

<https://doi.org/10.62837/2025.1.13>

ÇİNARƏ MƏMMƏD QIZI QƏHRƏMANOVA

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti,
UNEC, Azərbaycan dili kafedrası
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
chinara83@gmail.com
orcid.org/0000-0002-5928-9019

ELEKTRON POÇT VASİTƏSİLƏ İŞGÜZAR YAZIŞMALARIN SPESİFİKASI

Açar sözlər: *işgüzar yazışma, etiket qaydaları, məktub, sənəd, ofis işi*

Ключевые слова: *деловая переписка, правила этикета, письмо, документ, делопроизводство*

Key words: *business correspondence, etiquette rules, letter, document, office work*

İşgüzar yazışma işgüzar ünsiyyətin ən vacib formalarından biridir. Mütəxəssislər hesablayıblar ki, bəzi inzibati işçilər iş vaxtının 20-50%-ni məktublar yazmaq və onların üzərində işləmək üçün sərf edirlər. İş məktubları təşkilatın xarici dünya ilə ən mühüm ünsiyyət vasitəsi kimi xidmət edir. Onların vasitəsilə şirkət işgüzar əlaqələr yaradır və saxlayır, münasibətləri aydınlaşdırır, məlumat mübadiləsi, ilkin danışıqlar aparır, planlaşdırılan əməliyyatın təfərrüatlarını dəqiqləşdirir, iddialar irəli sürür və s.

İşgüzar yazışmalar prosesində fərdi kompüterdə hazırlanmış mesajların elektron formada ötürülməsinin təşkili mühüm rol oynayır. Elektron işgüzar yazışmalar artıq ənənəvi kağız yazışmaları böyük ölçüdə əvəz etmişdir. Biz hər gün həmkarlarımıza, müştərilərimizə və tərəfdaşlarımıza onlarla e-poçt göndəririk, problemlə məsələləri operativ həll etmək və ya ilkin razılaşmalar yaratmaq lazım gəldikdə elektron yazışmalara müraciət edirik. Yaxşı yazılmış e-poçt, şirkətin vizit kartı və iş adamı imicinin mühüm tərkib hissəsidir.

Rəqəmsal formatda yazışmalar ənənəvi yazışmalardan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, lakin onun özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bu yazıda elektron poçtla göndərilməsi nəzərdə tutulan məktubun tərtib edilməsi və formatlaşdırılmasının xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməyə çalışacağıq.

Qeyd etmək lazımdır ki, elektron yazışma qaydaları heç bir standart və ya qaydalarla müəyyən edilmir, bir tərəfdən sənədlərin kağız üzərində icrasına dair ümumi tələblərlə, digər tərəfdən isə İnternet rabitəsi qaydaları ilə müəyyən edilir. Bu zaman informasiyanın təqdim edilməsi prinsiplərinə və virtual həmsöhbətlə ünsiyyət

etikasına riayət olunmasına ciddi fikir verilməlidir. E-poçtların hazırlanması üçün universal standartlar olmasa da, bir çox şirkətlər e-poçtların tərtibi və mübadiləsi qaydalarını ehtiva edən korporativ etiket standartları və kodları yaradırlar.

Elektron poçtun arxitekturası işgüzar yazışmaların ümumi qəbul edilmiş standartlarına tam uyğun olmalıdır. Həm ənənəvi, həm də e-poçt məktublarında üç struktur element var: giriş, əsas və yekun.

E-poçtda ünvan, mövzu, salamlama, mətn, yekun etiket düsturu və göndərən imzası olmalıdır. Sadalanan struktur elementlərdən hər hansı birinin olmaması alıcının şüurunda göndəricinin səriştəli və nəzakətli ünsiyyət standartlarına cavab verən məktublar tərtib edə bilməməsi təəssüratı yarada bilər.

İşgüzar etiket danışıqların hər iki tərəfi üçün rahat olan şəkildə daha tez razılaşma əldə etmək üsuludur. İnsanlar müxtəlif dillərdə danışdıqları üçün bir çox sövdələşmələr uğursuz ola bilər. Məsələn, danışıqların bir iştirakçısı evdə ailəsi ilə danışdığı kimi danışır, digəri isə işgüzar ünsiyyət tərzinə riayət edir. Çox güman ki, hər ikisi qıcıqlanacaq. Ümumiyyətlə, işgüzar etiket yazılı, şifahi və telefon ünsiyyəti üçün müxtəlif qaydaları ehtiva edir. Üzbəüz danışıqlarda təkə nitqimizin məzmunu deyil, həm də bizim necə görünməyimiz, necə danışdığımız vacibdir. Telefon rabitəsində səsimizin intonasiyası ilə özümüzə kömək edə bilərik. Yazışmalarda isə əsas bacarıq düşüncələrinizi aydın şəkildə çatdırmaq və strukturlaşdırmaqdır. İşgüzar kommunikasiyada iştirak edənlərin davranışı iş etiketi ilə müəyyən edilir. Etik qaydalar rəsmi olaraq ünsiyyət prosesini tənzimləyir, işgüzar tərəfdaşın şəxsiyyətinə hörmət əsasında bütün iştirakçılar üçün davranış standartlarını müəyyənləşdirir. İşgüzar etiket ünsiyyət iştirakçılarının zahiri görünüşünə, geyimlərinə və danışma tərzinə də müəyyən tələblər qoyur [1, s. 282].

İşgüzar yazışmalarda etiketin başqa bir qaydası geribildirimdir, yəni göndərilən məktubların hər hansı birinə məcburi cavabdır. Məktubun gəldiyini və faylların və ya məlumatların alındığını göstərən bir işarə kimi həmişə cavab verilməlidir. Məktubda dərhal diqqət tələb edən vacib və ya təcili məlumat olduğu hallarda, əhəmiyyəti “yüksək” olaraq göstərməklə vurğulanmalıdır ki, bu gələn məktublar arasında lazım olan məktubu tapmaq və ona operativ cavab verməyə imkan verəcək. Bununla belə, lazım deyilsə, xüsusi "bayraqlardan" çox istifadə edilməməlidir. Elektron məktublarda alıcının salamından istifadə etmək tövsiyə olunur. Ünvan sahibinə salam vermək və şəxsi müraciət etmək inam yaradır və məktuba şəxsi toxunuş verir, sahibinin adına məhəl qoymamaq nəzakətsizlik kimi qəbul edilir, salamın tam olmaması isə göndərən diqqətsizliyindən və ya pis davranışından xəbər verir. Ən çox yayılmış neytral salamlama elə "Salam" hesab olunur. Yazışma gün boyu davam edən və sual-cavab silsiləsi olduqda salami verməmək olar.

Məktubda ünvan sahibi ilə ilk dəfə əlaqə saxladıqda, özünüzü təqdim etmək və onu yazmaq məqsədini izah etmək adətdir. Bir şəxsə məktubla necə müraciət edəcəyinizi başa düşmək üçün onun imzasını öyrənməlisiniz: orada yalnız adı və

soyadı göstərilibsə, ona adla müraciət etmək olar, lakin "Siz" ilə. Əgər məktub rəhbər şəxsə ünvanlanıbsa, şirkət tərəfindən başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, onlara yalnız ad və ata adı ilə rəsmi müraciət etmək məqbuldur. Həmkarınız və ya müştərinizlə atasının adı olmadan ünsiyyət qurarkən belə, adın qısaldılmış versiyalarından istifadə etməməlisiniz. Rəsmi elektron ünsiyyətdə qeyri-rəsmi yazışmalar zamanı mesajlara tez-tez daxil edilən emojilərdən istifadə etmək məsləhət görülmür.

Məktubun əsas mətni qısa, lakin eyni zamanda məlumatlandırıcı olmalıdır. Optimal mətn ölçüsü bir səhifədir. Mesajın vizual qavranılması və onun mənimsənilməsi mətnin paraqraflara bölünməsi ilə asanlaşdırılır. Elektron yazışmalar konkret və qısa olmalıdır. Sadə sintaktik konstruksiyalardan istifadə etmək daha yaxşıdır. Yadda saxlamaq lazımdır ki, kompüter və ya planşet ekranından e-poçtun mətni bir vərəqdən daha çətin qəbul edilir.

Mütəxəssislər yazı yazarkən ağ fondan, ənənəvi Arial, Times New Roman şriftlərindən, qara və ya tünd boz rəngdən istifadə etməyi məsləhət görürlər. Əgər mətnin ayrı-ayrı fraqmentlərini vurğulamaq lazımdırsa, qalın və ya kursivdən istifadə olunmalıdır. Şriftin ölçüsü standartdır, standart isə poçt proqramı tərəfindən təyin olunur.

Məktubun mətnini tərtib etmək və formatlaşdırmaq üçün praktiki tövsiyələr kimi aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- bütün mətni və ya mətnin hissələrini böyük hərflərlə yazmamalısınız - bu aqressiya kimi qəbul edilir;
- slenqlərdən, xüsusi terminlərdən və ya abreviaturalardan istifadə etməyin;
- Orfoqrafiya, qrammatika və düzgün işarələri səhvlərindən qaçmağa çalışmalısınız, çünki onların olması göndərəninin nüfuzunu azaldır;
- məktubun əlavə fayllar şəklində əlavəsi varsa, əsas məktubun mətnində onların əlavədə olması qeyd edilməlidir;
- iş məktublarında postskriptumdan istifadə etmək tövsiyə edilmir.

İmzanın dizaynı xüsusi diqqətə layiqdir. İmzada göndərici (tam adı), vəzifəsi, şirkətin adı, telefon nömrəsi, alternativ ünsiyyət üsulları və s. haqqında məlumatlar olmalıdır.

Məktubun yekun hissəsi və imza əsas mətndən boş sətirlə ayrılır. "Hörmətlə", "Xoş arzularla" kimi neytral formalar tez-tez son hissə kimi istifadə olunur. "İmza" sahəsində abreviaturalardan istifadə edilməməlidir, çünki cavab məktubunda müəllifə necə müraciət edəcəyini başa düşməlidir.

Məktubun cavab müddəti tərəfdaşların və müştərilərin biznes maraqlarına münasibətin göstəricilərindən biridir. İki-üç saat cavab müddəti məqbul hesab olunur. Bir iş günü ərzində operativ cavab vermək mümkün olmadıqda, düzgün forma qaydası ünvana məktubun alınması haqqında məlumat və ünvan sahibinin cavabının mümkün müddətinin göstərildiyi bildiriş göndərmək lazımdır. İşgüzar

məktublar yalnız iş saatlarında, günün birinci yarısında göndərməlidir. Məktubu göndərməzdən əvvəl onu diqqətlə oxumalı və aydınlığı, məntiqi, mətnə əlavə edilmiş faylların olub-olmaması və xətlərin olmamasını yoxlamaq lazımdır.

Beləliklə, işgüzar məktubun göndərilməsinin əsas qaydaları: a) müvafiq sətirdə məktubun mövzusunı göstərmək; b) salamlamağı və ünvan sahibini artıq bilirsinizsə, adı ilə müraciət etməyi unutmayın (bəzən təşkilatın elektron poçtu konkret vəzifəli şəxsə və ya işçiyə istinad etmədən göstərilir); c) təklif və ya müraciətinizin mahiyyətini bildirin; d) məktubun sonunda ünvandan hansı cavab gözlədiyinizi təsvir edin; e) axşam gec saatlarda iş məktubları göndərməyin, çünki həmsöhbətiniz çox güman ki, poçtu təkcə kompüterində və iş vaxtı deyil, həm də telefonunda (24/7) proqramda açıqdır.

Hazırda elektron yazışma işgüzar ünsiyyətin ən perspektivli üsulu hesab olunur və rəhbərliyin təşkilati və sənədləşdirilməsi sahəsində mütəxəssislər gələcəkdə onun həcmlərinin davamlı artacağını proqnozlaşdırırlar. Bu, onlayn yazışmaların danılmaz üstünlükləri ilə bağlıdır: qlobal əlçatanlıq, məlumat ötürmə sürəti, mobillik, təhlükəsizlik, sadəlik və istifadənin asanlığı.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Eminli B.İ., Paşayeva G.B. Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya. Dərs vəsaiti. – Sumqayıt: SDU-nun Redaksiya və nəşr işləri şöbəsi, 2021, 392 s.
2. Paşayeva A.F., Qəhrəmanova C.M. Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya. Dərs vəsaiti – Bakı, “MSV-nəşr”, 2024, 298 s.
3. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой коммуникации. В сборнике: Информационная среда и её особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы международной научно-практической конференции. 2012. С.79-81.
4. <https://www.delopis.ru/html>

Elektron poçt vasitəsilə işgüzar yazışmaların spesifikasi Xülasə

Bütün dövrlərdə işgüzar ünsiyyət istənilən biznesin ən vacib komponentlərindən biri olmuşdur. Məhz düzgün aparılan işgüzar danışıqlar, səriştəli şəkildə tərtib edilmiş müqavilə və ya konkret təklifin məharətlə əsaslandırılması son nəticədə sahibkarlıq fəaliyyətinin uğurunu müəyyən edir.

İşgüzar məktub idarəetmə sahəsində yaradılan sənədlər arasında aparıcı yerlərdən birini tutur. Bir iş adamının fəaliyyətini sənədlərlə işləmədən təsəvvür etmək mümkün deyil.

CHINARA KAHRAMANOVA

**SPECIFICATIONS OF BUSINESS CORRESPONDENCE VIA
ELECTRONIC MAIL
SUMMARY**

Business communication has always been one of the most important components of any business. It is precisely correctly conducted business negotiations, a competently executed agreement or skillful justification of a particular proposal that ultimately determine the success of entrepreneurial activity. A business letter occupies one of the leading places among documents created in the field of management. It is impossible to imagine a businessman's activity without working with documents.

Rəyçi: Dos. Mətanət Əmrahova