

Тема 6. Цифрові засоби комунікації в професійній діяльності

Мета: надати глибоке розуміння сутності цифрової комунікації, її видів та форматів; показати шляхи застосування цифрових засобів комунікації у професійній діяльності в спорті, зокрема на міжнародному рівні; розкрити етичні та безпекові аспекти цифрової взаємодії, сформувати навички їх врахування.

План

1. Ділова документація під час укладання контрактів.
2. Ділові листи.
3. Лист, що надсилається факсом.
4. Електронна пошта.

Ключові терміни та поняття: цифрова комунікація, професійна комунікація, синхронна комунікація, асинхронна комунікація, медіаграмотність, *письмове спілкування, службові цифрові комунікації, листування, факс, спортивний контракт, документообіг, резюме, електронна пошта.*

У сучасному світі цифрові технології проникають у всі сфери професійної діяльності, у тому числі й у спорт — управління спортивними організаціями, комунікація з уболівальниками, тренування з дистанційними елементами, міжнародні зв'язки тощо. Вміння ефективно комунікувати через цифрові засоби — це вже не опція, а необхідність для фахівця в спорті.

Ця лекція покликана систематизувати знання про різновиди цифрової комунікації, формати, особливості професійного застосування в міжнародному контексті, а також виклики етики та безпеки.

1. Ділова документація під час укладання контрактів

У ході ділових відносин сторони укладають договори (контракти) та оформлюють їх відповідними документами.

До таких документів належать такі:

- ❖ запит;
- ❖ відповідь на запит;
- ❖ пропозиція (оферта);
- ❖ відповідь на пропозицію, договір (контракт);
- ❖ рекламація (претензія);
- ❖ відповідь рекламування.

Складання та використання таких документів є необхідною складовою компетенції керівника. Будь-який підприємець і просто управлінець має бути обізнаний з типовими зразками таких документів, вміти їх скласти або заповнити з урахуванням усіх обставин.

Запит є зверненням із проханням надати необхідну інформацію; вимогою про надання яких-небудь відомостей або офіційного роз'яснення з приводу чогось.

Пропозиція (оферта) – комерційний документ, який є заявою певної сторони про бажання укласти угоду із зазначенням її конкретних умов.

Розрізняють тверді та вільні пропозиції.

Якщо пропозиція робиться лише одній стороні та вказується термін дії запропонованих умов, вона називається твердою.

Якщо пропозиція робиться без будь-яких зобов'язань і поширюється на необмежену кількість осіб, вона називається вільною.

Відповідь на пропозицію.

Якщо на пропозицію не було відповіді, це рівнозначно відмові.

Якщо відповідь надана, можуть бути два варіанти:

1) сторона згодна з усіма умовами пропозиції. Вона підтверджує (акцептує) її ухвалення, і угода вважається укладеною. Після цього зазвичай укладається контракт;

2) сторона не згодна з будь-якими умовами пропозиції (кількістю, якістю, ціною, строками), про що повідомляє надавачу пропозиції. Наслідком є тривале листування чи переговори.

Контракт – письмова угода, договір, за яким сторони, що його уклали, мають взаємні зобов'язання.

Спортивний контракт – це письмова угода між спортивним клубом і спортсменом, яка регулює процес залучення спортсмена до підготовки та участі в спортивних змаганнях за клубу.

Враховуючи специфіку діяльності спортсмена, зазвичай у контракті прописують такі ключові моменти:

❖ здоровий спосіб життя спортсмена, тренування та його підготовка до змагань;

❖ участь у відповідних змаганнях, їх результативність;

❖ оплата праці, винагороди, премії;

❖ обов'язки сторін (клубу та спортсмена);

❖ відповідальність за порушення умов контракту та порядок вирішення спірних питань.

Обов'язки спортсмена та клубу:

Предметом спортивного контракту фактично є спортивна діяльність спортсмена, тобто його підготовка до спортивних змагань із певного виду спорту та участь у них. Основні обов'язки, які покладаються на спортсмена:

- підтримка себе у відповідній спортивній формі протягом усього сезону, ведення здорового способу життя (не вживати алкоголь, наркотики, не курити, нормально харчуватись, дотримуватися спортивного режиму та антидопінгових правил, навіть можуть бути прописані конкретні обмеження щодо ваги тіла);

- виконання вимог керівництва клубу та його тренерського складу, що стосуються професійного навчання спортсмена та його тренувань, присутність на всіх спортивних заходах, зборах, медичних оглядах, на які

направляє клуб;

- ведення гідного публічного життя (поводити себе на змаганнях, тренуваннях і у вільний час достойно, утримуватися від дій та висловлювань, які можуть завдати шкоди репутації клубу, зокрема під час публічних виступів та виступів у засобах масової інформації);
- виключність відносин із клубом (участь у заходах лише від імені та з дозволу клубу, заборона грати за іншу команду, укладати договори з іншими клубами та спортивними організаціями на час дії договору).

Клуб своєю чергою:

- забезпечує необхідні умови для тренувань (зал, спортивна форма, взуття та спортивний інвентар, медичні обстеження);
- виплачує заробітну плату, винагороди, премії у порядку заохочення, покриває витрати на навчання, участь у зборах і змаганнях, медичні огляди (в тому числі проїзд, харчування);
- забезпечує страхування життя і здоров'я, медичне страхування;
- сприяє в отриманні спортсменом державних премій та нагород.

Також спортивний контракт може закріпити частину додаткових гарантій спортсмену, наприклад:

- харчування та транспортні виплати за рахунок клубу;
- забезпечення спортсмена разом із сім'єю житлом;
- додаткові компенсації у зв'язку з переїздом;
- проведення відновлювальних заходів у разі травми;
- грошові виплати при втраті працездатності;
- додаткове пенсійне страхування.

Рекламація (претензія) – документ, в якому міститься претензія до сторони, яка порушила прийняті за контрактом зобов'язання, та вимога про відшкодування збитків.

Рекламація зазвичай включає три частини:

- 1) підстава для пред'явлення претензії;
- 2) докази (акт експертизи та інші документи);
- 3) конкретні вимоги постраждалої сторони.

Рекламація завжди оформлюється лише письмово. Так само письмово надається і відповідь на рекламацію. Якщо сторони не досягли угоди, справа передається до судової інстанції (найчастіше в арбітражний суд).

У разі порушення спортсменом своїх зобов'язань і заборон, він несе персональну відповідальність. Наприклад, у разі порушення спортивного режиму, зловживання алкоголем, вживання допінгу, запізнення на тренування та змагання, їх пропуск, участь у змаганнях за іншу команду, участь у бійках тощо.

Відповідальність може полягати у застосуванні штрафних санкцій (% від зарплати або певна фіксована сума, позбавлення премії) чи більш кардинальному розірванні договору з подальшим відшкодуванням усіх витрачених на спортсмена коштів (покриття витрат).

По суті санкції, що застосовуватимуться у разі порушень, так само як і більшість пунктів контракту узгоджуються сторонами. Окремо можна

визначити дії сторін у разі травми спортсмена: чи відповідає за його лікування повністю клуб, чи відшкодування проходить у межах медичного страхування або ж взагалі за рахунок спортсмена.

Щодо терміну договору, то спортивний контракт між спортсменом та клубом можна укласти на декілька років, на невизначений строк або ж взагалі пов'язати його з досягненням спортсменом певних результатів (чемпіонство України / Європи / світу). Загальна практика така, що контракти укладають зі спортсменами віком до 30 років, оскільки у більш старшому віці починають активно проявлятися хвороби, підвищується ризик отримання травм, знижуються спортивні досягнення.

Важливим складником спортивних контрактів є порядок вирішення спорів. Міжнародна практика регулювання спортивних відносин надає перевагу позасудовому способу вирішення спірних питань, тобто розгляду спорів між спортсменами та клубами спеціальними спортивними інстанціями (спортивний арбітраж). Цей момент також прописується у контракті.

Наприклад, у контракті між клубом та футболістом зазначається, що його сторони повинні вирішувати суперечки між собою виключно в органах футбольного правосуддя (дисциплінарні органи професійної ліги, ФФУ, УЄФА, ФІФА тощо). Або ж навпаки прописується, що спори будуть вирішуватися виключно у судах загальної юрисдикції.

Отже, спортивний контракт є особливою угодою, адже він виходить за межі трудових і переплітається з цивільно-правовими угодами. При цьому необхідність його укладання у разі виникнення відносин між спортсменом і клубом є очевидною. Адже контракт допомагає утримувати цей особливий вид відносин у правовому полі (приклад трудового контракту подано в додатку А).

2. Ділові листи

Ділові листи є основними засобами встановлення офіційних, службових контактів між федераціями, клубами, організаціями, установами, фірмами та закладами, а також між організаціями та приватними особами.

До ділових листів пред'являються особливі вимоги.

Так, діловий лист має бути чітко та зрозуміло написаний, фрази у ньому мають легко читатися. Небажано використовувати в ділових листах дієприкметникові та дієприслівникові звороти.

Рекомендується традиційна, класична побудова фраз: підмет – присудок – обставина місця тощо; мінімум прикметників; не використовуються риторичні питання, метафори та інші подібні засоби посилення виразності мови.

Стиль такого листа має носити офіційно-діловий характер.

Якщо в листі окреслено кілька питань, вони мають бути за змістом відокремлені одне від одного.

Ще одна найважливіша вимога – стислість.

Загальне правило: діловий лист має бути написаний так, щоб його зміст

зрозумів навіть той, хто не хоче його розуміти.

У діловому листі (як і взагалі у письмовому діловому спілкуванні) неприпустимі стилістичні, орфографічні та пунктуаційні помилки.

Мовне оформлення ділового листа має бути бездоганним, відповідати чинним нормам українського правопису. Короткий, зрозумілий та грамотно складений діловий лист демонструє повагу до адресата.

Бездоганним має бути і оформлення листа: папір має бути високої якості, шрифт повинен легко читатися, тобто не бути занадто дрібним і не імітувати рукописний. Виставляються широкі поля. Сторінки листа нумеруються, починаючи з другої.

Лист часто адресується конкретній людині, яка обіймає певну посаду (наприклад, голові федерації, клубу, організації). Адресата прийнято титулувати, тобто вказувати у зверненні слово або словосполучення, що означає його статус. У різних федераціях, клубах, організаціях можуть бути прийняті різні форми звернень, тому перш ніж надсилати листа, доцільно зателефонувати в організацію-адресат і дізнатися, якому зверненню віддає перевагу її керівник.

У будь-якому діловому листі (паперовому (конвертному), електронному, факсовому) прийнято вказувати повністю ім'я та по батькові відправника (а не ініціали); це робиться для того, щоб адресат, відповідаючи на цей лист, не був змушений з'ясовувати ім'я та по батькові його автора. У діловому листі завжди зазначається дата та ставиться розбірливий підпис.

Виділяють багато різновидів ділових листів.

Діловий лист може вимагати відповіді. До таких листів належать листи-прохання, листи-звернення, листи-пропозиції, листи-запити, листи-вимоги. На такі листи прийнято обов'язково давати відповідь, навіть якщо відповідь негативна або адресат не може відповісти (саме це і потрібно тоді відобразити в листі).

Існують також ділові листи, на які обов'язково відповідати не потрібно. Це листи-повідомлення (інформаційні листи); листи-попередження; листи-нагадування; листи-підтвердження; супровідні листи; гарантійні листи; листи-відповіді; листи-розпорядження.

Дуже поширеним різновидом ділового листування є *резюме*, які розсилають претенденти на робочі місця. Форма (зразок) такого резюме представлена в додатку Б.

У діловому листі необхідно дотримуватися правил ввічливості.

Наприклад, складається лист-відмова у відповідь на надісланий лист із проханням про прийом на роботу. Цілком можливо, що людині відмовляють у прийомі на роботу просто тому, що вона не підходить потенційному роботодавцю. Проте вказати про це буквально неввічливо і навіть образливо. Завжди потрібно посилатися на об'єктивні обставини, не зачіпаючи особистість людини.

Наприклад, прийнятною може бути, скажімо, така фраза: «На жаль, ми не маємо можливості наразі вас працевлаштувати з огляду на...» – а далі необхідно вказати об'єктивну причину (причини), через яку неможливий

прийом людини на роботу (наприклад, заплановане скорочення штатного розкладу).

Поширеним різновидом ділових листів є рекомендаційний лист.

Рекомендаційний лист – це документ, виданий спортсмену, в якому характеризуються його професійні та особисті якості, успіхи й досягнення, надійність і відповідальність.

Лист зазвичай містить відомості про того, хто надає рекомендацію адресату («до Вас звертається...»), вказівку на привід для звернення, а також характеристику рекомендованого: його базову освіту, спортивний досвід, рівень компетентності та професіоналізму, найважливіші спортивні досягнення та особистісні характеристики – все те, що дозволяє автору листа сформулювати уявлення про рекомендовану особу.

У висновку рекомендаційного листа зазвичай викладається прохання провести особисту зустріч із рекомендованою особою.

Нав'язувати адресату листа позитивне вирішення питання, використовуючи фрази на зразок «настійливо рекомендую» тут неприпустимо. Разом із рекомендаційним листом може бути подане резюме, підготовлене самою рекомендованою особою; у цьому випадку наприкінці резюме обов'язково потрібно згадати про наявність рекомендаційного листа, що додається.

Наприкінці рекомендаційного листа прийнято висловлювати подяку за увагу, виявлену при ознайомленні з листом та супровідними матеріалами.

При прийомі до спортивного закладу майбутній співробітник подає заяву про прийом на роботу. Ця заява пишеться на ім'я керівника федерації, клубу, організації; вона зазвичай візується керівником структурного підрозділу, начальником планово-фінансового відділу (якщо такий є в організації), який стежить за тим, щоб новий співробітник «вписався» в штатний розклад, а також безпосередньо керівником спортивного закладу.

Звільняючись із роботи за власним бажанням, працівник складає заяву про звільнення. Ці заяви складаються за одним шаблоном. У правому верхньому куті листа пишеться посада прізвище, ім'я, по батькові адресата (керівника), а також прізвище, ім'я та по батькові (обов'язково повністю) того, від імені якого складено заяву.

Потім (посередині аркуша) пишеться слово «Заява», а далі – сам текст заяви (наприклад, «Прошу прийняти мене на таку посаду з такого числа», або «Прошу звільнити мене за власним бажанням із такого числа»); рядком нижче ставиться дата та підпис. За таким самим зразком складаються й інші заяви (наприклад, при оформленні прохання надати позачергову відпустку, направити у відрядження або виділити матеріальну допомогу).

Проста заява дуже лаконічна. У заяві про звільнення за власним бажанням часто не вказується причина, через яку звільняється співробітник. Але в деяких організаціях прийнято, щоб співробітник, що звільняється, надав більш детальний лист-заяву із зазначенням причини звільнення.

При цьому нерідко вказується не справжня причина звільнення, яка дуже часто носить особистий характер, а другорядна, що має більш

сприятливе психологічне забарвлення (бажання освоїти новий напрямок роботи, бажання знайти роботу поблизу з будинком, заощадити час на дорогу до роботи тощо).

Людина має право звільнитися з організації, якщо її більше влаштовує робота в іншому місці, але «демонстративно грюкати дверима» і викладати претензії письмово – нерозсудливий вчинок. Навпаки, у такому листі доречно висловити подяку керівництву та колективу організації, яку залишає співробітник. Наприклад, за можливість придбати корисний досвід, удосконалити свою професійну майстерність, за справедливе та доброзичливе ставлення колег тощо.

Широко застосовується такий вид ділового листа, як *лист-запит*. У діловій практиці нерідко виникає необхідність отримання інформації про те, в якій стадії перебуває виконання раніше укладеного договору, чи є зміни щодо дати проведення спортивного заходу тощо.

Така необхідність може виникнути, якщо виконання умов договору відбувається недостатньо оперативно та процес затягується. У такому листі міститься нагадування про існування певного договору (вказується, про що був цей договір, його номер та дата укладання, ким договір підписаний).

Після цього формулюється сам запит і причини, що викликали його необхідність (не маємо відомостей про хід виконання договору, не маємо інформації про дату проведення заходу та ін.). Наприкінці наводиться вибачення за занепокоєння як «формула ввічливості».

Якщо діловому партнеру необхідно нагадати про якийсь заздалегідь призначений захід, ділову зустріч, а також про необхідність виконати обіцяне, використовується *лист-нагадування*.

Необхідність розсилки таких листів пов'язана з тим, що сучасна ділова людина працює в режимі постійного інформаційного навантаження. Зміст листа зводиться до дати та назви запланованого заходу і містить «формулу ввічливості». Наприклад: «Сподіваємося, що Ви зробите нам честь і відвідаєте наш захід».

Неодмінним атрибутом ділових відносин є *лист-подяка*.

Складається такий лист із різного приводу, як-от:

- ❖ після завершення спільного проєкту;
- ❖ за фактом якісно наданої послуги;
- ❖ за запрошення на прийом, інший захід;
- ❖ за привітання (наприклад, з нагоди ювілею);
- ❖ за рекомендацію при влаштуванні на роботу;
- ❖ за рекомендованого для найму на роботу співробітника, який ідеально підійшов для заміщення вакантної посади;
- ❖ за допомогу в будь-якому вигляді (наприклад, за надання необхідної інформації, сприяння у прийнятті рішення тощо).

Лист-подяка за своїм стилем носить менш офіційний характер, ніж інші ділові листи. Якщо у звичайному діловому листі звичайно слід уникати емоцій, то лист-подяка має позитивне емоційне забарвлення.

Організації, які виявляють особливу турботу про своїх клієнтів

(покупців спортивних товарів і послуг), використовують такий вид ділових листів, як лист-повідомлення. Ці листи носять переважно рекламний характер.

Такий лист може містити відомості про нові види спортивних товарів або послуг, про відкриття нових філій спортивних клубів, про проведення презентацій тощо.

3. Лист, що надсилається факсом

Якщо лист відправляється факсом, то його перша сторінка оформляється так:

Date:

Time:

Te:

Fax no:

Company:

Number of pages including

If you do not receive all the pages Please call or fax.

Тобто: дата (день, місяць, рік відправлення повідомлення); час; кому воно вирушає (ім'я та прізвище адресата); номер факсу адресата; організація, яку він представляє; та традиційні формули: «кількість сторінок повідомлення, включаючи першу сторінку» і «якщо ви не отримали всі сторінки повідомлення, будь ласка, зателефонуйте ... » (далі вписується номер телефону) або «передайте факсом» (дається номер факсу, що використовується) . Після цього пишеться слово «comments» (коментарі) і далі йде текст. Лист, що відправляється факсом, набирається крупнішим шрифтом (не менше 14 кегля), інакше він може стати нечитабельним.

Діловий лист, що надсилається факсом, підписується від руки, як усі інші види листів.

4. Електронна пошта

Електронна пошта широко використовується у діловому листуванні завдяки своїм перевагам – цілодобовій доступності, оперативності та простоті у використанні.

Порівняно з іншими каналами зв'язку, електронна пошта дає можливість:

- ❖ миттєво надсилати та отримувати повідомлення на свою поштову скриньку;
- ❖ відповідати на листи кореспондентів (використовуючи їх адреси у листах);
- ❖ розсилати копії листа відразу декільком одержувачам;
- ❖ пересилати не лише текстову та графічну інформацію (малюнки, ілюстрації), а й програми.

Особливості оформлення електронного листа визначаються загальними

правилами складання ділових листів та мережевим етикетом (сетикет, Netiquette).

У багатьох компаніях існує єдиний корпоративний стандарт оформлення електронних листів, що включає структуру самого листа, правила звернення до адресата, реквізити підпису (ПІБ, посада, робочі телефони, адреса електронної пошти та посилання на сайт компанії).

Окрім того, у цьому стандарті може бути прописана заборона на використання емотикону (смайлів, які не належать до ділової сфери).

Електронний лист оформляється в такий спосіб:

1. У полі To: (Куди:) записується адреса одержувача повідомлення. Залежно від сервера або поштової клієнт-програми, що використовується, це поле може називатися Message To: або Mail To:.

2. Поле From: (Ваша адреса електронної пошти. Зазвичай ця адреса автоматично записується і тому може бути відсутня на екрані).

3. У полі Subject: (Тема:) вказується коротка анотація змісту повідомлення (не більше 20-30 символів).

Темі листа вказувати потрібно обов'язково: це коротка презентація основного змісту листа, яка дає можливість адресату швидко знаходити потрібну інформацію у своїй електронній пошті.

Якщо лист надсилається незнайомій людині, то саме тема листа формує перше враження про її укладача. Її формулювання має відображати основний зміст листа, водночас воно не повинно бути надто загальним.

Наприклад, абсолютно недоречно замість теми листа зазначати «Здрастуйте» або «Добридень».

Такий лист, найімовірніше, відразу потрапить у спам.

Люди не завжди пам'ятають імена та прізвища тих, з ким листуються, а тим більше – електронні адреси: у кожного обов'язково знайдеться кілька листів від людей, з якими довелося взаємодіяти лише одного разу. У цьому випадку зазначена тема листа може стати ключем до поновлення контакту.

4. У полі Cc: (Копія:) за потреби записуються адреси кореспондентів, яким надсилаються копії повідомлень.

5. У полі Bcc: (Прихована копія:) вказуються адреси кореспондентів, яким копії повідомлень надсилаються потай від першого адресата.

6. Дата та час надсилання автоматично включається до заголовка повідомлення клієнт-програмою.

7. Деякі поштові програми, що взаємодіють із адресною книгою, дозволяють у поля To:, Cc:, Bcc: записувати псевдонім (Nickname) адресата або групи адресатів.

8. Якщо використовується опція «Відповісти», адресат отримує лист, у якому до теми додана аббревіатура Re: (від слова Reference – щодо).

Необхідно дотримуватись правил ведення електронного листування, а саме:

1. Складайте електронний лист лаконічно та по суті.

Довжина листа має відповідати стилю спілкування: якщо ви просто відповідаєте на запитання, робіть це коротко і відповідно до теми.

Електронний лист має бути вдвічі коротшим, ніж написаний на папері.

Це пояснюється тим, що, *по-перше*, пересічний користувач у день отримує набагато більше електронних листів, ніж він міг би отримати традиційною поштою, а отже, ємність інформаційного потоку в обміні електронними посланнями виявляється набагато вищою.

По-друге, обмеження накладає і розмір екрана, або «вікна», поштової програми. Якщо вам все ж таки необхідно переслати важливу інформацію великого обсягу, то краще скласти короткий супровідний текст в електронному листі, а інформацію оформити окремим файлом. Готуючи пересилання вкладення великого розміру, що перевищує 200-500 кілобайт, обов'язково попередьте про це свого респондента. Якщо об'ємна інформація, про яку йде мова в листі, вже представлена в інтернеті, достатньо просто вказати в тексті посилання на згадані документи.

2. Максимально дотримуйтеся теми. Якщо виникла потреба повідомити про щось нове, краще надіслати окремий лист, щоб ваш адресат міг зберегти його окремо.

3. Відповідайте на всі поставлені вам листи і намагайтеся передбачити можливі.

4. Уникайте надто довгих речень. Розбивайте лист на логічні абзаци.

5. Дотримуйтеся параметрів оформлення. Якщо ваша поштова програма підтримує різні параметри оформлення тексту (жирний шрифт, курсив тощо), то використовувати їх можна, якщо і програма адресата має такі самі можливості.

6. Уникайте орфографічних, граматичних і пунктуаційних помилок. Пам'ятайте, що грамотна мова – один із найважливіших показників освіченості та культури. А про це багато людей чомусь забувають при електронному спілкуванні (у чатах, на форумах), нехтуючи правописними нормами. У діловому спілкуванні це неприпустимо!

7. Звертайтеся до адресата листа особисто. Відповідно до правил ділового спілкування прийнято звертатися до адресата на ім'я та по батькові. Але через посилений вплив західної культури листування та через молодий вік ділових партнерів в електронному листуванні часто використовується звернення лише на ім'я. Тому, якщо лист надсилається на адресу західної компанії (або організації, яка підтримує західні цінності), то цілком доречним буде звернення просто на ім'я. До представників офіційних структур необхідно звертатися на ім'я та по батькові.

8. Для складання часто надаваних відповідей використовуйте шаблони.

9. Відповідайте на електронні листи одразу. Щодня перевіряйте вміст своєї поштової скриньки (краще двічі на день). Час відповіді на e-mail не повинен перевищувати дві доби.

Якщо ви потребуєте більше часу для відповіді на лист, то поясніть причини затримки. Відповідаючи на лист, що має вкладення (приєднані файли), одразу дайте зрозуміти, що ці вкладення коректно відкрилися і ви мали змогу з ними ознайомитися.

10. Не варто надсилати клієнтам або діловим партнерам лист із

повідомленням про отримання, оскільки за правилами етикету це є ознакою неповаги та недовіри до свого партнера. Краще після надсилання свого повідомлення електронною поштою зателефонувати адресату і уточнити, чи дійшов ваш лист, чи ні.

Досить часто з метою забезпечення підтвердження після основного тексту листа перед електронним підписом вказується таке:

«Факт отримання листа просимо підтвердити листом у відповідь або за вказаними нижче телефонами».

11. Не прикріплюйте до листа сторонні файли.

12. Дотримуйтесь правильної структури та плану електронного листа.

13. Не зловживайте опцією «дуже терміново», позначкою «важливо».

Такі позначки, що часто використовуються, викликають протилежну реакцію: адресат перестає їм довіряти.

14. Не пишіть ВЕЛИКИМИ ЛІТЕРАМИ – вашому адресату може здатися, що ви буквально кричите на нього.

15. Електронне листування має закінчувати той, хто був ініціатором спілкування (як і в телефонному спілкуванні).

16. До листів додавайте попередження про відсутність відповідальності (якщо подана у листі інформація складена не особисто вами, а отримана на основі зовнішніх ресурсів).

17. Перечитайте електронний лист, перш ніж надіслати його.

18. Не зловживайте опцією ВІДПОВІСТИ ВСІМ.

19. Будьте обережні з використанням аббревіатур.

20. Будьте обережні із форматуванням тексту листа.

21. Будьте обережні зі складним (щодо поліграфії) текстом та HTML повідомленнями.

В електронних листах не можна подавати конфіденційну інформацію, оскільки немає гарантії, що ця інформація не потрапить у «чужі руки». При цьому може постраждати не лише відправник листа, а й адресат.

Електронне повідомлення – це повідомлення винятково вербальне, воно не несе невербальної інформації, за допомогою якої можна передати, наприклад, своє ставлення до співрозмовника і навіть до суті повідомлення. Навіть фраза, передана в телефонній розмові за допомогою голосу, несе незрівнянно більше інформації, ніж такий самий текст, надісланий електронним листом.

? Питання для самоконтролю

1. У ході ділових відносин сторони укладають договори (контракти) та оформлюють їх відповідними документами. Перерахуйте ці документи.

2. Розкрийте сутність понять «запит», «пропозиція (оферта)», «спортивний контракт».

3. Охарактеризуйте тверді та вільні пропозиції.

4. Назвіть та охарактеризуйте види ділових листів. Перерахуйте вимоги до них.

5. Розкрийте сутність і призначення рекомендаційного листа, лист-запиту, листа-подяки.
6. Назвіть особливості оформлення листів, які надсилаються факсом.
7. Окресліть переваги електронної пошти.
8. Яких правил необхідно дотримуватись у ході електронного листування?

Тести

1. *Характерною ознакою мови ділового листування є:*
 - а) словникова різноманітність;
 - б) широке використання епітетів;
 - в) використання кліше (мовних штампів);
 - г) широке використання порівнянь і метафор.
2. *Укажіть правильну форму відмови в діловому листі?*
 - а) Ваше прохання не може бути задоволене;
 - б) ми не будемо виконувати Ваше прохання;
 - в) ніхто не буде виконувати Ваше прохання;
 - г) на жаль, ми не можемо задовольнити Ваше прохання.
3. *У діловому листі, що містить негативне рішення щодо якого-небудь питання, прийнято наводити:*
 - а) тільки саме рішення, обґрунтування не потрібне;
 - б) спочатку рішення, потім обґрунтування;
 - в) спочатку частину обґрунтування, потім рішення, потім продовження обґрунтування;
 - г) спочатку обґрунтування, потім рішення.
4. *Лист подяки відрізняється від інших різновидів ділового листування...*
 - а) більш суворим дотриманням формальних правил;
 - б) більш вільною формою;
 - в) стислістю, лаконічністю;
 - г) використанням виключно ділової лексики.
5. *Якщо ваш партнер не компетентний у діловому листуванні та використав у діловому листі нестандартну термінологію, вам необхідно:*
 - а) використовувати у відповіді лише загальноприйнятну термінологію;
 - б) використовувати у відповіді ту саму термінологію, яку використовує партнер;
 - в) перервати контакти з таким партнером;
 - г) пояснити партнерові правила ділового листування.
6. *Укажіть функції листа-запиту:*
 - а) проінформувати про нову послугу, товар, діяльність організації;
 - б) викласти претензію про неналежну якість послуг;
 - в) спонукати адресата надати необхідну інформацію;
 - г) розширити особисті чи ділові контакти.
7. *Який різновид ділового листа передбачає висловлення офіційної претензії у зв'язку з невиконанням зобов'язань?*

- а) запрошення;
- б) заява;
- в) рекламація;
- г) службова записка.

8. *Яке функціональне призначення супровідного листа?*

- а) передати інформацію про направлення адресату будь-яких документів, матеріалів;
- б) запросити потрібну інформацію у партнера, спонукати до її надання;
- в) виконати рекламну функцію;
- г) встановити первинний контакт між організаціями.

9. *Яке функціональне призначення листа-відмови?*

- а) перервати будь-які стосунки з партнером;
- б) відмовити партнеру і водночас дати йому зрозуміти, що з інших питань співробітництво з ним може бути продовжене;
- в) вказати партнерові на його власні недоліки, які перешкодили досягненню угоди;
- г) зняти із себе відповідальність за вимушену відмову.

10. *Використовуване у відповіді на електронний лист скорочене слово «Re» означає:*

- а) Reference (щодо);
- б) Report (повідомлення);
- в) Return (повертати);
- г) Respect (повага).