

## ЕТИКА ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПИСЬМОВИМИ ДОКУМЕНТАМИ

**СТАРУНОВА А.Л.**

*Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна*

Інформація в наш час відіграє винятково важливу роль у житті і діяльності людей. Успішно вирішуючи проблеми технічного характеру, сучасний бізнес в конкурентному середовищі все більше цінує інформацію, від своєчасності, кількості та якості якої залежить оперативність і якість прийнятих рішень, виживання компанії, благополуччя людей.

Сучасне суспільство, крім того, що воно споживче і постіндустріальне, характеризується як інформаційне, тим самим підкреслюється виняткова роль інформації на сучасному етапі розвитку людства. Доречно зазначити, що темпи науково-технічного прогресу у сфері комп'ютерів, телекомунікаційних систем та інформаційних технологій безпрецедентно високі. У цінності інформації не сумнівається жодна людина, численні приклади доводять вирішальну роль інформації в падінні і зльоті відомих корпорацій. Не випадково бізнес направляє величезні кошти на забезпечення інформаційної безпеки, а несанкціоноване проникнення в інформаційні бази розглядається як катастрофа.

Найважливішим носієм інформації, особливо в діловій сфері, є численні форми і види документів.

Але ділові документи є не тільки засобом ділового спілкування, але і юридичним обґрунтуванням прав і обов'язків партнерів по бізнесу. Діловий лист – це ще й заочне самопредставлення, елемент і показник іміджу організації, воно багато що говорить про культуру та наміри партнерів, демонструє їх орієнтацію на справу або на односторонній успіх, показує справжню суть бізнесмена. На підставі одного-єдиного ділового листа адресат отримує можливість скласти попередній профіль потенційного ділового партнера: чи знає він правила ділового етикету (діловодства, існуючі ДОСТи) при спілкуванні за допомогою письмових документів, чи віддає належне дотриманню законів, чи легітимна його ділова пропозиція, чи достатньо він солідний, заможний, скромний він чи амбітний, грамотний чи ні, компетентний чині, чи володіє почуттям гідності чи ні, чи схильний до «пози» і т.п. Про це ми повинні подумати і в ситуації працевлаштування, коли розробляємо професійне резюме, готуємо характеристики, рекомендаційні листи, пишемо автобіографію і т.п. Звичайно, адресат зробить висновки, виходячи зі своїх суб'єктивних уявлень про те, що є норма і

що є відхилення від неї. Проте зміст і оформлення ділового документа може дати відповідь на питання, чи варто мати справу з його автором. Уміння спілкуватися за допомогою ділових паперів, здійснювати «правильне» діловодство – один з факторів ділового успіху. Грамотно і ефективно організоване діловодство сприяє підвищенню швидкості і якості прийняття управлінських рішень, зниженню ступеня їхнього ризику, економить час керівників і співробітників.

Отже, етика ділового спілкування за допомогою письмової мови, тобто допомогою документів, полягає в необхідності знання та дотримання таких принципів: знати, вміти, застосовувати на практиці і неухильно дотримуватися норм службового листування, правил створення, оформлення, реєстрації, зберігання документів, прийнятих в країні. Щоб бути правильно зрозумілим, ви повинні висловлюватися мовою партнера по спілкуванню. Прагнути полегшити партнеру роботу з документами, що направляються йому, а для цього знову-таки необхідно знання та використання звичних для партнера правил діловодства. Проявляти скромність у спілкуванні, не втрачаючи гідності, пам'ятати, що спрямований вами адресату документ – це ваше заочне уявлення потенційному діловому партнерові і від враження, яке виробляє ваш документ, правильний – неправильний, та зрозумілому діловій мові залежить, чи будуть у вас розвиватися ділові відносини і як довго.

Організація у зовнішньому середовищі представляється як єдине ціле, юридична особа, тому всі її документи, незалежно від підрозділу та посадової особи, що їх склала, повинні бути однаково з точки зору форми і змісту постійних реквізитів. Як ми побачимо далі, нормативні документи з діловодства часто допускають деяку різноманітність у виконанні окремих реквізитів, надаючи організації можливість вибрати той, що найбільше влаштовує її варіант. Один з етичних принципів: намагайся уявити себе на місці одержувача листа і максимально полегшити сприйняття і роботу з документом.

Повною легітимністю, тобто юридичною силою, володіє оригінал бо оригінал документа, підписаний власноручно посадовою особою, підпис якої завірено відбитком печатки. В даний час, після прийняття Федерального закону «Про електронний цифровий підпис», активно вирішуються юридичні й технічні проблеми так званих центрів, що засвідчують. Копії не є легітимним документом, якщо їх визнання у якості таких не обумовлено в договорі чи контракті на виконання робіт, чи чинні угоди.

«Міжнародне співробітництво з питань стандартизації в галузі документації, класифікації та кодування інформації, уніфікації документів здійснюється національними службами стандартизації в рамках ІСО –

Міжнародної організації зі стандартизації (*International Organization for Standardization, ISO*). В даний час в ІСО представлені національні органи по стандартизації 130 держав».

Щоб ускладнити можливість фальсифікації документів вашої організації, не провокувати шахрая легкістю здійснення фальсифікації, забезпечити надійність даних у разі проведення документографічної або почеркознавчої експертизи, корисно застосовувати такі заходи: виконання підпису посадовими особами за допомогою *нір'яних* ручок вицвітають *кольоровими* чорнилами (синіми, фіолетовими); виконання *друку кольоровими* чорнилами (синіми, фіолетовими); забезпечення повного візуального сприйняття всіх елементів підписи: найменування посади, підпису, розшифрування підпису, печатки, що дозволяє встановити їх взаємну відповідність, а отже, і додасть гарантії справжності; відсутність на бланках документів банківських реквізитів; «читається» підпис, хоча б 3-5 перших букв (бажано).

Етикет-зведення норм поведінки, правила чемності. Для більшості людей етикетні норми – це правила, яких дотримуються в усному спілкуванні (форми ввічливості, привітання, вибачення тощо).

При складанні документів теж потрібно дотримуватися етикетних норм. Проте вони дещо відмінні від правил чемності усної форми.

Особливої ваги етикетні норми набувають при листуванні, коли іде обмін інформацією і відбувається спілкування на письмі.

У діловому листуванні розрізняють листи-запити, листи-відповіді, пропозиції, вимоги. Претензійні листи.

Усі види листів оформлюються за єдиними вимогами, але різняться змістом.

При складанні службових листів та інших документів потрібно пам'ятати про такі правила етикету: чітко дотримуватися вимог оформлення; при звертаннях використовувати супровідні слова: пан, товариш, добродій, шановний, вельмишановний.

Чим більше таких заходів вживається у документах, тим легше в цілому укладати документ, бо такі засоби полегшують такий процес оскільки відомі управлінцям і вживаються у готовому вигляді. Ключові слова – назви документів. Вживаються особові форми дієслів, що властиві до того чи іншого документа. Вживання загальних назв суб'єктів домовленостей (продавець-покупець). Вживання типових словосполук (мовні кліше). Вони виконують інформативно необхідний характер, часто вживаються і переносять їх з одного тексту документа в інший (оплату гарантуємо, порядок денний, встановити контроль). Вживання типових речень. У договорі купівлі-продажу вживається таке речення: до укладання договору

об'єкт продажу нікому не проданий, не заставлений, у спорі і під арештом не перебуває.