**Тема 3 Обмін письмовою інформацією. Організація комунікативних й управлінських процесів за допомогою документів**

1. Комунікативна й управлінська діяльність за допомогою документів. Етичні аспекти письмових комунікацій.
2. Службова кореспонденція. Різновиди ділової кореспонденції.
3. Особливості оформлення.
4. Електронний лист як форма реалізації офіційно-ділової комунікації.

**Листування** - важлива складова сучасного ділового спілкування. Прийняття більшості управлінських рішень потребує наявності достатньої кількості інформації, яка над­ходить до установ у вигляді пропозицій, довідок, повідом­лень, запитів та відповідей на них. У Примірній інструкції з діловодства (затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 1997 р. №1153 п.2.9.) зазначається: “Установа під час здійснення оперативних зв’язків з орган­ізаціями, що належать до сфери її управління, іншими уста­новами та організаціями, окремими громадянами, може над­силати листи. Як правило, листи складають у разі, коли неможливо або важко здійснити бездокументний обмін інформацією, дати усні роз’яснення, вказівки (особисті або по телефону), провести інструктування тощо”.

За даними управлінської статистики, понад 50% усіх управ­лінських документів - це службові листи. Практично кожне третє управлінське рішення або комерційна угода на стадії їх підготовки, а потім і виконання супроводжуються листуванням. Лист засвідчує ставлення його автора до тієї чи іншої пробле­ми. Особистісний фактор загалом припустимий у прийнятті управлінських рішень, але при письмовому їх оформленні, особ­ливо при інформуванні зовнішніх організацій чи партнерів, слід дотримуватись певних етичних норм, ділового стилю, культу­ри письмового спілкування тощо.

У практиці менеджменту відпрацьовані певні **правила складання** ділових листів.

По-пер­ше, загальноприйнятою нормою припускається написання від руки тільки приватних листів. Кожна установа або фірма по­винна мати відповідну організаційну техніку.

По-друге, в уп­равлінській практиці існує багато атрибутів, що безпосередньо чи опосередковано впливають на успіх у бізнесі: наявність оф­ісу, персоналу, зовнішніх ознак установи (фірмовий знак, емб­лема), вивіски, штампа, печатки та бланків документів. Необх­ідно мати фірмовий бланк листа. Вже за його зовнішнім виглядом у адресата може скластись певне враження про адре­санта. Адже ділове листування сьогодні - це не тільки тра­диційні паперові документи або їх сучасні електронні аналоги: це ще й діловий імідж установи, який працює на неї не лише при особистому спілкуванні за столом переговорів, а й пред­ставляє її (на відстані без обов’язкової безпосередньої участі.

По-третє, проблеми, пов’язані із складанням текстів ділових листів, зумовлені не тільки встановленими правилами і вимо­гами до такого роду документів, а й особистісними якостями, професіоналізмом, загальним культурно-освітнім рівнем.

Американський довідник для працівників федеральних служб “Прості листи (мова і стиль службових документів)” дає просту і водночас дуже суттєву пораду: при складанні листів дотримуватися “правила чотирьох слів” - стислість, простота, ефектність, переконливість.

Певна річ, у кожній країні мають місце свої особливості оформлення документів. Однак основні правила і вимоги до форми і стилю ділових листів мають багато спільного, і сучас­ний керівник має ними вільно володіти.

Американські теоретики в галузі менеджменту С. Дип і Л. Сасмен у своїй праці “2000 порад бізнесмену” (МТ, 1997, с. 54­61) сформулювали такі *основні рекомендації*:

* Пишіть виразно, але не намагайтеся справити враження. Використовуйте короткі та зрозумілі слова. Пишіть речен­ня кількістю 16-18 слів. Речення, що містять більше 20 слів, є показником того, що менеджер не володіє вмінням писати ділові листи.
* Зберігайте позитивну інтонацію: пишіть про переваги, а не про особливості, специфіку, недоліки тощо.
* Більше конкретики, менше абстрактності. Не захоплюй­тесь багатослів’ям, уникайте загальних канцеляризмів, за­старілих зворотів і пишномовних фраз.
* Частіше використовуйте загальновживані мовні звороти. Але при цьому лист повинен виглядати професійно.
* Початок листа повинен бути енергійним. Виділяйте го­ловне іншим шрифтом або курсивом, але уникайте вико­ристання верхнього регістру (великих літер) або зайвих підкреслювань.
* Треба знати партнера по бізнесу. Використовуйте мову (терміни) вашого партнера по бізнесу, до якого ви звер­таєтесь.
* Листи повинні бути особистими. Використовуйте осо­бисті займенники “вас”, “ви”, “ми”, “нас”.
* Якщо в листі міститься прохання, то про нього треба на­писати в останньому реченні або фразі.

**2.Службова кореспонденція. Різновиди ділової кореспонденції.**

Існують численні види службових листів.

Листування поділяється на офіційне і приватне. Приватне листування відноситься до епістолярного жанру, тобто письмо­вого відображення особистого життя громадян.

В свою чергу офіційні листи можна поділити на відкриті служ­бові листи і службові листи з помітками “особисто” або “конф­іденційно”. Такі помітки на конвертах чи безпосередньо на листах можуть мати два значення: або лист є суто особистим, або ж він містить інформацію обмеженого доступу.

Таким чином, сфера, в межах якої здійснюється ділове лис­тування, визначає його особливості і *основні вимоги* до нього. Виходячи з них, офіційне листування повинно:

1. вестись відповідно до чинного законодавства;
2. надходити від повноважних органів, установ, фірм і підпи­суватись компетентними особами;
3. мати зовнішні ознаки і структуру відповідного жанру діло­вого спілкування;
4. складатися грамотно, ретельно, без виправлень;
5. мати офіційно-діловий стиль викладу, включати перекон­ливу аргументацію, точні і зрозумілі характеристики і висновки;
6. містити об’єктивні відомості про висвітлювані події і фак­ти; супроводжуватись необхідними доказами, пояснення­ми, допоміжними матеріалами;
7. відповідати вимогам і правилам виготовлення документів на певних друкарських пристроях.

Офіційний характер такого листування і етика ділового спілкування вимагають відповідної технічної якості документів, що забезпечується використанням відповідних друкарських пристроїв. У складанні листів, що передаються через мережі електрозв’язку, а також електронною або звичайною поштою, є певні відмінності, що визначає структуру тексту, його компо­зиційні особливості, мову, стиль і подання інформації.

За способом передачі інформації листи поділяються на:

1. звичайні листи, що пересилаються в конвертах поштою або за допомогою кур’єрського зв’язку;
2. листи-телеграми - повідомлення, що передаються через телеграфну мережу;
3. листи-факси, що надсилаються каналами факсимільного зв’язку у вигляді паперових копій основного листа;
4. листи-телефонограми - повідомлення, що передаються усно каналами телефонного зв’язку і записуються (дру­кується) одержувачем;
5. електронні листи, що передаються “електронною поштою” через систему зв’язку між ЕОМ у вигляді відеограми на екрані монітора або паперової копії, надрукованої на принтері.

Текст ділового листа, як правило, висвітлює тільки одне питання, але така вимога не виключає багатоаспектності його змісту. Виходячи з цього, службові листи можна поділити на прості і складні. Прості листи мають бути викладені у вигляді зв’язного літературного тексту в логічній причинно-наслідковій послідовності. Вони нескладні для сприйняття, не викликають труднощів при реєстрації, визначенні виконавців і подальшій систематизації.

Складні листи можуть відображати багато підходів до розв’язання поставленого завдання, тому при їх оформленні можуть бути використані різноманітні форми вик­ладу тексту. Це зв’язний літературний текст, таблиця, анкета, математичні викладки, розрахунки тощо. Композиційні особли­вості ділового листування вимагають професійних навичок при їх опрацюванні в діловодстві установи. Якщо автору листа (ад­ресанту) необхідно звернутись до одного й самого адресата з приводу кількох питань, доцільно скласти окремі листи-запити з кожного конкретного питання. Це не тільки спрощує технічне опрацювання листів в установі-адресаті, а й значною мірою га­рантує якісний рівень і найкоротший термін розв’язання всіх питань, оскільки дозволяє більш чітко визначити виконавців і прискорити відповіді на письмові запити або завдання.

За формально-діловодною ознакою ділові листи можна под­ілити на ініціативні листи (Приклад 19) і листи-відповіді (При­клад 20). До ініціативних листів відносяться директивні листи, листи-запити (в т.ч. комерційні оферти), листи-пропозиції, листи-рекламації, листи-нагадування, листи-попередження, листи-запрошення, листи-повідомлення, супровідні листи, листи-заяви, листи-скарги та деякі інші. На більшість ініціативних листів установи - отримувачі дають відповідь у вигляді листів-підтверджень, листів-відгуків, листів-звітів, листів-довідок (у т.ч. анал­ітичних), листів-відмов, листів-погоджень і т.ін.

1. **Особливості оформлення службової кореспонденції**

Оформлення всіх видів і різновидів службових листів має багато спільного. Лист складається з окремих реквізитів, обо­в’язкових для всіх управлінських документів, і, крім того, вклю­чає деякі реквізити, властиві лише цій групі офіційних доку­ментів. Відповідно до ДСТУ 4163-2003 “Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-роз­порядчої документації. Вимоги до оформлення документів” при оформленні і опрацюванні службових листів використовують­ся такі реквізити:

1. - зображення Державного Герба України, герба Автономної Республіки Крим;
2. - зображення емблеми організації

або товарного знака (знака обслуговування);

1. - зображення нагород;

постійні

1. - код організації;
2. - назва організації вищого рівня;
3. - назва організації;
4. - назва структурного підрозділу організації;
5. - довідкові дані про організацію;
6. дата документа;
7. реєстраційний індекс;
8. посилання на реєстраційний індекс і дата документа, на який надсилається відповідь;

16- адресат;

1. заголовок до тексту документа;
2. відмітка про контроль;
3. текст документа;
4. відмітка про наявність додатків;
5. підпис;

змінні

26- відбиток печатки;

1. прізвище виконавця і номер його телефону;
2. відмітка про виконання документа і направлення його до справи;
3. відмітка про наявність документа в електронній формі;
4. відмітка про надходження документа до організації

До першої групи, яку складають постійні реквізити, відно­ситься бланк листа (див. 3.2. Приклад 15). Інша його назва - фірмовий бланк.

Бланк листа як носій тексту при службовому листуванні виконує ще й роль візит­ної картки установи або фірми. Дуже важливу роль відіграє візуальне сприйняття фірмового бланка установи-адресата як можливого ділового партнера.

Якщо мова йде про державну установу, то офіційний характер листа засвідчується зобра­женням державного герба як основного символу повнова­жень і гарантій. Фірмові ж бланки установ недержавної фор­ми власності часто містять зображення логотипів, товарних знаків, знаків обслуговування. Поширення таких візуальних ознак на офіційні бланки установ потребує більш глибокого вивчення питань, пов’язаних із їх походженням, використан­ням і захистом.

На відміну від товарного знака торговельна марка (марка виробника) містить такі відомості: повне або скорочене най­менування організації (виробника або продавця), її адресу, га­лузеве підпорядкування, сорт товару і номер стандарту або технічних умов. Марка є одним із видів обов’язкового маркування продукції, товарів і вантажів, вона може також вклю­чати товарний знак.

Торговельна марка і товарний знак не є взаємозамінними. Формою закріплення інформації про товар може бути ярлик, штамп, клеймо, а про фірму-товаровиробника - фірмовий бланк для документів, у тому числі комерційних. Таким чином, комер­ційний знак виконує дві функції - гарантійну і рекламну. Якщо товар під відомим товарним знаком не буде затребуваний спо­живачем, то ділові стосунки між цією фірмою та її партнерами можуть бути порушені або й зовсім втрачені. Отже, в ринкових умовах будь-який товар чи послуга, навіть дуже якісні, потре­бують ефективної реклами.

**Текст листа** - головний елемент документа. Його складан­ня потребує наявності об’єктивних відомостей про стан справ, події, факти, пропозиції тощо, які є предметом доку­ментування, оскільки головними вимогами до тексту доку­мента є достовірність і об’єктивність його змісту, повнота інформації, а також нейтральність тону і максимальна стислість. Достовірним текст документа є тоді, коли викладені в ньому факти відбивають реальний стан речей. Автор має чітко усвідомлювати, що і з якою метою він хоче повідоми­ти в листі, і що є відправною точкою цієї його дії.

Точність документа досягається недопущенням подвійного тлумачен­ня вміщених у ньому висловів та окремих слів. З цією ме­тою слід уникати використання специфічних зворотів, жар­гонних висловів, зайвих скорочень і навіть не пояснених заздалегідь завуальованих слів і кодів.

Повним може вважа­тись такий текст ділового листа, зміст якого вичерпує всі обставини справи. Для цього автор має чітко визначити мету свого звертання до адресата, що може полягати в очікуванні:

* певної прогнозованої реакції на висловлені пропозиції, висновки тощо;
* запланованої відповіді або початку конкретних дій, спо­нукальним мотивом до яких стало дане повідомлення.

Стислий текст - це такий, у якому відсутні смислові повто­ри, зловживання епітетами, порівняннями, неологізмами, а та­кож надмірно довгі розмірковування, далекі від суті справи. Тільки у складних листах, які вимагають значного обсягу інфор­мації для аналізу управлінської ситуації чи обґрунтування пев­ної точки зору, припускається більш поширений і описовий виклад тексту. Хоча для таких управлінських ситуацій перед­бачені інші види документів - протоколи (де особисті думки працівників фіксуються в тексті виступів і доповідей, що дода­ються), доповідні записки ( аналітичного та інформаційного характеру), звіти.

Переконливим є такий текст, який поєднує в собі дос­товірність, точність, повноту і стиль (тон, мотив) викладу, що переконують адресата сприйняти інформацію як поштовх до дії.

Текст ділового листа складається з таких частин: вступу, основного змісту, висновків.

У вступі, як правило, вказуються привід, мотивація, причина написання листа або дається обґрунтування проблем, завдань тощо.

Все частіше у практиці ділового листування у вступній час­тині тексту використовуються форми ввічливого звертання до офіційних осіб або колективів. Слід зазначити, що цей обов’яз­ковий елемент вступу при оформленні ділових листів раніше ви­користовували лише в комерційному листуванні або в листах- запрошеннях. Зміни в суспільстві, і насамперед у економіці країни, все більше посилюють особистісний фактор в управлінні і, таким чином, стає більш аргументованим використання шаноб­ливого звертання як обов’язкової складової першої композицій­ної частини листа. При зверненні до адресата враховують його посадовий ранг, сферу діяльності і деякі інші моменти. Найбільш узагальненою формою звертання можна вважати таку:

Шановний (ім’я та по батькові)!

або:

Шановні панове!

При звертанні до посадових осіб вищого рівня влади та управління допускається зазначення лише посади, наприклад:

Шановний пане Президенте!

або:

Шановний пане Міністре!

У межах однієї сфери професійної діяльності звертання може мати такий вигляд:

Шановні колеги!

Після знаходження формули звертання до адресата і її офор­млення у вступній частині ділового листа формулюється (аргу­ментується) мета даного листа, тобто визначається тема діло­вого спілкування. Найбільш поширеними є два варіанти:

* посилання на ініціативний (директивний) нормативний акт або організаційно-розпорядчий документ, що став основою або приводом для листування;
* констатація факту, події тощо.

Приклад

Відповідно до Закону України “Про ” та у зв’яз­ку з підготовлено проект постанови щодо

або:

Інститут провів соціологічні дослідження відносно кількісних і якісних показників кондитерських виробів, що пропонуються закладами громадського харчування м. Києва

Основний зміст листа з викладом, описом, поясненням подій і ситуацій та їх аналізом, обґрунтуванням тощо. У більшості конкретних ситуацій ділового спілкування основний зміст може бути вичерпаний двома-трьома реченнями. Хоча іноді розкриття основного змісту потребує докладного розгля­ду питань за окремими пунктами, що може супроводжуватись цифровими розрахунками, таблицями, схемами тощо. Такий детальний розгляд необхідно звести в єдине логічне ціле.

Висновки - це підсумок основного тексту, що, як правило, формулюється у вигляді пропозицій, вимог, прохань, відмов, нагадувань тощо. Ця частина починається одним із ключових слів: “просимо”, “повідомляємо”, “направляємо”, “рекомендує­мо”, “пропонуємо”, “запрошуємо”, “заперечуємо”, “не заперечує­мо” і т. ін. Саме на основі цих опорних слів можна визначити вид ділового листа: “просимо” - лист-прохання або запит; “по­відомляємо” - лист-повідомлення; “направляємо” - супровід­ний лист; “рекомендуємо” - лист-роз’яснення тощо.

Негативний висновок формулюється як заперечення про­позиції або прохання: “вважаємо недоцільним”, “не можемо забезпечити”, “не маємо” і т.ін.

Заключна частина листа може завершуватись формулою ввічливості, якщо у вступі була використана формула звертан­ня. Ця формула друкується на 2-3 рядки нижче тексту, з абза­ца, і відокремлюється від назви посади комою, наприклад:

З повагою,

Президент компанії О.П. Слюсар

підпис

Іноді, виходячи з характеру управлінських проблем, вико­ристовують зворотний порядок викладу основних елементів тексту листа, а саме: спочатку викладають висновки, а потім обґрунтування. Така структура тексту, незалежно від будь-яких обставин, вважається некоректною відносно адресата, і її слід уникати в практиці документування менеджменту.

При підготовці і оформленні тексту службового листа слід дотримуватись таких основних правил:

* правильно і в певній послідовності розміщувати необхідні реквізити;
* текст листа викладати від третьої особи, наприклад:

Комісія розглянула

Університет пропонує

* вживати стійкі словосполучення типу:

Відповідно до

У зв’язку з

У встановленому порядку .

* вживати синтаксичні конструкції типу:

Доводимо до відома, що

Наголошуємо, що

Відповідно до попередньої домовленості В порядку обміну досвідом

У зв’язку з рішенням...

* вживати дієприслівникові звороти на початку речення: Враховуючи

Вважаючи

Беручи до уваги

* заміна активної форми дієслова пасивною: неправильно - Ви не затвердили. правильно - Вами не розглянуті
* вживати інфінітивні конструкції:

Створити комісію

Розглянути питання

* використовувати мовні засоби, що відповідають нормам літературної мови і є зрозумілими для широкого кола людей;
* не вживати образних виразів, емоційно забарвлених слів і синтаксичних конструкцій.

Службові листи можуть виготовлятись на друкарських при­строях або за допомогою засобів обчислювальної техніки.

Текст листа друкується чітким, контрастним шрифтом без виправлень: на бланках формату А4 - через 1,5 інтервалу, на бланках формату А5 - через 1 інтервал. Реквізити документа відділяються один від одного 2-3 інтервалами. Так, наприклад, заголовок до тексту відділяється від самого тексту листа двома міжрядковими інтервалами, а реквізит “Підпис” - трьома.

При друкуванні листів друковані знаки розміщуються на такій відстані від межі лівого берега:

* 0 - для друкування реквізитів “Заголовок до тексту”, “Текст” (без абзацу), “Відмітка про наявність додатків”, “Назва посади” в реквізиті “Підпис”, “Прізвище виконав­ця та номер його телефону”;
* 5 друкованих знаків - для початку абзацу в тексті;
* 16, 24, 56 друкованих знаків - для оформлення таблиць і трафаретних текстів;
* 32 друкованих знаки - для реквізиту “Адресат”;

Службові листи як управлінські документи, що несуть інформацію, стилістика і зміст якої відбиває особисті якості автора та його професійний рівень, не можуть бути обмежені певним обсягом. Нумерація сторінок у листах починається з другої сторінки. Номери сторінок проставляють арабськими цифрами без будь-яких додаткових позначень (скорочення слова “сторінка” - стор., рисочки, крапки тощо) на верхньому березі аркуша посередині або ліворуч.