

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11562083>

## *Супровідний лист як важливий інструмент професійної комунікації*

*О. В. Коновченко, канд. філол. наук, доцент*

*Національний аерокосмічний університет*

*ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

На сьогодні вже стало правилом у процесі пошуку роботи надсилати резюме (англ. Resume / CV) – документ, що містить стисло інформацією про освіту, досвід роботи та навички претендента на посаду. В умовах конкуренції додатковим важелем впливу на потенційного роботодавця може стати супровідний лист (англ. Cover Letter) – документ, який надсилають разом із резюме та за допомогою якого кандидат пояснює, чому саме він відповідає вимогам вакансії та яку користь він може принести компанії.

За кордоном надсилати із резюме супровідний лист – загальноприйняте правило, навіть якщо про це спеціально не йдеться в оголошенні про вакансію. У багатьох іноземних компаніях на першому етапі відбору претендентів оцінюють два документи – резюме і супровідний лист, і якщо супровідного листа немає, заявку можуть загально проігнорувати (wizeclub.education). В Україні така практика ще не набула поширення. Вітчизняні фахівці рекомендують надсилати супровідний лист у таких ситуаціях пошуку роботи: якщо про це сказано в оголошенні про вакансію; якщо кандидат не має досвіду роботи або його досвід роботи мінімальний; якщо кандидат кардинально змінює професію чи сферу діяльності (advice.telegazeta.com.ua; indigo.co.ua).

І резюме, і супровідний лист містять інформацію, на підставі якої потенційній роботодавець буде вирішувати,

запрошувати кандидата на співбесіду чи ні. Однак резюме, як список відповідних вакансій кваліфікацій та досягнень, формує уявлення лише про професійний портрет кандидата. Супровідний лист характеризує кандидата не лише з професійного, а й особистісного боку, оскільки надає змогу детальніше описати відповідні вакансії професійний досвід і ключові досягнення, продемонструвати зацікавленість працевлаштуватися в конкретній компанії, здатність чітко викладати думки та креативно мислити, а також комунікативні навички ([vonahub.org.ua](http://vonahub.org.ua); [indigo.co.ua](http://indigo.co.ua)). Супровідний лист допомагає привернути увагу потенційного роботодавця до кандидата, оскільки показує, що він доклав більше зусиль, щоб отримати цю роботу. Часто саме супровідний лист може вирішити долю кандидата. Згідно з опитуванням ResumeLab, 77% рекрутерів віддають перевагу заявкам із супровідним листом; 83% рекрутерів вважають, що «грамотно складений супровідний лист може гарантувати претенденту співбесіду, навіть якщо його резюме не зовсім відповідає вказаним в оголошенні вимогам» ([wizeclub.education](http://wizeclub.education)). Буває, що завдяки супровідному листу рекрутер «бачить у претендентові „свою людину” й може заплющити очі на деякі хиби в резюме» ([indigo.co.ua](http://indigo.co.ua)).

Для того щоб супровідний лист привів до бажаного результату, слід дотримуватися рекомендацій щодо його змісту й оформлення. Особливо це стосується електронного листування, яке на сьогодні, фактично, стало основним інструментом професійної комунікації. Розглянемо особливості складання супровідного листа для українських компаній.

Оскільки супровідний лист до резюме – це відповідь на вимоги конкретної вакансії, його, як і резюме, потрібно адаптувати до вимог конкретного роботодавця – помилкою є надсилати один і той самий лист усім потенційним роботодавцям. Перш ніж розпочати писати супровідний лист,

слід провести дослідження про компанію й уважно ознайомитися з описом вакансії. Це потрібно для того, щоб дізнатися ім'я / ім'я та по батькові та прізвище рекрутера, зрозуміти політику й цінності компанії, виокремити відповідний вимогам компанії досвід, щоб у листі наголосити саме на ньому.

Не слід забувати, що супровідний лист – це документ, тобто матеріальний об'єкт, який містить обов'язкові елементи – реквізити. Реквізитами супровідного листа є: 1) адресат; 2) заголовок до тексту; 3) текст зі звертанням; 4) відмітка про наявність додатків; 5) заключний комплімент із підписом; 6) дата листа. Принагідно зауважимо, що супровідний лист для закордону дещо відрізняється складом і розміщенням реквізитів. Фахівці з ділових комунікацій виробили рекомендації щодо змістового наповнення реквізитів супровідного листа.

У реквізиті «Адресат» вказують ім'я та прізвище того, хто розглядатиме заявку. У такому разі супровідний лист приверне до себе більше уваги, ніж той, який адресовано компанії загалом. Якщо кандидат не зміг знайти потрібну інформацію, він може зазначити посаду рекрутера або адресувати лист відділу кадрів.

У заголовку до тексту вказують назву посади, на яку подають заявку. Заголовок до тексту – обов'язковий для електронного листа реквізит: якщо кандидат не заповнює поле «Тема», це свідчить про те, що він щонайменше не знає правил ділового спілкування. Для «звичайного» листа заголовок можна не наводити, однак тоді назву посади слід вказати в першому реченні тексту листа.

Супровідний лист – це імітація безпосереднього спілкування з роботодавцем. Саме тому текст листа завжди починають звертанням до рекрутера. Формула звертання залежить від політики компанії (sweetcv.com): можна

звернутися на ім'я, якщо це сучасна, «молода» компанія («Шановний Дмитре!», «Шановний пане Дмитре!»), або на ім'я та по батькові, якщо це «серйозна» компанія («Шановний Дмитре Олександровичу!»). Якщо ж ім'я / ім'я та по батькові рекрутера знайти не вдалося, можна використати звертання за посадою («Шановний пане менеджер з персоналу!», «Шановний пане HR-менеджер!») або нейтральне «Шановний пане/пані!». Незалежно від того, яке було використано звертання, надалі в тексті листа до рекрутера слід звертатися на «Ви».

У тексті супровідного листа, за твердженням фахівців SweetCV, кандидат має розв'язати три завдання: 1) позитивно привернути увагу рекрутера; 2) переконати рекрутера в тому, що саме він – ідеальний претендент, щоб стати частиною команди роботодавця; 3) заохотити рекрутера перейти до наступного етапу вивчення кандидатури – «кинути всі справи і якнайшвидше зателефонувати..., поки не зателефонував хтось інший» (sweetcv.com). Відповідно у вступі (перший абзац) кандидат, зазначивши, на яку посаду претендує, і навівши джерело інформації про вакансію, пояснює, чому хоче працювати на цій посаді саме в цій компанії (наприклад, може написати, що йому близькі цінності компанії, він тривалий час слідкує за публікаціями про кампанію в ЗМІ та соціальних мережах тощо). В основній частині (наступні один-три абзаци) кандидат доводить, що саме він підходить для вакансії. Для цього, попередньо обміркувавши, які проблеми компанія намагається вирішити за допомогою вакансії, він розповідає про найзначніші досягнення на попередній роботі, що відповідають вимогам вакансії і допоможуть вирішити ці проблеми; якщо ж потрібного досвіду немає – можна пояснити, як інші професійні навички можуть сприяти розвитку бізнесу потенційного роботодавця. Помилкою є переказувати весь зміст резюме, уживати загальні, шаблонні фрази на кшталт «Я

*цілеспрямований, стресостійкий, комунікабельний...»* тощо. Слід навести конкретні, підтверджені фактами й цифрами приклади з попереднього досвіду, що демонструють кваліфікацію і якість, потрібні для успішної роботи в новій компанії. Фахівці рекомендують використовувати ключові слова та фрази, які часто вживають в описах подібних вакансій. Це «підкреслить відповідність кандидата запропонованій посаді, а також покращить SEO-оптимізацію листа», якщо кандидат опублікує його на інтернет-майданчиках пошуку роботи (vopahub.org.ua). У заключній частині (останній абзац) кандидат дякує за увагу й закликає рекрутера до дії (англ. call to action) – пропонує зв'язатися з ним (зателефонувати або запросити на співбесіду), щоб обговорити деталі.

У відмітці про наявність додатків подають перелік доданих до листа документів. Це, зокрема, резюме.

Заключний комплімент («*З повагою*», «*З найкращими побажаннями*») наводять перед підписом. У реквізиті «Підпис» ставлять особистий підпис, наводять повне ім'я та прізвище кандидата, його контактний номер телефона, адресу електронної пошти, і, якщо є, покликання на профіль на інтернет-ресурсах з пошуку роботи.

Важливим моментом, яке впливатиме на рішення рекрутера, є обсяг супровідного листа. Є загальне правило: з гарним супровідним листом рекрутер ознайомлюється за 10 секунд. Саме тому супровідний лист має бути лаконічним. Його оптимальний обсяг – не більше однієї сторінки формату А4, обсяг тексту – 3-5 абзаців.

Варто звернути увагу на мовностильові особливості супровідного листа. Супровідний лист пишуть в офіційно-діловому стилі, однак фахівці наголошують на тому, що він не повинен бути занадто офіційним. У будь-якому разі, слід уникати мовних штампів та канцеляризмів на кшталт «*Прошу Вас розглянути моє резюме...*». Не слід забувати й про мовну

грамотність. Мовні помилки (особливо орфографічні, пунктуаційні, граматичні) та друкарські огріхи можуть справити погане враження на рекрутера, адже їх сприймають як вияв недбалості та непрофесіоналізму. Тому, перш ніж надіслати лист, його потрібно кілька разів перечитати.

Оформлення супровідного листа також впливатиме на рішення потенційного роботодавця. Слід запам'ятати, що супровідний лист, як і резюме, друкують. Рекомендують використовувати стандартні шрифти й кольори, а також такі ж елементи форматування, як і в резюме, – це буде виглядати більш професійно. Щоб полегшити сприймання інформації, текст листа слід структурувати: розбити на абзаци, можна використовувати списки.

Таким чином, грамотно складений супровідний лист, яким кандидат демонструє професіоналізм та зацікавленість працювати в конкретній компанії, дає змогу досягнути бажаного результату – отримати запрошення на співбесіду.