

## Тема 6. Службове листування як форма ділового спілкування

1. Класифікація листів.
2. Реквізити листа та їх оформлювання.
3. Різні типи листів.

### Література

1. Глушик С. В., Дияк О. В., Шевчук С. В. Сучасні ділові папери [Текст] : навч. посіб. для вищ. та серед. спец. навч. закладів / С. В. Глушик, О. В. Дияк, С. В. Шевчук. К. : Атака, 2005. 544 с.
2. Гриценко Т. Б. Українська мова та культура мовлення [Текст] : навч. посіб. для студ. аграр. вищ. навч. закладів та коледжів / Т. Б. Гриценко. К. : Центр навч. літ., 2003. 536 с.
7. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні [Текст] : навч. посіб. / М. В. Гуць, І. Г. Олійник, І. П. Ющук. К. : BeeZone, 2004. 336 с.
3. Кацавець Г. М., Паламар Л. М. Мова ділових паперів [Текст] : підручник / Г. М. Кацавець, Л. М. Паламар. 2-е вид., К. : Алерта, 2005. 328 с.
8. Культура фахового мовлення [Текст] : навч. посіб. / за ред. Н. Д. Бабич. Чернівці : Книги ХХІ, 2005. 572 с.
4. Мамрак А. В. Українське документування : мова та стиль [Текст] : навч. посіб. / А. В. Мамрак. 3-е вид. К. : Центр навч. літ., 2004. 364 с.
9. Мацюк З. О. Українська мова професійного спрямування [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / З. О. Мацюк, Н. І. Станкевич. 2-е вид. К. : Каравела, 2008. 352 с.
10. Михайлик В. О. Українська мова професійного спрямування [Текст] : навч. посіб. / В. О. Михайлик. К. : Професіонал, 2005. 496 с.
5. Мозговий В. І. Українська мова у професійному спілкуванні : модульний курс [Текст] : навч. посіб. / В. І. Мозговий. К. : Центр навч. літ., 2006. 592 с.
6. Практикум з українського ділового мовлення [Текст] : [підручник] / Л. Г. Погиба, Н. Г. Шкурятяна, Т. О. Грибіниченко та ін. К. : ФАДА; ЛТД, 2002. 359 с.
11. Українська мова. Енциклопедія [Текст] / ред. В. М. Русанівський [та ін.] ; НАН України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, Інститут української мови. К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2000. 752 с.

### 1. Класифікація листів

Листи набувають особливого значення сьогодні, оскільки складаються вони для коригування, стимулювання дій кореспондентів (офіційні листи), слугують меті реалізації мовної особистості адресата/адресанта (приватні листи).

***Лист** – це найпоширеніший вид документації, один із засобів обміну інформацією.*

Листування може бути:

- офіційне, службове;
- неофіційне, приватне.

***Офіційне, службове листування** – це основний засіб встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, установами, фірмами.*

***Неофіційне, приватне листування** ведеться між особами і має переважно побутовий, часто інтимний характер. Листування осіб з установами й організаціями – один із різновидів приватного листування ділового характеру з більш чи менш вираженим відтінком офіційності (приватно-ділове листування).*

Окрім того, існує два види офіційної кореспонденції:

- офіційне листування міждержавних установ чи іноземних представництв у дипломатичній практиці;
- ділове (комерційне) листування, яке має напівофіційний характер, для ділових контактів між фірмами, установами, закладами тощо.

**Службовий лист** – це один з різновидів інформаційних документів для писемного спілкування й оперативного управління процесами діяльності організацій, установ та їх структурних підрозділів. Загальноусталений принцип побудови змісту службового листа: *вступ, докази, висновки й закінчення*. Використання ж усіх цих компонентів зумовлюється характером листа й конкретними обставинами справи.

*Вступ* має містити виклад причин і безпосереднього приводу, що спонукав написати листа. *Докази* мають містити наведення фактів, цифрових даних і логічних висновків, які й повинні переконати адресата у правомірності постановки питання й необхідності позитивного розв'язання його. Основним і неодмінним структурним елементом змісту листа є *висновок (закінчення)*, де викладають суть питання, основну думку: згоду чи відмову, пропозицію чи прохання тощо.

За **функціональними ознаками** службові листи поділяються на два типи:

- листи, що потребують відповіді – *листи-запити, листи-прохання, листи-пропозиції, листи-звернення, листи-вимоги*;
  - листи, що не потребують відповіді – *листи-відповіді, листи-попередження, листи-розпорядження, листи-відмови, листи-нагадування, листи-подяки, листи-підтвердження, листи-запрошення, комерційні, супровідні, гарантійні, рекламні, рекомендаційні та інформаційні листи*.

За **кількістю адресатів** розрізняють *звичайні, циркулярні та колективні* листи.

**Звичайний і колективний** листи надсилаються на одну адресу, тільки останній укладається від імені декількох організацій чи установ.

**Циркулярний** – завжди надсилається керівною установою до своїх структурних підрозділів, філій тощо.

За **змістом і обсягом** листи поділяються на *прості (одноаспектні) і складні (багатоаспектні)*. До багатоаспектних листів відносять листи, у яких одночасно висловлено і прохання, і гарантію, і нагадування. За **тематичною ознакою** листи поділяють на *адміністративно-господарські, виробничі, пропагандистські* тощо.

За **структурними ознаками** розрізняють листи *стандартні і нестандартні*.

Текст службового листа повинен бути простим і розкривати бажано тільки одне питання, це спрощує його реєстрацію та контроль за проходженням. Якщо ж лист містить кілька питань чи тем, що контролюються різними відділами, то доводиться робити копії.

**Головна мета листа** – *поінформувати, пояснити, упевнити, довести й спонукати до потрібної дії адресата (одержувача)*.

Службовий лист є документом, тому він повинен бути чітким, лаконічним, зрозумілим, не містити нічого зайвого, що б заважало сприйманню основної інформації.

Але оскільки лист уже ж відмінний від наказу, акта чи доручення, то ваше письмове спілкування з адресатом може не обмежуватися лише сухими канцеляризмами. Добирати потрібні слова й тон ви повинні самі залежно від мети листування, ступеня знайомства, віку, статі та необхідності дотримання субординації. Безперечна умова – дотримання міри, доречності й такту.

За законами психології на формування поглядів партнера значною мірою впливає інформація, що надходить першою. Отже, ділові взаємини краще розпочинати з особистого, безпосереднього спілкування й уже потім можна продовжувати закріплювати контакти діловим (службовим) листуванням. Оскільки листування виключає вербальні контакти спілкування, доцільно до тексту листів уводити деякі словосполучення й звороти, які засвідчують ваше ставлення до партнера. Із тексту сучасного службового листа повинен вимальовуватися образ автора – надійного партнера, постійного клієнта, чесного конкурента і т. ін. Кореспонденція – ваша візитка та обличчя установи, фірми, компанії, яку ви репрезентуєте.

Можна виокремити **загальні правила ділового листування**:

- службові листи пишуть на чистому бланку або аркуші паперу з його лицьового боку;
- у міжнародній практиці писати довгі листи не прийнято, але якщо лист займає більше однієї сторінки, то в кінці аркуша слід поставити «далі буде»;

- кожна сторінка, окрім першої, нумерується арабськими цифрами;
- службові листи друкуються на машинці, комп'ютері, факсі. Ширина поля з лівого боку – не менше 2 см. Сам текст листа друкується через 2 чи 1,5 інтервали. Абзац з крайнього рядка – 5 інтервалів, а звертання до адресата пишеться без абзацу;
- вихідна інформація офіційного характеру не повинна містити будь-яких позначок, ініціалів машиністки, номерів телефонів тощо. Позначки припустимі тільки в 2-му чи 3-му примірнику листа, що залишається;
- у тесті не допускається виправлень, підчищень;
- конверти мають бути відповідного розміру;
- лист складається тестом усередину. Найважливіші ділові листи бажано не перегинати, а надсилати у великих цупких конвертах. Менш офіційні можна складати;
- діловий лист прийнято писати на бланках фірми (організації), де є вже реквізити фірми-відправника (закладу);
- якщо конверт із прозорим віконцем, то адресу пишуть один раз – у верхньому лівому куті листа. При цьому лист слід скласти, як належить.

Службовий лист – найпоширеніший вид документації в системі управління, який належить до інформаційних документів. Правильне оформлення ділової та дипломатичної кореспонденції – запорука успішного спілкування, підтримання дружніх партнерських взаємин.

## 2. Реквізити листа та їх оформлювання

Останнім часом ділове листування відходить від сухої офіційності й обміну надто заштампованими канцеляризмами, наближаючись до приватної кореспонденції й навіть розмовного стилю, проте ще лишається досить умовностей, додержувати яких конче потрібно. Це передусім стосується структури службового листа: логічних елементів змісту та правил його оформлення.

### Реквізити листа:

- назва міністерства (для державних структур);
- назва й адреса адресата (ліворуч або посередині);
- номер і дата листа;
- назва й адреса установи (закладу) адресата, його посада, прізвище й ініціали (праворуч);
- заголовок листа («про...»);
- текст (зміст);
- перелік додатків (якщо надсилаються) із зазначенням кількості сторінок;
- посада; звання; ранг; статус адресанта (ліворуч);
- підпис, ініціали та прізвище адресата (праворуч);
- печатка (якщо необхідно);
- віза виконавця, підпис на копію (якщо необхідно).

Ось **декілька порад**, які допоможуть вам досягти мети спілкування через листування:

- будьте лаконічні; намагайтеся викладати інформацію чітко й по суті, не зловживаючи чужим часом і увагою;
- пишіть коротко й просто, але лаконічність не повинна бути самоціллю й стати на заваді вишуканості та емоційності мови;
- слідкуйте за логічністю та послідовністю викладу; основну увагу приділяйте найсуттєвішому, а розбивши текст на смислові абзаци, ви полегшите його сприймання адресатом;
- уникайте багатозначності та не переобтяжуйте лист іншомовними словами; суть справи слід викладати чітко, зрозуміло, без двозначностей, які можуть викликати сумніви чи запитання;
- будьте ввічливі; стежте за стилем вашої кореспонденції; уникайте категоричності; не забувайте про вступний і завершальний компліменти.

Написання ділового листа – це справжнє мистецтво, адже тексти листів найменшою мірою трафаретизовані й уніфіковані. Щоб оволодіти мистецтвом листування, слід засвоїти **правила ведення ділової кореспонденції**.

1. Починати лист потрібно із звертання. Найпоширенішими є такі звертання: *Шановний/а (ім'я та по батькові)...! Шановний/а пане(пані)...! Шановні панове (колеги)! Вельмишановний добродію! Глибокошановний (ім'я, по батькові)! Високошановний пане...!* та ін.

У сучасному діловому листуванні прийнято зазначати звання адресата чи вказувати на його професію: *Вельмишановний професоре! Шановний учителю! Високоповажний пане ректоре!* та ін. Не слід забувати про те, що в українській мові звертання вживають у формі кличного відмінку. Відсутність звертання може бути витлумачено як зневага до адресата й порушення етикету ділового листування.

2. Дуже важливо ретельно обмірковувати початкову фразу листа, від якої може багато залежати, адже саме вона має переконати адресата у правомірності написання листа.

Якщо це лист-відповідь на запит, на запрошення, лист-подяка, то вже в першому ж реченні буде доречним висловити вдячність: *Перш за все дозвольте подякувати Вам за... Ми щиро вдячні Вам за те, що Ви... Вдячні Вам за запрошення... Із вдячністю підтверджуємо отримання листа-відповіді... Ми отримали Вашого листа з повідомленням про... і щиро Вам вдячні* та ін.

До спонсорів, клієнтів, партнерів нерідко доводиться звертатися із проханням. Для їх оформлення є такі типові вислови: *Будемо вдячні, якщо Ви підтвердите свою участь у... Будь ласка, повідомте нас про... Насамперед просимо повідомити...* та ін.

У діловому світі з різних причин іноді виникають такі ситуації, коли потрібно вибачитися, перепросити за неприємності, яких ви завдали адресату. У такому разі листа слід розпочинати так: *Просимо вибачення за приkre непорозуміння, що сталося... Щиро просимо вибачення за затримку з відповіддю. Вибачте, нам вельми незручно, що...* та ін.

У листах-нагадуваннях треба ввічливо й тактовно вказати на те, що термін оплати рахунка минув. Такі листи варто розпочинати так: *Вибачте, що знову турбуємо Вас, але ми не отримали жодної відповіді на лист від (дата)... Нам дуже незручно, що змушені нагадувати Вам про... Дозвольте нагадати Вам...* та ін.

До категорії складних листів належать листи-відмови. Якщо ви не можете дати позитивну відповідь, то сказати «ні» слід аргументовано, коректно, доброзичливо: *На жаль, не можемо прийняти Вашої пропозиції... Дуже шкода, але ми не можемо задовольнити Ваше прохання з деяких причин... Щиро жалкуємо, проте ситуація, що склалася, не дозволяє нам...* та ін.

3. Вибір завершальних речень є також дуже важливим і залежить від змісту листа. Завершальні речення можуть виражати: повторну подяку, висловлення сподівання чи надії, запевнення у співробітництві чи надійності, прохання дати відповідь, зателефонувати тощо, вибачення за турботу чи затримку з відповіддю. Ними може бути висловлено:

- подяку: *ще раз дякуємо Вам, дякую за допомогу...*;
- сподівання, надії: *сподіваємося, що домовленість буде взаємовигідною, маємо надію на встановлення тісних контактів між нашими фірмами;*
- запевнення: *запевняємо, що Ви цілком можете розраховувати на нашу підтримку, ми будемо раді співпрацювати з Вами;*
- прохання: *просимо Вас якомога швидше підтвердити свою згоду, просимо Вас терміново повідомити;*
- вибачення: *просимо вибачення за прикру помилку...*

4. Використання прощальних фраз залежить від того, наскільки ви знайомі з адресатом. Коректними є такі: *Щиро Ваш... З найкращими побажаннями... Бажаємо успіхів... Із повагою... Залишаємося з повагою... Із вдячністю й повагою...* і т. ін.

5. Уже написаний лист не відправляйте одразу, відкладіть, щоб потім ще раз перечитати. Пам'ятайте: бездоганно оформлена ділова кореспонденція – це свідчення вашої поваги до адресата!

Оскільки метою офіційного листування є засвідчення адресатові поваги з безумовним урахуванням рангів, воно повинно ґрунтуватися на принципах поваги та обопільної коректності.

Існують певні правила реагування на листи за термінами. Відповідь слід дати не пізніше, ніж через десять днів. Якщо запит, прохання тощо потребує ґрунтовнішого вивчення, то протягом трьох днів сповіщають адресатові, що інформацію отримано й над розв'язанням питань уже працюють. Остаточну відповідь слід дати не пізніше, ніж через місяць.

Отже, написання листа вимагає від мовця не тільки бездоганної грамотності, але й обов'язкового дотримування правил написання листа, збереження всіх його структурних частин. Лист має бути за формою і змістом конкурентно спроможним.

### 3. Різні типи листів

Як правило, службові листи укладаються на бланку, що містить віддруковані реквізити установи, закладу, організації. За характером інформації листи поділяються на різні групи.

**Ініціативні листи** містять прохання, пропозицію, звернення чи запит до адресата (див. *Зразки листів-прохань*).

**Листи - відповіді** за змістом залежні від ініціативних листів, оскільки їх тема і характер були вже задані запитом, проханням та ін., на дату й номер яких повинно бути обов'язкове посилання. Лист-відповідь викладає характер проблеми чи вирішення питання, чи відмову пропозиції тощо, заявлених в ініціативному листі (див. *Зразок листа-відповіді*).

Головні умови, що висувуються до змісту листа-відповіді, полягають у чіткості формулювань щодо попередніх прохань (запитів), міри чи ступеня, часу та якості їх виконання. Відмова, зміна обсягу робіт, послуг і часу їх виконання повинні бути вагомо обґрунтовані й коректно викладені.

**Супровідний лист** – документ, що інформує адресата про раніше надіслані документи, товари чи інші матеріальні цінності.

Листи такого типу можуть надсилатися разом із комерційними документами (рахунком-фактурою, накладними, чеками тощо), доповнювати креслення, схеми, плани, каталоги, прейскуранти, зразки товарів тощо й виконують допоміжну інформаційно-супроводжувальну функцію.

Супровідний лист може бути також доповненням, проханням, рекомендацією-характеристикою та виконувати роз'яснювальні функції щодо службової особи у відрядженні (див. *Зразок супровідного листа*).

**Договірний лист** – різновид супровідного листа, що вказує на факт відправлення (надсилання) попередньо укладеного договору, угоди між адресатом і адресантом.

**Лист-запрошення** містить інформацію про дату, характер, місце, час проведення заходу. Цей документ деталізує умови участі адресата в заході, умови проїзду, перебування, конкретизує порядок денний робочого часу та культурної програми тощо. У цьому листі треба обов'язково вказати, хто кого, куди, коли і з якої нагоди запрошує. Велике значення при цьому мають технічні засоби вироблення запрошень (див. *Зразок листа-запрошення*).

**Інформаційний лист** та **лист-повідомлення** близькі до листа-запрошення.

**Гарантійний лист** – документ, що є юридичним гарантом виконання викладених у ньому зобов'язань. Укладається з метою підтвердження певних угод, умов або фінансово-розрахункових зобов'язань і має підвищену правову функцію.

Цим листом організація, установа, заклад гарантує погашення кредиту, оплату за виконану роботу, надану послугу тощо.

Обов'язкові реквізити: номер розрахункового рахунка із зазначенням назви банку, термін остаточного розрахунку, сума (згідно з тарифами або попередньо обумовлена), підписи вищої посадової особи та головного бухгалтера гаранта (див. *Зразок гарантійного листа*).

**Рекламний лист** – це різновид інформаційного листа, що містить докладний опис рекламованих послуг чи товарів, пропагує діяльність закладу чи установи.

**Лист-нагадування** – це документ, у якому нагадується про наближення чи закінчення визначеного терміну завчасно обумовлених зобов'язань або проведення заходів. Нагадування

висловлюється в доброзичливій формі, без звинувачень, оскільки причина невиконання певних зобов'язань може бути об'єктивною (див. Зразок листа-нагадування).

**Лист-підтвердження** містить повідомлення про отримання певного відправлення (листа, факсу, телеграми, товару тощо), прибуття певної особи чи групи осіб, виконання певних заходів, дій (див. Зразок листа-підтвердження). Цей лист може підтверджувати тривалість юридичної дії раніше укладених документів (договорів, інструкцій і т. ін.).

**Рекламаційний лист** – це документ, який обґрунтовано доводить виявлення певних недоліків або дефектів у виконаній роботі, виробленій продукції чи наданій послугі, а саме:

- недотримання попередньо обумовлених термінів, технологічних нормативів виготовлення, пакування, транспортування та зберігання продукції, товару, що призвело до псування товарного вигляду, погіршення якості тощо;
- обґрунтування недоброякісності може підтверджуватися доданими копіями актів, висновками фахівців-експертів.

Рекламаційний лист відрізняється від листа-претензії тим, що він може надсилатися без попереднього листа-нагадування, бо мова йде про безпричинне порушення зобов'язань (див. Зразок рекламаційного листа).

**Лист-претензія** – документ, близький до рекламаційного листа, але менш категоричний за змістом. Цей лист скоріше тактовне нагадування чи коректне висловлення незадоволення, що повинно передувати категоричному накладанню штрафних санкцій і позову до арбітражного суду, які містяться в рекламаційному листі.

**Контрольний лист** – це специфічний документ-талон для індивідуальної реєстрації документів, який містить резолюцію на конкретний документ та його стислий зміст.

**Лист-вітання** – це зовсім не обов'язковий офіційний набір заялжжених та безликих висловів-штампів до державних свят.

Доцільними будуть поздоровлення з подіями, ювілеями чи успіхами локального характеру. Довільний зміст тексту передбачає врахування рівня стосунків, становища, віку і статі адресата (див. Зразок листа-вітання).

**Комерційний лист** – специфічний вид ділового спілкування, прийнятого як у внутрішньодержавній, так і в міжнародній практиці. Цей лист може містити комерційну інформацію про зміни цін, видів і способів платежів, умови купівлі-продажу тощо.

+Знання видів листів та правил їх оформлення допоможе фахівцеві правильно укласти відповідний службовий лист, здійснити опосередковане спілкування з адресатом. У цій нелегкій справі потрібен досвід і майстерність.