

Poznate pravila poslovnega obdarovanja?

Poslovno darilo niso le steklenica, rokovnik ali stenski koledar. Če želite obdarovanje izpeljati korektno, je stvar malce bolj zapletena. Ste vedeli, da lahko z barvo ali časom izročitve darila užalite vašega poslovnega partnerja ter s tem vplivate na vaš poslovni odnos? Kakšno darilo je primerno za koga, kdaj in na kakšen način poklonimo darilo ter na kaj moramo biti pozorni pri tujih kulturah, nam je natančno razložila doc. dr. Anita Goltnik Urnaut, predavateljica na Višji strokovni šoli Slovenj Gradec in docentka na Fakulteti za komercialne in poslovne vede.

Tradicionalni čas obdarovanj je december, kar ne velja le za družino in prijatelje, pač pa tudi za poslovno okolje. Marsikateri poslovnež se spopada z vprašanjem kaj podariti sodelavcu ali poslovnemu partnerju. Naša sogovornica pravi, da poslovna darila predstavljajo pomemben del poslovnega komuniciranja. »Z njimi izkazujemo spoštovanje do poslovnih partnerjev in gradimo dobre odnose z njimi. Z njihovo pomočjo si povečujemo možnosti za uspešno poslovno sodelovanje«.

Kako izbrati primerno darilo?

Verjetno ste se že znašli v situaciji, ko niste imeli ideje kaj podariti vašemu poslovnemu partnerju. Ko boste naslednjič v takšni situaciji, si najprej odgovorite na vprašanje, kaj res predstavlja vaše podjetje in njegove cilje in delovanje. Ali morda črpate svojo identiteto iz lokalnega okolja? Dr. Goltnik Urnautova poudarja, da se pri izbiri poslovnih daril velja držati pravila, da poklonimo nekaj, kar je povezano z našo organizacijo ali krajem, pokrajino ali deželo, iz katere prihajamo. Pri številnih poslovnih partnerjih v tujini smo prepoznavni po vrhunskih izdelkih iz kristala in unikatnih izdelkih iz porcelana.

»Poslovna darila, ki so povezana s Slovenijo, so izdelki domače in umetnostne obrti (npr. idrijska čipka, panjske končnice) in izdelki s področja kulinarčne kulture (različna vina, lectovo srce, slovenski med, medica, potica). Poslovna darila, povezana z delovno organizacijo so lahko umetniški koledarji s tematiko dejavnosti ali kraja organizacije«

Dr. Goltnik Urnaut dodaja še, da imajo nekatere organizacije natančno izdelana pravila poslovnega obdarovanja, ki vključujejo vsebino daril in priložnosti za podarjanje in vodijo natančno evidenco, komu so bila posamezna darila izročena. S tem se izognejo nerodnostim, da bi isto darilo večkrat podarili istemu partnerju.

Na splošno pa velja pravilo, da so darila na začetku našega poslovnega sodelovanja manjših vrednosti in da odražajo vrednote naše organizacije. Ko pa se poslovni partnerji že dobro poznajo, pa so lahko darila povezana z vrednotami in hobiji poslovnega partnerja.

Kaj je poslovno in kaj promocijsko darilo?

Slovenci se pomena poslovnih daril sicer zavedamo in jim namenjamo precej pozornosti, vendar pa pri tem pogosto ne sledimo pravilom ustrezne izbire darila ali primerne priložnosti. Pogosto tudi zamenjujemo poslovna darila s promocijskimi, ki so opremljena z logotipom podjetja in so praviloma manjših vrednosti. Dobro poslovno darilo mora biti primerno

priložnosti ob kateri ga poklanjamo. Praviloma na darilih ni logotipa podjetja, če pa ga že imajo, pa le-ta ne sme biti na vidnem mestu.

In kolikšna naj bo vrednost poslovnega darila? Naša sogovornica pravi, da pri vrednosti posameznega poslovnega darila, ki ga poklanjamo posamezniku v drugi organizaciji, velja biti pozoren na davčno omejitev 42 EUR. Če darilo presega to vrednost, mora tisti, ki darilo podari poravnati akontacijo dohodnine v višini 25 % od vrednosti darila, če z darilom ne želi odjemalcu povzročiti dodatnih stroškov. Darila, ki jih delodajalec poklanja svojim zaposlenim v vrednosti 13 EUR ali manj (in pri tem ne gre za redne ali pogoste bonitete), niso dodatno obremenjena z davčnimi obveznostmi.

Kdaj je primeren čas za obdarovanje?

Ko ste se odločili, če boste imeli poslovna darila in kakšna bodo vaša poslovna darila, se morate odločiti tudi, komu jih boste namenili. Naj pri tem ne bo merilo znesek, kakršnega ste pripravljene investirati v obdarovanje, pač pa trezen premislek.

»Obdarujemo osebe, s katerimi poslovno sodelujemo in jim želimo pokazati pozornost, hvaležnost, zaupanje, jih razveseliti. Osnovni namen darila je razveseliti, pokazati, da nam je mar. V praksi so razlike v izbiri in vrednosti poslovnih daril glede na položaj osebe, ki ji poklanjamo darilo, glede na vrednost poslovanja in glede na trajanje sodelovanja.«

Seveda pa moramo biti poleg izbire darila pozorni tudi na to, kako in kdaj ga bomo nekomu izročili. Darilo je najbolje izročiti ob posebnih dogodkih kot so proslave, slavnostne seje, akademije ali večerje. Darilo pospremimo s primernim nagovorom in čestitko, običajno po zaključnem delu prireditve, ki jo je pripravila organizacija, ki praznuje. Pri izročanju darila pa moramo upoštevati tudi organizacijsko hierarhijo in pravila v zvezi z zavijanjem darila. »Pri poslovnih darilih, ki jih izročamo poslovnim partnerjem, je pomembna predvsem zgodba, ki je z darilom povezana in vrednote, ki jih darilo predstavlja. Pozorni moramo biti na embalažo oziroma na to, katero darilo izročamo zavito in katero brez ovoja. Rož in slik ne zavijamo, druga darila pa naj bodo zavita v enobarvni papir ali v darilni embalaži brez posebnih dodatkov (pentelj).«

Dobrodelnost namesto poslovnih daril

V Sloveniji mediji že dlje časa poročajo o podjetjih, ki se odločijo proti poslovnim darilom in prazničnim voščilom, namesto tega pa prihranjen denar namenijo v dobrodelne namene – bodisi v obliki donacije ob koncu leta ali tekom vseh 12 mesecev. Če ste zaposleni v takem podjetju in vam poslovni partner prinese darilo, naj vam ne bo nerodno pojasniti, za kakšno gesto se je odločilo vaše podjetje. Nekatera podjetja spodbujajo celo svoje poslovne partnerje naj namesto daril raje darujejo humanitarnim organizacijam.

Tudi kako sprejemamo poslovna darila je pomembno

Včasih se zgodi tudi, da prejemnika ponujeno darilo preseneti – morda jih ni vajej prejemati, odziv pa pogojuje tudi prejemnikov karakter. A slovenski protokol določa tudi, kako naj darilo sprejmemo. Primerno je, da se za darilo zahvalimo, ga odpremo in se seznanimo z njegovim izvorom, pomenom, zgodbo.

Ponujeno darilo pa lahko tudi zavrnete. Kot pojasnjuje dr. Goltnik Urnaut, ni z zavrnitvijo nič narobe, če to pravilno storimo. Razlogi za zavrnitev so lahko različni, najpogosteje pa to določajo pravila v organizaciji. V primeru, da darila ne želimo sprejeti ali obdržati, ni priporočljivo, da ga zavrnemo na neki javni prireditvi, temveč šele naslednji dan, ko ga sami, po drugi osebi ali celo pošti vrnemo darovalcu. Pri tem moramo pojasniti zakaj darilo vračamo ter se ob tem opravičiti osebno, preko telefona ali pisno.

»Osebe, ki darilo poklanjajo, zavrnitve ne bi smele razumeti kot nekaj negativnega, najbolje bi bilo, da se bi že vnaprej pozanimali, kakšna so pravila glede poslovnih pravil v organizaciji načrtovanih obdarjencev.«

December ni edini čas za obdarovanje

Če ste mislili, da je december najpomembnejši mesec za obdarovanje poslovnih partnerjev, se motite. V Sloveniji je sicer še vedno najpogostejša izmenjava poslovnih daril ob koncu leta, vendar pa dr. Goltnik Urnaut pojasnjuje, da se po protokolu darila drugim organizacijam in njihovim predstavnikom lahko podari ob posebnih priložnostih, kot so jubileji, sklenjeni posli ali pa opravljene aktivnosti in uspešno zaključeni projekti.

»Do nedavnega je bila gneča v organizacijah v prednovoletnem času velika, saj so si različni predstavniki podjetij »podajali kljuke« in hiteli z obdarovanjem vodilnih v podjetju. Na ta način so poslovna darila izgubila svoj pravi namen. Različni strokovnjaki poročajo o tem, da se ta vrvež novoletnega obiskovanja in obdarovanja umirja in prenaša v daljše časovno obdobje, v december in januar.«

Poleg posebnih dogodkov, kakršni so jubileji, so primerne priložnosti za obdarovanje npr. pomembni dosežki organizacije ali posameznikov, odprtje novih poslovnih prostorov, oddelkov, podružnic itd. Kljub krizi so po besedah naše sogovornice obdarovanja v Sloveniji še vedno pogosta, vendar pa so darila v zadnjih letih manjših vrednosti, pogosto v mejah upoštevanja davčnih predpisov.

Pri tujih poslovnih partnerjih se pozanimajte o kulturi podarjanja

Vsaka kultura ima svoje posebnosti, sem pa spada tudi protokol obdarovanj. V mednarodnem okolju moramo biti zato še posebej previdni pri izbiri darila in z ostalim protokolom, ki spremlja poslovno obdarovanje. Goltnik Urnautova poudarja, da poznavanje pravil o poslovnem obdarovanju lahko pripomore k uspešnim poslovnim srečanjem, nepoznavanje ali kršenje pravil pa lahko pripelje do prekinitve sodelovanja.

»Poznati moramo pravila o tem ali je darilo nekomu primerno pokloniti in kakšno je najprimernejše. V nekaterih deželah in v nekaterih multinacionalnih organizacijah je zaposlenim sprejemanje daril prepovedano, ponekod pa jih razumejo kot podkupovanje.«

Kot poudarja naša sogovornica, se moramo najprej pozanimati ali so darila v državi poslovnega partnerja zaželena in dovoljena. V številnih državah so darila pričakovana, ponekod pa jih lahko razumejo kot podkupovanje. V Evropi darila tako najbolj pričakujejo v

Rusiji in Ukrajini, na Češkem in Poljskem, na ponovnem (in ne na prvem) srečanju na Portugalskem in Španiji, pa tudi na Finskem in Norveškem, najmanj pa jih pričakujejo ali si jih izmenjujejo v Angliji in na Danskem.

Poslovno obdarovanje je najbolj problematično v državah, kjer je stopnja podkupovanja zelo visoka, kot na primer v Maleziji: *»Tam ne smemo izročiti nobenega darila, dokler niso vzpostavljeni odnosi. Prepovedi sprejemanja so pogosto povezane z javnimi uslužbenci (npr. Singapur, v zadnjem času tudi Španija) in vrednostjo darila, ki ga lahko prejme posameznik (ZDA 25 \$).«*

Kako in kaj podariti tujemu partnerju?

Po drugi strani pa ima v številnih državah poslovno obdarovanje posebno mesto v kulturi in je povezano z določenimi pravili, ki jih moramo poznati in upoštevati. Tako mora biti darilo na Japonskem na primer skrbno zavito in izročeno z obema rokama, odviti pa se ga spodobi šele doma, v arabskih deželah pa se pri izročanju in sprejemanju uporablja le desna roka, še pojasnjuje naša sogovornica.

Daril, ki so povezana z romantiko ali s smrtjo se ne spodobi poklanjati. Dr. Goltnik Urnaut pojasnjuje, da so denimo rdeče vrtnice v številnih kulturah znak zaljubljenosti, krizanteme pa povezujemo s pogrebi in smrtjo. Na Kitajskem so zaradi simbolike minljivosti neprimerna darila denimo ure in koledarji, z žalovanjem pa so povezani dežnik, bele rože ter bela in črna barva, medtem ko je na Japonskem rdeča barva tista, ki je povezana s pogrebnimi slovesnostmi. V obeh kulturah so tudi precej vraževerni in kot nesrečno dojemajo število 4, zato nobeno darilo ne sme vsebovati 4 enakih elementov (npr. skodelic). Seveda je neprimerno tudi, da kot tujec poslovnemu partnerju podarite izdelek, ki je specialiteta njegove države (npr. vodka v Rusiji in na Poljskem, pivo v Nemčiji, vino v Franciji, Italiji, Argentini ...).

Prejemnik lahko darilo tudi odkloni

Tudi odklanjanje in obotavljanje pri sprejemu darila je ponekod del protokola. Lahko se zgodi, da posamezniki kar trikrat zavrnejo darilo, preden ga sprejmejo (Kitajska, Singapur), zato mora biti darovalec pri tem vztrajen. V določenih situacijah, ko je sprejemanje daril za našega partnerja prepovedano, pa moramo pokazati, da spoštujemo njihov protokol in tako darila ne smemo vsiljevati. Včasih je dovolj že to, da počakamo do konca pogajanj in izročimo darilo, ko je sporazum že sklenjen.

»Darila, ki predstavljajo našo državo so primerna in zaželena, nerodnostim pa se lahko izognemo, če uredimo zavijanja v deželi, kjer bomo darilo izročili. Ločiti moramo tudi med darili, ki jih poklanjamo ob poslovnih priložnostih in ob priložnostih, ko nas poslovni partner povabi v domače okolje. Pri obisku na domu so večinoma dobrodošle rože, čokolada oz. bombonjera, steklenica dobrega vina.«

Kaj pa če je naše darilo poslovno kosilo?

»S povabilom na poslovno kosilo pokažemo poslovnemu partnerju pozornost in skrb zanj, pa tudi spoštovanje, saj mu tako naklonimo dodaten čas, ki je danes najdragocenejše, kar

imamo«, pravi Dr. Goltnik Urnaut. Poslovna kosila sicer niso del poslovnega obdarovanja, večinoma pa imajo isti učinek – razveseljevanje, utrjevanje poslovnih vezi in izražanje hvaležnosti. Vendar pa je tudi pri poslovnih kosilih ali večerjih veliko medkulturnih razlik. Druženja ob obroku se še posebej vselijo Brazilci, Angleži, Grki. Vedno pa se spodobi, da se s poslovnim kosilom oddolžimo partnerjem, če smo bili na obrok povabljeni pri njih.

Za konec pa dr. Goltnik Urnaut svetuje še to: »Ker je dogodkov pred novim letom zelo veliko, je nevarnost, da bodo srečanja manj učinkovita, kot če bi jih organizirali v drugem časovnem terminu. Hitenju in gneči se lahko izognemo tudi na ta način, da jih organiziramo po novem letu.«

<https://www.nlb.si/poznate-pravila-poslovnega-obdarovanja>