**Содержание**

Введение…………………………………………………………………….2

Виды деловых писем……………………………………………………….3

Структура делового письма……………………………………………......7

Требования к тексту делового письма…………………………………….9

Язык деловой переписки…………………………………………..……..10

# Приемы повышения информативности и убедительности…………….14

# Влияние коммуникативных факторов на структуру письма…………...16

Рекомендации по составлению деловых писем…………………………17

Правила внешнего оформления делового письма………………………18

Заключение………………………………………………………….…….19

Список использованной литературы…………………………………….20

**Введение**

Переписка - это основа конструктивного общения. Правильное ведение деловой корреспонденции способствует установлению связей, улучшает взаимные отношения, сдвигает с мертвой точки самые, казалось бы, неразрешимые проблемы и вопросы. Неправильно составленное деловое письмо, напротив, вызывает у адресата раздражение, которое выливается и на автора послания. Поэтому к составлению такого документа необходимо подходить чрезвычайно аккуратно.

Необходимо помнить, что деловая переписка, как и любая другая форма взаимодействия людей, основана на своде этических правил и норм, главное из которых - корректность и уважение к партнеру. Даже если целью письма является высказывание претензии, его текст не должен содержать грубых слов и некорректных выражений, которые могут обидеть контрагента. Заботясь о поддержании достоинства своего адресата, таким образом, сохраняется своё собственное.

Деловая переписка и деловые бумаги - неотъемлемая часть деловых отношений, которые имеют свои правила и установленные формы.

Все деловые бумаги должны быть лаконичны, конкретны, продуманны и соответствовать установленным нормам.

Стиль делового письма должен соответствовать требованиям русского языка и характеризовать смысл письма или документа.

Письмо не обладает качествами современной связи - немедленной скоростью доставки информации, но выигрывает как оформленный документ, который можно перечитать и хранить любое время, а в сочетании с новейшими средствами передачи копии превосходит все остальные виды деловой связи.

**Виды деловых писем**

**ВИДЫ ПИСЕМ:**

ЧАСТНЫЕ ДЕЛОВЫЕ

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДЕЛОВЫЕ

ПИСЬМЕННЫЕ СООБЩЕНИЯ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ВНУТРЕННЕЙ ПЕРЕПИСКИ

|  |  |
| --- | --- |
| ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДЕЛОВЫЕ ПИСЬМА | ЧАСТНЫЕ ДЕЛОВЫЕ ПИСЬМА |
| 1. письма-просьбы 2. письма-сообщения 3. письма-запросы 4. письма-заявления 5. письма-подтверждения 6. письма-заказы 7. письма-предложения 8. письма-дополнения 9. письма-рекламации (претензии) 10. информационные письма 11. гарантийные письма 12. презентационные письма 13. письма прямой почтовой рассылки (директ-мейл) 14. краткие письменные сообщения (уведомления, напоминания) 15. сопроводительные письма | 1. письма-поздравления 2. письма-приглашения 3. письма-извинения 4. письма для выражения сожаления, соболезнования 5. письма по случаю представления 9при заочном знакомстве) 6. письма по случаю отъезда 7. письма для поддержания контактов и взаимоотношения (имиджевые письма) 8. благодарственные письма 9. рекомендательные письма 10. мини-письма (письма-шаблоны, письма-маятники\_ 11. письма-открытки; 12. письма негативного содержания (письма-отказы, уведомления об увольнении) 13. для выражения отказа от какого-либо предложения 14. для обращения в различные инстанции в частном порядке 15. письма-резюме. |

Существует несколько видов классификации деловых писем, в основе их лежат различные классификационные признаки.

**По функциональному признаку письма можно разделить на две группы:**

- письма, требующие письма-ответа (письмо-вопрос; письмо-просьба; письмо-обращение; письмо-предложение и др.). Письма-ответы должны всегда содержать индекс того письма, которое явилось причиной для переписки.

- письма, не требующие письма-ответа (письмо-предупреждение; письмо-напоминание; письмо-приглашение и др.). **По структурным признакам** деловые письма делятся на регламентированные (стандартные) и нерегламентированные. Регламентированное письмо решает типичные вопросы регулярных экономико-правовых ситуаций и реализуется в виде стандартных синтаксических конструкций. Нерегламентированное деловое письмо представляет собой авторский текст, реализующийся в виде формально-логического повествования или этикетного текста.

**По тематическому признаку** проводится условное различение между деловой и коммерческой корреспонденцией. Считается, что переписка, которая оформляет экономические, правовые, финансовые и все другие формы деятельности предприятия, называется деловой корреспонденцией, а переписка по вопросам материально-технического снабжения и сбыта относится к коммерческой корреспонденции.

**По признаку адресата** деловые письма делятся на обычные и циркулярные. Циркулярное письмо направляется из одного источника в несколько адресов.

**По композиционным особенностям** деловые письма делятся на одноаспектные и многоаспектные. Одноаспектное письмо рассматривает одну проблему, вопрос, а многоаспектное - несколько. Многоаспектным считается письмо, содержащее однотипные и разнотипные аспекты - просьбы, сообщения, предложения.

**Рассмотрим виды деловых писем.**

Письмо-просьба. В письме-просьбе излагается какая-либо просьба, при этом в ней подчеркивается заинтересованность организации в ее исполнении. Просьба может излагаться от первого лица единственного числа, от первого лица множественного числа; от третьего лица единственного числа и от третьего лица множественного числа.

Сопроводительное письмо. Сопроводительное письмо составляется при отправке адресату документов или материальных ценностей. Подобного рода письмо оправдывает себя в тех случаях, когда содержит дополнительные разъяснения к приложенному документу.

Письмо-сообщение. В данном виде делового письма дается какая-либо информация, не требующая ответа или подтверждения со стороны, которой высылается данное письмо.

Письмо-подтверждение. Содержит сообщение о получении какого-либо отправления или о том, что ранее составленный документ остается в силе. Также можно подтверждать факт либо действие.

Письмо-напоминание. Направляется в тех случаях, когда не удается получить ответ с помощью телефонных переговоров или личных встреч. Оно состоит из двух элементов: напоминание о выполнении действия; меры, которые будут приняты в случае невыполнения ранее заключенного договора или соглашения.

Письмо-приглашение. Пишется в том случае, когда организация хочет пригласить другую организацию на какое- либо торжество или мероприятие. В данном деловом письме указывается время, место и дата проведения мероприятия.

Письмо-благодарность. В данном виде письма выражается благодарность за выполнение какого-либо рода деятельности.

Гарантийное письмо. Составляется с целью подтверждения определенных обязательств и адресуется организации, либо отдельному лицу.

Запрос и ответ на него. Данные виды коммерческой корреспонденции являются в письменной речи реализацией двусторонней связи.

Запрос представляет собой обращение лица, желающего заключить сделку. В запросе обязательно указывается наименование товара (услуг), условия, на которых желательно получить товар, условия платежа, количество и качество товара.

Оферта и ответ на нее. В данном виде письма обычно указывается, на каких условиях должен произойти обмен товарами (услугами). В ответе выражается согласие либо несогласие с выдвинутыми условиями.

Письмо-претензия (рекламация), ответ на него. Рекламация содержит претензии к стороне, нарушившей принятые на себя по договору обязательства и требования возмещения убытков. Она может быть предъявлена в отношении качества, количества товаров, сроки поставки и т.п.

Рекламация содержит:

- основания для предъявления претензий;

- доказательства произошедшего ущерба;

- конкретные требования стороны, предъявляющей претензию.

Рекламация представляется в письменном виде, с приложением всех необходимых документов. Если она не может быть урегулирована сторонами, то она переноситься в арбитраж.

В ответе на рекламацию сообщается, что: информация принята к рассмотрению; она рассматривается полностью, частично либо отклоняется; денежная оплата произведена.

**Структура делового письма**

Стандартное деловое письмо имеет следующую структуру: обращение, преамбула, основной текст, подпись, постскриптум, приложения.

Рассмотрим каждый из этих элементов подробнее.

*Обращение* - находится в «шапке» письма и содержит должность и ФИО адресата. Для официальной деловой переписки стандартным считается обращение «Уважаемый», которое пишут с большой буквы и по центру листа. А дальше масса вариантов в зависимости от того, что пишут и кому.

Далее следует *преамбула*. Она составляет первый абзац письма, в котором изложена его цель, причина, побудившая написать письмо. Прочтя преамбулу, адресат должен понять суть письма.

Затем размещается *основной текст* письма - в 2х - 4х абзацах должна быть изложена ситуация, выражены Ваши личные мысли и чувства по этому поводу и озвучена просьба о конкретных действиях либо предложен Ваш вариант разрешения вопроса.

Заключение необходимо для краткого подведения итогов всего написанного и логичного завершения письма.

Письмо завершается *подписью* (должность + ФИО) адресанта, которую предваряет стандартная вежливая форма «С уважением». Также возможны варианты: «Искренне Ваш», «С надеждой на продуктивное сотрудничество», «С благодарностью за сотрудничество» и т.п.

При подписании письма важно учесть ранг адресата и адресанта. Письмо на имя генерального директора должен подписывать также генеральный директор или, как минимум, его заместитель. При этом подпись должна соответствовать её расшифровке: ситуация, когда заместитель директора подписывается своим именем рядом с фамилией директора недопустима.

*Постскриптум (P.S.)* - приписка в конце письма после подписи - довольно редко используется в деловой переписке. Она служит для того, чтобы сообщить адресату о важном событии, которое произошло уже после написания письма, или передать ему информацию, которая имеет косвенное отношение к теме письма.

*Приложения* же являются необязательным дополнением к основному тексту письма и поэтому оформляются на отдельных листах - каждое приложение на своём листе. Какие-либо правила их написания отсутствуют.

**Требования к тексту делового письма**

Деловая корреспонденция должна обязательно соответствовать требованиям.

* Точность, однозначность высказывания. Все слова должны употребляться в соответствии с их лексическим значением.
* Логичность

Каждое письмо представляет собой:

* изложение сути вопроса;
* речевое действие;
* заключение.
* Грамотность – необходимая часть любого документа
* Корректность. Деловая корреспонденция является корректной, если в ней соблюдена этикетная рамка и характерен доброжелательный или нейтральный тон изложения.

**Язык деловой переписки**

Язык деловой переписки представляет собой периферию официально-делового стиля. Наряду с регламентированными письмами сегодня все шире входят в практику делового общения нерегламентированные деловые письма, наряду с официальными - полуофициальные (поздравительные, рекламные), в которых соотношение экспрессии и стандарта меняется то в одну, то в другую сторону. Несомненно, официально-деловой стиль, как и в целом русский язык, претерпел существенные изменения. Его формирование теснейшим образом связано с формированием и развитием русского государства прежде всего потому, что сфера регулирования правовых и хозяйственных отношений создала потребность в выделении специальной функциональной разновидности литературного языка.

Регулирование отношений между людьми, учреждениями, странами требовало письменных свидетельств, актов, документов, в которых постепенно выкристаллизировались черты официально-делового стиля. Итак, официально-деловой стиль отличает высокая степень терминированной лексики:

а) юридических терминов (собственник, закон, регистрация, собственность, приемка объектов, передача объектов, акт, приватизация, падение, аренда, выкуп, личное дело и т.д.);

б) экономических терминов (дотация, затраты, купля-продажа, бюджет, расход, доход, платеж, смета, статьи бюджета, расходная часть бюджета и т.д.);

в) экономико-правовых терминов (погашение кредита, секвестирование, права собственности, срок реализации товара, сертификат качества и т.д.);

г) именной характер речи, выражающийся в высокой частотности глагольных существительных, которые часто обозначают опредмеченное действие:

- погашение кредита - погасить кредит

- решение вопроса - решить вопрос

- использование кредита - использовать кредит

- отгрузка товара - отгружать товар

- отсрочка платежа - отсрочить платеж

д) в высокой частотности отыменных предлогов и предложных сочетаний: в адрес, в отношении к, в силу, в связи, в соответствии, в счет, в, ходе, в целях, по мере, по линии, по адресу, по истечении, по причине, при наличии, при содействии, при условии, применительно к, сообразно, согласно, соответственно (чему) и т.п.;

е) развитие собственно канцелярских значений, связанных с переходом причастий в класс прилагательных и местоимений:

- настоящие правила

- настоящий договор

- действующие расценки

- надлежащие меры

- надлежащее обращение

- с ненадлежащим качеством

- в установленном порядке

ж) стандартизация лексической сочетаемости: сужение значения слов объясняет ограничение лексической сочетаемости слов, появление так называемой регламентированной сочетаемости:

- контроль обычно возлагается

- сделка - заключается

- платеж - производится

- счет - выставляется (или оплачивается)

- цена - устанавливается

- право - предоставляется

з) стандартизация синтаксических единиц (предложения, словосочетания), которые не составляются, а как формула воспроизводятся в тексте документа, закрепляющего соответствующую ситуацию социально-правовых отношений:

- в установленном порядке; в соответствии с принятой договоренностью;

- в порядке оказания технической помощи; в случае невыполнения долговых обязательств;

- договор вступает в силу со дня подписания;

- жалобы подаются в установленном законом порядке;

- поставка производится автотранспортом;

и) формально-логический принцип текстовой организации, выражающийся а дроблении основной темы на подтемы, рассматриваемые в пунктах и подпунктах, на которые графически дробится текст и которые обозначаются арабскими цифрами:

- 1. Предмет договора

- 1.1. Исполнитель берет на себя обязанности по снабжению заказчика центральным отоплением и водоснабжением.

- 1.2. Заказчик своевременно оплачивает предоставленные услуги;

к) отсутствие эмоциональности, узкий диапазон речевой экспрессии;

л) максимальная степень этикетных требований, выражающаяся в обилии этикетных знаков, этикетных текстов (поздравление, соболезнование, благодарность).

Официально-деловому стилю присущи функции волеизъявления, долженствования, представленные в текстах широкой гаммой императивности от жанров приказа, постановления, распоряжения до просьбы, пожелания, предложения, выражаемых в ходатайствах и деловой переписке; функция фиксации правовых отношений (договор, контракт); функция передачи информации (информационные письма, отчеты, справки).

# Приемы повышения информативности и убедительности

Информативность деловой корреспонденции достигается применением сложившихся языковых формул. Выбор то, или иной конструкции в большей степени зависит от смыслового содержания письма. Иначе говоря, смысловым ядром информативности являются стандартные синтаксические конструкции.

Такое качество, как убедительность достигается выполнением следующих условий:

* доказательность письма, т.е. аргументация решений, *(Согласно договору №…)*;
* использование стандартных синтаксических конструкций, которые облегчают восприятие текста, а также для предложений объемной информации в виде одного распространенного предложения .
* адресат должен чувствовать личное отношение автора к описываемым фактам (*С благодарностью подтверждаем получение вашего предложения, благодарим Вас*). Наиболее ярко этот фактор проявляется в нерегламентированных письмах.

Каждое из представленных деловых писем является многоаспектным. Для повышения убедительности в них использованы стандартные синтаксические конструкции. А также из всех писем видно, что автор письма заинтересован в рассматриваемой проблеме. Другими словами представленная корреспонденция удовлетворяет условиям убедительности.

# Влияние коммуникативных факторов на структуру письма

Поскольку ясно осознанная и хорошо сформулированная цель - основа коммуникативного успеха, то, пожалуй, самым важным среди факторов речевой ситуации является **фактор цели.** Цель подается в виде речевой формулы, ключевым словом которой является глагол-действие: *напоминаем, сообщаем, приглашаем* ...

**Фактор адресата** влияет на выбор этикетных фраз. В случае если адресат не очень хорошо известен, для обращения используется формула *Уважаемый г-н Диванов.* Иначе, обращение должно содержать имя и отчество адресата: *Уважаемый Александр Николаевич.*

Фактор адресата непосредственным образом связан и с выбором тональности письма. Однако речевые формулы ввода информации универсальны.

**Коммуникативные роли** — это роли инициатора письменного диалога и отвечающей стороны. Инициативные письма требующие ответа, - в деловой практике это коммерческие письма (письмо-предложение - ответ на предложение; письмо-просьба - ответ на просьбу; письмо-запрос - ответ на запрос; рекламация - ответ на рекламацию). Остальная деловая корреспонденция обязательного ответа не требует.

Ролевые позиции инициатора и ответчика реализуются в тексте письма в виде устойчивых формул ввода сообщения:

*Обращаемся к Вам с просьбой.*

*В ответ на Вашу просьбу.*

Причем в письмах-ответах обязательно повторяются формулировки инициативного письма. Например, письмо-ответ, содержащее отказ в просьбе или отклонение предложения, составляется по схеме:

1. повторение просьбы;
2. причины, по которым просьба не может быть удовлетворена или почему предложение не может быть принято;

3) констатация отказа или отклонения предложения.

**Употребление риторических фигур в рекламных письмах**

**Риторическое обращение** выделяет важные смысловые позиции текста.

*Уважаемый клиент!*

Цель использования этого приема - определение его адресации.

**Рекомендации по составлению деловых писем**

При составлении деловых писем не рекомендуется:

- начинать послание с констатации отказа. В первую очередь следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться;

- навязывать адресату ожидаемый исход вопроса, например: «Прошу изучить и решить вопрос положительно»;

- побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами «срочно», «незамедлительно». Лучше воспользуйтесь этикетными формулами «Прошу Вас ответить до такого-то числа», «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении»;

- намекать адресату на его мнимую невнимательность, некомпетентность, вводя в текст письма формулировку типа «Предлагаю внимательно изучить».

**Правила внешнего оформления делового письма**

Важной составляющей грамотного делового письма является его аккуратное оформление. Деловое письмо должно быть оформлено на официальном бланке организации. В колонтитулах бланка должна содержаться следующая информация: название организации; физический адрес организации; телефон и факс; web-сайт и e-mail. Также на бланке могут быть отражены реквизиты организации и её логотип. Наличие всей этой информации позволяет адресату быстро узнать отправителя и направить ответное письмо на правильный адрес.

Деловое письмо обязательно должно иметь поля: слева - около трёх сантиметров, справа - около полутора. Они необходимы для возможных заметок, которые будет делать адресат, а также для подшивки письма в архивную папку.

Не следует забывать и о шрифте. Он принципиальным образом влияет на его восприятие адресатом. Шрифт не должен быть слишком мелким или слишком крупным. При этом, он должен быть одинаковым на всём протяжении письма. Стандартной практикой является использование шрифта Times New Roman с 12-м размером кегля и единичным интервалом между строками.

Кроме того, для удобства необходим регистрационный номер письма, включающий в себя дату подписания письма руководителем. Письмо-ответ помимо собственного исходящего номера должно также содержать информацию о номере входящего письма, ответом на которое оно является. Регистрационный номер ставится в верхнем левом углу письма.

**Заключение**

Делая вывод по данной работе, нужно заметить, что культура делового письма заключается как в знании лексических, грамматических и орфографических норм современного русского языка и правил этикета служебного документа, так и в умении выбрать и грамотно использовать специальные слова и словосочетания, характерные для официально-делового письма. К этому можно так же добавить такие черты, как официальность, строгость выражения мысли, а также объективность и логичность.

Можно хорошо знать нормативы оформления и составления документов, изо дня в день заниматься делопроизводством, но не владеть в достаточной степени навыками написания деловых бумаг и документов. Не представлять отличий языка документа от других разновидностей современного русского языка, не знать языковых трудностей этого специфического языка, не уметь редактировать деловые бумаги – иными словами, не владеть культурой деловой письменной речи. А низкая деловая культура написания деловых бумаг показывает не только недостаточный уровень компетентности конкретного государственного служащего, но и соответствующим образом влияет на репутацию того учреждения, которое он представляет.

**Список использованной литературы**

1. Афанасьева Л. Культура деловой переписки // Путь к успеху. - 1995. - N 4. - С.33-37.
2. Веселов П.В. Аксиомы делового письма культура делового общения и официальной переписки. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1993 – 74с.
3. О.И. Семянкова Нормы правописания в деловом стиле. Электронный учебник.
4. Т.В. Печникова, А.В. Печникова Практика работы с документами в организации. Учебное пособие. М.: «ЭКСМОС», 1999.-320 с.
5. «Этика делового общения», И.Н. Браим, Минск, «Жизнь», 1996.