

УДК 811.161.2

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-32>

Людмила РОЄНКО,

orcid.org/0000-0002-6794-0051

старший викладач кафедри філології та перекладу

Інституту права та сучасних технологій

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна) Lroyenko@gmail.com

Світлана РЕДЬКО,

orcid.org/0000-0002-2474-5344

старший викладач кафедри філології та перекладу

Інституту права та сучасних технологій

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна) redko.knutd@gmail.com

Наталія ЛЮБИМОВА,

orcid.org/0009-0000-3719-6893

старший викладач кафедри філології та перекладу

Інституту права та сучасних технологій

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна) natalyn@ukr.net

МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕТИКЕТ СТВОРЕННЯ ДІЛОВОГО ЕЛЕКТРОННОГО ЛИСТА ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

У сучасному міжнародному бізнес-просторі надзвичайно важливим є уміння здійснювати ділове спілкування іноземною мовою у письмовому вигляді. Переважна більшість такої ділової комунікації здійснюється засобами електронної пошти. У статті здійснено спробу опису основних аспектів електронного ділового листування. В електронних ділових листах відображається бізнес-діяльність компаній, здійснюється особисте листування між фахівцями у професійному контексті, відображаються логістичні домовленості та домовленості щодо працевлаштування, здійснюється перевірка та редагування ділових документів. Основні правила електронного ділового листування без сумніву базуються на основних правилах спілкування, де запорукою ефективності такої взаємодії є принципи кооперації та етикетності.

Принцип кооперації залежить від повноти інформації, якості інформації, релевантності, манери спілкування. Вищезазначені принципи заклали основу для внутрішніх (зрозумілість, адресність, стислість викладу, конкретність, достовірність наданої інформації, логічність, цілісність, завершеність, ввічливість) і зовнішніх (наявність необхідних реквізитів листа, точність, належний зовнішній вигляд) факторів якості ділового електронного листа. У статті наголошено на виборі доцільної стратегії ділового спілкування, складовими компонентами якої є: комунікативна інтенція, комунікативна мета та комунікативна компетенція автора ділового листа. Пропонуються опорні питання для самоперевірки.

Міжкультурне спілкування вимагає від його учасників володіння наступними компетенціями: культурною, мовною, комунікативною. У пропонованому дослідженні наголошується на важливості дотримання правильного етикету електронних листів, що є важливим фактором побудови конструктивного та позитивного клімату у бізнес-стосунках з іноземними партнерами. Підсумовуючи результати дослідження, потрібно зазначити, що уміння грамотно здійснювати письмову комунікацію іноземною мовою впливає не лише на діяльність компанії, а і на силу авторитету працівника, який таке ділове спілкування здійснює.

Ключові слова: ділове спілкування іноземною мовою, електронний діловий лист, фактори якості електронного листа, етикет електронних листів, фактори якості ділового електронного листа.

Liudmyla ROIENKO,

orcid.org/0000-0002-6794-0051

Senior Lecturer at the Department of Philology and Translation

*Institute of Law and Modern Technologies of Kyiv National University of Technologies and Design
(Kyiv, Ukraine) Lroyenko@gmail.com*

Svitlana REDKO,

orcid.org/0000-0002-2474-5344

Senior Lecturer at the Department of Philology and Translation

*Institute of Law and Modern Technologies of Kyiv National University of Technologies and Design
(Kyiv, Ukraine) redko.knutd@gmail.com*

Nataliia LIUBIMOVA,

orcid.org/0009-0000-3719-6893

Senior Lecturer at the Department of Philology and Translation

*Institute of Law and Modern Technologies of Kyiv National University of Technologies and Design
(Kyiv, Ukraine) natalyn@ukr.net*

LANGUAGE AND STYLE FEATURES AND ETIQUETTE OF CREATING A BUSINESS E-MAIL IN A FOREIGN LANGUAGE

In the current international business environment, the ability to communicate in a foreign language in written form is extremely important. The largest part of such business communication is carried out by e-mail. The attempt has been made in the article to describe the main aspects of electronic business correspondence. Electronic business letters reflect the business activities of companies, personal correspondence is carried out between specialists in the professional context, logistical and employment arrangements are displayed in the business e-mails, business documents are checked and edited. The basic rules of electronic business correspondence are undoubtedly based on the basic rules of communication, where the principles of cooperation and etiquette is the guarantee of the effectiveness of such interaction.

The principle of cooperation depends on completeness of information, quality of information, relevance, manner of communication. The above-mentioned principles laid the foundation for internal (understandability, addressability, brevity of presentation, specificity, reliability of the information provided, logic, integrity, completeness, politeness) and external (availability of the necessary details of the letter, accuracy, proper appearance) quality factors of the business e-mail. The article emphasizes the choice of an appropriate business communication strategy, the components of which are the following: communicative intention, communicative goal, and communicative competence of the author of a business letter. Reference questions for self-testing has been presented.

Intercultural communication requires from its participants to possess the following competences: cultural, linguistic, communicative. The proposed research emphasizes the importance of following the proper e-mail etiquette, which is an important factor in building a constructive and positive climate in business relations with foreign partners. Summarizing the results of the study, it should be noted that the ability to carry out written communication in a foreign language competently affects not only the company's activities, but also the authority of the employee who carries out such business communication.

Key words: *business communication in a foreign language, e-business letter, e-mail quality factors, e-mail etiquette, business e-mail quality factors.*

Постановка проблеми. В процесі глобалізації бізнесу наявність продуктивної міжкультурної комунікації є дуже важливою. Міжкультурна комунікація наявна, коли люди різного етнічного походження обговорюють ідеї і завдання мовою, що не є для них рідною. Здатність спілкуватись ефективно крізь призму культур дає обом бізнес-особам і їх організаціям відчутні матеріальні переваги, а саме: швидке вирішення поточних проблем, прийняття потужних рішень, підвищення продуктивності, стабільність бізнес-діяльності, міцні ділові стосунки, удосконалення професійного іміджу тощо. Організації сьогодення залежать від різноманітних письмових комунікацій,

які можуть бути, як короткими (повідомлення у смартфоні, мережі Discord), так і великими за обсягом (електронні листи, пропозиції, звіти). Здійснення високоякісної письмової комунікації англійською мовою може бути значним викликом для працівників, а результати низькоякісної комунікації (помилки, непорозуміння, багаторазове уточнення інформації) можуть своїми наслідками мати втрату коштів і часу. У письмовому спілкуванні бізнесмена значущим є все і дрібниць не буває, його завданням стає змусити слова передавати ідею, він повністю покладається на силу слів.

У теперішній час переважна частина бізнес-комунікації здійснюється засобами електронної

пошти, використання якої є швидким, недорогим і захищеним. Як відомо, електронна пошта – це метод обміну цифровими повідомленнями від одного автора до іншого або до більше отримувачів. Умовно письмові ділові документи можна класифікувати відповідно до мети їх застосування на інструктивні, інформативні, переконуючі та трансакційні.

Аналіз досліджень. Лінгвістичні особливості електронного листа були предметом наукових розвідок Кванталіані М., Купарадзе Г. Ньюман Дж. М. звертає увагу на правила написання ефективного ділового листа. Сірічароєн, А, Віджицопон, Р. здійснили корпусне порівняльне дослідження лексичних зрощень в ділових електронних листах англійської мови. Мін Женг досліджувала особливості міжкультурної компетенції у міжкультурній бізнес-комунікації. Снітинський В. В., Завальницька Н. Б., Брух О. О. докладно вивчали діловий етикет у міжнародному бізнесі, де велику увагу звернули на мову спілкування під час організації ділових письмових контактів. Чепурна М. А. досліджувала особливості перекладу ділових листів. Волошина Т. М. вивчала мовно-комунікативну специфіку та етикет електронного ділового листування. Основи комунікативної лінгвістики були темою досліджень Бацевича Ф. С.

Метою даного дослідження є проаналізувати основні лінгво-стилістичні та етичні аспекти створення ділового електронного листа іноземною мовою у процесі міжкультурної ділової комунікації.

Виклад основного матеріалу. М. Kvantaliani вважає, що кожний електронний лист містить такі складові елементи: 1) місце дії; 2) учасники діють в певних ситуаціях і обставинах; 3) учасниками комунікації можуть бути абсолютно різні люди; 4) наявна тема електронного листування; 4) спілкування має характерні риси, що притаманні консультативному стилю бізнесу; 5) наявне загальне враження; 6) екстралінгвістичний контекст (те, що зрозуміло лише учасникам листування) (Kvantaliani et al., 2013: 518).

Волошина Т. М. зазначає основні аспекти електронного ділового листування:

- 1) основні правила електронного ділового листування;
- 2) комунікативні стратегії в електронному діловому листуванні;
- 3) особливості створення й оформлення електронних ділових листів (структура листа);
- 4) особливості використання мовних засобів у текстах таких листів;
- 5) дотримання правил ділового етикету в електронному спілкуванні (Волошина, 2022: 140).

Згідно з А. Siricharoen, R. Wijitsopon, існують наступні види електронних листів бізнесової сфери:

- такі, що відображають бізнес-діяльність компанії (листи стосуються внутрішніх проєктів, іміджу компанії, протоколів зборів тощо);
- особисті, але у професійному контексті (електронні листи-вітання, подяки, співчуття тощо);
- логістичні домовленості (домовленості щодо зустрічей, технічної підтримки тощо);
- домовленості щодо працевлаштування (пошук роботи, найм, рекомендаційні листи тощо);
- редагування документів, їх перевірка (Siricharoen, 2020: 44).

Письмова ділова комунікація повністю базується на основних принципах спілкування. У сфері міжособистісного професійного спілкування найважливішими принципами вважають принцип Кооперації (Співробітництва), який сформулював американський науковець Г.-П. Грайс, і принцип ввічливості (Етикетності), описаний американським дослідником Дж. Лічем. Принцип Кооперації передбачає єдність основних правил (максим), які визначають внесок учасників комунікативного акту в мовленнєву ситуацію. Грайс зазначає чотири максими: повноти інформації, якості інформації, релевантності, манери. Згідно максими повноти інформації, висловлювання повинно містити лише таку кількість інформації, яка необхідна, не більше і не менше. Максима якості інформації передбачає надання лише інформації, що є істиною або на яку є достатньо підстав. Максима релевантності (відношення) виражається в тому, що учасники комунікації спілкуються по суті і не відхиляються від теми, що є важливим для збереження комунікативного контакту. Максима манери (способу) передбачає чіткість, зрозумілість, конкретність, лаконічність, організованість висловлювання [Бацевич, 2004: 128–129].

Принцип Ввічливості (Етикетності) стосується опанування витончено ввічливого апарату мовних конструкцій. Дотримання цього принципу створює позитивну атмосферу спілкування, сприятливе тло для використання комунікативних стратегій. Основні правила цього принципу стосуються тактовності, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії. (Бацевич, 2004: 131). Вищезгадані принципи знайшли своє відображення у наступних внутрішніх факторах якості ділового електронного листа:

- зрозумілість (мова викладу сучасна, легка для швидкого розуміння тексту повідомлення);

- адресність (правильний вибір особи для комунікації)
- достатня довжина тексту для викладу суті повідомлення;
- конкретність (використання фахово спрямованої лексики, лексична економія широко розповсюджена у бізнес-кореспонденції);
- достовірність наданої інформації (точність і актуальність даних);
- логічність і цілісність мови викладу;
- завершеність листа (повнота і вичерпність наданої інформації);
- ввічливість та дотримання етикетних норм (знаходить свій вияв у використанні загальноживаної лексики та мовних кліше, доброзичливості).

Зовнішні фактори якості:

- наявність необхідних реквізитів листа (вказівка теми повідомлення, ввічливого звертання, поділ листа на параграфи, заключна частина, ім'я, посада, назва організації відправника листа);
- точність (відсутність граматичних помилок, пунктуації, правильне вживання великої літери, написання слів);
- діловий лист повинен бути гарно надрукований: правильні абзаци, відступи, відстань між буквами, вибір шрифтів тощо.

За Чепурною М. А. специфічними ознаками ділового листа є об'єктивність, конвенційність, інструментальність і прагматичність. Стандартизація є стилістичною нормою ділової кореспонденції (Чепурна, 2015: 206).

Вибір доцільної стратегії ділового спілкування відіграє вирішальну роль у процесі бізнес-кореспонденції. Лінгвіст Бацевич Ф. С. Виділяє наступні складові елементи стратегій спілкування: комунікативна інтенція, комунікативна мета та комунікативна компетенція. Бізнесмен генерує комунікативну інтенцію. Комунікативна мета є стратегічним результатом, на який спрямоване конкретне спілкування. Комунікативна компетенція охоплює сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, якими володіють учасники спілкування. (Бацевич, 2004: 119). Загальна інтенція мовця зумовлює вибір ним комунікативної стратегії, що надасть можливість досягти конкретної мети спілкування, вибір дієвих засобів спілкування, їх швидкої заміни у разі потреби в конкретній ситуації. Вибір стратегії спілкування значною мірою залежить від рівня знайомства комунікантів.

Для ділового листа характерно вживання ділової термінології, фразеології, мінімальне викорис-

тання синонімів, відсутність емоційно-експресивної лексики, наявність стандартних стійких словосполучень, певних мовних кліше, що реалізують категорію ділової ввічливості (Роєнко, Редько, 2023: 135).

Взагалі, у процесі створення ділового листа автор має запитати себе:

1. Про що я пишу? (тема).
2. Що я намагаюсь сказати, щоб розкрити тему? (конкретизована ідея).
3. Чому я пишу на цю тему? (мета).
4. Чому мій читач буде зацікавлений прочитати про мою конкретизовану ідею? (аудиторія).
5. Які я маю знання, що робить мене саме тією людиною, яка може написати електронний лист на подану тему?

Опорні питання, що допоможуть сфокусуватися:

- Яка інформація є найбільш важливою?
- Яку інформацію очікує отримати мій читач?
- Про який аспект мій читач захоче дізнатись більше?
- Чи характерна для мого тексту логічна поступовість?
- Чи може інформація, викладена в листі, бути більш впорядкованою? (Newman, 2023).

Успіх комунікації також важливою мірою залежить від володіння учасниками ділового спілкування наступними компетенціями: культурною, мовною, комунікативною. Звернення до культурної компетенції передбачає знання основних особливостей культури особистості, з якою здійснюється ділове спілкування. Мін Женг зазначає чотирьох головних етапів ефективної міжкультурної комунікації. Перший етап стосується самоаналізу, самоусвідомлення і розуміння. Не може бути пізнання інших культур без знання своєї. Наступний крок пов'язаний із розумінням і прийняттям відмінностей. Тут важливо усвідомити, як можна працювати краще, розуміючи відмінності. Цей етап вимагає підвищення адаптивності до іншої культури. Тут маєтись на увазі, що потрібно вивчити, що мотивує представників іншої культури і як це виявляється через поведінку, ставлення і цінності бізнес-колег. Третій етап вимагає розвитку вмінь міжкультурного спілкування для розуміння відмінностей. Тут слід виявити чутливість, намагаючись вийти за межі своєї культури, що не завжди легко. І четвертий етап стосується вже використання на практиці отриманих знань, отримуючи позитивні результати у фаховій комунікації (Zheng, 2015: 198). Дуже важливо знати, що є прийнятним, а що не є прийнятним в діловому спілкуванні.

Мовна компетенція вимагає володіння засобами мови, у нашому випадку засобами англійської мови всіх її рівнів. Комунікативна компетенція передбачає вміння використовувати засоби мови в конкретній ситуації, вміння взаємодіяти зі співбесідником. Знання формул мовленнєвого етикету є важливою складовою комунікативної компетенції у письмовій формі, є показником високого рівня володіння іноземною мовою.

Ділове письмове спілкування іноземною мовою здійснюється згідно загальних правил писемного спілкування, яке за своїми основними характеристиками є вторинним, монологічним, попередньо обдуманим, у ньому наявний старанний добір фактів та їх мовне оформлення, відсутність паралінгвальних засобів, передбачається повний і ґрунтовний виклад думок, поглиблена робота над текстом і словом, редагування думок і форми їх вираження, самоаналіз написаного, можливість багаторазового переписування і редагування, шліфування думок, можливість повернення і перечитання, має текстові характеристики.

Основним стилем ділового спілкування є офіційно-діловий, що є стилем ділових документів та бізнес-листування. Для цього стилю характерно чіткість, лаконічність формулювань, чіткий виклад, використання усталених зворотів та офіційних форм звертання тощо.

У європейському культурному ареалі виділяють 5 тональностей спілкування: висока, нейтральна, звичайна, фамільярна, вульгарна. У процесі ділового листування вважається прийнятним використання, залежно від контексту спілкування, високої, нейтральної або звичайної тональності. Вибір правильної тональності є обов'язковою умовою успішного спілкування та успішного формування власного іміджу. Невміння обирати правильну тональність у спілкуванні може стати причиною комунікативної невдачі.

Дотримання правильного етикету електронних листів є більшим, ніж просто хороша практика, це ключовий фактор у становленні професійної ідентичності особистості і стосунків на робочому місці. З моменту надсилання першого електронного листа працівник заявляє про його професіоналізм, комунікаційні вміння і уважність до деталей. В електронному листуванні важливо:

– Створити перше позитивне враження. Як існує відоме твердження, що у нас є лише одна можливість зробити хороше перше враження. Якісно складений, професійний лист не лише демонструє повагу до часу отримувача, але і відображає організаційні навички працівника та його налаштованість на ефективну комунікацію.

– Демонстрація професіоналізму. Дотримання норм етикету електронного листування означає, що працівник розуміє і дотримується стандартів бізнес-середовища. Тут важливий не лише зміст листів, але і формат, тон і вчасність. Підтримуючи професійний тон працівник показує усвідомлення серйозності його ролі.

– Ефективна комунікація є основою успішних робочих стосунків. Правильно оформлений електронний лист підвищує авторитет працівника і гарантує, що повідомлення буде правильно інтерпретовано його отримувачем.

– Недотримання етикету електронних листів може стати причиною дезінформації.

– Побудова довіри і авторитету серед колег і керівників. Дотримання етикету оформлення електронних листів демонструє надійність і повагу до часу інших і їх вкладу. Це стосується надання вчасних відповідей, дотримання зобов'язань, зазначених в електронних листах, використання електронного листування належним чином.

– Гарне відгуки інших працівників підвищать почуття значимості працівника, що у свою чергу підвищить його мотивацію, відчуття приналежності до організації та підвищить почуття задоволення від роботи.

– Хороша репутація працівника може відкрити йому двері до майбутніх можливостей у компанії та підвищити його шанси на кар'єрне просування.

– Існують додаткові аспекти, на які теж важливо звернути увагу під час складання електронного листа:

– Важливо перевірити, чи правильно написано ім'я отримувача і його посада, якщо зазначається.

– Варто уникати написання слів великими літерами. Це може бути сприйнято, як крик або підвищення тону.

– Правильно прикріплювати і стискати файли.

– Виділення певного часу протягом дня для перевірки і відповіді на електронні листи допоможе залишатись організованим.

– У випадку здійснення помилки в електронному листуванні, дуже важливо вибачитися і визнати факт помилки, і звичайно ж, у майбутньому здійснити всіх заходів, щоб це не повторилось.

– Якщо іде ланцюжкове листування на певну тему, то бажано на кожен нову тему створювати новий ланцюг електронних листів.

– Не зловживати надмірною кількістю формальних виразів і мовних кліше, щоб не втратити свій автентичний стиль письмового спілкування та міжособистісний контакт.

Висновки. Готуючи до надсилання електронний діловий лист, працівник повинен пам'ятати, що він не просто здійснює обмін інформацією, а вибудовує стосунки і довіру, здійснюючи власний внесок у створення позитивного професійного робочого середовища. Важливою складовою такого фахового спілкування є знання працівниками мовно-стилістичних особливостей електронних листів бізнесового характеру та обов'язкове

дотримання учасниками комунікації вимог мовного етикету. Опанування етикету електронного листування є тривалим процесом. Він вимагає практики, роздумів і постійної самоосвіти.

Культурні і соціальні норми життя, тонкощі стосунків між людьми вимагають від учасників електронного листування створення сприятливої атмосфери, яка забезпечує успішне вирішення всіх питань, що обговорюються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Видавничий центр «Академія». 2004. 346 с.
2. Волошина Т. М. Електронне ділове листування: мовно-комунікативна специфіка та етикет. «Молодий вчений» № 5 (105) травень, 2022 р. С. 139–144. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-5-105-29>
3. Роечко Л. В., Редько С. П. Особливості створення ділових листів англійською мовою та технології навчання здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей здійснювати письмову бізнес-комунікацію англійською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 29, Т. 2. С. 133–139. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.25>
4. Снітинський В. В., Завальницька Н. Б., Брух О. О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: навч. посіб. Львів: Манголія 2011. 300 с.
5. Чепурна М. А. Особливості перекладу ділових листів. *Філологічні студії*. Вип. 12. 2015. С. 204–210.
6. Essential Qualities of a Good Business Letter [Electronic resource] URL: https://www.toppr.com/guides/business-communication-and-ethics/business-correspondence/essential-qualities-of-good-business-letter/#1_Clear (Дата звернення 25.12.2023).
7. Kvantaliani, M., Kuparadze G. Linguistic peculiarities of e-mail: on the material of French, English and Georgian languages [Electronic resource] Access mode: https://www.researchgate.net/publication/299431321_LINGUISTIC_PECULIARITIES_OF_E-MAIL_ON_THE_MATERIAL_OF_FRENCH_ENGLISH_AND_GEORGIAN_LANGUAGES (Дата звернення 25.12.2023).
8. Newman J. M. Writing an Effective Business Letter [Electronic resource] URL: <https://www.lupinworks.com/roche/pages/busLetter.php> (Дата звернення 20.12.2023).
9. Siricharoen, A., Wijitsopon, R. A Corpus-based Comparative Study of Lexical Bundles in Authentic and Textbook English Business Emails *LEARN Journal : Language Education and Acquisition Research Network Journal*, Volume 13, Issue 2, July 2020 p. 41–63. [Electronic resource] Access mode: https://www.researchgate.net/publication/342916812_A_Corpus-based_Comparative_Study_of_Lexical_Bundles_in_Authentic_and_Textbook_English_Business_Emails (Дата звернення 21.12.2023).
10. Zheng, M. (2015) Intercultural Competence in Intercultural Business Communication. *Open Journal of Social Sciences*, 3, 197–200. <http://dx.doi.org/10.4236/jss.2015.33029>

REFERENCES

1. Batsevych F. S. Osnovy komunikativnoi lnhvistyky. [The principles of communicative linguistics] Kyiv: Vydavnychiy tsentr "Akademiya" – Publishing center "Acadamy". 2004. 346 p. [in Ukrainian].
2. Voloshyna T. M. Elektronne dilove lystuvania: movno-komunikativna spetsyfika ta etyket. [Electronic business correspondence: linguistic and communicative specifics and etiquette] "Molodyi vchenyi" – No 5 (105). 2022. Pp. 139–144. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-5-105-29> [in Ukrainian].
3. Roienko L. V., Redko S. P. Osoblyvosti stvorennia dilovyh lystiv anhliiskoioi movoioi ta tehnohii navchannia zdobuvachiv vyshchoi osvity ekonomichnyh spetsialnostei zdieniuvaty pysmovu biznes-komunikatsiiu anhliiskoioi movoioi [Peculiarities of creating business letters in English and the technology of teaching students of higher education in economic specialties to carry out written business communication in English] *Zakarpatski philolohichni studii. – Transcarpathian philological studies*. 2023. Issue 29, V.2. Pp. 133–139. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.25> [in Ukrainian].
4. Snitynskyi V. V., Zavalnytska N. B., Brukh O. O. Dilovi etyket u mizhnarodnomu biznesi: Navch. posib. [Business ethics in the international business: Educational textbook]. Lviv. Mahnoliia. 2011. 300 p. [in Ukrainian].
5. Chepurna M. A. Osoblyvosti perekladu dilovyh lystiv [The peculiarities of business letters translation]. *Philolohichni studii. – Philological studies*. Issue 12. 2015. Pp. 204–210. [in Ukrainian].
6. Essential Qualities of a Good Business Letter [Electronic resource] URL: https://www.toppr.com/guides/business-communication-and-ethics/business-correspondence/essential-qualities-of-good-business-letter/#1_Clear (Accessed 25 Dec 2023) [in English].
7. Kvantaliani, M., Kuparadze G. (2013) Linguistic peculiarities of e-mail: on the material of French, English and Georgian languages [Electronic resource] URL: https://www.researchgate.net/publication/299431321_LINGUISTIC_PECULIARITIES_OF_E-MAIL_ON_THE_MATERIAL_OF_FRENCH_ENGLISH_AND_GEORGIAN_LANGUAGES (Accessed 23 Dec 2023) [in English].
8. Newman J. M. Writing an Effective Business Letter [Electronic resource] URL: <https://www.lupinworks.com/roche/pages/busLetter.php> (Accessed 20 Dec 2023) [in English].

9. Siricharoen, A, Wijitsopon, R. A Corpus-based Comparative Study of Lexical Bundles in Authentic and Textbook English Business Emails *LEARN Journal : Language Education and Acquisition Research Network Journal*, Volume 13, Issue 2, July 2020 p. 41–63. [Electronic resource] Access mode: https://www.researchgate.net/publication/342916812_A_Corpus-based_Comparative_Study_of_Lexical_Bundles_in_Authentic_and_Textbook_English_Business_Emails (Accessed 21 Dec 2023) [in English].

10. Zheng, M. (2015) Intercultural Competence in Intercultural Business Communication. *Open Journal of Social Sciences*, 3, 197–200. <http://dx.doi.org/10.4236/jss.2015.33029>