

SPOT Svetovanje Koroška: POSLOVNA DARILA IN NAČINI OBDAROVANJA V PODJETJU

Obdarovanje je sredstvo izkazovanja prijateljstva, spoštovanja in zahvale ter utrjevanja medsebojnih vezi. **Poslovna darila** so pomemben odraz našega odnosa do poslovnih partnerjev, zato ni vseeno **zakaj, kdaj, komu in kako** jih podarjamo. Poslovno obdarovanje je del poslovnega bontona in tudi eden izmed načinov negovanja poslovnih odnosov in izkazovanja pozornosti poslovnim partnerjem. Zato je potrebno poslovna darila izbrati zelo premišljeno, obdarovanje pa vnaprej načrtovati.

Največkrat se obdaruje ob **naslednjih priložnostih**, in sicer:

uradni poslovni svet se obdaruje:

- ob novem letu ali božiču,
- ob redkih srečanjih, ko gost prinese darilo gostitelju,
- ob posebnih priložnostih, kot so podpis poslovnih pogodb, praznovanje obletnice podjetja, odprtje novih poslovnih prostorov, zagon večjih investicij, itd.

Ko **poslovni svet** meji na osebno prijateljstvo, se obdaruje:

- ob rojstnih dnevih,
- napredovanju v službi,
- pridobitvi naziva pri študiju pri delu.

Med sodelavci se obdaruje:

- ob že vsem omenjenem,
- ob poroki,
- ob rojstvu otroka,
- ob obisku na domu zaradi bolezni.

Pri podarjanju poslovnih daril je potrebno upoštevati poslovni bonton obdarovanja:

- način podarjanja darila mora ustrezati kulturnemu okolju obdarovanca (v Južni Ameriki so pogosti poljubi na lice in objemi, v Severni Ameriki so pogosti »polobjemi«, v državah Vzhodne Evrope je rokovanje obvezno, poljubljanje nezaželeno, v arabskih državah je pred rokovanjem obvezen pozdrav »Salam alejkum«, v Indiji se ženske ne rokujejo z moškimi);
- nadrejenemu se nikoli ne daje daril, razen drobnih pozornosti in so jih deležni vsi ožji sodelavci;
- nadrejeni lahko vedno obdari podrejenega, vendar je pomembna pravičnost do vseh podrejenih, (bodimo pravični, kajti če smo pristranski, lahko pride do razdora v kolektivu);
- darila naj bodo vedno v enaki vrednosti;
- praznovanja na delovnem mestu se priporočajo izven delovnega časa in na določen dan v mesecu;
- poslovno darilo podari direktor podjetja ali njegov predstavnik;
- poslovno darilo obdarovancu izročimo pred uslužbenci podjetja;
- poslovno darilo je bolje izročiti po sestanku (poslovno darilo ne sme biti spodbuda za sklenitev posla);
- poslovno darilo se podari v vsakem primeru – tudi če je rezultat sestanka za nas neugoden;
- obdarovanec lahko darilo tudi zavrne – spoštujemo njegovo odločitev;
- obdarovancu se ne podari osebnih daril (npr. damskega spodnjega perila), daril, povezanih z osebnim konjičkom, boleznijo, staranjem, cenениh promocijskih daril;
- darilo se ob prejemu odpre;

- poslovna darila morajo vključevati tudi primerno embalažo (celofan je »iz mode«).

Poslovno darilo je pomembna (in učinkovita) reklama

Po raziskavah podjetja PPAI (The Promotional Product Association International) so bila poslovna darila umeščena na prvo mesto najučinkovitejših načinov oglaševanja. S poslovnim darilom predstavljate **vizijo in vrednote svojega podjetja**, zato so lahko poleg utrjevanja poslovnih odnosov učinkovito sredstvo oglaševanja.

V okviru poslovnega obdarovanja, katerega del je tudi protokolarno obdarovanje, poznamo poslovna in promocijska darila. Med **poslovnimi, promocijskimi in protokolarnimi darili** ni ostrih meja. Razlike lahko opredelimo glede na poslanstvo, ki ga darilo opravlja, in na način, kako in komu ga izročimo.

Če podari **direktor svojemu poslovnemu partnerju** knjigo Mojstrovine Slovenije, je to **poslovno darilo**. Če pa knjigo Mojstrovine Slovenije **podari svojemu gostu župan Slovenj Gradca**, gre za **protokolarno darilo**. V obeh primerih pa lahko govorimo tudi o promocijskem darilu oz. promocijskih učinkih.

Razlike med poslovnimi, promocijskimi in protokolarnimi darili so naslednje:

- **običajna poslovna darila** so sestavni del poslovnega protokola, ki so namenjena predvsem utrjevanju medsebojnih poslovnih odnosov. Poslovna darila podjetje podari svojim poslovnim partnerjem, kot znamenje poslovne pozornosti, dobrodošlice ali zahvale za uspešno poslovno sodelovanje;
- **promocijska darila** služijo predvsem promociji podjetja in sodijo v nižji cenovni razred, njihov namen je promovirati podjetje, predstaviti dejavnost podjetja, povečati prodajo izdelkov ali storitev, podjetje jih množično podarja potrošnikom in tudi poslovnim partnerjem, ta darila imajo vedno natisnjen logotip in/ali slogan;
- **protokolarna darila** so del najrazličnejših protokolov (državni, poslovni, mestni, cerkveni, diplomatski, ...) in pri izmenjavi protokolarnih daril gre za **ritual izmenjave daril**, ki morajo s svojimi značilnostmi predstavljati deželo **darovalca**, to so najbolj kakovostna, prvovrstna in reprezentativna darila, pri čemer denarna vrednost darila ni v ospredju, darilo se izbere glede na pomen dogodka in glede na funkcijo prejemnika darila, darilo naj bo slovenski izdelek iz naše kulturne dediščine ali pa delo naših umetnikov in oblikovalcev;

Katera so tista darila, ki se najpogosteje podarjajo?

UNIKATNI IN MALOSERIJSKI IZDELKI (umetnine, slike): na tem področju so nosilci vrhunski ustvarjalci, ki preko unikatnih in maloserijskih izdelkov posredujejo sporočila svoje individualne ustvarjalnosti (npr. steklarski izdelki Oskarja Kogoja).

REPLIKE IN KOPIJE: namenjeni za oblikovanje poslovnih in protokolarnih daril za najzahtevnejše partnerje, kakovostno izdelani izdelki morajo biti opremljeni s certifikati, za izdelavo replik je potrebna dokumentacija – risbe, fotografija.

LIKOVNA DELA: velja pravilo, da naj likovne dediščine ne bi podarjali, ampak naj bi bogatila naše zbirke.

GLASBENA DELA IN VIDEO NOSILCI: moramo dobro poznati obdarovanca in upoštevati glasbeno znanje in okus prejemnika darila, glasbena dela imajo lahko velik promocijski učinek, saj jih poslovni partnerji predvajajo v svojem okolju in s tem posredno širijo vedenje o naši deželi in kulturi.

IZDELKI, VEZANI NA PODJETJE IN NA NJIHOVO DEJAVNOST PODJETJA: gre za izdelke iz proizvodnje opremljene z napisom podjetja (majice, kape, dežniki, pisala), potrebno je paziti na logotip podjetja, da ni vsiljiv.

PISARNIŠKA DARILA: upoštevati željo uporabnika in s tem dosežemo, da ga bo prejemnik uporabljal v svojem okolju.

DARILA ZA OSEBNO NEGO (parfum, naravna mila): moramo biti najbolj previdni, saj vdiramo v zasebno življenje posameznika, poslovnega partnerja moramo zelo dobro poznati.

CENENI MNOŽIČNI IZDELKI: to so darila za množično poslovno obdarovanje, gre za uvožene izdelke, npr. odpiralci za steklenice, pisala, vžigalniki, obeski za ključke, metri, itd.

PISALA: kemični svinčniki, ustreznost in široka uporabnost.

PREDMETI ZA NOTRANJO OPREMO PISARN: darila, ki so del stalne opreme pisarniških prostorov (pepelniki, vaze).

DARILNI SETI: pri sestavljenih darilih moramo biti pozorni na embalažo in ta segment celovito načrtovati.

CVETJE: v večini podarjamo cvetje ženskam. V Evropi se cvetje kot poslovno darilo podari tudi moškim, ampak pazimo na primerno vrsto in barvo.

HRANA IN PIJAČA: Najbolj primerno je, da uporabimo košarico napolnjeno z dobrotami pokrajine. Potrebno je upoštevati kulturo in zdravje obdarovanca, da darilo ne žali. Paziti moramo na nacionalni pomen hrane. Buteljke nikoli ne podarjamo same, ampak vedno v setu s kozarci ali odpiralčem za steklenice.

STVARI, KI PREDSTAVLJAJO ZNAČILNOSTI POKRAJINE IN DRŽAVE: Za našo državo so značilni klopotec, kozolec, cokli, lončeni izdelki, keramika, čipka, stekleni izdelki, suha robe, zelišča, gobe, borovnice, itd. ter darila, ki so nastala v okviru domače obrti in so nadaljevanje dediščine slovenskega naroda in njegovega izročila (idrijska čipka, dražgoški kruhki, itd.).

KNJIGE: Tudi knjige so izjemno poslovno darilo, saj lahko z njimi predstavimo državo v kateri je naše podjetje. V zadnjih letih je nastalo kar nekaj monografij, ki predstavljajo Slovenijo v celoti, hkrati pa tudi kulturne in naravne znamenitosti.

ŠPORT, PREDSTAVE: Podarjajo se lahko različni rekviziti za šport, vstopnice za ogled športnih prireditev, sezonske karte. Takšno darilo podarimo samo takrat, ko poslovnega partnerje res dobro poznamo.

Nepriemerna poslovna darila

Nepriemerna darila so po navadi ravno tista, ki se najpogosteje podarjajo. Ne podarja se kozmetike, parfumov, kolonjskih vod, mil, šamponov, dezodorantov, okrasnih rutic, pokrival, kravat in oblačil, spodnjega perila (žaljivi), nikoli denarja (podkupnina) in osebnih fotografij (razen skupinskih). Izogibati se masovnim, brezosebnim darilom, ki jih podjetja kupujejo v velikem številu.

Kako in kdaj odklonimo darilo?

Če so darila provokativna in žaljiva! S tem pokažemo samozavest in spoštovanje ter pridobivamo na spoštovanju. Sprejeto darilo zavrnamo v 24 urah v original embalaži. Dodamo spremni dopis, v katerem se opravičimo, da darila ne moremo sprejeti.

Poslovna darila za tuje poslovne partnerje

- Nekatero državo poslovna darila odklanjajo, ker jih razumejo kot podkupnino ali nepotreben balast v poslovnih odnosih.
- Večina poslovna darila sprejema in podarja, vendar dajejo pomen lastni ustvarjalnosti.
- Pogoji je, da se temeljito seznanimo z deželo, ljudmi, njihovimi navadami in vrednotami.
- Vzhodna Evropa (Madžarska, Poljska, Češka in Slovaška) velja obdarovanje med poslovnimi partnerji kot nekaj povsem običajnega.
- Dežele islama – nikoli alkohol, darilo ne podamo z levo roko.
- Dežele zahodne in severne Evrope – izbrati darilo, ki je tipično naše, izjemno in kakovostno.
- Razvite dežele (Nizozemska, Danska, delno Švedska) – ne ljubijo velikih in bahavih daril, ne pretiravati cenovno in količinsko.

- Finska – veseli buteljki.
- Angleži – kakovostna in izvirna darila, ne prerazkošna.
- Japonci – vrhunsko kakovostna darila in darila, ki so izjema po svoji ideji in funkciji.
- Švica – popolna, dovršena in eksaktna darila (npr. idrijska čipka).
- Avstrija – še vedno aktualne žgane pijače in rdeča vina primorskega vinorodnega rajona.
- Italijani – goste povabijo tudi na svoj dom, primerna družinska darila, naravni čebelji izdelki, izdelki domače in umetnostne obrti.
- Nemčija – izjemnost, posebnost in drugačnost.
- Američani – določena hierarhija, upoštevati pri posredovanju daril, darila tudi odklanjajo. Darila načrtovati s področja izročila, humornih ali duhovitih daril.
- Francozi – ustvarjalni izdelki, ki jih zelo cenijo in so hvaležni prejemniki poslovnih daril.
- Poslovna darila imajo na Kitajskem pomembno vrednost pri sklepanju pogodb, in sicer, če kitajski poslovni partner ob podpisu pogodbe odpre konjak, to pomeni, da si z podjetjem obeta uspešno, dolgoročno sodelovanje.

Kako izročamo darila?

Darilo osebno vročimo, tako da pristopimo, pogledamo v oči, ob tem povemo nekaj besed, izogibamo se oguljenih fraz. Nato iz leve roke ali mize vzamemo darilo in ga preprimemo z desnico ter s to roko izročimo darilo. Darilo lahko pošljemo tudi po pošti ali kurirju, kjer dodamo vizitko in ročno napisano sporočilo z podpisom.

Kdaj izročimo poslovna darila?

Poslovno darilo izročimo ob prihodu na srečanje, ob pogostitvi pri glavni jedi ali pred sladico in ob odhodu. Ob pravem času, da nismo vsiljivi.

Kako darila sprejemamo?

Darila sprejemamo tako, da stojimo umirjeno in pozorno poslušamo izrečene besede, nato darilo sprejmemo z obema rokama, se zahvalimo in nikoli ne rečemo "Saj ni bilo potrebno". Darilo odpremo in pokažemo vsem prisotnim. Če prejmemo darilo po pošti, se moramo v 48 urah primerno zahvaliti ali po telefonu ali pa se zahvalimo s pismom, ki pa mora biti napisano ročno. Zahval po e-pošti ni zaželeno pošiljati.

Priporočljivo je, da poslovno darilo izvira iz dežele/pokrajine, kjer živimo in delamo in da je unikatno. Izdelki domače in umetnostne obrti so že več let enakovredno področje za oblikovanje poslovnih, promocijskih in protokolarnih daril (npr. idrijske čipke). Izdelki so primerni tako za vrhunska protokolarna darila kot za poslovna darila.

Ker živimo in delamo na Koroškem, bi bilo primerno, da večkrat podarimo izdelke koroških rokodelcev. To so unikatni izdelki domače in umetnostne obrti na Koroškem, v katerih so združeni tradicija in kulturna dediščina, ki sta prepleteni s sodobnimi idejami, oblikami in materiali. Več o izdelkih domače in umetnostne obrti na: http://www.duo-kunsth Handwerk.eu/home_sl

Obdavčitev poslovnih daril za zaposlene

je urejena v Zakonu o dohodnini (ZDoh-2). 39. člen tega zakona namreč predvideva, da se darila (ki jih delodajalec ob koncu leta podari zaposlenim) štejejo za **boniteto**. Boniteta pomeni vsako ugodnost v obliki proizvoda, storitve ali druge ugodnosti v naravi, ki jo delojemalcu (ali njegovemu družinskemu članu) zagotovi delodajalec ali druga oseba v zvezi z zaposlitvijo. Bonitete, ki jih delodajalec delojemalcu ne zagotavlja redno oz. pogosto, niso obdavčene. To velja, če vrednost vseh bonitet ne presega 15 evrov. To pravilo velja zgolj za bonitete iz delovnega razmerja.

Nekatera podjetja v decembru organizirajo tudi **obdarovanje otrok**. Če vrednost darila ne presega 42 evrov, se vrednost darila ne šteje v davčno osnovo delojemalca. To velja za darila za otroke do 15. leta starosti. Za podjetje so takšna darila davčno priznan odhodek. V primeru, da gre za darila, ki so vredna več kot 42 evrov, se znesek v delu, ki presega neobdavčen znesek, šteje v davčno osnovno **dohodka iz delovnega razmerja**. Takrat mora podjetje (pravna oseba ali fizična oseba z dejavnostjo) za prejemnika darila obračunati in plačati **akontacijo dohodnine** v višini 25 %.

Poslovni partnerji so pravne in fizične osebe, s katerimi davčni zavezanec poslovno sodeluje oz. je sodeloval v preteklosti ali pa bo z njim sodeloval v prihodnje. Poslovna darila, ki jim jih podjetje nameni, so obravnavana kot darila za druge fizične osebe, ki niso zaposleni. Davčno osnovo v tem primeru predstavlja doseženi dohodek. 31. člen ZDDPO-2 določa, da se poslovna darila, ki so namenjena poslovnim partnerjem, davčno obravnavajo kot reprezentanca. Strošek reprezentance se šteje v davčno priznan odhodek v višini 60 %. To velja tudi za stroške pogostitve in zabave ob poslovnih stikih podjetnika s poslovnimi partnerji.

Poslovna darila – so lahko podkupnina?

Pri poslovnih stikih se lahko meja med poslovnim darilom in podkupnino hitro prestopi! Predpisi v kazenskem zakoniku določajo, da je sprejemanje daril lahko kaznivo, če jih sprejmemo kot protiuslugo pri sklenitvi poslov. Meja med darilom in podkupnino je predvsem v samem namenu obdarovanja. Z neprimernim darilom lahko prejemniku darila ustvarimo vtis, da je podarjeno z dvoumnim namenom. Lahko oddamo napačen signal – s tem pa lahko posledično izgubimo ugled ter celo stranke. Darilo za obdarovanca naj bo brez omembe vredne materialne vrednosti. Prav tako pa naj ne bo podarjeno med (oz. celo pred!) sklepanjem posla.

Kako ločimo poslovno darilo od podkupnine?

Pomembno je vedeti, kakšne vrednote veljajo v okolju (od koder je naš poslovni partner) – tako darilo ne sme predstavljati zelo visoke materialne vrednosti. Poslovnih daril prav tako ne smemo izročati (samo) zato, da bi na ta račun pridobili želene posle. Prav tako ne zaradi tega, da bi se poslovni rezultati obrnili v naš prid! Naš poslovni partner ne drugi strani pa prav tako ne sme zahtevati od nas, da ga bogato nagradimo, ker je recimo uspešno izpeljal posel. Poslovna darila so od letos urejena po novem pravilniku.

Za SPOT Svetovanje Koroška
Podjetniški center Slovenj Gradec d.o.o.
Veronika Zupanc, podjetniška svetovalka

Viri:

- Poslovna darila, Janez Bogataj, 1994
- Diplomsko delo – POSLOVNA DARILA, Stanka Stare, 2007
- Kultura poslovnih, promocijskih in protokolarnih daril, Janez Bogataj, 1994
- Drugačna poslovna darila: Preseneti me! Finance.si: <https://www.finance.si/140018/Drugacna-poslovna-darila-Preseneti-me>
- PROTOKOL, Ksenija Benedetti: <https://protokol.si/o-kseniji-benedetti/>
- Darila slovenskega predsedovanja: <https://slovenian-presidency.consilium.europa.eu/sl/novice/darila-slovenskega-predsedovanja/>

- Poslovna darila – ali so lahko podkupnina?, DATA d.o.o.: <https://data.si/blog/poslovna-darila-2/>
- Obdavčitev poslovnih daril, Podjetnik.net: <https://podjetnik.net/obdavcitev-poslovnih-daril/>
- Poslovna darila – pravila obdarovanja, Vito Komac, Podjetnik.net: <https://podjetnik.net/poslovna-darila-pravila-obdarovanja/>

Naložbo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska Unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj
www.eu-skladi.si