

# 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 нескольким получателям)];
```

**Обычные**  
(направляются  
одному получателю)

**Циркулярные**  
(рассылаются одним  
адресантом нескольким  
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
- 

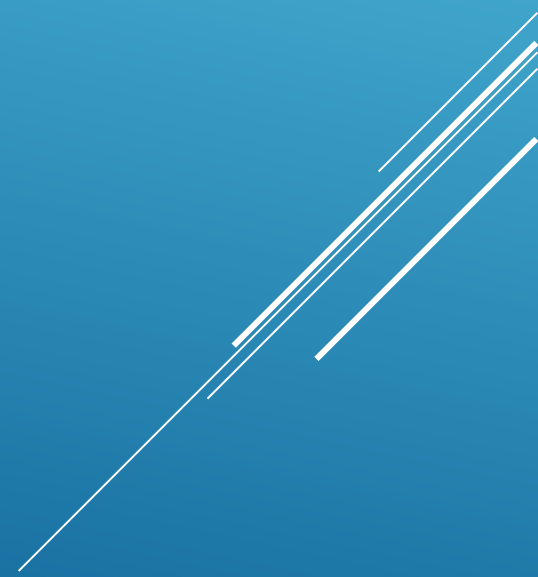
# ПИСЬМО-ЗАПРОС

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



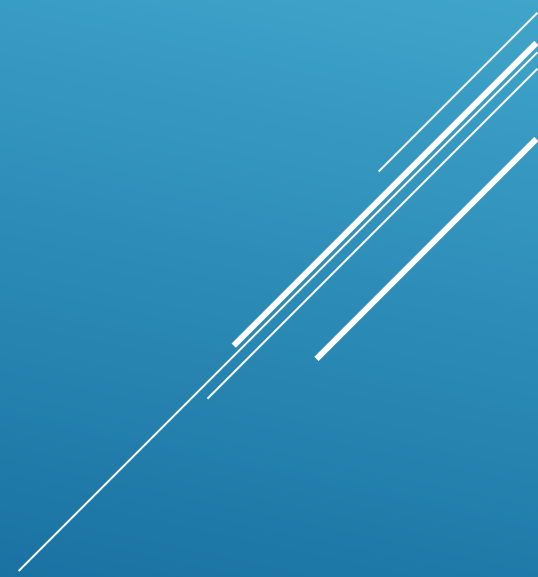
# ПИСЬМО-ОФЕРТА

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

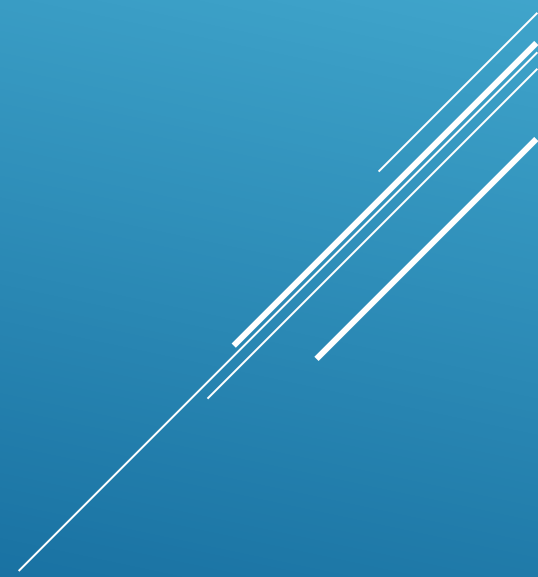


- ▶ Требование возмещения убытков.
- ▶ Должны быть приложены копии документов (актов), подтверждающих факт нанесения убытков (оформляются в виде приложения к основному письму)

## 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!

