

Центр дополнительного профессионального
образования

«Южная Столица»



Методический материал
Делопродводство

ТЕМА 4.

ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА

Тел.: 8-918-121-20-20

Эл.адрес: ug-city07@mail.ru

Сайт: yoc123.rf

г. Краснодар
2019г.

Оглавление

1. Деловая корреспонденция	2
2. Разновидности деловых писем.....	4
3. Деловая переписка	6
4. Правила деловой переписки по электронной почте	10
Имя почтового ящика	10
Получатели	10
Оформление письма.....	10
Содержание письма	11
5. Этикет в деловой переписке.....	14
4Оформление делового письма	15

1. Деловая корреспонденция

Язык делового документа сложился в сфере управления в последние 100-150 лет. Его определяют как официально- деловой. В результате длительного развития в официально- деловом стиле выработались такие языковые средства и способы выражения содержания, которые обеспечивают наиболее эффективным образом фиксацию управленческой информации.

Основными чертами официально- делового стиля считаются:

- нейтральный тон изложения;
- лаконичность и краткость текста;
- точность, ясность выражения мысли.

Нейтральный тон изложения является нормой официального делового письма, поскольку управленческая информация, официальная по своему характеру, сводит субъективный (личностный) момент в текстах документов до минимума. Из языка делового документа исключаются, например, слова, обладающие эмоциональной или экспрессивной окраской: междометия, слова с суффиксами преувеличения и т.д.

Лаконичность изложения текста письма достигается экономным использованием языковых средств, исключением речевой избыточности.

Особые требования при изложении текста предъявляются в отношении точности, ясности выражения мысли. Содержание документа должно быть передано максимально точно. Точность изложения предполагает однозначность понимания содержания, приведённого в документе, и автором текста и его адресатом.

Требования точности изложения достигается употреблением специальной терминологии, использованием устойчивых языковых формул, сочетаемостью слов в предложении, использованием уточнений, дополнений, вводных слов, причастных и деепричастных оборотов.

Терминология, которая используется в управленческой документации вообще- это прежде всего отраслевая терминология, отражающая содержание той области деятельности, которой касается документ, кроме того, это специальные слова и выражения, сложившиеся в сфере административного управления.

Специфика делового стиля характерна ещё рядом особенностей.

В письме, например, не должны употребляться слова и выражения, вышедшие из употребления (архаизмы). Использование новых слов (неологизмов) и заимствованных слов должно быть оправданным. Если слова и выражения типа «пресс- секретарь», «электронная почта» приняли устойчивое обозначение в языке, то слова «санирование» вместо «оздоровление», «продолжить» вместо «Продлить» ещё не получили право на широкое употребление.

Особенностью делового языка является употребление слов с «универсальным» значением, таких как, например, «слабо», «недостаточно». Употребление таких слов позволяет дать общую оценку ситуации с целью последующей выработки конкретных мероприятий по исправлению сложившегося положения.

Ещё одна специфическая особенность делового языка- ограниченная сочетаемость слов, проявляющаяся в ограниченной возможности слова вступать в смысловые связи с другими словами.

Особенностью делового стиля являются также широкое употребление в текстах устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов (формул). Наличие их в деловом

языке - следствие чёткой регламентированности служебных отношений, повторяемости управленческих процедур и тематической ограниченности текстов документов.

Языковые формулы, отражая устойчивые элементы делового стиля, обеспечивают точность и однозначность понимания текста адресатом, сокращают время на подготовку текста и его восприятие.

Деловое (или служебное) письмо — обобщенное название широко применяемого вида официальных документов, служащих средством общения различных организаций по поводу осуществляемой ими своей деятельности. К категории деловых писем относится также переписка между частными лицами и организациями, если содержание ее касается взаимных интересов.

Основным признаком, по которому деловые письма из всех видов управленческой документации выделяются в особую группу документов, является пересылка их по почте, хотя в последнее время они могут пересылаться также с помощью телеграфа, факсимильной связи, электронной почты.

Информация, которую содержит в себе письмо, может быть выражена на любом языке, зафиксирована любым способом и на любом носителе с целью последующего ее обращения в сфере делопроизводства. Обращение содержит в себе последовательную смену информационных процессов — передачу, прием, обработку, хранение, поиск, размножение.

Что касается языка, то тексты писем составляют на русском или национальных языках в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и ее субъектов о государственных языках. Переписка в сфере внешнеэкономической деятельности ведется на русском или ином языке, предусмотренном коммерческим договором между деловыми партнерами.

К числу основных средств фиксации деловой информации относятся ручные пишущие средства, диктофонная техника и печатающие устройства персональных компьютеров.

В качестве носителей информации находят применение носители на бумажной основе (несветочувствительные), микроносители визуальной и звуковой информации (кино- и фотопленка, магнитные ленты), носители для записи и хранения компьютерной информации (дискеты, картриджи, CD-диски и др.). Следует подчеркнуть, что основным носителем деловой информации в делопроизводстве пока является бумага.

Письма оформляют на специально спроектированных для этого вида документов бланках с последующим нанесением на них необходимых информационных элементов — реквизитов.

Требования к оформлению писем складываются из требований, оговоренных нормативными документами (стандартами); норм и правил русского языка; учета особенностей делового стиля, а также норм и правил делового этикета, проявляющегося в форме изложения текста.

2. Разновидности деловых писем

Ввиду массовости использования и широкого разнообразия деловых писем четкой классификации их нет. Все виды классификации носят в основном теоретический характер. Письма классифицируют по функциональному признаку, по сложности, структуре, на регламентированные и нерегламентированные и т. д. Ниже приводится прежде всего краткая характеристика наиболее часто встречающихся на практике разновидностей писем, классифицированных по функциональному признаку.

Циркулярные письма обычно высылаются вышестоящей организацией, которая сообщает подчиненным предприятиям определенные сведения или установки, касающиеся деловых вопросов или задач и которые носят распорядительный характер.

В письме-запросе покупатель обращается к продавцу, импортеру, эксперту с просьбой дать подробную информацию о товаре или услуге, т. е. сформулировать коммерческое предложение. Такие запросы входят в группу контрактных документов и используются для подготовки и заключения сделок.

Гарантийные письма направляются с целью подтверждения данных ранее обещаний или оговоренных условий. Гарантироваться могут качество работ, сроки выполнения заказа, оплата товаров, услуг, арендуемых помещений и т. д.

Оферта — письменное предложение одного лица (оферента) другому лицу (акцептанту), выражающего желание заключить с ним договор. Оферта имеет определенный, указанный в ней, срок действия.

Рекламация — коммерческий документ, представляющий собой предъявление претензий к стороне, нарушившей принятые на себя договорные обязательства, и требование возмещения убытков. Рекламации предъявляются в отношении качества товара, объемов и сроков его поставки, упаковки, маркировки, платежа и других условий заключенного договора. Рекламация предполагает письмо-ответ на рекламацию.

Сопроводительные письма составляют при отправке адресату каких-либо документов или материальных ценностей. Такие письма могут содержать дополнительную информацию по прилагаемым документам. Сопроводительное письмо является также средством контроля за движением документов и материальных ценностей.

Письма-подтверждения высылаются для подтверждения получения документов или материальных ценностей. Иногда в них приводят краткое изложение, содержание документов и перечень материальных ценностей. Письмо-подтверждение может заканчиваться дополнительной просьбой или справочной информацией.

Письма-извещения. Письма, в которых что-либо сообщается или утверждается. Обычно эти письма являются ответом на запрос и начинаются со слов «На Ваш запрос сообщаем», «Извещаем Вас».

Письма-напоминания направляются в тех случаях, когда не удается с помощью телефонных переговоров или личного контакта получить необходимый результат. В письмах содержится не только напоминание о выполнении взятых обязательств, но и говорится о возможных мерах, которые будут приняты при их невыполнении.

Письма-просьбы излагают какую-либо просьбу, предельно кратко и уважительно подчеркивают заинтересованность организации в ее скорейшем выполнении, заранее выражая благодарность за усилия по ее исполнению.

Информационные письма. Это разновидность письма-извещения, своевременно информирующего заинтересованное должностное лицо или организацию о свершившемся факте. Для такого письма достаточно подписи секретаря. При большой значимости излагаемых в нем сведений письмо подписывает руководитель организации.

Письма-приглашения. Письма могут адресоваться индивидуальному или коллективному адресату. При большом количестве адресатов целесообразно использовать изготовленные типографским способом трафареты, в которых свободные места заполняются от руки.

Рекламное письмо содержит описание рекламируемых товаров или услуг. В письме должна быть приведена полная и четкая информация о предмете рекламы, указан адрес организации и телефон для справок.

В потоке почтовой корреспонденции, поступающей в организацию, определенную долю занимают частные письма. В них авторы обращаются к руководству организации с различными просьбами, жалобами, предложениями.

По структурным признакам письма разделяются на регламентированные и нерегламентированные. Регламентированные письма в виде трафаретизированного образца оговариваются каким-либо нормативным документом (например, письма, приведенные в Общероссийском классификаторе управленческой документации ОК. 011-93). Нерегламентированные (нестандартные) письма представляют собой текст, реализованный в виде формально-логического изложения или этикетного текста.

3. Деловая переписка

Деловая переписка – основная форма письменных речевых коммуникаций.

Письма – одно из самых распространенных средств общения в сфере деловых коммуникаций. Они составляют до 80% общего объема документов любой организации. Письмо является своего рода «визитной карточкой» организации. Грамотно составленное и оформленное деловое письмо говорит о высоком уровне культуры делового общения, что, несомненно, характеризует организацию с лучшей стороны.

Особенность деловой переписки заключается в том, что в ней употребляется стилистически нейтральная лексика, широко используются стандартные выражения и фразы, т.к. точность и лаконичность – основные требования к содержанию деловых писем.

Простое письмо — это малообъемный документ, в котором рассматривается только один вопрос.

Сложное письмо — многоаспектный документ, в котором рассматривается несколько вопросов. Такое письмо может состоять из двух и более страниц. Однако, каким бы письмо ни было, в нем просматривается простая структура — три части. В первой приводятся мотивы подготовки письма, ссылки на факты и события, решения вышестоящих организаций и другие аргументы, послужившие основанием для составления документа. Во второй части излагаются выводы, просьбы, предлагаются решения. В третьей — может формулироваться ожидаемый результат, констатироваться отказ, отклонение предложения и т. п.

В отдельных случаях письма могут содержать только первые две части, иногда только вторую часть.

Приведем для примера структуру письма-просьбы:

- 1) Излагается причина, вызвавшая необходимость обращения с просьбой.
- 2) Излагается суть просьбы.
- 3) Приводится ожидаемый результат от удовлетворения просьбы.

Тексты сложных многостраничных писем могут разбиваться на разделы, пункты, а при необходимости и на подпункты. Следует указать на важность деления текста с помощью абзацев — отступов в строке при начале новой смысловой части документа. Правильная разбивка текста на абзацы облегчает его чтение и понимание.

В заключение подчеркнем, что для современной деловой переписки характерна подготовка простых писем, в которых обычно рассматривается один вопрос.

Письмо, как правило, не должно занимать более одной страницы формата А4.

Специфика делового стиля письма

В дополнение к изложенному приведем ряд особенностей, специфических черт, характерных для делового стиля письма.

Текст письма излагается в повествовательной манере, как правило, при прямом порядке слов в предложении, с включением сложносокращенных слов (госкомитет, ОАО «Саратовгаз», ГипродорНИИ и т. п.) и аббревиатур (ГОСТ, ПК и др. см. п. 4.5).

Стиль письма отличается частым употреблением:

- отглагольных существительных;
- отыменных предлогов (на основании, в отношении, в соответствии с, в силу, в целях, за счет и др.);

- сложных союзов (вследствие того что; ввиду того что; в связи с тем что; в силу того что и т. п.);
- словосочетаний-связок, служащих для соединения частей сложного предложения (на случай, если ...; на том основании, что ...; по той причине, что...; с тем условием, что...; таким образом, что...; то обстоятельство, что...; тот факт, что... и др.).

В письме, как уже говорилось, не следует употреблять слова и выражения, вышедшие из употребления (архаизмы). Необходимо писать: не сего года, а этого года (текущего года); не означенный, а названный и т. д. Использование новых слов (неологизмов) и заимствованных слов должно быть оправданным. Если слова и выражения типа «пресс-секретарь», «электронная почта» приняли устойчивое признание в языке, то слова «санирование» вместо «оздоровление», «продолжить» вместо «продлить» еще не получили право на употребление в переписке.

Если в деловом письме автор документа — лицо юридическое, то действия передаются от третьего лица единственного числа: предприятие гарантирует..., не возражает..., предлагает...; от третьего лица множественного числа: Совет директоров, администрация предприятия убедительно просят...!; от первого лица множественного числа: просим..., сообщаем..., подтверждаем...

Если автор — лицо физическое, то действия передаются от первого лица единственного числа: Прошу..., ставлю Вас в известность..., довожу до Вашего сведения...!; от первого лица множественного числа: поддерживаем..., одобряем..., напоминаем..., выражаем... и т. д.

Еще одна специфическая особенность делового языка — ограниченная сочетаемость слов, проявляющаяся в ограниченной возможности слова вступать в смысловые связи с другими словами.

Приведем несколько примеров точного сочетания слов между собой:

инициатива — брать на себя, выступать с, поддерживать, проявлять, развивать, сдерживать, терять, уступать;

налог — взимать, облагать, платить, снижать, сокращать;

обязанность — возлагать, выполнять, исполнять, нести, освобождать от, распределять, отстранять от;

руководство — брать на себя, возлагать, осуществлять, отстранять от, подменять, укреплять и т. д.

Характерной особенностью стиля делового письма является широкое употребление в текстах устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов (моделей, формул, клише). Наличие их в деловом языке — следствие четкой регламентированности служебных отношений, повторяемости управленческих процедур и тематической ограниченности текстов документов.

Владение деловым стилем — это во многом и есть знание и умение употреблять языковые формулы, модели речевых оборотов.

Приведем несколько устойчивых языковых оборотов, объясняющих мотивировку написания письма:

- ✓ В порядке оказания технической помощи...
- ✓ В соответствии с протоколом...
- ✓ В подтверждение нашей договоренности...
- ✓ В связи со сложной экономической ситуацией... и т. д.

Следующие варианты являются типичным «стандартным» началом письма- извещения:

- ✓ Доводим до Вашего сведения, что наш завод прекратил производство комбайнов «Нива» прежней конструкции...
- ✓ Извещаем Вас, что мы сократили на месяц срок поставки запрошенных Вами изделий...
- ✓ В ответ на Ваш запрос, ставим Вас в известность...
- ✓ В соответствии с протоколом о взаимных поставках... и т.д.

А вот примеры стандартных языковых конструкций, выражающих просьбу, требование, пожелание:

- ✓ Убедительно просим Вас...
- ✓ Обращаемся к Вам с просьбой...
- ✓ В ответ на Ваше письмо просим Вас...
- ✓ Настоятельно требуем выполнения принятых Вами обязательств...
- ✓ Категорически настаиваем на выполнении...
- ✓ Выражаем уверенность в том, что...
- ✓ Выражаем удовлетворение по поводу Вашего письма и выражаем надежду на...

Типичными речевыми оборотами, используемыми в сопроводительных письмах, являются, например, такие:

- ✓ При этом направляем (высылаем, препровождаем) Вам...
- ✓ Согласно прилагаемому списку высылаем отдельным пакетом...
- ✓ Одновременно с этим письмом высылаются...
- ✓ С удовольствием направляем в ваш адрес... и т. д.

Приведем несколько выражений-клише, используемых в письмах-рекламациях, письмах-претензиях:

- ✓ К нашему сожалению, мы вынуждены сообщить, что качество поставляемого Вами товара не удовлетворяет требованиям...
- ✓ Мы официально заявляем Вам рекламационный акт на...
- ✓ В качестве заключительных могут выступать следующие фразы:
- ✓ Просим Вас не задерживать ответ...
- ✓ Просим извинить нас за задержку с ответом...
- ✓ Рассчитываем, что наши замечания будут учтены...
- ✓ По получении письма просим сообщить телексом подтверждение...
- ✓ Заверяем Вас, что мы незамедлительно свяжемся с соответствующими организациями по поводу...

- ✓ Заверяем Вас, что мы предпримем срочные меры для исправления сложившегося положения.

Кроме типового характера, некоторые языковые формулы заключительных фраз выступают также в качестве юридически значимых компонентов текста. Например, в гарантийном письме:

- ✓ Гарантируем возврат кредита в сумме... в срок до...
- ✓ Оплату гарантируем. Наш расчетный счет...

Или в письме-претензии:

- ✓ ...в противном случае Вам будут предъявлены штрафные санкции.

Следует сказать, что приведенный в качестве примера набор языковых формул, моделей, клише мог быть дан в значительно большем объеме, однако заменить профессионализм, внутренний такт и объективность составителя в оценке конкретной управленческой ситуации он все же не сможет. Нужны практика, опыт, которые приходят со временем.

4. Правила деловой переписки по электронной почте

Так как сейчас электронной почтой пользуются гораздо чаще, чем обычной, мы решили уделить внимание тому, как правильно вести деловую переписку именно в сети. Вот несколько рекомендаций, соблюдение которых не даст вам ударить в грязь лицом перед своим собеседником.

Имя почтового ящика

Первое, что бросается в глаза, когда мы открываем новое электронное письмо – это тот адрес, с которого оно отправлено. Многие недооценивают важность этого момента, и отправляют деловые письма со своих личных почтовых аккаунтов. Ничего страшного в этом нет, если электронный адрес содержит только ваше имя в удобочитаемом формате. Но если там есть различные прозвища типа «kissa1988» или «pupsik-26», то отправка делового письма с такого ящика просто недопустима.

Также не приветствуются в деловой переписке почтовые адреса, которые начинаются с info@, inbox@ и тому подобное. Такие адреса просто не воспринимаются всерьез, и есть большая вероятность, что письмо даже не откроют. Самый лучший вариант – это вести деловую переписку с почтового ящика name@company.com, где name – это ваши имя и фамилия, company – название компании.

Получатели

В электронной переписке есть возможность отправить письмо на прямого получателя и поставить других получателей в копию. Предполагается, что получатели в копии письма не должны на него отвечать. Они являются как бы приглашенными наблюдателями. Поэтому, заранее перед отправкой письма определите, от кого именно вы хотите получить ответ на письмо, и правильно расставьте адресатов. Однако, по возможности, не ставьте в прямые получатели письма нескольких человек. Может случиться такая ситуация, что вам не ответит никто из них, если каждый мысленно решит «переложить» эту обязанность на другого адресата.

Если же вы сами оказались в копии делового письма, то, как вы уже поняли, вашего ответа отправитель не ждет. Но если возникла необходимость ответить именно вам, то вы можете это сделать, но вежливым будет извиниться в начале письма за то, что «вмешиваетесь».

Оформление письма

Официально-деловой стиль. В деловой переписке, естественно, используется официальный стиль письма. Этот стиль характеризуется отсутствием описательных прилагательных, ненужных уточнений и деталей. Только конкретика, ясность и логика. После написания делового письма полезно прочесть его еще раз и убрать все фразы, которые не несут в себе особой смысловой нагрузки и не меняют суть написанного. Только когда вы убедились, что все подобные слова и фразы удалены, тогда можно сказать, что это правило составления делового письма соблюдено.

Грамотность. Говорить, что деловое письмо должно быть написано грамотно и без ошибок – это всё равно, что сказать «снеговик должен быть сделан из снега». Тем не менее, не упомянуть об этом правиле нельзя. Грамотность – это основополагающий элемент любого письма. Человек, пишущий деловое письмо с орфографическими ошибками, вряд ли кем-то может быть воспринят серьезно.

Тема письма. Её писать нужно обязательно. Причем, старайтесь писать её коротко, но емко – чтобы получателю при одном взгляде сразу стало ясно, о чем будет идти речь в письме. Тема ни в коем случае не должна состоять из одного слова. «Информация», «Вопрос» и т.д. –

неправильные темы делового письма. «Торговое предложение от компании X» - правильная тема. Если информация в вашем письме особо важная, то можно пометить его специальным флажком «важности», которые есть практически во всех сервисах e-mail.

Шрифт. Текст письма должен быть, в первую очередь, читабельным. Поэтому используйте шрифт Arial или Times New Roman, размер подбирайте средний (например, в почте mail.ru оптимальный размер шрифта – 3). Не экспериментируйте со шрифтами или цветами. В деловой переписке это неуместно. Не используйте Caps Lock, восклицательные знаки и разные специальные символы (в том числе смайлики). Единственное, что допускается – это выделение некоторых фраз курсивом или жирным шрифтом. Но и это старайтесь использовать только при большой необходимости.

Для удобства чтения и лучшего донесения мысли можно использовать подзаголовки по тексту письма. Но их не должно быть слишком много – не более 3-4.

Один абзац письма не должен быть растянут более, чем на 4 строки текста. Когда мы читаем очень длинные абзацы, текст сливается, и основная мысль может быть потеряна.

Любые перечисления и списки стоит оформлять с помощью специальных маркеров.

Фирменный шаблон. Будет отлично, если вы разработаете фирменный шаблон электронных писем в своем корпоративном стиле. И будете отправлять все деловые письма только с таким шаблоном. Это позволит вам выделиться среди остальных, но соблюдать положенную деловому письму официальность. Однако, не стоит переусердствовать с «фирменностью» - излишняя креативность письму только навредит. Всё-таки, речь идет о деловом общении, а не развлекательном. Не забывайте также и о том, что получатели могут читать ваши письма не только на компьютере, но и на мобильных устройствах. Поэтому шаблон должен быть оптимизирован под разные разрешения экранов.

Содержание письма

В одном письме должен быть только один информационный повод. И соответственно, от получателя должно подразумеваться только одно целевое действие. Вмещать в одном письме сразу несколько вопросов, предложений или просьб к получателю считается некорректным.

Любое деловое письмо должно разбиваться на следующие части:

- введение;
- основная часть;
- заключение.

В введении кратко указывайте цель письма и причины его написания. Основная часть – это сама суть письма. В заключении нужно резюмировать вышесказанное – это могут быть выводы, просьбы, указания, предложения и так далее. Никаких «постскриптов» в деловой переписке использовать крайне нежелательно. В письме не должно быть афоризмов, метафор, пословиц и так далее.

Если вам необходимо подать в письме графическое изображение, то не вставляйте его в сам текст письма, а прикрепляйте отдельным файлом. Изображения могут некорректно отображаться на разных устройствах либо быть вовсе отключены в интерфейсе почтовой программы получателя. В тексте письма, где это необходимо, просто укажите «информация находится в прикрепленном файле». Если таких файлов несколько, но обязательно пишите их названия.

Все гиперссылки, поданные в письме, должны иметь привычный для любого интернет-пользователя вид – синий цвет шрифта с нижним подчеркиванием.

Если вы используете аббревиатуры и сокращения слов, вы должны быть на 100% уверены, что получатель поймет, что вы имели в виду. А вообще, лучше перестраховаться и не использовать таких вещей.

Отсутствие эмоций. Деловые письма не должны содержать в себе никакой эмоциональной окраски. Вообще. Даже если вы пишете жалобу и вам очень хочется показать всю полноту своего негодования, или вы наоборот сердечно благодарите партнера за успешную сделку. Деловое письмо должно быть сдержанным и даже в какой-то степени хладнокровным. Каждый человек ценит свою индивидуальность, но деловая переписка – не лучший способ её проявлять. Официальное письмо веселого или грустного человека, уборщика или генерального директора должно быть одинаковым.

Использование деловой лексики. Для связки предложений в деловой переписке используются такие устойчивые выражения:

- ✓ по той причине;
- ✓ на основании чего;
- ✓ в силу (чего-либо);
- ✓ в соответствии с;
- ✓ исходя из;
- ✓ принимая во внимание;
- ✓ учитывая;
- ✓ что послужило.

И так далее. Также в деловых письмах допускается использование аббревиатур и сокращений, которые являются общепринятыми в отрасли, в рамках которой пишется письмо. Если же вы сомневаетесь, поймет ли адресат специфическое сокращение, то лучше написано фразу полностью.

Приветствие. Пожалуйста, никогда не используйте избитое клише «Доброго времени суток». Это, можно сказать, дурной тон не только деловой переписки, но и электронных писем в принципе. Оптимальный вариант приветствия – «Здравствуйте, Имя/Имя Отчество». Кстати, хорошо обращаться к получателю письма по имени не только в приветствии, но и дальше по ходу текста. Если вы пишете письмо человеку, с которым лично не знакомы, нужно обязательно указать в самом начале письма, откуда у вас адрес получателя.

Размер письма. Деловое письмо – это не художественное произведение и не ваши личные размышления «на тему». Письмо должно быть настолько кратким, насколько это возможно, чтобы передать всю полноту информации в нем. Оптимально, если текст письма поместится в один «экран». Чтение длинных писем утомительно, к тому же многих это раздражает.

Ответы на письма. Когда вы отвечаете на полученное письмо, всегда нажимайте кнопку «Ответить», а не «Написать письмо». При первом варианте в ваш ответ автоматически подтянется вся история переписки. Это правильно, потому что человек может и не вспомнить сразу кто вы и что от него хотите, если не увидит предыстории. Особенно, если после последнего письма прошло уже более 5-ти дней. Можете абсолютно смело цитировать своего собеседника

во время ответа на его письмо. Это даст ему возможность вспомнить, о чем шла речь в предыдущем письме.

Всегда благодарите собеседника там, где это уместно. Например, можно написать «Владимир, спасибо за Ваше письмо» или «Ирина Алексеевна, благодарю за столь быстрый ответ». Такие нюансы покажут ваше уважение к собеседнику и смягчат настроение электронного общения.

Если собеседник прислал вам письмо, в котором выразил свое недовольство или даже откровенно нахамил вам, постарайтесь не отвечать ему тем же, как бы сильно этого не хотелось. Ситуации бывают разные, но всегда отвечайте вежливо и сдержанно.

Конечно, чем быстрее вы ответите на письмо, тем лучше. Отлично, если сможете ответить в течение нескольких часов. Такой срок является оптимальным. Но допустим ответ и в течение нескольких дней. Психологи говорят, что максимально комфортное для человека время ожидания ответа на электронное письмо – 48 часов, то есть, двое суток. Если ждать приходится дольше, то это уже может восприняться как неуважение или игнорирование. Если же вопрос, который затронут в письме, требует от вас большего времени на ответ, то обязательно напишите, что письмо вы получили, приняли в рассмотрение и ответите в течение определенного времени. Так отправитель, по крайней мере, не будет чувствовать себя проигнорированным.

Заключение письма. Не стоит в заключении письма писать фразы, которые могут быть восприняты как попытка манипуляции: «Очень надеюсь на выгодное сотрудничество», «Заранее спасибо за ответ» и так далее. Прощаться в электронной деловой переписке лучше фразами «С уважением», «Мои искренние пожелания» и тому подобное. Да, такие фразы шаблонны, но они как нельзя лучше подходят для делового общения. В подписи напишите своё имя, фамилию, должность и название компании. Также оставьте контакты, по которым с вами можно связаться, кроме электронной почты.

Время отправки письма. Конечно, электронные письма не подразумевают, что их нужно прочесть сразу же при получении. Однако, в деловой этике электронной переписки считается некорректным отправлять письма в выходные и праздничные дни, а также поздно вечером или ночью. Старайтесь придерживаться стандартного рабочего времени.

И конечно же, перед тем, как нажать кнопку «отправить» внимательно проверьте правильность написания имени получателя и его электронного адреса, а также перечитайте весь текст письма и проверьте его на предмет опечаток или некорректных фраз.

5. Этикет в деловой переписке

Деловой этикет вообще — это порядок поведения, установленный в деловом общении. Деловой этикет, в частности, проявляет себя в форме изложения текста письма, прежде всего в формулах обращения, выражении просьб, напоминаний, отказов, претензий, в способах аргументации, формулировках указаний, в заключительных словах.

Обращение — обязательный элемент коммерческой переписки. Обращение в настоящее время стало применяться и в деловых письмах, если письмо адресуется непосредственно должностному лицу. Распространенными формулами обращения являются, например, такие: Уважаемый господин (госпожа) с указанием фамилии; Уважаемые коллеги (при обращении к группе лиц, связанных общим родом деятельности); Уважаемый Сергей Иванович (в письмах-приглашениях, в обращениях к известным лицам) и т. д.

В деловой переписке должны быть исключены местоимения «я», «он», вместо них применяются местоимения «мы», «Вы». Следует помнить, что страдательные конструкции предпочтительнее действительных: не «мы выполним», а «нами будет выполнено»; не «Вы предлагаете», а «Вами предложено» ... и т. д.

Большое значение для формирования положительного имиджа организации имеет соблюдение такой нормы делового этикета, как своевременность ответа на запрос, деловое предложение и т. д. Если по объективным причинам вы не можете дать ответ в установленный срок, сообщите адресату об этом, а также о том, когда сможете дать окончательный ответ. Извинитесь за задержку: «Мы сожалеем о непредвиденной задержке и беспокойстве, причиненном Вам».

Если вы ждали ответа и он важен для вас, в следующем письме к партнеру поблагодарите его за ответ. Например: «Благодарим Вас за Ваше письмо от 16 ноября текущего года с запросом на ...».

Если к вам обратились с просьбой, которую вы не можете выполнить, поясните свой отказ, порекомендуйте адресату обратиться в другую организацию или к вам же, но позднее. Не прибегайте к тому, что широко известно под названием «отписка».

В деловой переписке неуместно применение вычурных, слащавых выражений типа «Будьте так любезны...», «Не откажите в любезности сообщить...» и т. п.

Если требуется напомнить партнеру о необходимости выполнения его обязательств, формулируйте напоминание в спокойной манере, без резких выражений, например: «Напоминаем Вам, что срок выполнения договора от 16.12.2002 № 25/42 истекает ...». В ответ на жесткое письмо-претензию также придерживайтесь этой нормы: «Мы должны извиниться за неудобства, причиненные как Вам, так и Вашим заказчикам вследствие несвоевременной отправки груза...».

При подготовке ответного письма обратите внимание на оформление реквизита «адресат». Если поступившее письмо подписал руководитель, ответ следует адресовать на его имя, если другое должностное лицо — отвечайте на его имя.

Проявлением этикета является также употребление заключительных формул вежливости. Если текст письма начинается с формулы личного обращения к адресату, то в конце текста, перед подписью, должна быть заключительная формула вежливости: «С уважением ...»; в отдельных случаях — «Ваш...», «Искренне Ваш...».

6. Оформление делового письма

Деловые письма оформляют на бланках по ГОСТ Р 7.0.97-2016, как правило, с угловым расположением постоянных реквизитов. Бланки с продольным расположением постоянных реквизитов для писем используют реже, в основном органами власти и вышестоящими организациями. Используются бланки формата А4 и А5. Формат А5 используют, если письмо не превышает 7—8 строк.

Письмо оформляют как минимум в двух экземплярах. Первый экземпляр составляют на бланке и отправляют адресату, второй (его называют копией) печатается на чистом листе бумаги и подшивается в дело как свидетельство выполненной работы.

Из всего ранее сказанного вытекает, что составление текста и оформление письма требуют к себе творческого отношения. Каждый специалист должен быть не только компетентным в своей области деятельности, но также быть грамотным, владеть мастерством формулирования мыслей и оформления их в рамках требований действующих нормативных документов.

Теоретические положения, как бы полно они ни излагались, требуют для своего усвоения и практического приложения показа макетов, образцов и примеров конкретного их воплощения.

Опыт, практика показывают, что нет такого документа, где не было бы неудачных выражений, фраз и даже ошибок, но и того полезного, что может пригодиться в дальнейшей работе.

Международные письма

Деловые отношения с зарубежными странами сегодня стали уже привычными, поэтому при приёме на работу многие российские организации требуют от своих будущих сотрудников знания иностранных языков. Самым распространённым языком международного общения является английский, и большинство людей в состоянии прочитать письмо, написанное по-английски. Большая часть зарубежной переписки посвящена продажам и покупкам, импорту и экспорту. Международным письмам придаётся важное значение, т.к. через них устанавливаются и развиваются надёжные деловые связи.

При подготовке международных служебных писем необходимо придерживаться единых правил оформления и обработки деловой документации. Эти правила выработаны национальными службами стандартизации в рамках Международной организации по стандартизации- ИСО (International Organization for Standardization- ISO). В настоящее время в этой организации представлены национальные органы 130 государств.

Терминологию в области документации на международном уровне регламентируют стандарты ИСО серии «Документация и информация».

Стандартами ИСО определены общие правила подготовки и оформления документов, в том числе стандартами установлены:

- форматы бумаги, используемой для документов;
- межстрочные интервалы и шаг письма;
- формуляр- образец и конструкционная сетка для создания бланков и основные требования к бланкам документов.

Оформление писем, посылаемых внутри России, отличается от оформления писем международных. Так в стандартах ИСО определены требования к размещению и оформлению 12 реквизитов:

1. Сведения об отправителе: наименование организации, почтовый и телеграфный адрес, номер телефона, факса.
2. Ссылка на индексы отправителя.
3. Дата.
4. Внутренний адрес (включающий наименование получателя письма и его почтовый адрес).
5. Указание на конкретное лицо «к сведению».
6. Вступительное обращение.
7. Заголовок.
8. Основной текст.
9. Заключительная формула вежливости.
10. Подпись.
11. Указание на приложение.
12. Указание на рассылку копий данного письма.

Текстовая область включает следующие поля (зоны):

- Поле сведений об отправителе
- Поле ссылок
- Поле адреса
- Поле адреса стандартами ИСО предназначено для указания одного или двух адресатов.
- Поле ссылок предназначено для наименования документа, кода документа, даты.

На поле сведений об отправителе документа указывается его наименование, при необходимости- подразделение или лицо, имеющее отношение к документу.