

## خلاصه‌ی اجرایی، راهکاری برتر برای نشر نتایج پژوهش

مسعود فردوسی<sup>۱</sup>، مریم یعقوبی<sup>۲</sup>، سید سلمان علوی<sup>۳</sup>

### چکیده

سالانه پژوهشگران و استادان بسیاری در دانشگاه‌ها به امر پژوهش و تولید علم مشغول هستند. نتایج این پژوهش‌ها اغلب به صورت گزارش نهایی، چاپ مقاله‌های تخصصی و غیره منتشر می‌شود، اما آیا این گزارش‌های طولانی که با زبانی فنی و پیچیده تهیه شده‌اند، به ما این اطمینان را می‌دهند که نتایج تحقیق به گونه‌ای قابل فهم گسترش می‌یابد و در اختیار نیازمندان به این نتایج قرار می‌گیرد؟ هدف از این یادداشت کوتاه، معرفی راهکاری برتر برای نشر دستاوردهای پژوهش و توصیه‌های اجرایی در مورد نحوه‌ی نگارش آن است. این متن، حاصل یک تحقیق مروری است که در آن، اغلب از منابع اینترنتی برای معرفی قالبی خلاصه از گزارش پژوهش با نام «خلاصه‌ی اجرایی» استفاده شده است.

باید به خاطر داشت که از قالب خلاصه‌ی اجرایی در موارد متعددی استفاده می‌شود؛ مانند زمانی که پروپوزال یا پیشنهادی را برای یک مناقصه یا مزایده تهیه می‌کنیم و یا زمانی که تصمیم داریم خلاصه‌ای از دستاوردهای پژوهش خود را به دست افراد مؤثر (سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران، مدیران و بهره‌برداران پژوهش) برسانیم که در این مقاله، همین کاربرد بیش از همه مد نظر ما است.

**واژه‌های کلیدی:** تحقیق؛ انتشارات؛ استراتژی تحقیق.

**نوع مقاله:** کوتاه

بندیرش مقاله: ۹۰/۵/۱۶

اصلاح نهایی: ۹۰/۵/۳

دریافت مقاله: ۹۰/۲/۵

**ارجاع:** فردوسی مسعود، یعقوبی مریم، علوی سید سلمان. خلاصه‌ی اجرایی، راهکاری برتر برای نشر نتایج پژوهش. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۰؛ ۸ (۵): ۷۳۸-۷۴۲.

### مقدمه

باعث ایجاد یک رابطه‌ی کلیدی بین محقق و گروه مخاطب می‌گردد و به درک بهتر نتایج پژوهش منجر می‌شود (۲).

خلاصه‌ی اجرایی، خلاصه‌ای از یک طرح تحقیقاتی و اولین چیزی است که خواننده می‌شود (اما آخرین چیزی است که باید نوشته شود)، پس یکی از مهم‌ترین بخش‌های طرح تحقیقاتی است. از این رو باید به خوبی تدوین شده باشد؛ چون اولین صفحه‌ای است که مخاطب بالقوه‌ی شما آن را می‌خواند و اثر مهمی بر وی می‌گذارد.

### خلاصه‌ی اجرایی چیست؟

یکی از راهبردهای مهم در نشر نتایج پژوهش، تهیه و ارسال خلاصه‌ی اجرایی برای ایجاد بستر مشارکت بین استفاده‌کنندگان پژوهش است. خلاصه‌ی اجرایی، ابزاری بسیار نیرومند برای تبادل و انتقال دانش است و دیدگاه محقق را منعکس می‌کند. در واقع فرصتی است که طی آن محقق چشم‌انداز، استراتژی و اهداف پژوهش خود را به گروه مخاطبان منتقل می‌نماید. «گروه مخاطب» یعنی هر فرد یا گروهی که بتواند در راستای دستیابی به نتیجه‌ی نهایی پژوهش تأثیر بگذارد یا تأثیر پذیرد. این گروه، باید در انتقال پیام، نوع تصمیم و نوع محیطی که تصمیم‌سازی در آن انجام می‌شود، در نظر گرفته شود (۱). از این رو خلاصه‌ی اجرایی

۱. استادیار، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات مدیریت و اقتصاد سلامت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.  
۲. دانشجوی دکتری، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، مرکز تحقیقات مدیریت سلامت، دانشگاه علوم پزشکی بقیه ا. (عج)، تهران، ایران.  
۳. کارشناس ارشد، روانشناسی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران. (نویسنده‌ی مسؤل)

Email: alavi@sdlrc.mui.ac.ir

## شرح مقاله

## مقایسه‌ای بین چکیده و خلاصه‌ی اجرایی

شاید این سؤال مطرح شود که با وجود «چکیده» که خلاصه‌ای کوتاه از متن اصلی است، دیگر چه نیازی به خلاصه‌ی اجرایی وجود دارد؟ اما در واقع چکیده با خلاصه‌ی اجرایی تفاوت‌های بسیاری دارد، اگر چه هر دو متن‌های کوتاهی هستند که از متن اصلی گرفته شده‌اند.

چکیده، متن خلاصه شده‌ای است که از یک مقاله‌ی پژوهشی، پایان‌نامه، مرور متون، مجموعه‌ی مقالات یک همایش، تحلیل عمیق هر موضوع و غیره به دست می‌آید و اغلب به خواننده کمک می‌کند به سرعت از هدف متن اصلی آگاه شود.

بر خلاف چکیده، که فقط شمایی از کلیت متن محسوب می‌شود، خلاصه‌ی اجرایی، فرصت طلایی برای متقاعد کردن خواننده است تا از بین گزینه‌های موجود، بهترین پیشنهاد را که متضمن بیشترین فواید با کمترین هزینه است، انتخاب کند. هر چه موضوع طرح فنی تر باشد، خلاصه‌ی اجرایی نقش مهم‌تری می‌یابد؛ زیرا بر خلاف چکیده، در خلاصه‌ی اجرایی از بحث‌های فنی پرهیز می‌شود تا منافع و نتایج طرح برای مخاطب طرح (مشتری) ملموس تر گردد (۴).

برخی از تفاوت‌های چکیده و خلاصه‌ی اجرایی در جدول ۱ آمده است (۵).

اگر چه گزارش‌های تحقیق، اغلب به زبان فنی بیان می‌شود، هدف خلاصه‌ی اجرایی، نوشتن گزارش به زبانی ساده و آرایه‌ی اطلاعات به گونه‌ای قابل فهم برای همه‌ی خوانندگان - بدون در نظر گرفتن اطلاعات، دانش یا تخصص آن‌ها- است. خلاصه‌ی اجرایی، شیوه‌ای کاربردی برای مدیران، سیاست‌گذاران، پزشکان و سایر کسانی است که به اطلاعات سریع و کافی نیاز دارند تا با درک محتوای تحقیق، درباره‌ی تغییر سیاست‌ها، برنامه‌ها یا سرمایه‌گذاری به تصمیم برسند. زیرا این افراد، اغلب فرصت کافی ندارند و نمی‌توانند مطالب طولانی را مطالعه کنند. بنابراین نوشتن خلاصه‌ی اجرایی مختصر و قانع کننده برای رسیدن به این هدف بسیار مهم است (۳).

خلاصه‌ی اجرایی، به طور معمول در حدود ۳ تا ۶ صفحه است، اما در برخی منابع تا ۱۰ درصد متن اصلی برای آن در نظر گرفته شده است. خلاصه‌ی طولانی، اغلب زمانی به کار می‌رود که حاوی نمودارها یا دیگر تصاویر یا توضیحاتی است که برای خواننده لازم است. خلاصه‌ی اجرایی شامل قسمت‌هایی نظیر زمینه و هدف، روش اجرا، یافته‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادهایی برای تحقیق است. در خلاصه‌ی اجرایی، جایی برای فهرست‌های طولانی و خسته کننده و اطلاعات غیر ضروری نیست؛ بلکه در آن از مثال‌هایی برای کمک به افراد در فهم نکات کلیدی استفاده می‌شود (۲).

جدول ۱: تفاوت‌های چکیده و خلاصه‌ی اجرایی

مخاطب	چکیده	خلاصه‌ی اجرایی
زمینه	متون علمی، آکادمیک، اداری و سایر متون عمومی (پایان‌نامه، مقاله، حق ثبت)	مدیران، سیاست‌گذاران و غیره پیشنهاد‌های عملی
هدف	رساله‌ی اطلاعات - تبیین اهداف متن، آرایه‌ی یک تصویر کلی یا کلیات محتوا	بیان شیوه‌های اقدام - تشویق خوانندگان به انجام طرح پیشنهادی و وجه تمایز آن با بقیه‌ی طرح‌ها خلاصه‌ای از متن به زبان غیر فنی، حاوی پیشنهاد یا راه حلی برای موضوع یا مشکل شامل:
محتوا	اغلب فنی، آماری و علمی شامل: - بیان مشکل و پس زمینه - تبیین روش اجرایی - گزارش مشاهدات و یافته‌ها - بیان نتیجه‌گیری و پیشنهادها	بیان کوتاه مشکل و پس زمینه - بیان مفصل تر یافته‌ها - بیان نتیجه‌گیری و پیشنهادها با درشت‌نمایی نکات کلیدی
تعداد صفحات	کوتاه‌تر از خلاصه‌ی اجرایی	بلندتر از چکیده (در حدود ۳ تا ۶ صفحه)

### نکات کلیدی در تدوین خلاصه‌ی اجرایی

- جمله‌ی اول در خلاصه‌ی اجرایی باید خواننده را در خصوص اهمیت و ارزش پیشنهاد متقاعد کند. هر چه اطلاعات مهم در خلاصه‌ی اجرایی شما کمتر بیان شود، احتمال کمتری وجود دارد که مخاطب حتی خلاصه‌ی شما را ببیند. اگر چه شما می‌خواهید که اطلاعات مهمی را در همان پاراگراف اول ارایه دهید، اما فراموش نکنید که آن پاراگراف، ویژه و خاص باشد.

- در خلاصه‌ی اجرایی خود دروغ ننویسید! با وجود اینکه یک کارآفرین در مورد پروژه‌ی خود هیجان زده است، اما حفظ شور و شوق، نباید منجر به ارایه‌ی اطلاعات نادرست گردد. از جملات پیچیده خودداری کنید و مطالب را ساده بنویسید. مطمئن باشید که تمام خلاصه‌ی اجرایی شما با لحن مثبت نوشته شده است.

- متقاعدکننده باشید. لحنی قوی، شورانگیز و فعال داشته باشید.

- نمایشگر نباشید (خیلی بر روی نمودارها و آمار تکیه نکنید).

- خلاصه‌ی اجرایی را با جملات و افعال معلوم بنویسید. - از جملات ساده و کوتاه استفاده کنید که مدیران به آن‌ها علاقمند هستند، مگر آنکه به نوشتن کلمات یا جملات طولانی‌تر نیاز باشد (۱۵ تا ۲۰ لغت در هر جمله).

- از ذکر جزئیات غیر ضروری و فنی بپرهیزید. اگر ناگزیر به استفاده از لغات تخصصی هستید، آن را برای خواننده شرح دهید. به یاد داشته باشید که چه کسانی قرار است آن را بخوانند. در صورت لزوم، اصطلاحات و روش‌های غیر آشنا را توضیح دهید. همیشه سعی کنید خلاصه‌ی اجرایی به زبان خودمانی و قابل فهم باشد.

- خلاصه‌ی اجرایی را بعد از تکمیل گزارش نهایی و هنگام نوشتن پیشنهادها تنظیم نمایید.

- تا حد امکان اعداد را به صورت گرد شده و خلاصه بنویسید، به عنوان مثال به جای ۸/۴۲۱۵۰۰ میلیون ریال، بنویسید ۸/۴ میلیون ریال.

- خلاصه‌ی اجرایی باید مستقل از گزارش باشد. برای این منظور از کسی که با نمونه‌ی گزارش (پژوهش) شما آشنایی ندارد، بخواهید خلاصه‌ی اجرایی شما را مطالعه کند تا مشخص شود چقدر آن را درک می‌کند.

- به خواننده اجازه دهید تا خودش بر اساس اطلاعات شما نتیجه‌گیری و تصمیم‌گیری کند.

- تحقیق خود را مرور کنید و ببینید آیا ایده‌های کلیدی و مفاهیم اساسی آن بیان شده است؟

- ایده‌ها و نظرات را به روشی منطقی دسته‌بندی و هر قسمت را شماره‌گذاری کنید. اگر در تصمیم‌گیری برای نوشتن تردید دارید، سعی کنید خلاصه‌ی اجرایی تحقیقات دیگر را بررسی کنید.

از مثال‌های شناخته شده و ملموس برای خواننده استفاده کنید (۹-۶).

### نتیجه‌گیری

هر موسسه پژوهشی، پژوهش‌های خود را برای مخاطبان خاص خود انجام می‌دهد و به طور قطعی رساندن دستاوردهای پژوهش به مخاطبان، که آن را انتشار نتایج پژوهش می‌نامیم، بخش مهمی از کار یک مرکز تحقیقاتی است. یک پیشنهاد خوب آن است که موسسه پژوهشی اعم از مراکز تحقیقاتی / معاونت‌های پژوهشی دانشکده‌ها،... همراه با گزارش نهایی، «خلاصه‌ی اجرایی» را نیز از پژوهشگران دریافت نمایند، بر حسب موضوع و مخاطب، آن‌ها را دسته‌بندی و در موقعیت‌های مناسب منتشر نمایند.

هر چند ارایه‌ی کامل خلاصه‌ی اجرایی به تمامی گروه‌های مربوط در بیرون سازمان عملی نیست، اما می‌توان بخش‌هایی از آن را به طور مجزا و یا پس از بسط و گسترش، بر حسب نیاز گروه مشخصی از بهره‌برداران، به آن‌ها ارایه کرد تا مورد استفاده قرار گیرد. طبیعی است که افراد مشتاق پس از مطالعه‌ی خلاصه‌ی اجرایی می‌توانند در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر، به گزارش نهایی مراجعه کنند.

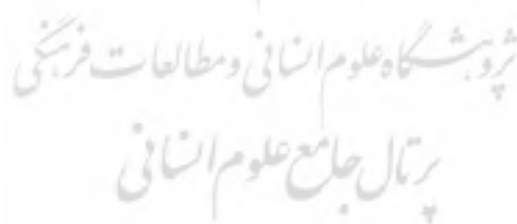
## پیشنهادهای

(اصلی و فرعی) مشخص گردد و نیز از مجری خواسته شود به همراه گزارش نهایی خود، گزارشی کوتاه را مطابق با قالب خلاصه‌ی اجرایی ارائه نماید.

پیشنهاد می‌شود از این پس در پروپوزال‌هایی که عنوان کاربردی و یا بنیادی- کاربردی دارند، نوع کاربرد و مخاطبان

## References

1. Santesso N, Tugwell P. Knowledge translation in developing countries. J Contin Educ Health Prof 2006; 26(1): 87-96.
2. Below PJ. The executive guide to Strategic Planning. Trans. Sharifi M. 3<sup>rd</sup> ed. Tehran: Havaye Taze Publication; 2004.
3. Tips for Writing an Executive Summary [Online]. 2011; Available from: URL: <http://rfptemplates.technologyevaluation.com/rfp/for/tips-for-writing-an-executive-summary.html/>
4. Hamper RJ, Baugh LS. Handbook for Writing Proposals. 2<sup>nd</sup> ed. New York: McGraw-Hill Professional; 2010.
5. Sant T. Persuasive business proposals: writing to win more customers, clients, and contracts. 2<sup>nd</sup> ed. New York: AMACOM Div American Mgmt Assn; 2004.
6. Woodward-Kron R. Writing in Commerce: A Guide to Assist Commerce Students with Assignment Writing. Sydney: Melting Pot Press; 1997.
7. Abstract vs Executive Summary [Online]. 2011; Available from: URL: <http://rfptemplates.technologyevaluation.com/abstract-vs-executive-summary.html/>
8. Funds for Projects [Online]. 2011; Available from: URL: [http://www.fundsforprojects.com/Abstract\\_vs\\_Exec\\_Summ.html/](http://www.fundsforprojects.com/Abstract_vs_Exec_Summ.html/)
9. Kolko J. How to Write an Executive Summary [Project]. Atlanta: Savannah College of Art & Design Overview; 2008.



## Executive Summary: The Best Strategy for Publishing Research Results

Masoud Ferdosi, PhD<sup>1</sup>; Maryam Yaghoubi<sup>2</sup>; Seyyed Salman Alavi<sup>3</sup>

### Abstract

Many researchers in the universities are engaged in research and science production. Although the results of their researches are often released as articles in professional journals, long and technical reports are doubted to be comprehensible for those who need to use them.

"Executive summary", as a short report derived from the final research report, is a format especially developed for knowledge users who affect or are affected by researches (research stakeholders).

This short article reviewed the content and usage of executive summary in available online resources. It finally suggests executive summaries to be included in all research in addition to final reports.

**Keywords:** Research; Publication; Research Strategy.

**Type of article:** Short article

Received: 25 Apr, 2011

Accepted: 7 Aug, 2011

**Citation:** Ferdosi M, Yaghoubi M, Alavi SS. **Executive Summary: The Best Strategy for Publishing Research Results.** Health Information Management 2011; 8(5): 742.



1. Assistant Professor, Health Services Management, Health Management and Economy Research Center, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran.

2. PhD Student, Health Services Management, Health Management Research Center, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

3. MSc, Psychology, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran (Corresponding Author)  
Email: alavi@sdlrc.mui.ac.ir