

Министерство образования и науки Республики Алтай  
БПОУ РА «Горно-Алтайский педагогический колледж»

# КУЛЬТУРА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

ПОДГОТОВИЛА: СТУДЕНТКА 41 ГРУППЫ  
БАГАЮЛОВА ИРАИДА

# Деловая переписка

Деловая переписка представляет собой форму деловой коммуникации, при которой информационное сообщение передается посредством написанного (напечатанного) текста на бумажном или электронном носителе.

Стандартные требования к устной деловой коммуникации актуальны и для деловой переписки: грамотность, краткость, конкретность, деловой стиль общения и т. д. Вместе с тем специфика данной формы коммуникации обуславливает и ряд особых требований:

**1) грамотное использование реквизитов, подписи, корпоративного бланка, печати и т. д.;**

**2) небольшой размер сообщения (до одной-полутора печатных страниц при стандартных шрифте, кегле и интервале — « Times New Roman », 14 кегль, интервал 1,5);**

**3) аккуратность при общем дизайне и оформлении письма;**

**4) четкое соблюдение структуры основного текста письма: тема, преамбула, основная часть, заключение;**

**5) соблюдение сроков ответа на деловое письмо.**

**По  
содержанию  
деловые  
письма  
делятся на:**

**благодарствен  
ные и  
поздравительн  
ые**

**рекомендател  
ные**

**содержащие  
просьбы**

**содержащие  
сообщения**

**содержащие  
напоминания**

**выражающие  
соболезнован  
ия**

**циркулярные  
письма**

**сопроводител  
ьные письма**

**сообщающие  
об отказе**

**письма-  
приглашения**

**служебные  
записки**

**гарантийные  
письма**

**письма-  
резюме**

**пресс-релизы**

**коммерческу  
ю  
корреспонден  
цию**

# Виды деловых писем

Письмо- просьба

Письмо- сообщение

Письмо- приглашение

Письмо- ответ(отказ)

Письмо- напоминание

Письмо- благодарность

Сопроводительное письмо

Письмо- подтверждение

Письмо- претензия

**Оформление письма по всем правилам говорит об уважении к адресату, поэтому нужно учесть следующие аспекты:**

### **Тема**

Используйте простой, понятный заголовок. Так получатель сразу поймет, о чем пойдет речь, а вы получите быстрый ответ.

### **Текст**

Текст документа делится на 3 составляющие: введение, содержание, заключение. Во вступлении нужно указать цель письма, в основной части представить содержание, описание, а в заключении подвести итоги, которые выражают предложение, претензию, просьбу или другое.

### **Стилистика**

Любое письмо от организации пишется в строгом официальном стиле. Не допускается выражение эмоций. В тексте недопустимы опечатки, зачеркивания и дописки.

### **Реквизиты**

В середине фирменного бланка размещается герб РФ;

Достоверное и полное название адресанта;

Контактные данные;

Номер банковского счета;

Название организации-получателя пишется в именительном падеже.

Должность и фамилия – в дательном падеже;

Каждый реквизит пишется с новой строки.

## **Оформление бланка**

Используется специальный бланк;

Для последующей подшивки на бланке делается отступ в 3 см от левого поля;

На документе указывается достоверные данные о компании: адрес, телефон, почта;

Используется шрифт Times New Roman, размер 12. Межстрочный интервал 1,5-2. Такое оформление считается самым подходящим, так как легко воспринимается во время чтения;

Письмо, которое содержит конфиденциальную информацию, лучше отправлять в конверте. Не рекомендуется использовать факс или E-mail.

## **Абзацы**

Для легкого восприятия изложенного материала, текст лучше разделить на абзацы. Так письмо становится легким для восприятия. Получатель сразу сможет изучить цель корреспонденции, обращаясь после к введению и заключению. Основную часть письма также делите на абзацы.

# Официальная корреспонденция

Термин «официальная переписка» охватывает любое письмо или другую форму корреспонденции, направляемые любым официальным лицом в этом его качестве, от его имени и в силу занимаемого им поста.

Стиль официальной переписки может изменяться в зависимости от языка и традиций различных стран, однако он подчиняется некоторым общим правилам, определяемым международной практикой и условностями. Протокольные требования к официальной переписке, целью которых является оказание адресату знаков уважения, на которые, он имеет право, при соблюдении в то же время соотношения рангов между отправителем и адресатом, строятся на принципах равенства, уважения и взаимной корректности.

# Виды официальной корреспонденции

Официальная корреспонденция делится на 3 основных вида:

1. Официальная переписка между государственными органами различных стран, посольствами и иностранными представительствами (меморандумы, верительные грамоты). Этот вид корреспонденции используется в дипломатической практике.

2. Деловые (коммерческие, хозяйственные, трудовые) письма, имеющие официальный характер и широко применяемые при организации деловых контактов между предприятиями, организациями и органами власти.

Деловые письма желательно строить по такой схеме: внимание – интерес – просьба – действие

3. Служебные письма как неотъемлемый элемент внутрифирменного управления организацией. Они включают письма, служебные, объяснительные и докладные записки, телеграммы, факсы, электронную почту и другие формы передачи информации.



# Структура делового письма

Правила ведения деловой переписки устанавливают четкие требования и к структуре делового письма, которое, по сути, непосредственно состоит из двух основных реквизитов — обращения и текстовой части. Что касается обращения, то когда письмо имеет конкретного адресата, в этом реквизите должны быть упомянуты его имя и отчество полностью.

Можно начинать обращение со слов: «Уважаемый», «Глубокоуважаемый» или «Дорогой» с указанием имени и отчества. Если адресатов несколько или конкретное имя респондента неизвестно, обращение пишется во множественном числе и может выглядеть так: «Уважаемые господа!», «Дорогие коллеги!» и пр. При ведении деловой переписки структура текстовой части делового письма подразделяется на три основных логических блока: вступление — вводная часть, в которой даются все необходимые начальные сведения и отражена причина и цель написания этого документа; основная часть, из которой адресат должен четко понять суть вопроса и то, что именно требуется от него. В этой части приводятся объяснения, рассуждения или доказательства; заключение — в нем резюмируется вышесказанное, делаются выводы, излагается конкретное требование, просьба.

## В какие сроки нужно ответить на письмо

Как уже было  
сказано  
выше, есть  
письма  
(запрос,  
предложение,  
запрос,  
рекламная,  
предупреждение,  
письма в  
которые  
требуют  
своевременн  
получения  
его ответа.  
Срок  
на ответ  
можно дать в  
течение 10  
месяцев,  
следует  
отправить в  
течение  
недели с

# Элек трон ные деловые письма

Сегодня  
общени  
е между  
компани  
и  
Есть ро  
больше  
мест  
почта  
вляется с  
помощью  
ите  
Броскую  
формы  
тисмот  
почку  
решит  
формл  
общие  
лишь  
ни не  
доказыв  
электрон  
филь  
получите  
электрон  
дизайну  
профове  
документ  
увидеть  
формл

# Принципы классификации деловых писем могут быть различными.

**1.** По теме письма разделяются на коммерческие и собственно деловые.

Коммерческие письма используются при организации коммерческой сделки, заключении и выполнении контрактов; составляются от имени юридических лиц и нередко имеют правовую силу. К коммерческой корреспонденции относятся коммерческое письмо-запрос, письмо-предложение (оферта), письмо-претензия (рекламация) и ответы на эти письма, кредитное письмо (при заключении контрактов с иностранными партнерами).

Классификация деловых писем

Собственно деловые письма решают организационные, правовые вопросы, проблемы экономических отношений корреспондентов, поэтому они весьма разнообразны по форме и содержанию. Это могут быть и расписка, и приглашение, и протокол собрания и др.

**2.** По функции письма подразделяются на письма-ответы и инициативные письма. Последние, в свою очередь, подразделяются на письма, требующие ответа (коммерческое инициативное письмо, письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация, письмо-просьба, письмо-обращение), и письма, не требующие ответа (письмо-напоминание, письмо-предупреждение, письмо-извещение, письмо-заявление, сопроводительное письмо).

**3.** По признаку адресата письма подразделяются на обычные и циркулярные.

Циркулярные письма – это письма, рассылаемые одним адресантом нескольким получателям, как правило, подчиненным инстанциям (организациям). Обычные письма направляются одному получателю.

#### **4. По композиции письма подразделяются на одноаспектные и многоаспектные.**

В одноаспектных письмах рассматривается один вопрос. В последнее время они доминируют в деловой переписке. Если необходимо обратиться в организацию сразу по нескольким вопросам, рекомендуется составить отдельное письмо по каждому из них, особенно в том случае, когда рассматриваемые вопросы не связаны между собой.

Многоаспектные письма составляют в том случае, когда они затрагивают несколько взаимосвязанных вопросов, которые будут рассматриваться в одной организации (одним адресатом). Например, это может быть письмо, одновременно являющееся и письмом-предложением, и письмом-напоминанием.

**5.** По форме отправления письма подразделяются на традиционные почтовые отправления (обычно это письма, имеющие юридическое значение, как то: договоры, оферта, рекламация), электронные письма и факсы. Последние два вида писем используются, когда необходимо срочно решить вопрос, но юридической силы они не имеют.

**6.** По структуре письма подразделяются на регламентированные, форма которых строго оговорена ГОСТом, и нерегламентированные, не имеющие жесткой текстовой структуры, не требующие специального бланка или строго определенного формата бумаги. Последний вид писем тем не менее предполагает наличие некоего набора стандартных элементов, например: общей структуры письма, формы обращения к адресату и завершения письма и т.п.

**7.** По цели письма подразделяются на информирующие, создаваемые с целью передать информацию и документы и убеждающие, призванные вызывать эмоции.

Каждое деловое письмо попадает в несколько классификаций, а следовательно, составляется с учетом разных аспектов.