Ділове листування з іноземними партнерами

Діловий лист є одним із найпоширеніших видів документації та відповідно обміну інформацією. Ділові листи належать до основних засобів встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами.

Хоч як дивно це звучить, але приказка: “Зустрічають по одягу” (тобто враження складається залежно від зовнішнього вигляду) цілком актуальна й у сфері ділового листування. Спробуйте уявити, як чините ви, коли отримуєте велику кількість кореспонденції перед вами постає вибір, що саме переглянути в першу чергу. Погодьтеся, ви насамперед відкриваєте конверти, які чимось привернули вашу увагу. Бездоганно оформлена кореспонденція – це свідчення поваги до адресата.

Важко говорити про культуру ділового листування не врахувавши такого важливого його аспекту, як встановлення контактів у комерційній сфері діяльності фірми. Безумовно, загальні вимоги до складання та оформлення ділової кореспонденції поширюються і на комерційне листування, однак не варто нехтувати деякими особливостями, що властиві саме цьому виду ділових стосунків.

Як ви вважаєте, що думає людина, яка щойно розкрила конверт та дістала нашого листа? Звісно, їй кортить озайомитися із його змістом. Втім, на кілька секунд погляд зупиниться на папері, зафіксує найменші дрібниці зовнішнього оформлення листа. І ось перед очима того, хто читатиме, постане образ того хто писав. Зауважимо, образ майже сформований, коли ще не прочитано жодного рядка, коли не осмислено змісту.

Написання ділового листа – це справжнє мистецтво. Американський публіцист Рон Теппер з прикрістю зазначав, то в “сучасному світі панують відео та усна мова, а добре написані ділові листи й записки стають рідкістю”. У дечому з ним можна погодитись, однак не слід забувати, що обмін кореспонденцією – одна з основних складових комерційної діяльності фірми. Важко уявити, що фірма пропонуватиме свої товари та послуги лише шляхом відеореклами чи з допомогою телефонних переговорів. Роль листування у цій сфері особлива. Ніщо тут не замінить дбайливо складеного, гарно оформленого листа.

Зміст та структура ділових листів

Як вже було відзначено вище перше враження написаний вами лист справляє на адресата своїм зовнішнім виглядом. Та найголовніше у будь-якому посланні – зміст. Правильно складений текст допоможе розкрити зміст якнайповніше. Залежно під кількості розглядуваних питань листи поділяються на прості та складні. Перші присвячені одному питанню, другі – кільком. Однак навіть найпростіший текст має складатися не менш як із двох частин. У першій зазвичай обґрунтовують причини, що спонукати звернутися по адресата, або зазначають підстави для написання листа, у другій – викладають пропозиції, роблять висновки чи висловлюють прохання. У грамотно складеному листі, якщо він навіть містин, лише одну єдину фразу, можна розрізнити ці два логічних елементи.

Втім, у більшості випадків текст складається з таких логічних елементів: вступу, доведення (доказів), закінчення. Нерідко закінченню передують висновки, однак їх не можна назвати окремим логічним елементом, оскільки вони невіддільні від доказів.

У вступі викладаються причини і безпосередній привід до складання службового документа (листа). У цій частині тексту почасти наводять посилання на інші, раніше одержані документи, що є підставою для створення нового документа.

У доведенні (доказах) висловлюється сутність питання, наводяться факти, посилання на цифрові дані, якими обґрунтовують позицію автора листа у порушуваному питанні. Доведення звичайно закінчується висновком. У цій частині листа важливо переконати адресата у погребі розглянути пропозиції, задовольнити клопотання, прохання чи вимоги.

Закінчення – головна логічна складова ділового листа. У цій частині формулюється провідна думка документа: прохання, пропозиція, згода, відмова. Завершальна частина у службовому документі обов’язкова.

Особливо слід звернути увагу на стиль вашої кореспонденції. Навіть якщо ви дуже сердиті, не можна давати волі своїм емоціям і тим більше керуватися принципом “папір усе стерпить”. Папір – можливо, а жива людина, у листі до якої ви свідомо чи несвідомо припустилися нетактовності, брутальності – навряд. Якщо вам дорога добра репутація і ви хочете оволодіти мистецтвом ділового листування, намагайтеся додержуватися таких правил:

• уникайте категоричності, намагайтеся, щоб тон вашого листа був доброзичливим. Якщо ви поважаєте свого адресата і самого себе, спробуйте обійтися без наказових зворотів і штампів;

• не використовуйте заперечних форм. А якщо ситуація вимагає все-таки вдатися до заперечної частки “не”, спробуйте іншими засобами пом’якшити тон листа: Мені дуже прикро, але…; На превеликий жаль, ми не зможемо…; Дуже шкода, проте… Форми стилістичного пом’якшення можуть бути найрізноманітнішими;

• не забувайте про вступний та завершальний компліменти. Пам’ятайте: навіть якщо лист написаний не з найприємнішою приводу і є останньою крапкою у ваших партнерських стосунках, вступний і завершальний компліменти однаково мають бути невід’ємними елементами листа.

Складаючи ділового листа, не слід забувати, що це все-таки документ. Отже, він має бути лаконічним і не містити нічого зайвого, що завадить сприйманню основної інформації. З іншої о боку, лист – особливий вид документації, відмінний від протоколу. наказу чи розпорядження. Це – письмова розмова з адресатом, а тому навряд чи варто обмежуватись лише холодними стандартними фразами. “Лист, написаний з почуттям гумору, – стверджує Рон Теппер, – може завоювати для Вас майбутнього партнера. Він покаже, що автор листа – жива людина, приємна та чуйна… ”

Безперечно, ми звикли до того, що ділове листування, а тим більше ділове листування з іноземними партнерами – річ дуже серйозна і відповідальна, яка не має нічого спільного з жодними виявами гумору. Але не треба плутати гумор з легковажністю чи несерйозністю – вони неприпустимі у сфері ділового спілкування. Йдеться лише про справжню комунікабельність, коли контакти ділових людей виходять на зовсім виший професійний рівень.

Прощальні фрази у діловій кореспонденції також можуть бути різними. Якшо ви добре знайомі з адресатом, успішно співпрацюєте з ним уже не перший рік можете закінчити листа дружніми (але ні в якому разі не фамільярними) фразами.

Особливості ділової кореспонденції з іноземними партнерами.

Одним із різновидів писемного ділового мовлення є діловий лист, який на відміну від інших текстів ділової мови може мати окремі індивідуальні авторські риси, але в межах офіційно-ділового стилю. Наприклад, на синтаксичному рівні – це різні за структурою речення. Одна особа використовує прості поширені речення з прямим порядком слів, інша – складні, причому в листах можуть функціонувати різні типи складних речень: складносурядні, складнопідрядні, безсполучникові.

У діловій сфері виділяють різні типи службових листів, в тому числі й листи призначені для спілкування із іноземними партнерами. Необхідно добре знати, як правильно вказати адресу одержувача, як звернутися до адресата, які мовні одиниці й формули використати в контексті. Для успішного прийняття адресатом ділового листа потрібно враховувати чотири принципи:

привернути увагу того (або тих), кому пишете;

виходити з його (або їх) інтересів;

пам’ятати про його (або їх) бажання;

спонукати його (або їх) до певних дій.

Як у всіх ділових текстах, у службових листах використовується стилістично нейтральна лексика, певні кліше та сталі вирази. У діловому листі не варто використовувати слова і словосполучення: як наголошувалося вище (або раніше); на жаль, повідомляємо; для Вашого інформування повідомляємо тощо, які засмічують лист і відвертають увагу від його основного змісту.

У листах найчастіше функціонують такі кліше і сталі вирази для початку і кінця тексту листа: Ми підтверджуємо отримання Вашого листа від…; Я отримав із вдячністю вашого листа (Ваш лист) від… і повідомляю Вам про…; Із вдячністю підтверджуємо отримання Вашого листа…; Ми сподіваємося на позитивну відповідь; Заздалегідь вдячні Вам за виконання нашого прохання; Ми дякуємо Вам за Ваші зусилля; Просимо повідомити якнайшвидше про Ваше рішення (про Ваш приїзд) тощо.

Морфологічний аспект ділових листів, написаних українською мовою, характеризується активністю у використанні дієслівних форм. Не можна вживати речення із дієсловами пасивного стану. Активний спосіб дієслів начебто імітує рух. Замість небажаного: Начальником відділу було розглянуто Вашу пропозицію щодо… треба вживати таку структуру: Начальник відділу розглянув Вашу пропозицію щодо…

Тон листа має бути позитивним навіть тоді, коли йдеться про неприємні речі. Щоб досягти поставленої мети чи бажаного результату, треба пам’ятати про такі риси ділових листів, як дружній тон, щирість природність.

Три крапки в українській пунктуації означають незавершеність думки або переповненість почуттями. У діловій німецькій мові цей розділовий знак ставиться, якщо лист продовжується на наступному аркуші (або сторінці).

Діловий лист має певну мету, яка полягає в тому, щоб адресат дав відповідь або відреагував на листа (повідомив нагадав, повідомив про щось тощо). Щоб переконати адресата автор зазвичай акцентує увагу на займеннику ви.

Розглянемо деякі відмінності в оформленні листів українською мовою та мовами інших країн. Приміром, дату ліпше оформляти словесно-цифровим способом (12 січня 2005 року), щоб не було непорозумінь, оскільки цифровий спосіб запису дати може бути різним (український варіант – 12.01.2005, американський – 2005.01.12). У листуванні англійською мовою можливі скорочення у назвах деяких місяців: січень – Jan.; лютий – Feb.; квітень – Apr.; жовтень – Oct.; грудень – Dec.

Реквізит “Адреса” вказується на конверті і повторюється на початку листа. В Україні змінено порядок розташування елементів реквізиту “Адреса”, які тепер оформляються за міжнародними стандартами: прізвище, ім’я, по батькові, вулиця, провулок тощо, населений пункт (місто або село), країна (якщо листа адресовано за кордон), індекс.

Якщо в листі є реквізит “Заголовок”, то, як і в будь-якому документі, він починається з прийменника Про. В англійських текстах зазначається графічне скорочення Re:, що означає Reference (предмет, тема листа), або нічого не пишеться. У ділових листах російською мовою перед заголовком можливе графічне скорочення кас., що означає касательно.

Звертання у мовознавстві розглядається переважно як категорія усного мовлення. Воно має на меті привернути увагу співрозмовника до висловлювання. Звертання є найбільш коротким і яскравим прийомом виділення адресата мовлення. Хоча цією функцією звертання обмежується лише тоді, коли воно використовується на початку речення. У діловій сфері звертання спонукає особу до дії, тобто без установки на експресію, без додаткових нашарувань, як у художньому стилі.

Звертання може бути також засобом оцінної характеристики адресата. У листі воно дозволяє встановити потрібний тон: Громадянине Петренко – суто офіційний; Шановний Іване Максимовичу – Шановний пане Іване, Шановний пане начальнику – офіційний з повагою; Вельмишановний пане Іване Максимовичу – офіційний з особливою повагою; Дорогий друже – дружній.

У міжнародному листуванні переважає звертання з використанням увічливих форм: зокрема, в англійській мові – Dear Mr (дорогий…); Dear Mrs (дорога…) і прізвища адресатів (ініціали зазвичай не використовуються); якщо прізвище адресата невідоме, можна написати: Dear Mr, Dear Sirs, Dear Sir.

У листуванні українською мовою разом із власними іменами використовуються загальні слова:

• іменники пане, пані, панове, добродію, добродійко, добродії; рідше громадянине, громадянко, громадяни; товаришу, товариші;

• прикметники шановний, вельмишановний, високоповажний.

Іноді у текстах службових листів вживаються слова громадо, спільното, товариство. Взагалі на мою думку недоцільно використовувати ці збірні іменники, як і збірні числівники у текстах службових листів.

У службовому листуванні українською мовою у звертанні до жінок не розрізняється стан заміжня/незаміжня, тому вживається лише слово пані. Однак в англійській, французькій і німецькій мовах існує таке розрізнення.

Перед прізвищем заміжньої жінки вживаються слова:

в англійській мові – missis (місіс);

у французькій – madame (мадам);

у німецькій – frau (фрау).

Перед прізвищем дівчини чи незаміжньої жінки вживаються слова:

в англійській мові – miss (міс):

у французькій – mademoiselle (мадемуазель);

у німецькій – fraulein (фройлен).

В українській мові до цього часу не існує усталених норм звертання до найвищих посадовців та урядовців держави. У звертаннях до найвищих посадових осіб автори “Універсального довідника-практикуму з ділових паперів” (Бибик С.П., Михно І.Л., Пустовіт Л.О., Сюта Г.М. – К.: Довіра, 1997) радять використовувати такі мовні формули:

до Президента – Ваша Високодостойносте Пане Президенте;

до міністрів і послів – Високодостойний пане Міністре, Високодостойний пане Амбсадоре, Високодостойний пане Посол.

Хоча, на мій розсуд доречніше вживати інші мовні формули:

до Президента – Ваша Високоповажносте Пане Президенте;

до міністрів і послів – Високоповажний пане Міністре;

Високоповажний пане Амбасадоре або Високоповажний пане Посол.

Традиційно у службових листах після звертання, розташованого посередині рядка, пишеться знак оклику: Шановний Вікторе Володимировичу! Такий спосіб оформлення звертання простежується і в російській мові: Уважаемый Виктор Владимирович! Текст листа в цьому випадку починається з наступного рядка з абзацу з великої літери.

У французькій, англійській і німецькій мовах після звертання стоїть кома, а текст документа пишеться з нового рядка з малої або великої літери. Запозичуючи стандарт з європейських мов, в українській мові звертання почали писати ліворуч, ставити після нього кому, а текст листа продовжувати з малої літери без абзацу.

У зразках українських службових листів іноді спостерігається таке оформлення: звертання пишеться ліворуч, після нього ставиться кома, а текст листа починається з нового рядка з абзацу з великої літери, що є неправильно, оскільки за нормами української пунктуації та синтаксису речення має продовжуватися з малої літери. Рідше у зразках українських службових листів бачимо крапку після звертання або відсутність розділового знака.

У листуванні з діловими партнерами зі США після вступного звертання ставиться двокрапка або двокрапка і тире, наприклад:

Gentelmen:

Gentelmen: –

Оскільки немає єдиного погляду щодо оформлення звертання, то нині найчастіше застосовуються два варіанти:

• традиційний стандарт – зі знаком оклику:

• новий стандарт – із комою, після якої речення продовжується з малої літери з нового рядка.

Даті текст листа оформляється за нормами українського синтаксису.

Варто також звернути увагу, що в діловому листі не варто робити абзаци надто великими, щоб в адресата не зникло бажання знайомитися зі змістом ще до того, як він розпочне читати. Потрібно враховувати, що перший та останній абзаци мають містити не більше чотирьох машинописних рядків, а решта – не більше восьми. Абзац, який містить чотири і менше рядків, недоцільно переносити на другу сторінку.

Відомо, що закінчення ділового листа ще важливіше, ніж його початок. Тон останнього речення чи прощання має відповідати тону вітання чи звертання. Підсумкова фраза ввічливості записується ліворуч нижче від тексту:

в українській мові – З повагою;

в російській мові – С уважением;

в німецькій мові – Mit freundlichen Grissen (З дружнім вітанням);

в англійській мові – Sincerely Yours (Щиро Ваш) або Yours (Ваш);

у французькій мові – Veullez agreer … mes salutations distinguees (Прошу прийняти… мої най щиріші вітання); або Veullez croir… а nos salutations distinguees (Прошу вірити… у мої найщиріші вітання).

Немає також єдиного погляду щодо розділових знаків у кінці службового листа після слів 3 повагою. За спостереженнями українських вчених філологів використовуються п’ять варіантів:

З повагою

З повагою,

З повагою, –

З повагою:

З повагою.

Останнім часом перевага надається варіанту без розділових знаків.

Далі останній реквізит – “Підпис”, який складається з назви посади, власне підпису і розшифрування підпису. Назва посади пишеться з великої літери і розташовується ліворуч. Якщо є потреба, під назвою посади вказується науковий ступінь, звання, ранги, категорії тощо. Посередині розмішують підпис, праворуч – розшифрування підпису.

Листуючись із іноземними партнерами, потрібно враховувати специфіку оформлення листів у межах нашої країни і країни-адресата. В українському синтаксисі абзаци мають відступ від лівого поля сторінки. У міжнародному листуванні абзац починається з нового рядка і розташовується без абзацних відступів, причому, щоб розмежувати частини тексту, робляться пропуски між абзацами в один рядок.

Писати довгі листи не рекомендується. Але якщо лист має дві та більше сторінок, то за міжнародними стандартами у кінці першого аркуша пишеться Continued over або See overleaf, що означає Продовження далі. Іноді зазначають “…2”. На другій сторінці вказується номер 2, повторюється ім’я адресата і дата листа (це на випадок, якщо друга сторінка відділиться від першої) і продовжується текст листа.

Висновок

Надіславши діловий лист іноземному партнеру, потрібно через деякий час поцікавитись, чи потрапив ваш лист до адресата, спробуйте вжити заходів щодо якнайшвидшого отримання відповіді на вашу пропозицію. Пасивне очікування не дасть бажаного результату, тому необхідно діяти. Якщо це була персоналізована пропозиція, то спробуйте уточнити, коли вам дадуть на неї відповідь. Принагідно зауважте в розмові, що потенційний замовник може упустити ті чи інші вигоди, якщо зволікатиме з рішенням.

Текст поділяється на вступ, основну частину й висновок. У вступній частині варто зазначити привід, і якого ви звернулися до цієї фірми. Це може бути короткий аналіз ринку клієнта й ситуації, що склалася на ньому. Також доречно подати коротку інформацію про свою організацію й назвати кілька фірм-покупців (бажано зі сфери потенційного клієнта). Якщо у вас є рекомендації цих компаній, то обов’язково їх використайте. Позитивна рекомендація робить вашу про позицію більш переконливою. В основній частині сформулюйте переваги вашої пропозиції, покажіть, як вони допоможуть у вирішенні проблем клієнта і яку вигоду зможуть йому надати. Потім варто повідомити дані про ціну й базові умови постачання. В останній частині пропозиції вкажіть конкретні дії клієнта у випадку прийняття ним позитивного рішення. У тексті пропозиції не слід нагадувати про попередні переговори і представником фірми-клієнта, про усні домовленості під час виставки (конференції) тощо. Краще це зробити в супровідному листі. Як правило, рішення приймають кілька людей, тому не варто перевантажувати текст такою інформацією.

Слід пам’ятати, що адресат, можливо, отримав (і інші пропозиції (від ваших конкурентів. Зворотний зв’язок з клієнтом дасть можливість вчасно відкоригувати пропозицію (надати додаткову знижку, пояснити незрозумілі технічні моменти тощо). Письмово або в телефонній розмові потрібно надати клієнтові необхідну інформацію про фірму або продукт, зауважити про рекомендації від інших клієнтів. Якщо діловий лист повністю задовольнить потреби клієнта, то відповідь на неї буде позитивною. Як висновок із вище зазначеного слід відзначити, що в діловому листуванні українською мовою із іноземними партнерами мають функціонувати стандартизовані правила використання норм мовленнєвого етикету, що зберігають основні національні традиції, а запозичувати слід лише окремі норми міжнародного листування.