

ДЕЛОВОЙ ПОДАРОК

Стешина Валерия Валерьевна

студентка

кафедра государственного и муниципального управления, СКФУ, г.

Ставрополь

steshina_valeriya@mail.ru;

Руководитель работы: Грузинова Ирина Сергеевна

ассистент

кафедра государственного и муниципального управления, СКФУ, г.

Ставрополь

irina768@yandex.ru

В статье указываются характерные черты деловых подарков в современной России. Описывается своеобразие делового подарка как феномена культуры и элемента бизнес-коммуникаций. Отмечается тенденция закрепления правил обмена деловыми подарками, указываются пожелания к процессу дарения/принятия делового подарка с позиции законодательства и делового этикета.

Обмен деловыми подарками является обычной практикой в деятельности российских компаний. Несмотря на это вопрос приемлемости делового подарка может быть поставлен под сомнение, в случае если получение или вручение такого подарка создает условия для конфликта интересов, ставя под сомнение объективность принимаемых решений в ходе исполнения конкретными работниками компании своих должностных обязанностей.

Возникает вопрос о том, где проходит черта, разграничивающая истинно деловой подарок и подарок, получение или принятие которого осуществлялось не (не только) в интересах организации. Особую актуальность данный аспект приобрел в связи с антикоррупционной политикой страны последних лет.

Цель статьи – структурный анализ делового подарка как феномена культуры и элемента бизнес-коммуникаций в современной России.

Президент В.В. Путин регулярно обращает внимание представителей власти и россиян на тот факт, что «коррупция - один из главных барьеров на пути нашего развития»[1].

Любая успешная организация, действующая в рамках законодательства, не приемлет коррупции и проводит активную антикоррупционную деятельность, в связи с чем любые подарки и знаки делового гостеприимства

не должны быть использованы для дачи/получения взяток или коррупции во всех ее проявлениях [5, с.167].

Вот почему все большее число компаний считает необходимым в письменном виде зафиксировать главное условие, касательно деловых подарков: работники могут дарить третьим лицам и получать от них деловые подарки, организовывать и участвовать в представительских/корпоративных мероприятиях, если это законно, этично и делается исключительно в деловых целях и в интересах компании.

Таким образом, важной особенностью делового подарка (равно как и любого другого знака делового гостеприимства) является условие его передачи (вручения) только от имени всей компании, но не от имени отдельного работника.

Многие компании предпочитают использовать в качестве деловых подарков вещи (как сувениры, там и более крупные изделия) отмеченные собственной символикой.

И, действительно, предмет с символикой организации, не только станет более памятным и запоминающимся подарком, но и существенно снизит возможность его дальнейшей монетизации (продажи).

Дарение и принятие деловых подарком имеет множество нюансов, не урегулированных на законодательном уровне. Представляется разумным регламентировать правила обмена деловыми подарками и знаками делового гостеприимства внутри каждой отдельно взятой организации.

В России под подарком традиционно подразумевается любая вещь, которую даритель по собственному желанию и безвозмездно преподносит в полное владение получателю подарка [4, с.38].

Тогда деловой подарок – есть вещь, которая преподносится от имени организации в целях поддержания корпоративной культуры и рассматривается как инструмент для установления и поддержания деловых отношений и как проявление общепринятой вежливости в ходе хозяйственной и приносящей доход деятельности.

Данный термин предполагает, что правила обмена деловыми подарками являются обязательными для исполнения всеми сотрудниками компании. При этом не существенным является вопрос о том, самостоятельно ли дарится (принимается) подарок, или же используются услуги посредника.

Чем подробнее в конкретной компании будет прописан аспект принятия (дарения) деловых подарков, тем ниже риск нарушения законов и принципов деловой этики. Вред, возникший в связи с намеренным искажением сути делового подарка со стороны сотрудника может не отличаться от вреда, связанного с некорректным пониманием сути делового подарка внутри организации.

К оптимальным способам проявить деловое гостеприимство традиционно относят дарение сувенирной продукция (в том числе логотипом компании, в крайнем случае – с логотипом региона или символикой страны), цветы, кондитерские изделия, чайную и кофейную продукция.

От делового подарка следует отличать представительские мероприятия (хотя они и служат одной цели), под которыми обычно понимают официальный прием (завтрак, обед, ужин, фуршет, встреча в баре, кофе-брейк и т.п.), (или) обслуживание представителей других организаций и официальных лиц (работников) компании, в ходе которого обсуждаются вопросы, связанные с реализацией (или условиями) действующих или планируемых к заключению контрактов, поддержание деловых взаимоотношений, независимо от места проведения указанного мероприятия[3,с.24].

Ключевым вопросом является, в том числе, вопросы стоимости делового подарка и периодичности их вручения (принятия). Логично, что и стоимость, и периодичность должны быть разумными и определяться исключительно служебной (производственной) необходимостью, исходя из необходимости и сокращения необоснованных расходов средств бюджета.

Однако, некоторые компании напрямую прописывают максимальную стоимость делового подарка; в небольших организациях она редко превышает пять тысяч рублей.

Если факт дарения предполагает, что даритель знает точную стоимость делового подарка, то в процессе принятия подарка возможность оценить стоимость вещи существует только приблизительно.

Тем не менее при получении подарка сотруднику рекомендуется самостоятельно определить возможность принятия подарка, основываясь на приблизительной стоимости, уместности и этичности подарка [1].

В случае получения подарка, который можно отнести к категории неуместных и неэтичных вещей, учитывая также условия дарения сотруднику следует отказаться от вручаемой вещи, при этом допустимо мотивировать отказ внутренней документацией компании (в том числе, правилами обмена деловыми подарками, если они существуют в компании).

Следующим шагом работника станет своевременное обращение любым удобным способом к вышестоящему лицу внутри своей организации, если же на предприятии есть Подразделение по профилактике коррупционных правонарушений, то следует направить туда обращение о случившемся.

В данной ситуации в помощь сотрудником может быть разработан список вопросов, на которые необходимо ответить себе перед принятием делового подарка [2].

Центральными вопросами станут следующие:

- Почему мне предлагают такой подарок (преимущество)?
- Какие причины у меня есть для принятия подарка?
- Как ситуация с подарком будет выглядеть при публичном рассмотрении (в том числе в СМИ)?
- Может ли принятие подарка негативно сказаться на репутации компании?
- Не ограничена ли вещь, предлагаемая в дар, к товарному обороту в стране?
- И другие вопросы, специфика которых может быть связана с деятельностью конкретной организации.

Составление подробных правил обмена деловыми подарками и ознакомление сотрудников с этим документом позволит минимизировать риски, связанные с возможным злоупотреблением в области получения/вручения подарков, организации и проведении представительских/корпоративных мероприятий, наиболее серьезными из которых являются: опасность подкупа должностных лиц и взяточничества, проявление неуважения и несправедливости по отношению к контрагентам, протекционизм внутри компании.

Список литературы:

1. «Кодекс профессиональной этики аудиторов» (одобрен Советом по аудиторской деятельности 22.03.2012, протокол N 4) (ред. от 22.12.2017)
2. «Антикоррупционная политика ФГУП "Почта России"» (утв. ФГУП "Почта России" 24.10.2016 N 1.9.3.1.2-05/88-нд
3. Черепанова, В.А. Противодействие взяточничеству: практические аспекты антикоррупционного комплекса в организации/ В.А. Черепанова / Аудитор, 2017, N 4, С. 24-26.
4. Астанин, В.В. Корпоративный антикоррупционный комплекс: проблемы и ресурсы практического обеспечения/В.В. Астанин/ Российская юстиция, 2017, N 10, С. 38-41.
5. Петрова Н.А. О коррупции в деятельности коммерческих организаций /Н.А. Петрова Н.А/ Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения, 2018, N 11, С. 165-168.