساً: حسب المستويات

وتنقسم في هذه الحالة إلى تقارير

دولية، وطنية، قطاعي، الوحدة.

سابعاً حسب الرسمية

1. **تقارير رسمية:** وفق إجراءات معينة لا يجوز تجاوزها.
2. **تقارير غير رسمية:** عادة ما تتم داخل الإدارة الواحدة.

أنواع الأشكال التوضيحية والجداول:

تشتمل التقارير والأبحاث الفنية غالباً على بعض الجداول والمنحنيات، والرسومات، والصور، بهدف عرض التقرير بطريقة تساعد على إيصال الفكرة من التقرير بشكل سريع وسلس، ويمكن تقسيمها إلى:

الجداول:

الجداول تسمح بعرض بيانات أو خطوات العمل بشكل منظم يسهل تتبعه والوصول إلى بياناته بسرعة، لا يقتصر استخدام الجداول في عرض الأرقام فقط وإنما يُمكن استخدامها لعرض معلومات مكتوبة مثل أن تستخدم جدول لمقارنة تعريفات مختلفة لبعض المصطلحات، أو لعرض أحداث حسب ترتيبها الزمني أو لتوضيح إجابات بعض الأسئلة التي تم الاستقصاء عنها في التقرير.

الرسومات البيانية:

الرسومات البيانية تتميز بتيسير استنتاج معلومات من البيانات المعروضة، مثل اتجاه الزيادة أو النقصان أو علاقة متغير بآخر عند استخدام الرسومات الخطية أو الوزن النسبي لكل عنصر من العناصر عند استخدام الرسومات القطاعية (الدائرية) أو الفرق بين نتائج مرحلة ومرحلة عند استخدام الرسومات على شكل أعمدة. الرسومات البيانية ليست بديلا عن الجداول في جميع الأحوال فيُمكننا عرض كَم كبير من البيانات في جدول واحد، ولكن قد نجد صعوبة في توضيح تلك البيانات على رسم بياني واحد وكذلك فإننا أحياناً قد لا نهتم باتجاه تغير البيانات ولكن نهتم بمعرفة قيمتها.

الرسومات التخطيطية:

الرسومات التخطيطية تُستخدم لتوضيح بعض موضوعات التقرير.

مثل: خطوات أو مراحل عملية إنتاجية أو إدارية، توضيح الهياكل الإدارية، الاستغلال الأمثل للأجزاء الفارغة من المكتب أو المصنع، أجزاء ماكينة معينة بطريقة مُبسطة بحيث يحتوي الرسم التخطيطي على العناصر الأساسية فقط.

الصور الرقمية أو الفوتوغرافية:

الصور الرقمية أو الفوتوغرافية تستخدم لتوضيح الأمور التي لا يمكن توضيحها بالرسومات التخطيطية أو بالشرح. فالصور قد تستخدم لتوضيح حالة المريض قبل وبعد العلاج أو شكل العينة قبل وبعد المعالجة. بالطبع يمكن أن تشرح حالة المريض بدون صورة ولكن الصورة توضح الأمر عند الحديث عن لون البشرة أو وجود حبوب على الوجه. كذلك فإن الصور يكون لها أهمية في عمليات الدعاية فأنت قد تشتري سيارة لإعجابك بصورة السيارة ولكن الرسم التخطيطي للسيارة قد يعطيك فكرة عن تصميميها ولكنه لا يُغني عن الصورة في هذه الحالة.

العناصر الرئيسية للتقرير الجيد:

الغلاف

Cover

يستخدم الغلاف لحماية التقرير أو البحث من التلف أو اتساخ الأوراق أو انحناء أطراف الأوراق، في حالة البحوث العلمية مثل الماجستير والدكتوراه يستخدم **غلاف سميك** –مثل الذي يستخدم في الكتب– للحفاظ على البحث، في حالة التقارير أو البحوث الجامعية أثناء الدراسة فإن استخدام **غلاف بلاستيكي شفاف** قد يكون مناسباً، في حالة تقارير العمل المعتادة فقد لا يوضع غلاف أصلاً

نتيجة أن تداول التقرير لن يكون عملية مستمرة لمدة طويلة وغالباً ما يُحتفظ بالتقرير في ملف، وبالتالي لا يكون هناك خوف من تلف التقرير، قد يستخدم غلاف بلاستيك لتقارير العمل الكبيرة جداً أو التي سيتم حفظها لمدة طويلة بشكل منفصل –أي لن يتم حفظها داخل ملف مع تقارير أخرى– وقد يستخدم كذلك الغلاف السميك في مثل هذه الحالات، فمثلاً تقرير الإنتاجية اليومية والشهرية سيكون بدون غلاف، تقرير الأعمال السنوية أو الخطة السنوية قد يوضع له غلاف بلاستيكي، الخطة الإستراتيجية وخطة العمل للسنوات القادمة ودراسات الجدوى للمشاريع قد يستخدم لها غلاف سميك لأنه سيحتفظ بها لسنوات وسيتم تداولها بين إدارات وجهات متعددة. بالطبع في حالة التقارير الإلكترونية لن يكون هناك غلاف.

في حالة استخدام غلاف فلابد أن يكون من الممكن التعرف على بيانات التقرير الأساسية من الغلاف بدون الحاجة لفتح التقرير، بمعنى أنك يمكنك معرفة عنوان التقرير واسم الشخص أو الجهة التي أعدته وتاريخ إصداره أو إعداده. لماذا؟ لكي تتمكن –بسهولة– من البحث عن التقرير من بين عدة تقارير موجودة على مكتبك أو في دولاب حفظ الملفات.

في حالة استخدام غلاف سميك فسيكون لزاماً أن تكتب هذه البيانات على الغلاف الخارجي، وفي حالة استخدام غلاف بلاستيك شفاف فسيكون من الممكن رؤية صفحة العنوان –التي تلي الغلاف وسنتحدث عنها بعد قليل– وبالتالي لا يكون هناك سبب للكتابة على الغلاف. في حالة عدم وجود غلاف فإن أول صفحة مرئية تكون صفحة العنوان وبالتالي يتم التعرف على اسم التقرير من هذه الصفحة.

صفحة العنوان

Title Page

صفحة العنوان هي أول صفحة من صفحات التقرير أو البحث وهذه الصفحة تمكننا من معرفة معلومات أساسية عن التقرير أو البحث بسرعة. لذلك فإن صفحة العنوان لابد وان تحتوي على:

أ- اسم التقرير أو البحث - اختر اسم واضح ومعبر عن محتوى التقرير أو البحث.

ب- اسم مُعد التقرير أو البحث.

ت- وظيفة مُعد التقرير مثل طالب في السنة الثانية أو سكرتير إداري أو مدير مصنع. الوظيفة توضع أسفل اسم مُعد التقرير.

ج- اسم المؤسسة أو الجامعة أو الكلية التي صدر منها هذا البحث أو التي ينتمي إليها معد البحث اسم المؤسسة قد يكون مكون من جزئين أو عدة أجزاء مثل جامعة/كلية ....- قسم ... أو شركة .....- إدارة .....

د- اسم الجهة أو الأستاذ الذي سيقدم له البحث - تستخدم كثيراً في التقارير الدراسية وتُستخدم بشكل أقل في تقارير العمل لأن كثيراً من تقارير العمل الداخلية تكون موجهة لأكثر من مدير وأكثر من إدارة.

هـ- تاريخ إصدار التقرير أو البحث:

في التقارير الدراسية قد يضاف اسم المادة الدراسية أو الدرجة العلمية التي يعتبر التقرير جزءً من متطلباتها. في تقارير العمل قد يضاف قائمة بالجهات أو الأشخاص الذين سيتم إرسال التقرير لهم وقد يضاف كذلك رقم كودي للتقرير. في تقارير العمل والأبحاث قد يوضع الملخص -سنتكلم عنه لاحقا- في صفحة العنوان وقد يوضع في صفحة مستقلة

في كثيرٍ من تقارير العمل القصيرة -أي المكونة من صفحة أو صفحتين أو ثلاث - لا يوضع صفحة للعنوان وإنما توضع هذه البيانات في أعلى الصفحة الأولى وذلك لأن التقرير قصير ولا داعي لإضافة صفحة كاملة للعنوان. محتويات صفحة العنوان لابد من وجودها في أي تقرير سواء وضعت في صفحة مستقلة أو في الصفحة الأولى.

الملخص

Abstract or Summary or Executive Summary

الملخص كما هو واضح من الاسم هو ملخص لما يحتويه التقرير أو البحث. للملخص وظيفتان:

أولاً: أن يعلم القارئ إن كان يحتاج أن يقرأ هذا التقرير أم لا. فقد يجد القارئ - الذي يبحث عن أبحاث في مجال ما باستخدام التجارب المعملية- أن البحث

استخدم التحليل النظري وبالتالي يعرف أن هذا البحث ليس من الأبحاث التي يريد الاطلاع عليها، وقد يجد المدير أن التقرير يسجل أحداثاً وأنشطة يعرفها المدير بالتفصيل فيكتفي بحفظ التقرير أو تحويله لشخص آخر.

ثانياً: أن يعرف القارئ المعلومات الأساسية جداً في التقرير مثل طبيعة الدراسة التي أجريت والنتائج (الاستنتاجات) والتوصيات وبالتالي قد يكتفي به عن قراءة باقي التقرير أو يقرر قراءة جزءٍ محدد من التقرير.

الملخص وسيلة مساعدة عظيمة لقارئ التقرير لأنها توفر وقتاً كثيراً. في حالة عدم وجود ملخص فإننا نضطر لتصفح التقرير كله لكي نعرف إن كان هذا التقرير أو البحث به شيئاً نَهتم به في الوقت الحالي. تزداد أهمية الملخص عند كتابة تقرير لأكثر من قارئ وأكثر من مدير باهتمامات مختلفة لأن كاتب التقرير يعلم أن بعض المديرين رفيعي المستوى سيكتفون بقراءة الملخص، وبالتالي لن ينزعجوا من وجود تفاصيل لا تهمه في داخل التقرير.

طول الملخص لابد وأن يتناسب مع طول التقرير، فمثلاً قد يكون الملخص أقل من خمسة أسطر للتقرير المكون من بضع صفحات، وقد يصل إلى صفحة (أو أقل من صفحتين) في حالة التقارير أو الأبحاث المكونة من عشرات الصفحات أو مئات الصفحات. الملخص يسبقه عنوان وهو "ملخص" بالعربية أو أي من الأسماء المذكورة عاليه بالإنجليزية مع مراعاة أنه في الأوساط الأكاديمية يستخدم المصطلح: ABSTRACT

أما في تقارير العمل فيستخدم

Executive Summary or Summary

أحياناً لا تكون كلمة ملخص تنفيذي (بالإنجليزية) متداولة داخل المؤسسة فيكون استخدام كلمة"ملخص" (بالإنجليزية) أفضل.

الملخص قد يوضع في صفحة العنوان إذا كان قصيراً لأن هذا يساعد القارئ على الاطلاع عليه سريعاً. أما في حالة الأبحاث والتقارير الطويلة التي يكون فيها الملخص في صفحة منفصلة فالبعض يفضل وضع الملخص بعد صفحة العنوان والبعض يفضل وضعه بعد جداول المحتويات وقوائم الجداول والأشكال والرموز أي وضعه قبل المقدمة. في حالة عدم وجود تفضيل لدى الجهة التي يُقدَّم لها التقرير فأظن أن الأفضل وضع الملخص بعد صفحة العنوان مباشرة لأنه ليس هناك سبب لأن يقوم القارئ بتقليب صفحات جداول المحتويات وقوائم الأشكال لكي يصل إلى الملخص الذي قد يعرف منه أنه لا يحتاج قراءة التقرير أو قد يستغني بما في الملخص عن قراءة التقرير أو البحث.

يوجد نوعان من الملخصات: الملخص المعلوماتي والملخص الوصفي.

الملخص المعلوماتي:هو الذي تحدثنا عنه. الملخص الوصفي يعطي فكرة سريعة عن ما يحتويه التقرير أو البحث ولكنه لا يلخص البحث نفسه ولا يوضح النتائج.

الملخص المعلوماتي:يستخدم أكثر من الملخص الوصفي ولكن قد تجد بعض المجلات العلمية التي تستخدم الملخص الوصفي.

جدول المحتويات

CONTENTS TABLE OF

جدول المحتويات هو جدول يوضح رقم الصفحة التي يبدأ بها كل قسم من أقسام التقرير بحيث يكون من السهل الوصول إلى أقسام معينة مباشرة. جدول المحتويات يوضح كذلك للقارئ الأقسام المختلفة للتقرير. جدول المحتويات يحتوي أسماء أقسام أو فصول البحث أو التقرير كما هي مكتوبة داخل التقرير. ينبغي إتباع أسلوب ثابت في عرض الأقسام الفرعية أو العناوين الفرعية في جدول المحتويات

جدول المحتويات لا يستخدم عادةً في التقارير القصيرة التي تتكون من بضع صفحات لأنه في هذه الحالة يكون تصفح التقرير أمر سهل ويكون النظر في جدول المحتويات تضييع للوقت.

قائمة الأشكال

LIST OF FIGURES

عندما يحتوي التقرير على عدد كبير من الأشكال التوضيحية (خمسة أو أكثر) يكون من المفضل وضع قائمة خاصة للأشكال. قائمة الأشكال مشابهة لجدول المحتويات غير أنها توضح رقم الصفحة الموجود بها كل شكل.

قائمة الجداول

LIST OF TABLES

قائمة الجداول مشابهة تماماً لقائمة الأشكال ولكنها توضح رقم الصفحة الموجود بها كل جدول. أحياناً يتم وضع القائمتين في نفس الصفحة تحت مسمى

قائمة الأشكال والجداول:

LIST OF FIGURES AND TABLES

مع كتابة الأشكال في النصف العلوي للصفحة والجداول في النصف السفلي

هناك بعض الحالات التي يبحث فيها قارئ التقرير عن معلومات وأرقام بذاتها فيسهل عليه استنباطها والوصول إليها من خلال التعرف على قائمة الجداول والأشكال التي تساعد على الوصول إلى جدول ما أو شكل ما بسرعة بدلاً من تصفح التقرير أو جزء منه للوصول إلى شكل ما أو جدول ما.

قائمة الرموز أو قائمة المصطلحات

Symbols or Glossary List of

قائمة الرموز تستخدم في التقارير والأبحاث التي تحتوي على الكثير من الرموز أو بعض المصطلحات الفنية التي لا يعرفها الكثيرون وبهذه الطريقة يمكن شرح الرمز أو المصطلح مره واحدة خاصة عند وجود مصطلح متكرر لأكثر من مره مثل "السهم".

في حالة تقارير العمل داخل المؤسسة يتم استخدام الكثير من الرموز التي يعرفها العاملون في المؤسسة وبالتالي لا يكون هناك داعٍ لوجود قائمة للرموز والمصطلحات، أما في حالة التعامل مع مؤسسات أخرى فربما احتجنا قائمة الرموز والمصطلحات.

وخلاصة القول هو أن قوائم الأشكال والجداول والرموز والمصطلحات يستهلكان وقتاً لإعدادهما فلا تستخدمهما في العمل ما لم تكن هناك حاجة فِعلية، أما في كتابة الأبحاث الطويلة فغالباً ما يكون ذلك مطلوباً ومستخدماً.

المقدمة

Introduction

يجب أن توضح المقدمة ثلاثة أشياء وهي: موضوع التقرير وخلفيته، الهدف من التقرير أو من الدراسة، حدود الدراسة أو التقرير. يمكن أن تشتمل المقدمة أيضاً على شرح موجز لأقسام التقرير أو لمنهج الدراسة، **فالمقدمة** تجيب عن الأسئلة الآتية:-

أ- ما الموضوع وما أهميته؟
ب- ما هدف هذه الدراسة تحديداً؟ ولماذا تم عمل الدراسة (مثل أن الأبحاث السابقة لم تبحث هذه النقطة أو أن مشكلة العمل مازالت قائمة)؟
ت- ما أسلوب الدراسة (دراسة نظرية، عملية، تسويقية،باستخدام الحاسوب،.)؟
ث- ما الأقسام التالية في التقرير؟

المقدمة لا تحتوي على أي نتائج أو توصيات أو تفاصيل الدراسة، فالمقدمة ليست ملخصاً للتقرير أو البحث، فأنت تريد أن تُهيئ القارئ لقراءة البحث أو التقرير وهو متفهم لأهميته وأسلوبه وحدوده وتنظيم الأقسام التالية.

في تقارير العمل قد تكون بعض الأسئلة التي ستجيب عنها في المقدمة معلومة تماماً لقارئ التقرير، وبالتالي لن يكون هناك فائدة من ذكرها. فمثلاً عند تقديم تقرير لمديرك في العمل عن تطوير العمل في القسم الذي تعملون به، فإنك لن تبدأ بشرح أهمية هذا القسم وما يقوم به لأن هذه أمور معلومة تماماً للقارئ. ليس معنى هذا أنه لا داعي لكتابة مقدمة في أي تقرير للعمل، لكن بعض التقارير قد لا تحتاج مقدمة مثل التقارير اليومية أو الأسبوعية التي تعرض الأنشطة اليومية أو

أرقام الإنتاج أو المبيعات، فمحتوى التقرير معلوم للجميع ولا يحتاج مقدمة، وبعض التقارير قد تحتاج مقدمة مختصرة تسجل أهمية التقرير والسبب في إعداد مثل هذه الدراسات التي قد يتم الاحتفاظ بها للمستقبل، وبعض التقارير يحتاج مقدمة كاملة مثل التقارير المطولة لدراسة مشاكل العمل أو الخطط المستقبلية. ستجد أن المقدمة تزداد أهميتها كلما اختلفت نوعية القراء المحتملين فعندما يتم توزيع التقرير على أقسام مختلفة داخل المؤسسة فإن المقدمة تكون لها أهمية عما إذا كان التقرير سيتم توزيعه داخل قسم واحد وهكذا

المقدمة لابد أن تكون قصيرة بالنسبة لحجم التقرير فمثلاً قد يكون طول المقدمة في حدود 2-5% من طول التقرير. فالتقارير المكونة من عشرات الصفحات قد تكون المقدمة فيها صفحة واحدة، والتقارير المكونة من ثلاث أو أربع صفحات تكون مقدمتها بضعة أسطر.

قلب التقرير

Main Body

قلب التقرير هو أكبر عناصر التقرير وهو يتكون عادة من عدة أجزاء أو أقسام. لاحظ انه لا يوضع عنوان باسم "قلب التقرير" وإنما هو مصطلح مستخدم هنا لتسمية الأجزاء الوسطى في التقرير. قلب التقرير يشرح المشكلة أو الموضوع بشيء من التفصيل، ويوضح ما تم فعله لحل المشكلة أو دراسة الموضوع ويوضح كذلك النتائج وتحليلها، أقسام قلب التقرير تختلف حسب طبيعة البحث أو التقرير ولكن لنستعرض أمثلة لبعض الأقسام المعتادة لقلب التقارير.

الأبحاث العلمية:

ا- الخلفية النظرية والأبحاث السابقة.

ب- طريقة الدراسة.

ج- النتائج وتحليلها أو مناقشتها.

تقارير العمل التي تشرح ما تم عمله لحل مشكلة أو تحسين شيء ما:

أ- شرح المشكلة بالتفصيل.

ب- الخطوات التي تم إتباعها.

ج- نتائج هذه الخطوات ومدلولاتها.

تقارير العمل التي تقترح تغيير عملية ما:

أ- شرح الوضع الحالي.

ب- شرح الوضع المقترح.

ج- شرح النتائج المتوقعة أو مقارنة الوضع المقترح بالوضع الحالي.

تقارير دراسات الجدوى:

أ- شرح المشروع.

ب- شرح المعلومات المتوفرة عن السوق والمنافسين واحتياجات العملاء والمنتجات البديلة.

ج- شرح التكاليف المختلفة والمبيعات المتوقعة.

د- عرض التحليلات الاقتصادية.

تقارير العمل التي تعرض بيانات المبيعات أو الإنتاجية: يتم التقسيم حسب المنتجات

بالطبع يوجد أنواع أخرى من التقارير والتي قد يكون لها تقسيمات أخرى. ولتقسيم الموضوع إلى أقسام فعلينا أن نحاول تقسيم الموضوع بشكل متسلسل وهذا التسلسل قد يأخذ أشكالاً متعددة مثل:

أ- **تسلسل منطقي:**أو فكري مثل التسلسل المذكور أعلاه في الأبحاث العلمية حيث نبدأ بدراسة الأبحاث السابقة ثم نقوم استخدام طريقة ما لدراستنا ثم نحصل على نتائج ثم نحللها.

ب- **تسلسل زمني:** مثل التسلسل الذي نستخدمه لتقديم تقرير علمي عن ظاهرة معينة فاننا نبدأ بالحديث عن مرحلة ظهور بوادر هذه الظاهرة ثم ظهور الظاهرة نفسها ثم انتشارها ثم نتائجها وعواقبها.

ج- **تسلسل مكاني:**أو إداري مثل التسلسل الذي نستخدمه لعرض أنشطة الإدارات المختلفة بعرض كل إدارة على حدة أو تقرير عن نتائج أقسام أو إدارات مختلفة بعرض نتائج كل قسم أو كل إدارة على حدة

د- **تسلسل موضوعي:**مثل أن نعرض أداء جميع المنافسين في المبيعات ثم أداء جميع المنافسين في الإعلان ثم أداء جميع المنافسين في الإنتاج وهكذا.....

هـ- تسلسل أهمية أو قيمة مثل تقارير العمل التي تعرض العديد من المقترحات أو تتحدث عن العديد من الأنشطة فقد يتم العرض بترتيب الأهمية.

و- ترتيب أبجدي أو رقمي مثل التقرير الذي يتحدث عن توزيع جوائز على أشخاص على نفس المنزلة فنلجأ للترتيب الأبجدي أو الترتيب بالرقم الوظيفي أو ما شابه ذلك.

هذه بعض أساليب تقسيم قلب التقرير وبالطبع قد يكون هناك تسلسل آخر ومُعد التقرير عليه اختيار التقسيم المناسب.

الاستنتاجات أو التوصيات

Conclusions or recommendations

الاستنتاجات هي المعلومات التي يتم استنباطها من نتائج الدراسة أو يتم التوصل إليها من بيانات التقرير. هذا القسم لابد أن يحتوي الإجابة على السؤال الأساسي للبحث أو التقرير وان تكون الإجابة نابعة من خطوات الدراسة أو إجراءات العمل. فمثلاً البحث العلمي قد يُثبت أمراً ما أو يثبت علاقة بين متغيرات، بينما تقارير العمل قد توضح تحسن الأداء أو وجود فرص للاستثمار في صناعة ما. ينبغي ألا تحتوي الاستنتاجات على بيانات لم يتم ذكرها في التقرير أو استنتاجات ليست نابعة من نتائج التقرير.

التوصيات هي الأشياء التي نوصي بإجرائها بناءًا على ما استفدناه واستنتجناه من التقرير. فمثلاً التقرير الذي يوضح خطة إستراتيجية ينتهي بتوصية بإتباع إستراتيجية من الاستراتيجيات التي عرضت في التقرير والتقرير الذي يقترح حلاً

لمشكلة يجب أن ينتهي بتوصية بتنفيذ أحد الحلول والبحث العلمي قد يوصي ببحث نقطة ما أو إجراء مزيد من البحوث في مجال ما.

بعض تقارير العمل مثل تلك التي تَعرض بيانات فقط بدون تَحليلها – مثل التقارير الدورية للإنتاجية والاستهلاك– لا يكون لها أي استنتاجات أو توصيات. كذلك الحال في التقارير الدراسية التي يَشرح فيها الطالب موضوعاً ما فإنه قد لا يكون هناك استنتاجات أو توصيات. دراسات العمل غالباً ما يوجد بها قِسم خاص للاستنتاجات والتوصيات. الأبحاث العلمية يجب أن يوجد بها استنتاجات ولكن قد لا تكون هناك توصيات أحياناً. في حالة وجود استنتاجات وتوصيات فقد يوضعان في قسم واحد أو يوضع كل منهما في قسم منفصل وفي هذه الحالة تأتي الاستنتاجات أولاً ثم التوصيات. في حال وجود توصيات أو استنتاجات أو كليهما فإنه ينبغي كتابتهما بعناية مثل التي تُعطى للملخص لأن هذه الأجزاء هي التي يقرؤها أغلب القراء ولأنها تحتوي نتيجة البحث والتوصية التي سيتم الموافقة عليها أو رفضها من قبل المدير أو المديرين.

المراجع
References

في الأبحاث العلمية الرسمية يجب كتابة المراجع التي تمت الاستعانة بها لإجراء الدراسة مثل أبحاث سابقة أو كتب أو مقالات. في تقارير العمل ففي الأغلب لا يكون هناك قسم للمراجع لأن معظم التقارير تكون مُعتَمِدة على بيانات داخلية للمؤسسة. ولكن في بعض الأحيان قد يكون من الضروري ذكر المراجع في الدراسات الفنية المتقدمة أو الدراسات الإدارية المعتمدة على معلومات خارجية مثل دراسات الجدوى والتخطيط الاستراتيجي.

قد تتساءل ولماذا نكتب المراجع؟ لكي يتمكن القارئ من معرفة المصادر التي اعتمدت عليها في الدراسة وبالتالي يمكنه الرجوع إليها أو التأكد من أن الكاتب اعتمد على مصادر جيدة. افترض أنك قمت بدراسة عن حجم المبيعات المتوقع العام القادم، فلاشك أنك ستعتمد على مصادر عالمية ومحلية توضح التوقعات بالنسبة للسوق والتوقعات بالنسبة للتضخم، وما إلى ذلك. قد يكون للمدير الذي يقرأ التقرير شك في المصدر الذي استخدمته لتوقع زيادة الطلب في السوق، وبالتالي فإن كتابتك للمصادر تمكنه من أن يطلب منك الاعتماد على مصدر آخر، فكتابة المصادر قد تكون هامة بعد سنوات من كتابة التقرير حيث تمكننا من معرفة مصادر التقرير والتي قد نستعين بها مرة أخرى عند إعداد دراسة مماثلة. لأن كتابة المصادر قد تُعفيك من المسئولية عند تبين خطأ التوقعات وذلك لأن التقرير يوضح المصدر الذي اعتمدت عليه. ففي البحث العلمي –على سبيل المثال– يستفيد الباحثون كثيراً من كتابة المصادر لأنها تمكنها من الوصول إلى الأبحاث السابقة والتي تساعدهم في بحثهم الحالي.

كتابة المصادر لها بعد آخر لا يَقل أهمية عما سبق وهو الأمانة في كتابة التقرير. فمن الأمانة أن تُوضِّح مصدر المعلومات وأن تُوَفِّيه حَقَّه بأن تَذكره في التقرير أو البحث. وبالتالي فعند الاستعانة بأي مصدر يَنبغي أن تكتبه في قائمة المراجع (أو أسفل الصفحة). مع مراعاة أن أي كلام منقول حرفياً يجب وضعه بين علامات تَنْصيص "...." وبالطبع يُذكَر المصدر. هذا يقودنا إلى نقطةٍ هامة وهي أنه لا يَصح أن يكون البحث عبارة عن نقل حرفي لأبحاث وتقارير الآخرين، فالمُفترض أن البحث الذي تضع عليه اسمك هو من إعدادك أنت وبكلماتك أنت، ولا مانع من الاستعانة بالمراجع وبتقارير الآخرين لكن الاستعانة تعني استخدام المعلومات

الواردة في تقاريرهم وليس نقلها بالكامل نقلاً حرفياً. يستثنى من ذلك أن تحتاج لنقل تعريف أو فقرة صغيرة وفي هذه الحالة توضع بين علامات تَنْصيص كما ذكرنا.

عند كتابة المراجع يلزم توضيح البيانات الآتية لكل مصدر

الكتب: اسم المؤلف، اسم الكتاب، رقم الطبعة أو الإصدار، اسم الناشر، بلد الناشر، سنة النشر.

الأبحاث العلمية والمقالات: اسم المؤلف، اسم المصدر المقالة أو البحث، اسم المجلة العلمية التي نشرت بها المقالة، رقم المجلد للمجلة العلمية ورقم الصفحات، سنة نشر المقالة، أرقام الصفحات.

كتابة المراجع في الأبحاث العلمية يجب أن يَتبع التنسيق الخاص بالجامعة أو دار النشر والذي يختلف من حيث ترتيب كتابة بيانات المصدر وشكل الكتابة.

المرفقات

Appendix (Appendices) or Attachments

المرفقات هي معلومات يتم إرفاقها (إلحاقها) بالتقرير أو البحث. لماذا؟ لأن هذه المعلومات ليست أساسية لكي توضع في التقرير نفسه ولكنها في نفس الوقت قد تكون مهمة لبعض القراء أو أننا لا ندري إن كان قارئ التقرير سيهتم بها أو لا. فالمرفقات تساعد على تقليل حجم التقرير الأصلي وتتيح للقارئ المهتم بجزئية ما أن يطلع عليها في المرفقات. لأن المرفقات تحتوي بيانات تفصيلية أو بيانات هامشية مثل:

- حسابات تفصيلية.
- معلومات تفصيلية عن دراسات سابقة.
- صور.
- بيانات تاريخية.

قد لا يحتوي التقرير على أي مرفقات أو يحتوي على مرفق واحد أو أكثر، فكل مرفق يحتوي على مجموعة من البيانات بمعنى أنه لا يتم وضع كل البيانات التفصيلية المختلفة في مرفق واحد. لا توجد قاعدة صريحة لما يتم إرفاقه سوى أنها بيانات قد يهتم بها القارئ أو بعض القراء.

أسئلة الخامسة عشرة:

1. عرف التقرير واذكر أهدافه.
2. ما هي متطلبات كتابة التقرير؟
3. ما هي مقومات نجاح التقرير؟
4. ما هي خطوات إعداد التقرير؟
5. ما هي العوامل التي تؤثر على دورية التقرير؟
6. صنف التقارير حسب الهدف منها.
7. صنف التقارير حسب التوجيه.
8. ما هي العناصر الرئيسية للتقرير الجيد؟
9. تحدث عن تسلسل المعلومات في التقرير
10. قارن بين كل من:
    أ. تقارير المعلومات وتقارير الدراسات.
    ب. تقارير الأنشطة الإدارية وتقارير الأفراد
    ت. التقارير الوصفية والتقارير سابقة التصميم.
11. أكتب تقرير متكامل عن نشاط يكلفك به مدرسك.