

ЯЗЫК И СТИЛЬ КОММЕРЧЕСКОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

Кохов Н.Ю.
Студент группы ст-12м

ДЕЛОВЫЕ ПИСЬМА



- ▶ Р. Теппер «Как овладеть искусством делового письма»писем.
- ▶ *Деловые письма* – все документы, которые служат для связи организации с внешними структурами.
- ▶ Обязательна регистрация всех видов деловых писем

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

1. По теме

```
graph TD; A[1. По теме] --> B[Коммерческие письма]; A --> C[Собственно деловые письма];
```

Коммерческие
письма

Собственно
деловые
письма

КОММЕРЧЕСКИЕ ПИСЬМА



- ▶ Используются при организации коммерческой сделки, заключении и выполнении контрактов.
- ▶ Составляются от имени юридических лиц, нередко имеют правовую силу.
- ▶ Речь в них идет о сбыте продукции и вопросах снабжения.
- ▶ Виды: письмо-запрос, письмо-предложение (оферта), письмо-претензия (рекламация), ответы на эти письма, кредитное письмо (при заключении контрактов с иностранными партнерами).

СОБСТВЕННО ДЕЛОВЫЕ ПИСЬМА

- ▶ Решают организационные, правовые вопросы, проблемы экономических отношений корреспондентов.
 - ▶ Виды по форме и содержанию: расписка, приглашение, протокол собрания и др.
- 

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

По функции

```
graph TD; A[По функции] --> B[Письма-ответы]; A --> C[Инициативные письма];
```

Письма-
ответы

Инициативные
письма

Инициативные письма

```
graph TD; A[Инициативные письма] --> B[Письма, требующие ответа]; A --> C[Письма, не требующие ответа];
```

Письма,
требующие
ответа

Письма,
не требующие
ответа

ПИСЬМА, ТРЕБУЮЩИЕ ОТВЕТ

- ▶ коммерческое инициативное письмо,
 - ▶ письмо-запрос,
 - ▶ письмо-предложение,
 - ▶ письмо-рекламация,
 - ▶ письмо-просьба,
 - ▶ письмо-обращение.
- 

- ▶ письмо-напоминание,
- ▶ письмо-предупреждение,
- ▶ письмо-извещение,
- ▶ письмо-заявление,
- ▶ сопроводительное письмо.

ПИСЬМА, НЕ ТРЕБУЮЩИЕ ОТВЕТА



3. По признаку адресата

```
graph TD; A[3. По признаку адресата] --> B[Обычные  
(направляются одному получателю)]; A --> C[Циркулярные  
(рассылаются одним адресантом несколькими получателям)];
```

Обычные
(направляются
одному получателю)

Циркулярные
(рассылаются одним
адресантом несколькими
получателям)

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ БУМАГ

4. По КОМПОЗИЦИИ

```
graph TD; A[4. По КОМПОЗИЦИИ] --> B[Одноаспектные]; A --> C[Многоаспектные];
```

Одноаспектные

Многоаспектные

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ БУМАГ

5. По форме отправления

```
graph TD; A[5. По форме отправления] --> B[Традиционные почтовые отправления]; A --> C[Электронные письма и факсы];
```

Традиционные
почтовые
отправления

Электронные
письма и
факсы

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ БУМАГ

6. По структуре

```
graph TD; A[6. По структуре] --> B[Регламентированные]; A --> C[Нерегламентированные];
```

Регламентирова-
нные

Нерегламенти-
рованные

ПРИНЦИПЫ КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ БУМАГ

7. По цели

```
graph TD; A[7. По цели] --> B[Информационные («полезные»)]; A --> C[Документы, призванные повлиять на адресата];
```

Информационные
(«полезные»)

Документы,
призванные
повлиять на
адресата

- ▶ Какова цель этого письма?
- ▶ Является ли обсуждение вопроса в письменной форме в данном случае необходимым?
- ▶ Как лучше объяснить суть вопроса?
- ▶ Какова должна быть структура письма, чтобы получатель увидел и запомнил основную информацию?
- ▶ В каком тоне и каким стилем должно быть написано письмо? И т.п.

ВОПРОСЫ ПЕРЕД
НАПИСАНИЕМ ПИСЬМА



- ▶ Кто пишет письмо (адресант);
- ▶ Получатель;
- ▶ Тема;
- ▶ Цель;
- ▶ Функция письма;
- ▶ Сколько вопросов обсуждено в письме;
- ▶ Каким образом оно будет отправлено;
- ▶ Существуют ли строго регламентированные формы (требования ГОСТа) для этого вида писем.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ТЕКСТ И ФОРМУ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

СТРУКТУРА ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

1. Реквизиты отправителя (адресанта);
 2. Реквизиты получателя (адресата);
 3. Резолюция руководителя;
 4. Заголовочная часть;
 5. Текст письма;
 6. Подписи составителей письма
- 

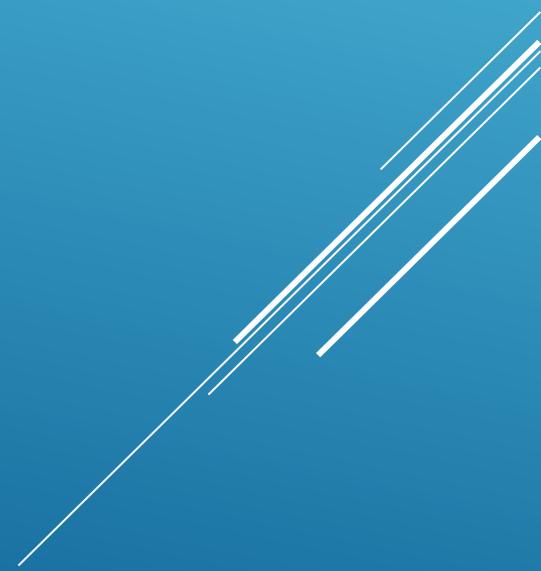
ПИСЬМО-ЗАПРОС

Обращение покупателя к продавцу с просьбой дать подробную информацию о товарах и услугах и/или выслать оферту (предложение) на поставку товара



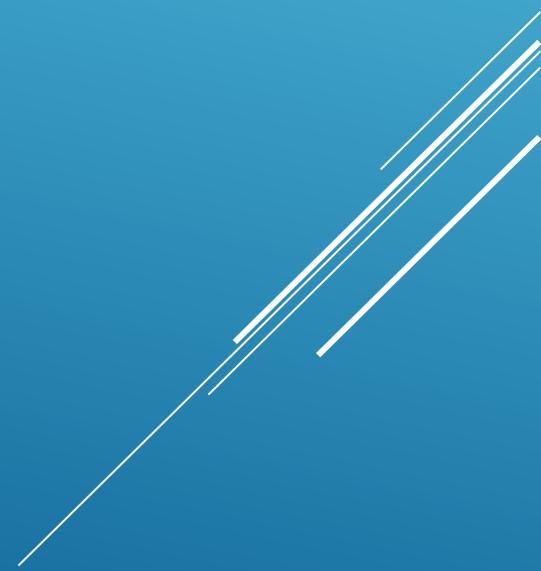
ПИСЬМО-ОФЕРТА

- ▶ Предложение заключить договор, содержащее все его существенные условия. Адресуется определенному кругу лиц, именуется публичной офертой



- ▶ Требование возмещения убытков.
- ▶ Должны быть приложены копии документов (актов), подтверждающих факт нанесения убытков (оформляются в виде приложения к основному письму)

ПИСЬМО-РЕКЛАМАЦИЯ (ПРЕТЕНЗИЯ)



ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕКСТА ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

1. Обращение.
 2. Вводная часть.
 3. Основная часть.
 4. Заключение.
- 

ОБРАЩЕНИЕ

Стандартные языковые формулы:

Уважаемый г-н Иванов! («господин+фамилия»);

Многоуважаемый господин директор! ; *Уважаемые господа!* (если получатели письма неизвестны);

Уважаемые коллеги! (используется в общении людей одной профессии);

Господин президент! (обращение без фамилии принято, если адресат является должностным лицом органа власти, депутатом, президентом (председателем) общества, компании, фирмы и т.п.).

Если адресат хорошо знаком, лучше использовать менее официальные формулы: обращение по имени-отчеству или только по имени:

Глубокоуважаемая Анна Петровна! Дорогая Анна!

Если письмо не адресовано конкретному лицу, обращение можно опустить

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

Причины, основания, цели составления документа.

Сопровождается ссылками на даты, факты, документы:

В целях ознакомления с ... (коммерческое письмо-запрос – обращение покупателя к продавцу с просьбой предоставить необходимую информацию об интересующих его товарах (услугах) или направить предложение на поставку этих товаров, предоставление услуг).

ЯЗЫКОВЫЕ ОТЛИЧИЯ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ПИСЕМ ЗА РУБЕЖ

| Рекомендации иностранных специалистов | Рекомендации российских специалистов |
|--|---|
| Применяйте простые синтаксические конструкции, <i>начинающиеся с ключевого слова</i> | Основная информация (ключевое слово) находится <i>в конце</i> предложения |
| Используйте активный залог | Используйте пассивный залог |
| В ряде писем желательна высокая <i>эмоциональность</i> | Желателен <i>сдержанный</i> тон письма; требования к стилю - объективность, нейтральность |
| Обращайтесь к людям так, <i>как они Вам представились</i> | Обращайтесь к людям так, <i>как того требует</i> российский деловой <i>этикет</i> |

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

