

# STRUKTURA I STIL POSLOVNOG PISMA NA ENGLISKOM JEZIKU

UDK 651.75:811.111  
Stručni rad

Mirjana Jagrić, prof.  
Strukovna škola Virovitica  
Vukovarska 2, 33 000 Virovitica, Republika Hrvatska  
Telefon: 099 7043 608 Fax: 033 726 394 E-mail: [mirjana.jagric@skole.hr](mailto:mirjana.jagric@skole.hr)

**SAŽETAK**- Poslovno dopisivanje osim što uspostavlja, omogućuje i nastavlja poslovnu suradnju, također je i bitan dio poslovnog imidža svake tvrtke. U ovom članku govori se o ulozi i važnosti poslovnog dopisivanja, te o strukturi, jeziku i stilu poslovnih pisama na engleskom jeziku. Pri tome se ne radi o distinkciji između europskog i američkog tipa stila pisanja i strukture pisma, osim u nekim manjim dijelovima. Velik dio rada posvećen je detaljnom opisu dijelova pisma s pripadajućim nazivima i stvarnim primjerima. U pojašnjenju teksta pisma predloženi su početci rečenica i učestale fraze kao ilustracija funkcije pojedinog paragrafa, ali i kao pomoć budućim autorima poslovnih pisama na engleskom jeziku.

**Ključne riječi:** poslovno pismo, engleski jezik, stil, struktura

**SUMMARY** - Not only that business correspondence establishes, enables and continues business cooperation, it is also an important part of the business image of every company. This article discusses the role and the importance of business correspondence, as well as its structure, language and style of writing English business letters. At the same time a distinction between American and European business letters is not being made except in some minor segments. A major part of the article is dedicated to a detailed description of the parts of a business letter together with the pertinent names, titles and the actual examples. The explanations of the body of the letter suggest the beginnings of the sentences and frequent formal expressions to serve as a case in point of the function of every paragraph and as an aid for the future authors of English business letters.

**Key words:** business letter, English language, style, structure

## 1. UVOD

Poslovna komunikacija može se odvijati usmeno ili pismeno putem poslovnog dopisivanja.

Poslovno pismo često postaje dokument pomoću kojega se ispituje, pokreće, održava ili ubrzava neka poslovna situacija.

Njegova osnovna karakteristika je da ono pretpostavlja odgovor.

Sam sadržaj poslovnog pisma može biti raznovrstan i ovisi o vrsti poslovnog odnosa. Najčešće se upućuje jednoj osobi ili organizaciji, ali može biti poslano i na više adresa.

Poslovna pisma se mogu razvrstati u pet osnovnih tipova<sup>1</sup>:

1. Pisma u kojima se nešto zahtijeva ili traži,
2. Pisma koja su odgovor na primljeno pismo,
3. Pisma u kojima se traži dopuštenje za neki projekt ili poslovni pothvat,
4. Popratna pisma,
5. Pisma zamolbe.

Izuzetno je bitno posvetiti veliku pažnju pisanju pisma jer ono predstavlja svoga pošiljatelja i daje prvi utisak o tvrtci, organizaciji ili instituciji u čije se ime pismo šalje.

Amerikanci, koji velik dio svoga formalnoga obrazovanja posvećuju vještinama pisanja, osmislili

su jednu poslovnu izreku, koja se, između ostaloga, može primijeniti u slučaju pisanja prvog poslovnog pisma. Ona glasi: You only get one chance to make a first impression.

## 2. POSLOVNO PISMO

Poslovno pismo na engleskom jeziku omogućuje neposredno stvaranje poslovnih veza često zamjenjujući osobni kontakt, osigurava kontinuiranost informiranja, racionalno poslovanje i unapređuje međusobnu suradnju.

Poslovno dopisivanje, za razliku od usmenog poslovnog komuniciranja, ostavlja pisani trag u poslovnim aktivnostima. Prednost poslovnog dopisivanja je, između ostaloga, baš u tome što ostavlja dokument koji se može čuvati i koji može poslužiti kao dokaz u ostvarivanju prava, ili u međusobnom odnosu poslovnih partnera.

Još jedna prednost pisma je njegova mogućnost popravljivanja i dopunjavanja sve dok autor pisma nije potpuno zadovoljan svojim pisanim iskazom.

Mogući nedostatak poslovnog pisma je odsustvo osobnog kontakta koji je često presudan za pravovremeno reagiranje u potencijalno konfliktnim ili sličnim situacijama.

## 3. JEZIK I STIL

Oblik, jezik i stil poslovnog pisma prilagođavamo situaciji.

<sup>1</sup> Izvor: <http://academics.smcvt.edu/cbauer-ramazani/IEP/BusEnglish/busletter.htm> (2.5.2011.)

Potrebno je uzeti u obzir dob, spol i položaj primatelja pisma, te u kakvom je odnosu pošiljatelj s primateljem, poslovnom, službenom, diplomatskom, itd.

Poslovno pismo treba biti pisano kratkim, jasnim i preglednim rečenicama.

Kada je god to moguće, treba izbjeći korištenje 1. lica jednine. Može ga se izbjeći množinom, pasivnim konstrukcijama, referiranjem na tvrtku ili na primatelja pisma (Lipeć, 2005 i Urbany, 1995)

Npr. Umjesto:

I want to...

Možemo koristiti:

We are willing to...

Umjesto:

I will send you our order...

Možemo koristiti:

May we enclose our order...

Ili izbjegavanje subjekta (I ili we) pomoću pasiva:

Npr. The prices for each kind are shown on the patterns...

Preporučuje se ozbiljan, uljudan, pozitivan ton, primjeren vrsti pisma koje se piše.

Jezik poslovnog pisma mora biti standardni engleski jezik. Veliku pažnju treba posvetiti pravopisu, gramatici i sintaksi.

Pri pisanju treba koristiti poslovnu terminologiju, a treba izbjegavati klišeje, izražavanje emocija i umetanje napamet naučenih fraza i kompliciranih predložaka u glavni dio pisma.

Poruka pisma mora biti ekonomična, ali i obrazložena i cijela.

#### 4. DIJELOVI POSLOVNOG PISMA

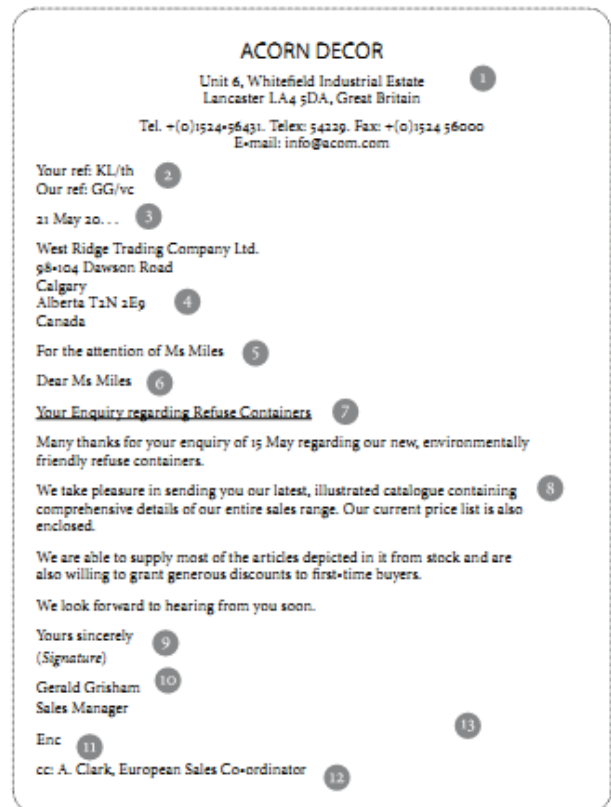
Primjer poslovnog pisma na engleskom jeziku vidimo na slici 1.

Struktura poslovnog pisma na engleskom jeziku je zadana, ali postoji više dopuštenih varijacija kada govorimo o položaju dijelova pisma unutar pisma.

Npr. Adresa pošiljatelja, pozivni znakovi i datum mogu se postaviti ispod logotipa tvrtke s desne strane pisma, kao što i (rjeđe) pozdrav, potpis i prilozi mogu biti s desne strane, ali ispod teksta pisma.

Dijelovi pisma s primjerima u ovom radu prilagođeni su iz sljedeće literature (Ashley, 2003 Lipeć, 2005 i Urbany, 1995):

Sl. 1. Primjer poslovnog pisma



Izvor: <http://www.poslovni.hr/vijesti/poslovno-dopisivanje--na-hrvatskom-i-engleskom-86365.aspx> (2.5.2011.)

##### 4.1. Zaglavlje-letterhead

Zaglavlje poslovnog pisma predstavlja pošiljatelja pisma.

Ono sadrži naziv tvrtke, adresu, broj telefona i telefaksa i e-mail adresu. U pravilu se navode i imena direktora, te njihovi uredski brojevi telefona. Zaglavlje može sadržavati i logotip tvrtke i adresu pripadajuće internetske stranice.

Uz naziv tvrtke, navodi se vrsta tvrtke skraćenicom ili akronimom.

Npr. Ltd, PLC ili INC.

##### 4.2. Pozivni znakovi- reference line

Pozivni znakovi se obično sastoje od inicijala autora pisma i ponekad inicijala osobe koja ga je prepisala.

Pozivni znakovi mogu biti i brojevi koji su oznake spisa ili urudžbeni brojevi, a obavezni su u dopisivanju s upravnim tijelima državne ili gradske vlasti i s velikim tvrtkama s brojnim odjelima.

Npr. Your ref. JF/MC  
Our ref. 877/11

##### 4.3. Datum-date

Datum se piše ispod pošiljateljeve adrese i/ili pozivnih znakova.

Mjesec u datumu treba biti izražen rječju da bi se izbjegla zabuna između britanske i američke inačice datuma.

Suvremeni načini pisanja datuma nude brojne mogućnosti, npr.:

21 September 2011  
September 21 2011  
September 21, 2011  
September 21<sup>st</sup> 2011  
September 21<sup>st</sup>, 2011.

#### 4.4. Adresa primatelja-inside address

Adresa primatelja se piše redak ispod adrese pošiljatelja i datuma, s lijeve strane pisma.

Ukoliko je poznato ime primatelja, ono se unosi zajedno s pripadajućim počasnim naslovom u prvi redak.

Moguće su sljedeće kombinacije:

- Počasni naslov, inicijali imena i prezime.  
Npr. Mr W.M. Jones
- Počasni naslov, puno ime i prezime.  
Npr. Mr William Michael Jones,  
Ali ne: oslovljavanje i prezime; npr. Mr Jones.

Ispred imena i prezimena primatelja upotrebljavaju se sljedeći počasni naslovi, i to uvijek u skraćenom obliku kao što je dolje navedeno:

- Mr - uobičajeno je za muškarca.
- Mrs - koristi se za udanu ženu.
- Miss - koristi se za neudanu ženu.
- Ms - koristi se i za udanu i za neudanu ženu.  
Preporučljivo je koristiti ovaj oblik kada:  
-nismo sigurni u bračno stanje primateljice pisma,  
-želimo dati do znanja da nam primateljičino bračno stanje nije bitno,  
-ne znamo koji način oslovljavanja primateljica preferira.
- Messrs - pismo je adresirano na dvojicu ili više muškaraca ili je dio imena tvrtke. Danas je rijetko u upotrebi.  
Npr. Messrs Hudson, Clark & Co.

Akademске, vojne, medicinske i aristokratske titule koriste se na isti način;

Dr (Doctor),  
Prof. (Professor),  
Capt. (Captain),  
Maj. (Major),  
Col. (Colonel),  
Gen. (General),  
Lord,  
Lady,

Sir -viteška titula nakon koje se uvijek piše ime i prezime, ali treba pripaziti na njezinu drugačiju primjenu u oslovljavanju.

Npr. Dear Sir.

Esq. -ova titula je danas pomalo arhaična. U rijetkim slučajevima se može koristiti umjesto titule

Mr, ali se postavlja nakon imena i prezimena primatelja.

Npr. Michael Homes Esq.

Točka u tituli se koristi ako titula ima oblik nekoliko slova s početka riječi.

Npr. Prof. (Professor)

Točka nije obavezna ako se titula sastoji od prvog i zadnjeg slova naziva titule.

Npr. Dr (Doctor)

Oslovljavanje s Mr i Mrs može, i ne mora završavati točkom, no bitno je biti dosljedan u svom odabiru kroz cijelo pismo.

U slučaju da ne znamo ime primatelja pisma, ali znamo njegovu/njezinu funkciju na radnom mjestu, možemo ju upisati iznad adrese primatelja.

Npr. The Sales Director.

Umjesto funkcije, na isto mjesto može se upisati odjel tvrtke primatelja pisma.

Npr. The Sales Department.

Ako nije poznat niti jedan od gore navedena dva podatka, tada adresiramo pismo na samu tvrtku ili ustanovu.

Npr. The Perspective Ltd.

Redosljed adrese primatelja;

Nakon imena primatelja, funkcije ili imena tvrtke/ustanove, preporuča se koristiti ovaj redosljed:

- Broj ispred imena ulice i ime ulice, avenije, ceste i sl.
- Grad,
- Poštanski broj,
- Država.

#### 4.5. Nadležna osoba - „na ruke“ - attention line, for the attention of

Kada pismo treba biti dostavljeno određenoj osobi nadležnoj za realizaciju posla, poželjno je naznačiti to u pismu.

Ta se osoba može navesti i izravno u adresi primatelja.

#### 4.6. Oslovljavanje-salutation

Način na koji se oslovljava primatelj pisma ovisi o načinu oslovljavanja koji je upotrijebljen u primateljjevoj adresi ili uz oznaku "attention".

##### 4.6.1. Kada je poznato ime primatelja;

Npr. Mr W.M.Jones treba biti oslovljen na sljedeći način:

Dear Mr Jones,

što znači da u takvim slučajevima primatelja oslovljavamo s "Dear", nakon čega slijedi oslovljavanje i prezime primatelja, ali ne inicijali ili ime.

Kombinacija "Dear" i ime primatelja:

Npr. Dear George,

smije se upotrebljavati samo ako se radi o dobro poznatim suradnicima.

#### 4.6.2. Kada nije poznato ime primatelja;

U takvim slučajevima oslovljavamo s jednim od ponuđenoga:

1. Dear Sir (za mušku osobu),
2. Dear Sirs ili am. Gentlemen (odnosi se na cijelu tvrtku),
3. Dear Madam (za žensku osobu bez obzira na bračni status) ili am. Ladies (za rukovoditeljice tvrtke),
4. Dear Sir or Madam, Dear Sir/Madam ili To whom It May Concern (ne znamo spol primatelja pisma).

#### 4.6.3. Upotreba interpunkcijskih znakova.

Dopuštena je upotreba zareza ili dvotočke (am.engl.), ali postoji mogućnost ne upotrijebiti niti jedan znak nakon počasnog naslova.

Npr. Dear Mr Jones,  
Dear Mr Jones: ili  
Dear Mr Jones.

#### 4.7. Predmet - subject title, subject line

Ispod oslovljavanja, s retkom razmaka, može se navesti predmet pisma koji i prije samog sadržaja pisma nagoviješta temu i svrhu pisanja pisma.

Npr. Letter of Application.

#### 4.8. Sadržaj pisma- body of the letter

Sadržaj ili „tijelo“ pisma glavni je dio poslovnog pisma.

Služi za prenošenje ili traženje poslovnih informacija.

Iako se radi najčešće o kratkom tekstu, u sadržaju pisma postoje tri dijela:

- uvod,
- glavnina,
- zaključak,

##### 4.8.1. Uvod

Uvod se sastoji od jednog paragrafa koji sadrži 3-4 rečenice.

Pošiljatelj se u uvodu predstavlja, ako je potrebno, ili se poziva na ranije dopisivanje, poslovnu vezu, telefonski razgovor, oglas i sl. Zahvaljuje se na prethodnom pismu ili nekoj ostvarenoj suradnji.

Navodi se svrha pisanja pisma (osim u slučaju kada je naveden predmet) ili prigoda pisanja pisma. (Lipiec, 2005 i Urbany, 1995.)

Npr. Thank you for the letter of...  
I am writing to you with reference to...  
In reply to your request...

#### 4.8.2. Glavnina

Glavni dio pisma može se sastojati od 2-4 paragrafa. Između svakog paragrafa ostavlja se jedan prazan redak. Uvlake su danas rijetko u upotrebi, ali su dopuštene.

Za svaku potrebnu informaciju ili radnju koja se očekuje od primatelja ili koju pošiljatelj nudi, koristi se novi paragraf.

Pošiljatelj detaljnije piše o razlozima i ciljevima pisma, pružajući dodatne informacije i pokušava uvjeriti primatelja da poduzme one radnje koje pošiljatelj indirektno traži, moli ili zahtijeva. (Lipiec, 2005 i Urbany, 1995.)

Npr. We would like to make the following proposal...

We regret to hear that...

May we remind you that...

Please except my apologies...

I am pleased to inform you that...

#### 4.8.3. Zaključak

Zaključak je kratak i jasan sažetak sadržaja pisma.

Ovdje treba izričito, ali primjerenim stilom, napisati što se od primatelja očekuje, i ako je potrebno, treba indicirati koje radnje pošiljatelj može poduzeti, ukoliko uvjeti ne budu ispoštovani. (Lipiec, 2005 i Urbany, 1995.)

Npr. We would be grateful if you could...

We hope that you will be able to...

I believe this information will...

Završetak zaključka i samog sadržaja pisma poziva na brz odgovor i ostavlja otvoren komunikacijski kanal za buduću suradnju.

Npr. We look forward to hearing from you soon.

Ili (Ožanić, 2009:109)

If you need more information, please do not hesitate to contact me.

#### 4.9. Pozdrav- complementary close

Mnogo je načina kako završiti pismo.

Treba uzeti u obzir način na koji je oslovljen primatelj u dotičnom pismu.

Dva se pozdrava najčešće upotrebljavaju u poslovnom dopisivanju:

1. Yours faithfully;  
koristi se ako je primatelj oslovljen na jedan od sljedećih načina:

- a. Dear Sir,
- b. Dear Sirs,
- c. Dear Sir or Madam,

d. Dear Ladies / Ladies.

2. Yours sincerely;

Koristi se u kombinaciji s:

- a. Dear Mr ....,
- b. Dear Miss .....,
- c. Dear Mrs .....

Rjeđe, no ipak ponekad u upotrebi pronalaze se i:

- Best wishes,
- Yours truly,
- Truly yours,

i to samo u slučajevima kada se radi o dobro poznatim suradnicima, višegodišnjim poslovnim partnerima i sl.

Iza pozdrava najčešće se dodaje zarez, ali nije obavezno.

#### 4.10. Ime i potpis- name and signature

Ispod pozdrava pošiljatelj rukom ispisuje svoj potpis, a ispod njega računalom piše svoje ime i prezime i naziv svoga radnog mjesta, ako je relevantan.

#### 4.11. Po ovlaštenju- per pro

U slučaju da je pošiljatelj pisma tajnik ili osobni asistent koji piše i potpisuje po ovlaštenju nadređenoga, tada prije svoga imena unosi skraćenicu „p.p.“

#### 4.12. Prilozi-enclosures

Ako se pismu prilažu kakvi dokumenti, ispod imena i potpisa upisuje se "Enc." ili "Encl." Ako se radi o više priloga, mogu se navesti i njihovi nazivi, jedan ispod drugoga. (Urbany, 1995)

Npr. Enc.

Bill of Lading (3 copies)

Insurance Certificate (1 copy)

Certificate of Origin (1 copy)

Bill of Exchange (1 copy)

#### 4.13. Raspored kopija - cc- carbon copy

Često je potrebno isto pismo poslati na adrese više primatelja. Da bi se primatelja upoznalo s tom namjerom, na kraju pisma se dodaje opaska "cc".

## 5. ZAKLJUČAK

Poslovno pismo je ogledalo pošiljatelja i tvrtke u čije se ime pismo sastavlja.

Učinkovito poslovno dopisivanje gradi ugled tvrtke, unapređuje produktivnost i učinkovitost i poboljšava odnose s klijentima, suradnicima i poslovnim partnerima. Zbog toga mu se treba posvetiti profesionalno i s pažnjom.

Ono svojom strukturom i sadržajem izvršava poslovne zadatke i o njemu uvelike ovisi poslovni uspjeh. Sadržaj poslovnog pisma prilagođava se vrsti poslovnog odnosa, no struktura je definirana i daje malo prostora varijacijama.

Jezik i stil uvijek mora biti služben i ozbiljan, ali istovremeno uljudan i diplomatski. Oni trebaju biti takvi da uspješno prenose namjeru autora pisma, pritom ohrabrujući i utječući na čitatelja pisma.

Informatizacija suvremenih tvrtki nije narušila status i značaj poslovnih pisama, pa tako i danas postoji potreba za učenjem i usavršavanjem poslovnog dopisivanja učenika, studenata, kandidata i zaposlenika.

## LITERATURA

1. Ashley, A. (2003): Commercial Correspondence, Oxford University Press
2. Lipec, Manica (2004): Poslovni i protokolarni engleski, Mozaik knjiga Zagreb
3. Ožanić, Marijan (2009): Poslovna pisma ili kako napisati učinkovito poslovno pismo, Školska knjiga Zagreb
4. Urbany, Marijan (1995): Business Letters in English, Školska knjiga Zagreb
5. <http://academics.smcvt.edu/cbauer-ramazani/IEP/BusEnglish/busletter.htm>
6. <http://www.poslovni.hr/vijesti/poslovno-dopisivanje-na-hrvatskom-i-engleskom-86365.aspx>