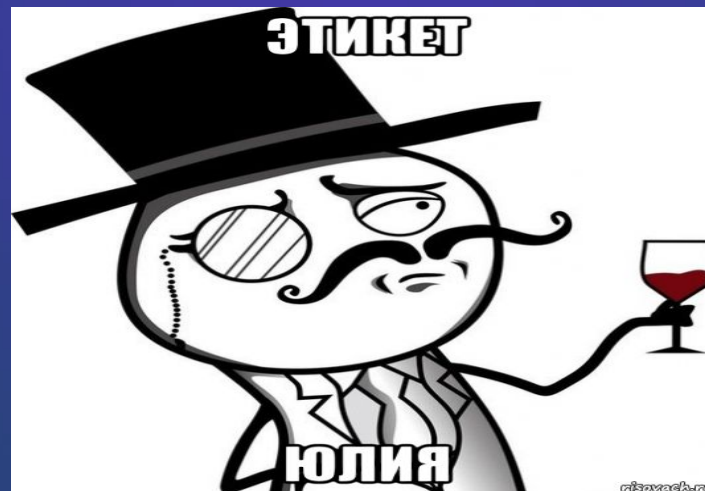


Этикет деловой переписки



Речевой этикет в деловой переписке

Что такое деловой этикет, какие правила лежат в его основе и какие формулировки нужно использовать в письменном деловом общении.



Этикет — это установленный порядок поведения. Такой порядок в сфере делового общения называется деловым этикетом. В его основе лежат правила:

Уважение чужого мнения.

Уважение, вежливость и доброжелательность по отношению к деловому партнеру.

Умение отказывать, не задевая чувств делового партнера.

Самокритичность, умение признавать свою неправоту.

Умение аргументированно отстаивать свое мнение в спорах.

Субординация: соблюдение дистанции между сотрудниками, которые занимают разное положение в иерархии компании.



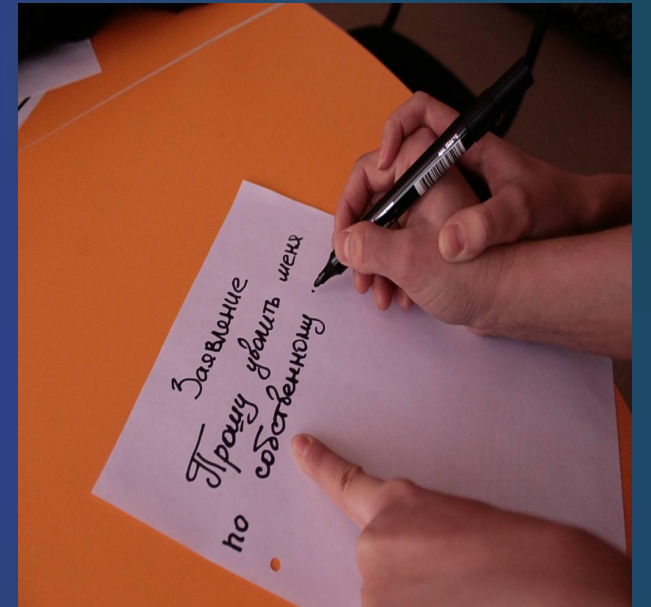
Этикет в письменном деловом общении

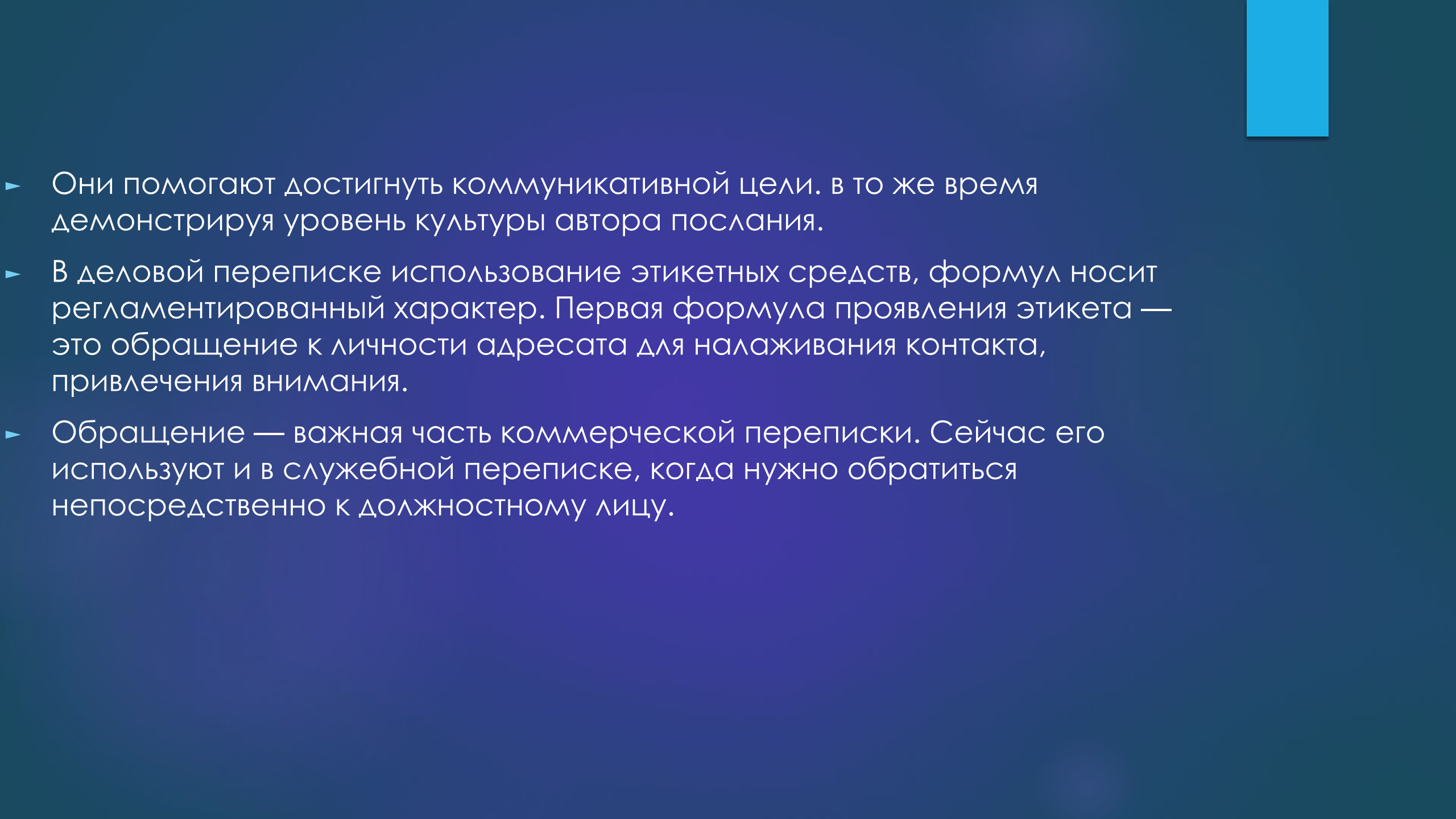
В письменном деловом общении этикет проявляется в форме и содержании документов:

Формате аргументации.

Способах обращения.

Способах выражения просьб, отказов, претензий.



- 
- ▶ Они помогают достигнуть коммуникативной цели. в то же время демонстрируя уровень культуры автора послания.
 - ▶ В деловой переписке использование этикетных средств, формул носит регламентированный характер. Первая формула проявления этикета — это обращение к личности адресата для налаживания контакта, привлечения внимания.
 - ▶ Обращение — важная часть коммерческой переписки. Сейчас его используют и в служебной переписке, когда нужно обратиться непосредственно к должностному лицу.

Обращение в деловой переписке

При обращении к адресату учитываются его служебное положение, сфера деятельности, степень личного знакомства. Наиболее общей формулой обращения, которая может использоваться независимо от перечисленных факторов, является «Уважаемый господин [Фамилия]!», «Уважаемая госпожа [Фамилия]!»

При обращении к должностным лицам высших и центральных органов государственной власти и управления, президентам (председателям) обществ, компаний, возможно обращение с указанием должности и без фамилий:

«Уважаемый господин министр!», «Уважаемый господин президент!»



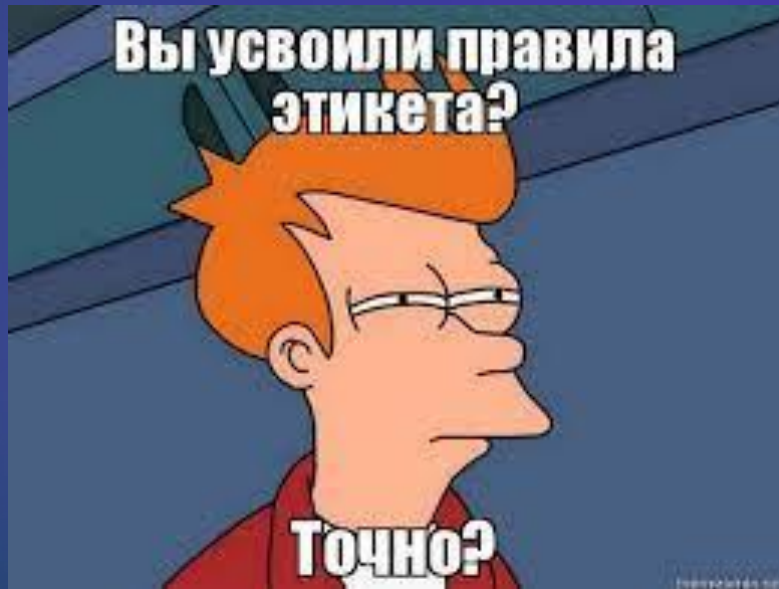
Ты пишешь мне письмо,



**но делаешь это без уважения.
Ты даже не знаешь этикет
деловой переписки.**

- ▶ В письмах-приглашениях, извещениях допускается обращение по имени и отчеству: «Уважаемый Владимир Андреевич!». При обращении к лицам одного профессионального круга возможно обращение «Уважаемые коллеги!». Если текст документа начинается с личного обращения к адресату, правила делового этикета требуют в конце текста, перед подписью, заключительную формулу вежливости «С уважением».

- ▶ Согласно традициям отечественного делового этикета, при формулировке просьб, запросов, предложений, мнений принята форма выражения от первого лица множественного числа:
- ▶ «Предлагаем Вашему вниманию новую линейку продукции», «Напоминаем, что дата окончания работ изменилась».
- ▶ Формула обращения от первого лица единственного числа (прошу, предлагаю, приглашаю) используется в письмах конфиденциального содержания, а также в документах, оформленных на бланках официальных лиц.



Тональность писем и этикетные средства

Тональность деловых писем должна определять корректность и оптимизм. Кроме того, убедительность делового послания, сила его воздействия зависит от выбранной формы и стиля письма. Потому что убеждает не только информация, но и тональность, в которой ведется переписка. Во многих случаях именно она определяет характер делового диалога между организациями.



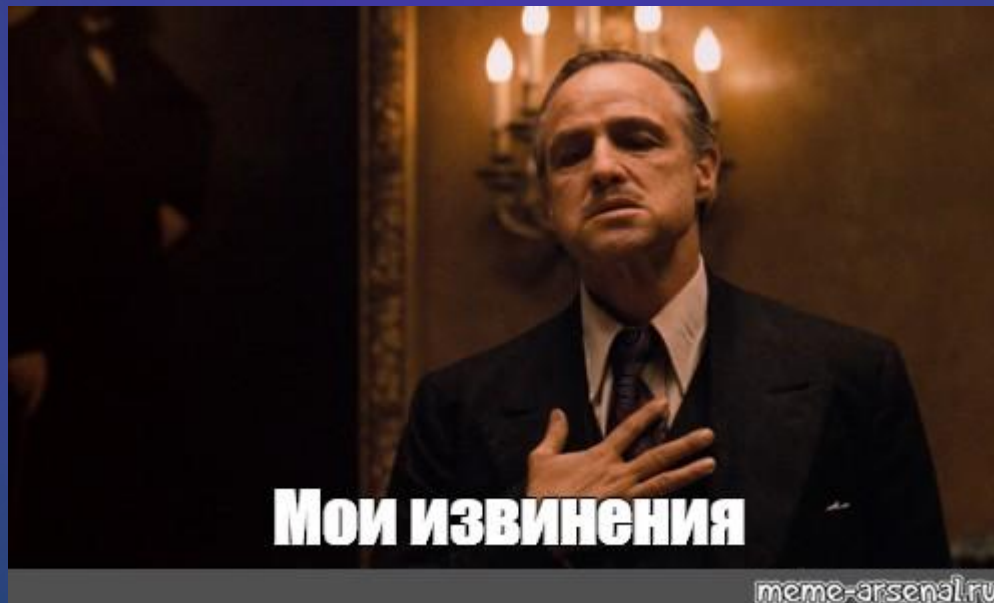
- ▶ Использование этикетных средств позволяет смягчить категоричность высказывания. Например, отказ, смягченный формулами вежливости, оставляет открытой возможность дальнейшего сотрудничества:
- ▶ «На наш взгляд, цены на Вашу продукцию высоки, что делает невыгодной ее реализацию в нашем регионе». «Мы выражаем надежду на разумную ценовую политику с Вашей стороны, что в конечном счете приведет к длительному и плодотворному сотрудничеству».





- ▶ Это отказ, но в вежливой, корректной форме.
- ▶ В функции этикетных средств могут выступать вводные слова, указывающие на отношение автора к предмету сообщения, придающие высказыванию оценочность:
- ▶ «Если рассматривать долю продукции Вашего предприятия в объеме нашей реализации, то она составляет, к сожалению, около 7%». «К сожалению, мы не можем предложить вам эту марку, так как она находится в стадии переработки».
- ▶ В мировой практике и в российском деловом письме признаком хорошего тона является выражение благодарности за точность, своевременный ответ.
- ▶ Этикетные модели выражения радости, надежды, уверенности, одобрения, признательности не просто украшают текст делового послания, лишая его привычной сухости, но и создают определенную тональность восприятия, влияют на отношение адресата к сообщению:
- ▶ «С удовольствием приглашаю Вас принять участие в ...», «Имею честь пригласить Вас...», «Мы были бы рады видеть Вас на...».

- ▶ Но следует исключить так называемую ложную вежливость, которая отталкивает деловых партнеров. Выражения вроде «Будьте так любезны», «Не откажите в любезности сообщить» и им подобные неуместны в деловых письмах. Также недопустимы в коммерческом информационном письме устойчивые обороты разговорной речи, нарушающие тональность:
- ▶ «Приносим извинения за вновь причиненное беспокойство. Но к сожалению, в банке очередное закручивание гаек и мы не можем получить паспорт сделки без вышеуказанных документов и, следовательно, произвести оплату».



- ▶ Тем не менее, с помощью образности можно смягчить сухость делового языка, разнообразить интонационный рисунок текста, при необходимости придать речи экспрессивные оттенки.
- ▶ Выбор этикетных средств в первую очередь обусловлен коммуникативной заданностью послания. Однако никакой список рекомендуемых высказываний и языковых моделей не позволит полностью решить проблему официального речевого этикета. Только культура, такт, объективность в оценке производственных ситуаций подскажут правильный выбор слов и выражений.



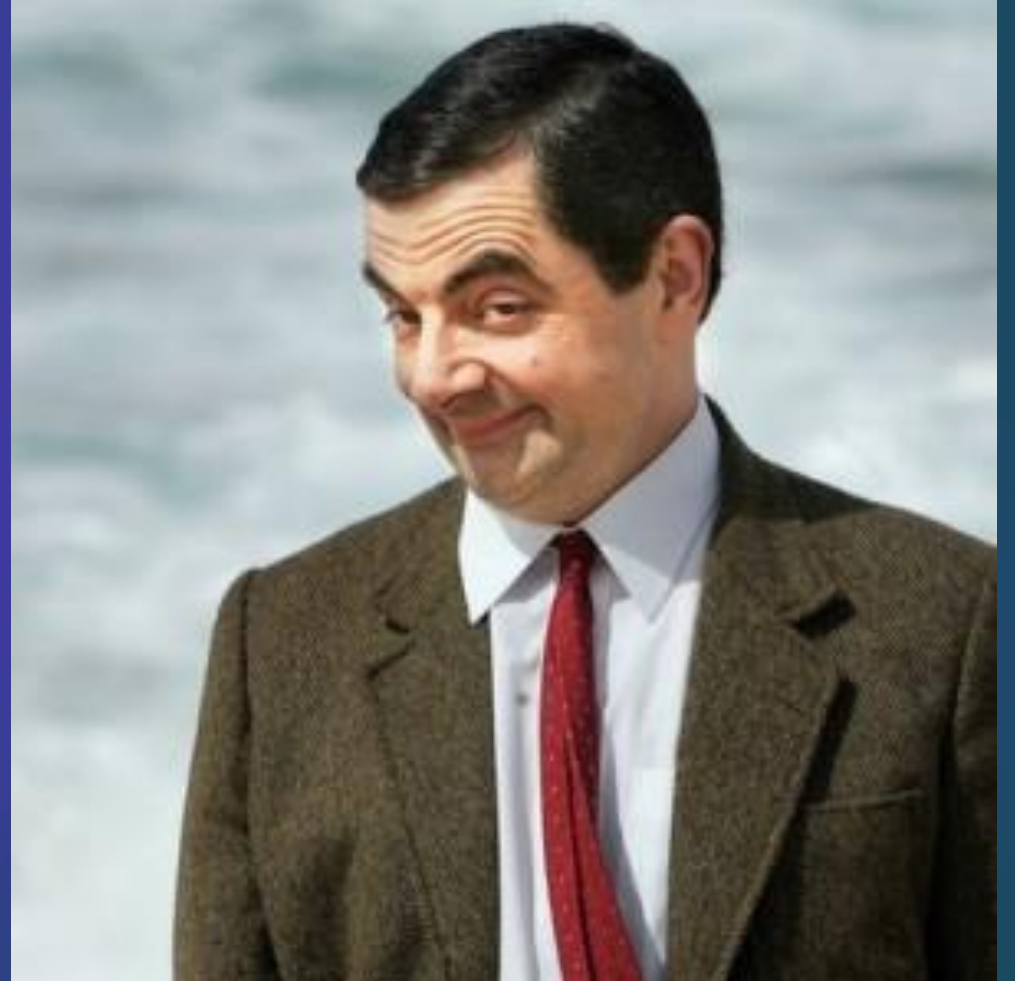
Этические нормы деловой переписки

Немаловажный аспект деловых отношений — вопросы этики между деловыми партнерами. В переписке она проявляется в необходимости соблюдения ряда требований, предъявляемых и к адресанту, и к адресату. Составителям деловых писем не рекомендуется: Побуждать адресата к спешке при вынесении решения: «Срочно», «Незамедлительно», «В наиболее короткие сроки». Более приемлемыми будут формулы «Прошу Вас ответить до такого-то числа», «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении».

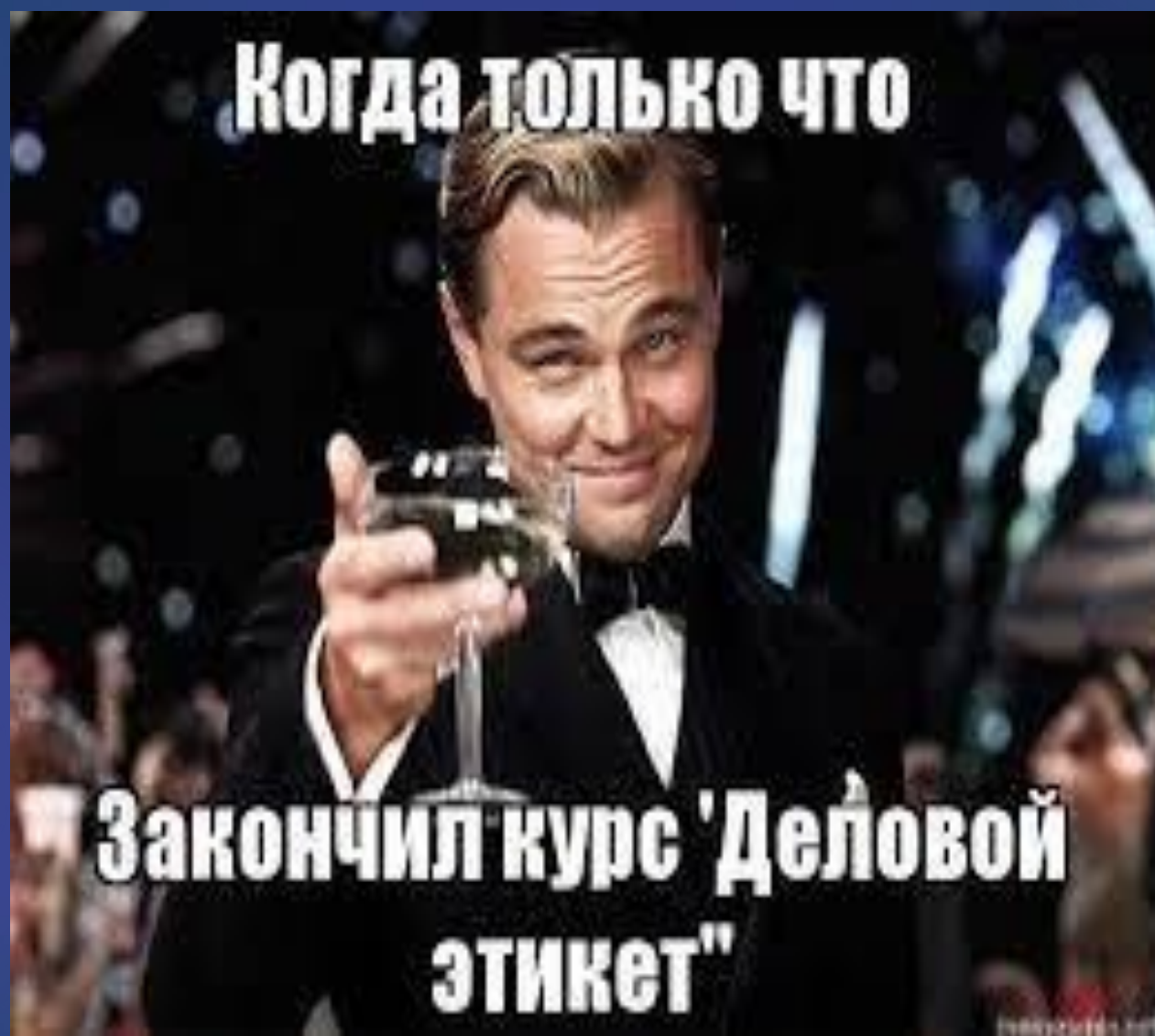
Навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса: «Прошу изучить и решить вопрос положительно», «Прошу утвердить эту кандидатуру».

Намекать получателю письма на его мнимую невнимательность, вводя в заключительную часть письма формулировку «Предлагаю внимательно изучить...».

Начинать послание с констатации отказа в тех случаях, когда выполнение просьбы или поручения не представляется возможным. Сначала следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться.



- ▶ Получатель деловой корреспонденции, с точки зрения этических норм, должен быстро ответить отправителю. Задержка или отсутствие ответа может рассматриваться как нежелание сотрудничества и приведет к разрыву деловых отношений.
- ▶ Безусловным нарушением этических норм деловой переписки, выражением неуважения является форма ответа, при которой письмо-запрос или предложение возвращается к адресанту с размещенной на нем ответной информацией (особенно, написанной на нем от руки) без обращения, заключительной фразы.
- ▶ По правилам, заключительная форма вежливости размещается на правой стороне письма под заключительной строкой основного содержания. И выносится в отдельную строку, обычно с дополнительным интервалом. В отличие от вступительного обращения, заключительная формула вежливости безлична и обращена одновременно и к организации, и к ее сотрудникам:
- ▶ «С уважением...», «С глубоким уважением...», «С пожеланиями успехов...», «С наилучшими пожеланиями...».
- ▶
- ▶ Материал подготовлен на основе лекции преподавателя Русской Школы Управления Натальи Абрамовой.



Когда только что

Закончил курс 'Деловой
этикет'