

KREOWANIE WARTOŚCI

dla naszych

INTERESARIUSZY

Kodeks postępowania firmy LG Electronics



KREOWANIE WARTOŚCI

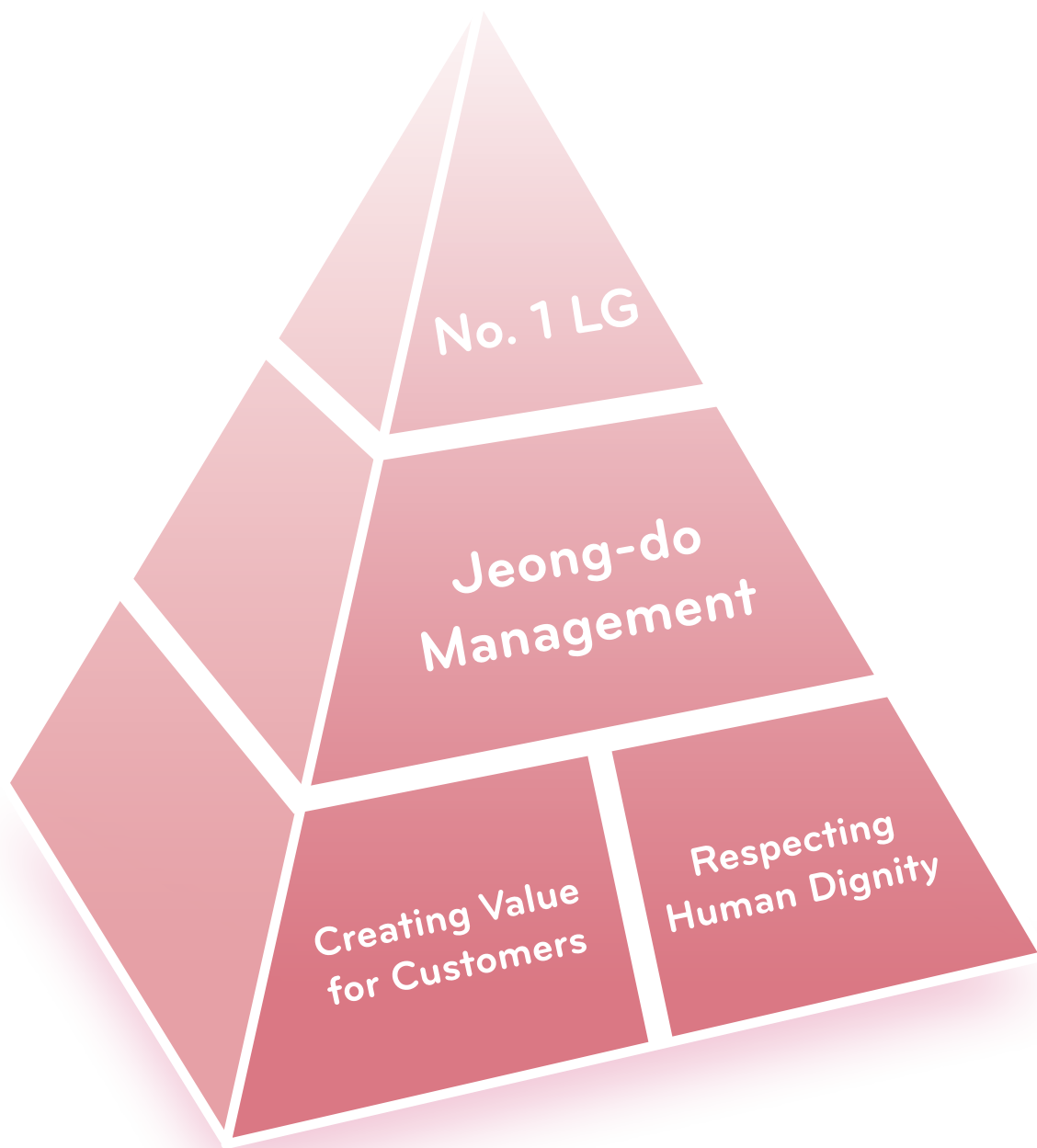
dla naszych

INTERESARIUSZY

Kodeks postępowania firmy LG Electronics



LG WAY





„LG Way” jest odzwierciedleniem podstawowych przekonań, wartości i aspiracji, na których opieraliśmy swój rozwój i powodzenie w ciągu długich lat naszej działalności. Stanowią one podstawę sukcesu, dzięki któremu możemy wykreować większą wartość dla wszystkich naszych interesariuszy.

Odkąd 50 lat temu nasze produkty trafiły po raz pierwszy do rąk naszych klientów, podstawowym celem naszej firmy zawsze było wzbogacanie życia klientów oraz propagowanie idei wzajemnego szacunku i poczucia jedności wśród naszych pracowników. Nasze zasady zarządzania są odzwierciedleniem podstawowych przekonań, wartości i aspiracji, na których opieraliśmy rozwój i powodzenie firmy w ciągu długich lat działalności. Stanowią one podstawę sukcesu, dzięki któremu możemy wykreować większą wartość dla wszystkich naszych interesariuszy.

Nasza wizja

Bycie „numerem jeden” nie oznacza bycia największą czy najbardziej zyskowną firmą. Prawdziwa firma „numer jeden” to firma, u której podstawę konkurencyjności i wiodącej pozycji na rynku stanowią zdrowe i przejrzyste praktyki zarządzania.

Taką obietnicę składamy naszym interesariuszom. Zawsze przestrzegamy „właściwego sposobu postępowania”, rozwijając firmę LG Electronics w taki sposób, aby cieszyła się szacunkiem konkurencji, zaufaniem klientów i podziwem uzdolnionych osób z całego świata.

Nasze zasady

„Creating Value for Customers” stanowi cel naszych codziennych działań. We wszystkim, co robimy, bierzemy pod uwagę oczekiwania naszych klientów, a ich potrzeby stanowią podstawę całej naszej działalności. Ciągłe unowocześnianie i udoskonalanie nasze produkty i usługi, aktywnie odkrywamy nowe sposoby tworzenia największej wartości dla naszych klientów.

„Respecting Human Dignity” to nasz sposób na tworzenie organizacji, która przyciągnie i zatrzyma najbardziej uzdolnionych pracowników na świecie. Wierzmy, że utalentowani pracownicy powinni otrzymywać stałe wsparcie oraz być traktowani bezstronnie i uczciwie oceniani, aby w pełni mogli zrealizować swój potencjał. Dostrzeganie indywidualnych wyników pracowników i szacunek dla ich kreatywności i inicjatywy to nasz sposób budowy wspaniałej firmy, która będzie w stanie kreować największą wartość dla wszystkich interesariuszy.

Właściwy sposób postępowania

Pozyskanie prawdziwego szacunku ze strony akcjonariuszy, rynku i społeczeństwa wymaga od firmy znacznego wysiłku i dużych umiejętności. Jest ono możliwe jedynie pod warunkiem zobowiązania się do postępowania zgodnie z regułami i braku tolerancji dla naginania zasad. Postępując uczciwie i zgodnie z zasadami, stajemy się firmą, w której pracownicy mogą realizować swoje cele z pasją oraz tworzyć nowatorskie rozwiązania, które podbijają serca klientów.

Dlatego też zarządzanie „Jeong-do Management” (Zarządzanie według zasad) to więcej niż tylko etyczne zarządzanie. Wskazuje ono „właściwy sposób postępowania” – umożliwiający realizację naszych zasad i budowę silniejszej firmy będącej w stanie pokonać konkurencję.



PRZESŁANIE OD DYREKTORA GENERALNEGO

W ostatnich latach firma LG Electronics osiągnęła znaczący sukces. Dostarczamy naszym klientom wyjątkowe produkty i usługi, nasze środowisko pracy stało się jeszcze bardziej przyjazne, a wielu innym interesariuszom zapewniliśmy jeszcze większą wartość.

Te osiągnięcia wynikają z naszych zasad biznesowych dotyczących kreowania rzeczywistej wartości dla klientów i traktowania naszych współpracowników i pracowników z szacunkiem. Aby zapewnić sobie w przyszłości sukces, musimy ponownie zobowiązać się do realizowania tych podstawowych wartości.

Niniejszy Kodeks postępowania firmy LG Electronics jest wyrazem naszych podstawowych wartości. Pomoże on nam wszystkim wykonywać swoje zadania zgodnie z wyznawanymi przez nas zasadami. Kodeks szczegółowo określa też odpowiednie postępowanie w wielu sytuacjach i zapewnia dodatkowe narzędzia do wykorzystania w sytuacjach, gdy nie jest jasne, jak należy postąpić.

Przestrzeganie kodeksu nie jest opcjonalne. Nie uda nam się osiągnąć długoterminowego sukcesu, jeśli dla doraźnych korzyści sprzeniewierzymy się naszym wartościom i standardom. Każdy pracownik jest zobowiązany przeczytać niniejszy



Kodeks i zrozumieć, w jaki sposób odnosi się on do jego pracy. Żadne względy nie mogą usprawiedliwić postępowania niezgodnego z niniejszym kodeksem. Należy wystrzegać się takich wymówek, jak „To było konieczne, aby osiągnąć cele sprzedaży” lub „Mój kierownik kazał mi to zrobić”.

Przełożeni powinni szybko i z szacunkiem zajmować się zgłaszanymi przez pracowników pytaniami i kwestiami dotyczącymi przestrzegania kodeksu. Odwet za sygnalizowanie naruszeń kodeksu nie będzie w żaden sposób tolerowany.

Kodeks postępowania stanowi zobowiązanie wobec wszystkich naszych interesariuszy. Jesteśmy przekonani, że pomoże nam on zrealizować naszą wizję „No. 1 LG”.

Niniejszy Kodeks postępowania firmy LG Electronics jest wyrazem naszych podstawowych wartości. Pomoże on nam wszystkim wykonywać swoje zadania zgodnie z wyznawanymi przez nas zasadami. Kodeks szczegółowo określa też odpowiednie postępowanie w wielu sytuacjach i zapewnia dodatkowe narzędzia do wykorzystania w sytuacjach, gdy nie jest jasne, jak należy postąpić.

SPIIS TREŚCI



LG WAY



PRZESŁANIE OD DYREKTORA
GENERALNEGO



TYTUŁEM WSTĘPU

- 8 Dlaczego Kodeks postępowania jest nam potrzebny
- 8 Kogo dotyczy Kodeks postępowania
- 8 Jakie są oczekiwania względem nas
- 9 W przypadku naruszenia zasad
- 9 Informacje o kodeksie

10

UCZCIWOŚĆ w stosunku do klientów

- 12 Odpowiedzialny marketing
- 15 Bezpieczeństwo produktów
- 18 Wysokie standardy jakości produktów
- 21 Ochrona i poufność danych osobowych

24

ORGANIZACJA NAJLEPSZA dla naszych pracowników

- 26 Równe szanse w zatrudnieniu
- 29 Środowisko pracy oparte na wzajemnym szacunku
- 32 Zdrowe i bezpieczne miejsce pracy

36

UCZCIWE POSTĘPOWANIE w stosunku do partnerów biznesowych i innych podmiotów

- 38 Odpowiedzialne pozyskiwanie informacji na temat konkurencji
- 41 Właściwe korzystanie z informacji należących do innych podmiotów
- 43 Uczciwa konkurencja
- 45 Postępowanie w stosunku do konkurencji
- 48 Postępowanie w stosunku do partnerów dystrybucyjnych i dostawców
- 51 Odpowiedzialne przekazywanie informacji
- 54 Respektowanie praw własności intelektualnej
- 56 Zakaz wręczania łapówek i dokonywania niewłaściwych płatności

60

TROSKA o społeczność, w których żyjemy

- 62 Ochrona środowiska
- 65 Odpowiedzialne postępowanie w ramach handlu międzynarodowego

68

ZAPEWNIANIE ZYSKU akcjonariuszom

- 70 Bezpieczeństwo i poufność informacji
- 73 Ochrona własności intelektualnej firmy
- 76 Odpowiedzialna komunikacja elektroniczna
- 79 Prawidłowe rejestrowanie i przechowywanie danych
- 82 Odpowiedzialne postępowanie z informacjami poufnymi
- 85 Odpowiedzialne ujawnianie informacji



TYTUŁEM WSTĘPU

Dlaczego Kodeks postępowania jest nam potrzebny

LG Electronics jest firmą o zasięgu globalnym. Z tego względu nasi pracownicy podlegają wielu różnym prawom i przepisom. Oczywiście trudno, aby każdy pracownik znał wszystkie prawa i przepisy, czy choćby ich większość. Poza tym prowadzimy działalność w różnych regionach, z których każdy ma odrębną kulturę. Naszym celem jest działalność zgodna z odpowiednimi prawami i przepisami obowiązującymi w poszczególnych segmentach rynkowych i lokalizacjach oraz z lokalnymi zwyczajami. Niniejszy kodeks stanowi kluczowe narzędzie, które pomoże nam wszystkim sprostać tym niebagatelnym wyzwaniom.

Kogo dotyczy Kodeks postępowania

Kodeks postępowania firmy LG Electronics obowiązuje w firmie LG Electronics, Inc. (dalej zwanej „firmą”) oraz we wszystkich jej spółkach zależnych.

Jakie są oczekiwania względem nas Od każdego z pracowników oczekuje się:

- Zaangażowania w przestrzeganie podstawowych wartości firmowych we wszystkich działaniach związanych z wykonywaną pracą oraz wspierania działań zmierzających do stworzenia wspianego środowiska pracy umożliwiającego nam wszystkim osiągnięcie najlepszych wyników ku zadowoleniu klientów i innych interesariuszy.
- Przestrzegania praw i przepisów obowiązujących w krajach, w których pracownik wykonuje swoją pracę.
- Stosowania się do zasad i procedur firmowych odnoszących się do wykonywanej pracy.

- Szukania porady w przypadku braku pewności w zakresie prawidłowego postępowania.
- Zgłaszania podejrzeń dotyczących naruszenia zasad tego kodeksu lub innych zasad obowiązujących w firmie.

Od osób zarządzających innymi pracownikami oczekuje się:

- Dopilnowania, by pracownicy zapoznali się z niniejszym kodeksem oraz swoimi obowiązkami, które z niego wynikają.
- Pomagania pracownikom w uzyskaniu odpowiedzi i rozwiązaniu problemów dotyczących kodeksu oraz jego zastosowania w codziennej pracy.
- Zachęcania do przestrzegania kodeksu przez stosowanie się do niego i rozmawianie z podwładnymi na temat jego zastosowania w codziennej pracy.

W przypadku pytań dotyczących kodeksu i jego zastosowania w swojej pracy:

- Należy skonsultować się z przełożonym, który będzie w stanie najlepiej odpowiedzieć na pytanie dotyczące sposobu postępowania w danej sytuacji. Jeśli przełożony nie jest dostępny, należy skontaktować się z odpowiednim działem wymienionym w każdej z sekcji niniejszego kodeksu lub z działem prawnym.
- Osoby zarządzające innymi pracownikami w przypadku braku pewności, jak odpowiedzieć na pytanie zgłoszone przez pracownika, także powinny skontaktować się z odpowiednim działem wymienionym w odpowiedniej sekcji niniejszego kodeksu lub z działem prawnym.



Różnice kulturowe

W przypadku wizyty lub przeniesienia do innego kraju należy zdobyć wiedzę na temat nowego środowiska. Warto spróbować zrozumieć lokalną kulturę i zwyczaje. Należy mieć świadomość, że lokalne prawa i zwyczaje mogą różnić się od tych, które obowiązują w kraju ojczystym. W przypadku pojawienia się konfliktów, które mogą mieć wpływ na pracę, należy omówić je z przełożonym, aby wspólnie znaleźć odpowiednie rozwiązanie.

W przypadku naruszenia zasad Nieprzestrzeganie obowiązujących zasad pociąga za sobą poważne konsekwencje.

Naruszenie praw i przepisów może skutkować surowymi sankcjami, zarówno względem firmy, jak i osób, których sprawa dotyczy. Naruszenie prawa może prowadzić do kar sądowych, grzywnien, odszkodowań za straty osobiste i moralne, przejęcia zysków, utraty kontraktów, zakończenia relacji biznesowych, prób szantażu oraz do powstania negatywnej opinii na temat firmy na rynku kapitałowym. Może też zaszkodzić wizerunkowi naszej firmy. Poza tym poszczególni pracownicy mogą ponieść poważne konsekwencje w postaci kar finansowych, kar więzienia, roszczeń odszkodowawczych oraz sankcji wynikających z prawa pracy.

W przypadku, gdy istnieje podejrzenie, że w firmie mogą być naruszane zasady kodeksu, pracownik powinien podjąć następujące działania:

- Po pierwsze, należy porozmawiać z przełożonym na temat danego problemu.
- W dalszej kolejności należy skontaktować się z lokalnym specjalistą ds. zapewnienia przestrzegania prawa i kodeksu i poinformować go o zaistniałej sytuacji.

Zgłaszanie potencjalnych działań odwetowych

Firma nie toleruje żadnych działań odwetowych i podejmie odpowiednie kroki w przypadku działań odwetowych skierowanymi przeciwko każdej osobie, która w dobrej wierze zgłosi przypadek naruszenia prawa/zasad. Działania odwetowe mogą przyjąć wiele form, od niesprawiedliwego traktowania w pracy po szeroko pojęte nękanie. W przypadku podejrzenia, że jest się przedmiotem działań odwetowych lub że są one skierowane przeciwko innej osobie, należy bezzwłocznie zgłosić to w dziale kadr.

Nie ma żadnego usprawiedliwienia dla naruszania prawa/zasad kodeksu

Należy wystrzegać się następujących wymówek:

- „Mój szef kazał mi to zrobić, mimo że to było niezgodne z zasadami”
- „Zrobiłem to dla dobra naszych klientów”.
- „Zrobiłem to, aby zrealizować cele biznesowe firmy”.

Informacje o kodeksie

Ten kodeks nie obejmuje wszystkich standardów i zasad obowiązujących w firmie. Nie zawiera też odpowiedzi na wszystkie problemy, jakie pracownik może napotkać w pracy. Firma będzie okresowo korygowała niniejszy kodeks i inne standardy oraz zasady firmowe, a także informowała o wprowadzonych zmianach pracowników i inne zainteresowane strony.

Niniejszy kodeks nie stanowi umowy o pracę. Publikacja niniejszego kodeksu przez firmę LG Electronics nie powoduje powstania jakichkolwiek praw czy obowiązków wynikających z umowy o pracę.

UCZCIWOŚĆ

w stosunku do klientów

- 12 Odpowiedzialny marketing
- 15 Bezpieczeństwo produktów
- 18 Wysokie standardy jakości produktów
- 21 Ochrona i poufność danych osobowych

W całej naszej działalności kierujemy się zasadą „Klient na pierwszym miejscu”. Staramy się kreować rzeczywiste wartości dla naszych klientów, we wszystkich działaniach zawsze biorąc pod uwagę ich punkt widzenia i próbując sprostać ich wysokim oczekiwaniom. Wysokie standardy jakości, dotrzymanie obietnic oraz stałe unowocześnianie naszych produktów – wszystko to są sposoby, dzięki którym budujemy zaufanie naszych klientów oraz wzbudzamy w nich przekonanie, że mogą polegać na naszych produktach i usługach. Musimy dalej niezmiennie wykazywać się uczciwością we wszystkich naszych działaniach i budować relacje oparte na zaufaniu, tak aby nasi klienci mieli pewność, że mogą na nas naprawdę polegać.



OPIS PRZYPADKU



Nowy produkt przyciąga uwagę z powodu wyjątkowej stylistyki. Może on stać się przebojem, o ile firma będzie w stanie podkreślić inną jego kluczową cechę. Produkt ma tylko o 5% lepszą wydajność i nie wydaje się posiadać żadnych innych wyróżniających cech. Nasi konkurenci często podnoszą nieco reklamowaną wydajność swoich produktów. Dochodzisz do wniosku, że firma lepiej poradzi sobie z konkurencją, jeśli na przykład w materiałach reklamowych poda, że wydajność produktu jest o 10% wyższa, zwłaszcza że w praktyce nikt nie będzie w stanie zmierzyć czy sprawdzić różnicy.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ODPOWIEDZIALNY MARKETING

Podstawą tworzenia i utrzymywania przez naszą firmę długoterminowych relacji z klientami jest jakość i wartość naszych produktów i usług. Reklamowanie ich w sposób odpowiedzialny i w oparciu o ich rzeczywiste cechy oraz zalety jest zatem sprawą kluczową. Nasi klienci wierzą naszym słowom, ponieważ w naszych działaniach marketingowych odznaczamy się uczciwością. Kreujemy wartość dla naszych klientów, ponieważ zapewniamy im informacje potrzebne do tego, aby mogli podjąć najlepszą decyzję dotyczącą nabywanych produktów. Ewentualne krótkoterminowe korzyści z nieodpowiedzialnych działań marketingowych nigdy nie są warte narażenia na szwank naszej dobrej reputacji, w której zdobycie włożyliśmy wiele wysiłku.

NASZ STANDARD



Pilnowanie, by podejmowane przez firmę działania marketingowe były odpowiedzialne, zwłaszcza w przypadku pracowników, których obowiązki są bezpośrednio związane z tworzeniem i zatwierdzaniem materiałów marketingowych

PODSTAWOWE INFORMACJE

Komunikacja marketingowa obejmuje m.in.:

- Reklamy i materiały promocyjne
- Oznakowania na produktach i opisy produktów
- Ankiety, wyniki testów i porównania z innymi produktami oraz z produktami konkurencji
- Informacje na tablicach ogłoszeniowych w intranecie oraz inne formy komunikacji, które niekoniecznie muszą być skierowane do naszych klientów.

Pracownicy, którzy pracują w obszarze komunikacji marketingowej, w dziale sprzedaży lub których praca związana jest z tworzeniem bądź zatwierdzaniem reklam, oznakowań na produktach, promocją czy z jakąkolwiek inną formą komunikacji z klientami, są zobowiązani do zapoznania się z odpowiednimi standardami, zasadami i procedurami firmowymi.

Nasza komunikacja marketingowa dociera do szerokiego kręgu odbiorców

i jest analizowana przez klientów, konkurencję oraz agencje rządowe. Ewentualne krótkoterminowe korzyści z niewłaściwych działań marketingowych nigdy nie są warte narażenia na szwank naszej reputacji.

ROZWIĄZANIE



To, że nasza konkurencja postępuje w określony sposób, nie oznacza, że takie działanie jest właściwe w naszym przypadku. Co więcej, musimy zadać sobie pytanie, czy nasze działania są wyrazem naszych podstawowych wartości i zasad dotyczących kreowania rzeczywistej wartości dla klientów oraz naszego szacunku dla nich. Mimo że zawyżenie parametrów może nie być zauważalne, nie zmienia to faktu, że jest to próba sprzedania produktu w oparciu o fałszywe informacje. Nasi klienci oczekują od nas uczciwości co do wartości, jaką im dostarczamy, niezależnie od tego, czego mogą spodziewać się po naszej konkurencji.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Zapewnianie, by informacje o wszelkich zmianach w naszych produktach oraz usługach były szybko i precyzyjnie przekazywane do odpowiednich działów.
- Zapewnianie, by w materiałach marketingowych, na etykietach produktów, opakowaniach oraz w materiałach reklamowych podawane były dokładne informacje dotyczące producenta, a także dane takie, jak kraj pochodzenia oraz montażu. Celem takich działań jest zyskanie gwarancji, że nasze produkty będą zarówno właściwie reklamowane, jak i prawidłowo oznakowane.
- Sprawdzanie, czy materiały marketingowe opracowane przez firmy reklamowe i inne organizacje zewnętrzne były zgodne z prawem oraz z zasadami obowiązującymi w firmie.
- Zapewnianie, aby żadne materiały marketingowe nie zawierały informacji nieprawdziwych, wprowadzających w błąd czy pomijających jakieś ważne dane, które umożliwiłyby klientom podjęcie dobrych decyzji o zakupie.
- Unikanie porównań z konkurencją i jej produktami:
 - jeśli podanych informacji nie można uznać za obiektywne i poparte dowodami;
 - jeśli porównanie jest nieuczciwe wobec konkurencji lub jej produktu.
- Niedopuszczanie do publicznego rozpowszechniania materiałów zawierających stwierdzenia (np. dotyczących wydajności produktu, jego wyższości w odniesieniu do innych produktów czy pozycji na rynku) nieoparte wynikami testów lub innymi wiarygodnymi danymi.
- Fakt, że materiały zostały opracowane przez firmę zewnętrzną, nigdy nie może stanowić usprawiedliwienia stosowania niewłaściwych praktyk marketingowych.

WAŻNE UWAGI

- Należy ostrożnie stosować wyolbrzymienia w działaniach marketingowych. Upiększanie może być skutecznym środkiem marketingowym, ale nigdy nie powinno wprowadzać klientów w błąd, jeśli chodzi o cechy produktu, ani zawierać danych niezgodnych z rzeczywistością.
- Kampanie reklamowe naszych produktów należy opierać bardziej na podkreśleniu ich zalet niż na wskazywaniu słabych stron produktów konkurencji. Chcemy być wiodącym producentem na rynku dzięki projektowaniu, produkowaniu i sprzedaży najlepszych produktów i ta idea powinna stanowić istotę naszej działalności. Możemy oczekiwać, że konkurencja będzie dokładnie analizowała nasze reklamy, w których wymieniamy jej produkty. Aby być uczciwym wobec konkurencji, musimy być niezwykle uważni, umieszczając w naszych materiałach jakiegokolwiek wzmianki na temat jej produktów.



OPIS PRZYPADKU

Choć nowy produkt firmy jest zgodny z obowiązującymi przepisami bezpieczeństwa, masz pewne wątpliwości, czy jest on całkowicie bezpieczny. Na tym etapie całkowita zmiana projektu produktu wydaje się zbyt kosztowna, więc rozważasz zasygnalizowanie swoich obaw na ostrzeżeniu umieszczanym na produkcie.

Jak podjąć właściwą decyzję?



BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW

Bezpieczeństwo i niezawodność to najważniejsze cechy wartości dostarczanej klientom za pomocą naszych produktów. Nasza dbałość o bezpieczeństwo użytkowania, jakość produkcji oraz obsługę posprzedażną wyróżnia nas na rynku, będąc jednocześnie wyrazem naszej troski o dobro naszych klientów. Ważną częścią procesu unowocześniania produktów jest zwiększanie ich bezpieczeństwa. Dzięki zaangażowaniu w bezpieczeństwo klientów, budujemy ich zaufanie do naszych produktów i pokazujemy im, że naprawdę nam na nich zależy.



NASZ STANDARD

Podjęcie wszelkich wysiłków, których celem jest zapewnienie bezpieczeństwa wszystkich produktów naszej firmy; zgłaszanie wszelkich pytań i wątpliwości dotyczących surowców, projektów, produkcji, działań marketingowych oraz obsługi klienta w celu zapewnienia klientom bezpieczeństwa użytkowania naszych produktów; świadomość, że żaden cel biznesowy, w tym cel związany z projektowaniem, łatwością sprzedaży czy kosztem produktu, nie usprawiedliwia kompromisu w kwestii bezpieczeństwa produktu naszej firmy

PODSTAWOWE INFORMACJE

Bezpieczeństwo produktów jest dla nas kwestią kluczową. Za niepodjęcie odpowiednich kroków mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa produktów grożą nam surowe kary, sankcje prawne i procesy sądowe. Naraża to także na szwank reputację firmy.

Nasza motywacja do realizowania zasady „Creating Value for Customers” nie wynika jedynie z chęci uniknięcia odpowiedzialności. Stanowi ona wyraz naszego aktywnego zaangażowania w eliminowanie zagrożeń związanych z użytkowaniem naszych produktów, a tym samym w podnoszenie ich ogólnej jakości. To dlatego firma wdrożyła wiele procedur zapewniających bezpieczeństwo produktów. Procesy typu „od końca do końca” (ang. end-to-end) koncentrują się na bezpieczeństwie produktów i obejmują fazy projektowania (przewidywania dot. sposobu użytkowania przez klientów), zaopatrzenia, produkcji, testowania, kontroli jakości oraz marketingu. Po sprzedaży produktu firma sprawdza, czy nie pojawiają się sygnały dotyczące jakichkolwiek problemów związanych z bezpieczeństwem jego użytkowania i podejmuje niezbędne kroki w celu zapewnienia bezpieczeństwa klientom. Pracownicy i kierownicy odpowiedzialni za bezpieczeństwo produktów powinni zapoznać się z naszymi wytycznymi **Product Safety Operation Principles**, aby dowiedzieć się więcej na temat omówionych tam ważnych procedur.



ROZWIĄZANIE

Umieszczanie na produktach ostrzeżeń, które jasno wskazują możliwe zagrożenia, stanowi ważną i niezbędną część zapewniania klientom bezpieczeństwa użytkowania naszych produktów. Jednak naszym podstawowym i najważniejszym obowiązkiem jest zaprojektowanie oraz wyprodukowanie naszych produktów w taki sposób, aby spełniały one firmowe standardy i oczekiwania naszych klientów w zakresie bezpieczeństwa. Oczywiście, wszelkie zmiany wprowadzone w późniejszej fazie projektowania produktu mają znaczące konsekwencje. Dlatego włączenie współpracowników z innych działów w proces podejmowania takiej decyzji jest dobrym pomysłem. Musimy być w pełni przekonani, że nasze produkty nie tylko spełniają standardy bezpieczeństwa, ale że także nie stanowią zagrożenia dla bezpieczeństwa.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Przestrzeganie wszystkich firmowych zasad i procedur dotyczących projektowania produktów, zaopatrzenia i produkcji, które mogą mieć wpływ na bezpieczeństwo produktów.
- Zgłaszanie budzących wątpliwości i wadliwych surowców, projektów lub części, które mogą przyczynić się do powstania produktów niebezpiecznych w użytkowaniu bądź o niskiej jakości.
- Natychmiastowe zgłaszanie wszelkich obaw dotyczących bezpieczeństwa produktów, najlepiej na jak najwcześniejszym etapie projektowania.
- Przedkładanie bezpieczeństwa produktów nad wszelkimi innymi celami biznesowymi. W przypadku konfliktu między jakimkolwiek celem a priorytetem bezpieczeństwa należy poinformować o sprawie swojego przełożonego.
- Nie należy unikać ani pozwalać innym na unikanie żadnego etapu kontroli jakości, ponieważ mogłoby to doprowadzić do sytuacji, w której bezpieczeństwo produktów nie zostałoby odpowiednio przetestowane.
- Nie wolno pozwalać, aby dostawcy naruszali firmowe zasady dotyczące zaopatrzenia. Mogłoby to doprowadzić do użycia w produkcji surowców/elementów, które są niezgodne z normami lub są wadliwe, i wpłynąć na jakość produktów końcowych.
- Nie wolno lekceważyć problemów dotyczących bezpieczeństwa produktu tylko dlatego, że zostały one zgłoszone na późniejszym etapie rozwoju produktu.

WAŻNE UWAGI

- Należy zwracać uwagę na wszelkie powtarzające się zdarzenia związane z bezpieczeństwem naszych produktów. Bezpieczeństwo naszych klientów stanowi najwyższy priorytet. W razie podejrzenia, że nasze produkty mają jakiegokolwiek wady projektowe czy poważne wady produkcyjne, naszym obowiązkiem jest wycofać go z rynku.
- W niektórych krajach obowiązują przepisy zobowiązujące producentów i dystrybutorów do natychmiastowego zgłaszania organowi nadzorującemu wszelkich wykrytych usterek wpływających na bezpieczeństwo użytkowania oraz wszelkich braków w zakresie etykiet z ostrzeżeniami.
- Nawet produkt, który jest zgodny z wszystkimi obowiązującymi przepisami i normami bezpieczeństwa, może nie być bezpieczny dla naszych klientów. Nasze produkty muszą także spełniać nasze wewnętrzne standardy bezpieczeństwa. Obowiązujące przepisy wyznaczają minimalny poziom bezpieczeństwa produktu. Produkt, który nie spełnia tych wymaganych standardów bezpieczeństwa, niemal w każdym przypadku zostanie uznany za niebezpieczny dla użytkowników.
- Należy słuchać uważnie obaw zgłaszanych przez innych i rozważyć, jakie mogą być długofalowe skutki. Pytanie lub obawa dotycząca projektu, produkcji lub oznakowania produktu zgłoszona przez współpracownika może mieć wpływ na bezpieczeństwo produktu.
- Nawet jeśli obowiązki służbowe pracownika nie mają bezpośredniego związku z testowaniem produktu, kontrolą jakości lub innymi podobnymi zadaniami, wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za bezpieczeństwo produktu. Wszelkie problemy występujące podczas użytkowania produktów firmy, które potencjalnie mogą mieć związek z ich bezpieczeństwem, należy zgłaszać odpowiedniemu specjalistcie ds. bezpieczeństwa produktów.



OPIS PRZYPADKU

Firma właśnie opracowała nową funkcję, dzięki której produkt prawdopodobnie będzie hitem wśród bezbarwnej i mało zróżnicowanej oferty rynku. Ponieważ ta funkcja jest nowa, przepisy nie określają wyraźnie, czy powinna zostać uwzględniona w parametrach testowych tego produktu. Ponieważ ta funkcja zużywa dużo energii, masz świadomość, że wyniki będą prawdopodobnie lepsze, jeśli funkcja będzie podczas testów wyłączone.

Jak podjąć właściwą decyzję?

WYSOKIE STANDARDY JAKOŚCI PRODUKTÓW

W naszej działalności kierujemy się troską o niezawodność, trwałość i bezpieczeństwo naszych produktów. Wzbogacamy życie klientów dzięki jakości naszych produktów, które wytrzymują nawet bardzo intensywne użytkowanie. Wysoka jakość naszych projektów oraz produktów, z którą nasi klienci mają na co dzień do czynienia, jest wyrazem naszej misji kreowania trwałej wartości dla klienta. Aby sprostać temu celowi, wyznaczamy surowe standardy jakości i przestrzegamy wielu przepisów prawnych opracowanych z myślą o ochronie klienta. To motywuje nas do opracowywania, produkowania i wprowadzania na rynek produktów, które spełniają te wysokie normy jakości i bezpieczeństwa.

NASZ STANDARD



Zapewnianie, by wszystkie produkty były zgodne z wymogami przepisów prawnych oraz z wewnętrznymi standardami firmowymi dotyczącymi niezawodności, trwałości oraz bezpieczeństwa i zgłaszanie wszelkich wątpliwości, choćby najmniejszych, tak aby firma mogła spełnić swoje zobowiązanie do tworzenia produktów, które będą najlepsze w branży i w pełni zgodne z normami

PODSTAWOWE INFORMACJE

Specyfikacje produktu obejmują takie kwestie, jak:

- Ogólne bezpieczeństwo produktu oraz wewnętrzne standardy dotyczące niezawodności oraz stabilności
- Zgodność elektromagnetyczna
- Wymogi dotyczące ochrony środowiska, takie jak zawartość materiałów niebezpiecznych, oznakowania dotyczące recyklingu oraz oszczędność energii
- Uwzględnienie w projekcie produktu możliwości użytkowania go przez dzieci, osoby starsze i niepełnosprawne
- Inne wymogi służące zapewnieniu jakości i zgodności z innymi produktami lub usługami

Nasze produkty wywierają wpływ na życie wielu klientów na całym świecie. Z tego względu niezgodność z przepisami dotyczącymi standardów jakości produktów może mieć poważne konsekwencje, takie jak: wytaczanie procesów sądowych przez klientów, uszczerbek dla marki oraz reputacji firmy, pozwy grupowe czy konieczność wycofywania produktu z rynku.

Nasze wysokie standardy są widoczne nie tylko w naszych produktach, ale także w naszym sposobie postępowania, dzięki któremu chcemy być rozpoznawani na rynku. A to oznacza całkowitą uczciwość i najwyższy profesjonalizm podczas procesu weryfikowania i uzyskiwania certyfikatów jakości dla naszych produktów. Od pracowników odpowiedzialnych za zapewnianie jakości i zgodność produktów z normami oczekuje się znajomości naszych wytycznych **Standards Operation Principles** oraz przestrzegania tych zasad podczas testowania jakości naszych produktów oraz weryfikowania ich zgodności ze standardami. Należy także korzystać z pomocy lokalnych specjalistów, aby mieć pewność, że firma zna wymogi lokalnych przepisów prawnych i je spełnia.

ROZWIĄZANIE

Ponieważ jesteśmy firmą skupiającą się na nowatorskich projektach i kreowaniu wartości dla klienta, czasami w naszej działalności napotykamy sytuacje, co do których nie ma jasności prawnej. Naszym celem zawsze powinno być zapewnianie jakości, jakiej nasi klienci spodziewają się po naszych produktach, niezależnie od „litery prawa”. To oznacza, że zawsze powinniśmy szukać jasnych odpowiedzi ze strony organów nadzorujących, nawet jeśli odpowiedź mogłaby być niekorzystna dla firmy. Ponieważ spodziewamy się, że nasi klienci będą korzystać z nowych funkcji podczas codziennego użytkowania naszych produktów, dobrą praktyką jest zapytanie organów nadzorujących, czy parametry testowe także powinny uwzględniać tę nową funkcję.





WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Osoby, których obowiązki obejmują testowanie produktów i dbałość o ich jakość, powinny pilnować, by wszystkie oceniane produkty spełniały określone parametry jakościowe/testowe oraz były zgodne z ogólnymi standardami dotyczącymi niezawodności, jakości, trwałości i bezpieczeństwa.
- Należy zapewnić, by produkty, części produktów lub komponenty wyprodukowane przez naszych dostawców odpowiadały określonym specyfikacjom.
- Ważne też jest monitorowanie nowych przepisów dotyczących produktów, wydawanych na danym obszarze, i bezzwłoczne informowanie o nich pracowników działu badawczo-rozwojowego oraz działu standardów jakości produktów.
- W przypadku wątpliwości, jaki standard lub protokół testowy odnosi się do naszych produktów, należy zapytać przełożonego lub skontaktować się z organem nadzorującym.
- Nie wolno używać zamienników określonych materiałów lub komponentów, które zostały już przetestowane, bez zastosowania procedury firmowej używanej w takich sytuacjach.
- Nigdy nie wolno dopuścić do wykorzystania wyników niewystarczających lub sfalszowanych testów. Takie sytuacje obejmują:
 - fałszowanie danych testowych lub wybieranie jedynie danych korzystnych z punktu widzenia producenta;
 - wykonywanie testów w środowisku testowym o niewystarczających parametrach;
 - pomijanie właściwych protokołów testowych.

WAŻNE UWAGI

- Należy zwracać uwagę na zmieniające się przepisy prawne odnoszące się do standardów jakości produktów i zawsze starać się rozumieć te ważne wymogi. Ważne jest, aby krytycznie obserwować działania firmy aż do uzyskania pewności, że firma wytwarza produkty w pełni zgodne ze standardami jakości.
- Należy być wyczulonym na skargi ze strony grup konsumentów, organów nadzorujących lub konkurencji odnoszące się do zgodności ze standardami jakości produktów lub błędów na oznakowaniach produktów.
- Należy uważać na zmiany wprowadzone przez dostawców dotyczące konstrukcji, umów lub procesów produkcji. Takie zmiany mogą niekorzystnie wpłynąć na surowce, które nam przysyłają, powodując problemy podczas naszych własnych procesów produkcyjnych.
- Projektując inne wersje naszych produktów, poważniejsze zmiany w stosunku do modelu podstawowego należy wprowadzać z ostrożnością, zwracając też uwagę, by informacje o tego rodzaju zmianach były właściwie przekazywane. Konieczne jest też sprawdzenie, czy zmiany wprowadzone w nowej wersji danego modelu nie wymagają uzyskania osobnego certyfikatu zgodności z normami.

ODPOWIEDZIALNA NAPRAWA PRODUKTÓW

W ramach obsługi klientów codziennie dokonujemy naprawy ogromnej liczby produktów, które zostały zwrócone lub oddane do naprawy. Produkty te wyglądają i działają idealnie, może się więc zdawać, że nie ma powodu, by ich nie przepakować i ponownie sprzedać jako nowe produkty. Jednakże, należy pamiętać o kilku kwestiach:

- Mimo że nasze naprawione produkty z punktu widzenia funkcjonalności nie różnią się niczym od nowych produktów, zgodnie z prawem należy uznać je za „używane” i nie wolno sprzedawać ich jako nowe produkty. Należy dopilnować, aby klienci kupujący nasze naprawione produkty mieli świadomość, że kupują produkty, które zostały poddane naprawie.
- Większość klientów oczekuje, że ich produkty oddane do serwisu zostaną naprawione z użyciem nowych części. W przypadku postępowania niezgodnego z tym oczekiwaniem należy zaznaczyć to w gwarancji produktu, co pozwoli zmniejszyć ryzyko nieporozumień.

OPIS PRZYPADKU

Pracujesz w dziale kontaktów z klientami i jednym z Twoich obowiązków jest analizowanie danych zebranych za pośrednictwem naszych telefonicznych centrów obsługi w celu poprawienia jakości naszych produktów. Mieszczący się za granicą dział marketingu potrzebuje nieprzetworzonych danych dotyczących klientów, aby opracować strategię marketingową dotyczącą wprowadzenia na rynek nowego produktu. Wiesz, że nasze telefoniczne centra obsługi przed zadaniem pytań klientom muszą uzyskać ich zgodę. Zastanawiasz się, czy masz prawo przekazać te dane działowi marketingu.

Jak podjąć właściwą decyzję?



OCHRONA I POUFNOŚĆ DANYCH OSOBOWYCH

Wraz z poszerzaniem zasięgu naszej działalności w coraz większym stopniu wykorzystujemy dane osobowe naszych klientów. Choć nowoczesne technologie pozwalają na coraz łatwiejszy dostęp do danych osobowych i coraz szybsze ich przekazywanie, jednocześnie zwiększa to ryzyko ich niewłaściwego wykorzystania. Nasi klienci ufają, że będziemy chronić dane osobowe, które nam udostępniają, przed niewłaściwym wykorzystaniem lub ujawnieniem. Wykazując się uczciwością i doceniając zaufanie, jakim obdarzają nas klienci, zachęcamy ich, aby nadal przekazywali nam swoje dane osobowe, co z kolei pozwala nam wykreować większą wartość dla klienta.



NASZ STANDARD

Znajomość i przestrzeganie odpowiednich przepisów prawnych oraz zasad firmowych w zakresie odpowiedzialnego zbierania danych osobowych klientów, ich udostępniania oraz przetwarzania

PODSTAWOWE INFORMACJE

Dane osobowe definiuje się jako symbole, tekst, obrazy, dane audio/wideo i inne dane, których można użyć osobno lub w połączeniu z innymi informacjami, aby zidentyfikować żyjącą osobę. To oznacza, że danymi osobowymi są m.in.:

- osobiste dane identyfikacyjne, takie jak numer ubezpieczenia społecznego i numer prawa jazdy;
- różne dane, które same w sobie nie pozwalają na zidentyfikowanie jakiejś osoby, takie jak wiek, stan cywilny, wyznanie religijne, zawód, a nawet zainteresowania czy hobby.

Aby ochronić dane osobowe przed nieautoryzowanym ujawnieniem, traktujemy je jak poufne dane firmowe.

Ważne informacje na ten temat znajdują się także w sekcji „**Bezpieczeństwo i poufność informacji**”, na str. 66.

Pracownicy działów obsługi klienta, informatycznego, sprzedaży, dystrybucji oraz logistyki i innych działów, którzy często mają dostęp do danych osobowych klienta, mają szczególne obowiązki wynikające z wytycznych **Corporate Personal Information Protection Rules**, mających zapewnić odpowiedzialne traktowanie tego rodzaju informacji.



ROZWIĄZANIE

Opracowanie skutecznych strategii marketingowych jest jednym z naszych priorytetów. Jednak odpowiedzialne postępowanie z danymi osobowymi i przestrzeganie przepisów związanych z ochroną danych jest równie ważne. Zgoda na użycie danych osobowych zazwyczaj ogranicza się do ich wykorzystania w określonym celu. Udostępniając dane osobowe, musimy brać pod uwagę te ograniczenia. Jest to wyraz naszej uczciwości w stosunku do klientów. Firma może także być zobowiązana do przestrzegania pewnych przepisów prawnych związanych z przesyłaniem danych osobowych poza granice kraju. Dotyczy to zwłaszcza danych klientów z krajów Unii Europejskiej.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Uzyskiwanie dostępu do danych osobowych klientów oraz wykorzystywanie i przechowywanie ich jedynie w celach związanych z działalnością firmy. Przestrzeganie zasad dotyczących sposobu, w jaki firma ma prawo wykorzystywać te dane.
- Przestrzeganie procedur dotyczących udostępniania danych osobowych podmiotom zewnętrznym lub zagranicznym (zwłaszcza przepisów obowiązujących w Unii Europejskiej). Pilnowanie, by dane osobowe były przekazywane jedynie wtedy, gdy jest to konieczne, i gdy właściciel wcześniej wyraził na to zgodę.
- Zabezpieczanie uzyskanych danych osobowych w taki sam sposób, w jaki chronione są poufne informacje firmowe. Na przykład nie należy pozostawiać plików lub akt zawierających takie informacje bez zabezpieczenia ani udostępniać ich współpracownikom bez uzasadnionej potrzeby biznesowej.
- Szanowanie praw osoby, której dane dotyczą. Obejmuje to prawo do przeglądania, modyfikowania i niszczenia danych osobowych przekazanych firmie oraz do wycofywania zgody na ich użytkowanie.
- Zgłaszanie przypadków nieuzasadnionego ujawnienia danych osobowych lub ich utraty albo modyfikacji.
- Przestrzeganie zakazu udostępniania, modyfikowania czy niszczenia danych osobowych bez wymaganej zgody ich właściciela.
- Nieprzekazywanie danych osobowych poza granice kraju, w którym zostały zebrane, chyba, że ma się pewność, że pozwalają na to lokalne przepisy prawne.
- Nieprzyjmowanie danych osobowych od partnerów biznesowych bez wiedzy na temat zastosowania i celu, w jakich partner wyraża zgodę na użytkowanie tych danych.
- Nieprzechowywanie w komputerze danych osobowych, które są niepotrzebne lub niezwiązane z wykonywaną pracą. Jeśli dane te są związane z pracą, kasuj je natychmiast po wykonaniu zadania.

WAŻNE UWAGI

- Nie wszystkie dane osobowe są uzyskiwane przez oficjalne kanały, takie jak witryny internetowe firmy. Nawet zwyczajne dokumenty służbowe i materiały, których – nie zastanawiając się nad nimi – używamy podczas codziennych zajęć, mogą zawierać dane osobowe. Dobrą praktyką jest kasowanie wszelkich danych osobowych lub zastępowanie ich danymi anonimowymi podczas udostępniania tego rodzaju dokumentów w obrębie firmy lub poza nią.
- Należy uważać na następujące dane:
 - nazwiska i imiona klientów oraz dane kontaktowe przekazywane partnerom dystrybucyjnym i dostawcom podczas codziennych kontaktów biznesowych;
 - dane w ankietach, informacje związane ze skargami ze strony klientów i inne dane używane do celów marketingowych oraz kontroli jakości;
 - dane osobowe i inne dane zawarte w produktach zwracanych przez klientów do firmy, takich jak telefony komórkowe czy komputery.

ORGANIZACJA NAJLEPSZA

dla naszych pracowników

26	Równe szanse w zatrudnieniu
29	Środowisko pracy oparte na wzajemnym szacunku
32	Zdrowe i bezpieczne miejsce pracy

Mocno wierzymy, że ludzie są naszym najcenniejszym zasobem i że szacunek dla indywidualnej kreatywności i inicjatywy jest podstawą kreowania przez nas wartości dla naszych klientów. Wyrazem tych przekonań jest nasza zasada „Respecting Human Dignity”. Pozwala ona tworzyć przyjazne środowisko pracy, które sprzyja powstawaniu kreatywnych rozwiązań. Najlepiej służymy naszym klientom i innym interesariuszom, gdy okazujemy szacunek współpracownikom i gdy dbamy o bezpieczne, oparte na uczciwości środowisko pracy, w którym jest miejsce na różnorodność.



OPIS PRZYPADKU

Dwoje spośród Twoich pracowników – kobieta i mężczyzna – spełnia warunki do awansu na stanowisko kierownicze. Oboje mają taki sam staż i podobne doświadczenie oraz wykształcenie. Pracownikiem o lepszych wynikach jest kobieta. W Twoim dziale zawsze było zatrudnionych niewiele kobiet i żadna z nich nie pracowała na stanowisku kierowniczym. Zastanawiasz się, czy kobieta potrafi poradzić sobie w roli przełożonego w dziale, który nie jest przyzwyczajony do zarządzania przez kobietę.

Jak podjąć właściwą decyzję?

RÓWNE SZANSE W ZATRUDNIENIU

Jesteśmy przekonani, że zasada „Respecting Human Dignity” powinna obejmować wszystkich naszych pracowników bez wyjątku. Podejmując sprawiedliwe i uczciwe decyzje dotyczące zatrudnienia i zapewniając pracownikom równe szanse, łatwiej przyciągniemy osoby uzdolnione, zatrzymamy je w firmie i pomożemy im rozwijać ich indywidualne talenty. Będzie to również sprzyjało powstawaniu twórczych pomysłów. Takie postępowanie pomoże nam stworzyć przyjazne środowisko pracy oparte na wzajemnym szacunku i zachęci pracowników do kreatywności, która służy zarówno naszym klientom, jak i innym interesariuszom.

NASZ STANDARD



Podjmując decyzje związane z zatrudnieniem należy brać pod uwagę jedynie kwestie biznesowe oraz umiejętności i wyniki danej osoby

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Wszystkie decyzje dotyczące rekrutacji, zatrudnienia, wynagradzania, świadczeń, edukacji, awansu, przydziału obowiązków lub zmiany przydziału obowiązków, uczestnictwa w programach socjalnych lub rekreacyjnych należy podejmować w oparciu o potrzeby firmy oraz kwalifikacje danego pracownika.
- Podjmując decyzje o zatrudnieniu, należy mieć pewność, że w pełni rozumie się wymagania związane z danym stanowiskiem pracy – pomoże to uniknąć decyzji opartych na nieistotnych lub niewłaściwych przesłankach.
- Osoby przeprowadzające rozmowy kwalifikacyjne z kandydatami powinny wiedzieć, zadawanie jakich pytań jest niewłaściwe i niestosowne oraz może sugerować kierowanie się uprzedzeniami przy podejmowaniu decyzji o zatrudnieniu. Na przykład w wielu krajach nie należy pytać kandydata o wyznanie religijne, stan cywilny i o to, czy ma dzieci. W razie wątpliwości należy poprosić o pomoc pracownika działu kadr lub działu prawnego.
- Nigdy nie kieruj się nieistotnymi czynnikami, które nie mają związku z danym stanowiskiem pracy. Czynniki, którymi nie należy się kierować, to m.in.:
 - Wiek
 - Rasa
 - Kolor skóry
 - Płeć
 - Wyznanie religijne
 - Narodowość i pochodzenie etniczne
 - Orientacja seksualna
 - Niepełnosprawność
 - Inne czynniki niezwiązane ze stanowiskiem

ROZWIĄZANIE

Troska przełożonego o przyszłe sukcesy działu, którym kieruje, jest czymś właściwym. Podobnie należy dbać o sukcesy swoich podwładnych i ich wkład w powodzenie firmy. Zasada „Respecting Human Dignity” wymaga od nas traktowania pracowników w oparciu o ich kwalifikacje i zdolności oraz pomijania kwestii nieistotnych. Nasza misja służenia klientom powinna prowadzić do wyboru osób, które pomogą nam osiągnąć ten cel. Należy wybierać najlepszych kandydatów na dane stanowisko, a następnie pomagać im odnosić sukcesy w nowej roli.





WAŻNE UWAGI

- Należy zachować ostrożność, jeśli ktoś sugeruje, że tylko osoba o określonej płci, wieku czy pochodzeniu dysponuje odpowiednimi kwalifikacjami do wykonywania danej pracy. W niektórych przypadkach z danym stanowiskiem mogą wiązać się pewne konkretne wymagania, np. kandydat musi być w stanie dźwigać ciężary. Takie wymogi powinny zostać uwzględnione w oficjalnym opisie danego stanowiska i muszą mieć logicznie uzasadnienie wynikające z obowiązków związanych z tym stanowiskiem. Jednak opis stanowiska pracy nie powinien zawierać żadnych z nieistotnych czynników wymienionych w sekcji „Właściwy sposób postępowania”.
- Należy zachować ostrożność wobec zaleceń wynajęcia kontrahenta lub innej firmy zewnętrznej w oparciu o wyżej wymienione nieistotne czynniki. Zobowiązanie firmy do przestrzegania zasad równych szans obejmuje wszystkie osoby, które wykonują pracę dla firmy.
- W niektórych jednostkach biznesowych, działach czy zespołach pracowników mogą obowiązywać różne zasady dotyczące takich praktyk pracowniczych, jak zwolnienia lekarskie czy urlopy macierzyńskie. Te różnice mogą wynikać z lokalnych przepisów prawnych lub praktyk. We wszystkich przypadkach zasady te powinny mieć formę pisemną i być zgodne z lokalnymi wymogami prawnymi.
- Pojęcie „różnorodność” odnosi się nie tylko do pochodzenia danej osoby, ale także do jej poglądów i przekonań. Należy aktywnie propagować różnorodność we wszystkich możliwych jej formach, aby pomóc stworzyć w firmie środowisko sprzyjające powstawaniu twórczych i nowatorskich rozwiązań.



OPIS PRZYPADKU

Jesteś nowym kierownikiem małego zespołu. Poznając swoich nowych podwładnych, zauważyłeś, że niektórzy członkowie tej grupy opowiadają żarty i wygłaszają komentarze, które są niestosowne w miejscu pracy. Wydaje się jednak, że żaden z tych nowych pracowników nie ma świadomości, że takie zachowanie stanowi jakiś problem. Niektórzy nawet mówią, że to spaja zespół. Wahasz się, czy wprowadzić zmiany w kulturze zespołu, który wydaje się dobrze pracować.

Jak podjąć właściwą decyzję?



ŚRODOWISKO PRACY OPARTE NA WZAJEMNYM SZACUNKU

Cenimy środowisko pracy, w którym wszyscy pracownicy liczą się ze sobą nawzajem i podczas wykonywania codziennych zajęć okazują sobie szacunek. Taka postawa daje współpracownikom poczucie bezpieczeństwa, zachęcając ich do zgłaszania nowych pomysłów, konstruktywnego podważania rutynowych sposobów myślenia i pracy ze świadomością, że ich wkład zostanie doceniony przez innych. Przyjazne środowisko pracy daje jednostkom poczucie, że ich praca nie jest pozbawiona sensu, co pozwala im w większym stopniu spełniać się zawodowo i osobiście, zaś firmie umożliwia wprowadzanie nowatorskich rozwiązań i lepsze słuźenie interesariuszom.



NASZ STANDARD

Traktowanie współpracowników oraz innych osób z szacunkiem i delikatnością, a także przestrzeganie zakazu postępowania w sposób, który mógłby zostać odczytany jako obraźliwy czy nieprzyjazny. Nie zezwalamy na nękanie, wykorzystywanie czy zastraszanie współpracowników ani innych osób

PODSTAWOWE INFORMACJE

Niewłaściwe zachowanie może dotyczyć poniżania osoby ze względu na jej wiek, przynależność rasową, kolor skóry, płeć, wyznanie religijne, narodowość, pochodzenie etniczne, orientację seksualną, niepełnosprawność lub inne cechy osobiste.

Może obejmować:

- to, co mówimy do innych osób, np. komentarze lub żarty, a nawet sposób, w jaki coś mówimy;
- kontakt fizyczny lub wzrokowy oraz gesty;
- korzystanie z technologii, np. przekazywanie niewłaściwych treści za pomocą telefonu, w wiadomościach tekstowych lub elektronicznych albo korzystanie z nieodpowiednich witryn internetowych.

Niewłaściwe postępowanie obejmuje także molestowanie seksualne lub niemile widziane, nacechowane seksualnie działania, komentarze lub sugestie. Takie działania mogą być związane z warunkami zatrudnienia (np. z wynagrodzeniem, awansem, przydziałem zadań) lub z chęcią czy niechęcią danej osoby do uczestniczenia w jakiejś sytuacji bądź relacji o charakterze seksualnym. Nieodpowiednim zachowaniem mogą być także działania, które powodują, że środowisko pracy staje się nieprzyjazne dla innych.

Podejrzenia niewłaściwego zachowania należy zgłaszać: w przypadku zaobserwowania lub doświadczenia jakiegokolwiek formy nękania, należy zgłosić to przełożonemu lub pracownikowi działu kadr. Firma bezzwłocznie przeanalizuje wszelkie raporty i podejmie odpowiednie działania naprawcze. Firma surowo zakazuje wszelkich działań odwetowych przeciwko każdemu, kto w dobrej wierze zgłosi podejrzenie niewłaściwego postępowania.



ROZWIĄZANIE

Osoby na stanowiskach kierowniczych ponoszą odpowiedzialność za tworzenie środowiska pracy opartego na wzajemnym szacunku. Oznacza to nie tylko zajmowanie się indywidualnymi przypadkami niewłaściwego postępowania, ale także budowanie atmosfery, w której nieodpowiednie zachowania nie będą tolerowane w żadnej formie. Należy zdawać sobie sprawę, że nigdy nie można mieć pewności, czy dana osoba czuje się nękana lub poniżana przez nieodpowiednie postępowanie ze strony innych. Z tego względu musimy skupić się na tym, czy dane zachowanie jest obiektywnie „niewłaściwe”, a nie na tym, czy jest akceptowane przez innych. Fakt, że wszyscy w zespole są przyzwyczajeni do niewłaściwego zachowania, nie oznacza, że powinno ono być tolerowane.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Okazywanie szacunku i delikatności w relacjach ze współpracownikami i innymi osobami.
- Zwracanie uwagi, jak inni reagują na nasze słowa i postępowanie.
- Zgłaszanie przełożonemu lub odpowiedniemu pracownikowi działu kadr przypadków nękania oraz innych niewłaściwych zachowań, których jest się świadkiem.
- W przypadku osób na stanowiskach kierowniczych – szczególne wyczulenie na niewłaściwe postępowanie własne i podwładnych.
- Przestrzeganie zakazu postępowania w sposób, który inni mogą uznać za formę nękania, zastraszania, nadużywania władzy czy wrogości. Należy unikać m.in.:
 - używania pogardliwych określeń podczas komunikowania się z innymi czy opowiadania niewłaściwych dowcipów;
 - wykonywania gestów pogardliwych w stosunku do innych osób.
- Przestrzeganie zakazu używania telefonu, poczty e-mail, komputera, Internetu czy innych technologii do pokazywania czy przekazywania niewłaściwych treści.
- Przestrzeganie zakazu postępowania w sposób, który mógłby przyczynić się do tworzenia nieprzyjaznego środowiska pracy lub który sugerowałby komuś, że w ramach obowiązków służbowych musi zaangażować się w jakiegokolwiek czynności seksualne.

WAŻNE UWAGI

- Należy pamiętać, że inni mogą przypadkiem usłyszeć lub w jakiś inny sposób dowiedzieć się, co pracownik mówi. Dlatego nawet podczas prywatnych rozmów z przyjaciółmi warto unikać niewłaściwych komentarzy, które można by uznać za obraźliwe.
- W każdym regionie i kraju obowiązują inne zwyczaje i formy właściwego zachowania. Podczas podróży służbowych lub pracy poza krajem ojczystym trzeba starać się zrozumieć różnice kulturowe i uważać na nie. Należy mieć świadomość, że zachowanie, które jest właściwe w kraju ojczystym, może być nieodpowiednie w innym kraju.
- Fakt zajmowania stanowiska kierowniczego może mieć wpływ na akceptację zachowania pracownika przez innych. Dlatego należy zwracać szczególną uwagę na postępowanie względem swoich podwładnych oraz kierowane do nich słowa.
- Należy też zwracać uwagę na właściwe zachowanie wobec innych pracowników. Dotyczy to zarówno mężczyzn, jak i kobiet.



OPIS PRZYPADKU

W trakcie kilku lat Twojej pracy w firmie nigdy nie widziałeś nikogo, kto by zachorował czy odniósł obrażenia podczas pracy. Ponieważ przepisy prawne w Twoim kraju nie wymagają stosowania rygorystycznych środków bezpieczeństwa, a ryzyko nałożenia kary przez organ nadzorujący jest niskie, zastanawiasz się nad ominięciem niektórych zasad, które w lokalnych warunkach wydają się zbyt rygorystyczne.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ZDROWE I BEZPIECZNE MIEJSCE PRACY

Wspaniałe środowisko pracy to środowisko, w którym zdrowie i bezpieczeństwo pracownika jest sprawą priorytetową. Przyjęta przez nas zasada „Respecting Human Dignity” oznacza również wzięcie odpowiedzialności za środowisko pracy. Wyrażamy ją, dbając o dobro tych, którzy współużytkują nasze miejsce pracy, oraz o dobro nas samych. Ponieważ stawką jest dobro współpracowników, nie wystarczy nam jedynie zgodność z przepisami – naszym celem zawsze jest rygorystyczne dbanie o zdrowe i bezpieczne miejsce pracy. Konsekwentnie przestrzegając zasad, jesteśmy w stanie zapobiec wypadkom i obrażeniom. Zdrowie oraz bezpieczeństwo pracowników to nasz priorytet i żadne inne cele firmy nigdy nie mogą stać się od niego ważniejsze.

NASZ STANDARD



Działanie zawsze w zgodzie z odpowiednimi przepisami oraz zasadami dotyczącymi bezpieczeństwa i higieny pracy, a także zachęcanie do tego samego współpracowników

PODSTAWOWE INFORMACJE

Firma nieustannie dokłada starań, aby zwiększać bezpieczeństwo oraz higienę pracy, tworząc zasady i procedury sprzyjające tworzeniu zdrowego, bezpiecznego miejsca pracy, które odpowiada standardom branżowym, a także wszystkim innym stosownym lokalnym przepisom i wymogom prawnym. Celem tych wysiłków jest ograniczenie ryzyka, że zdrowie naszych pracowników lub partnerów biznesowych zostanie zagrożone, mienie firmy uszkodzone, a jej reputacja narażona na szwank. Promujemy stosowanie dobrych praktyk w całym łańcuchu dostaw oraz w odniesieniu do produktów i usług, które oferujemy klientom.

Aby osiągnąć te cele, kierownictwo każdej jednostki biznesowej ma obowiązek przeszkolić pracowników w zakresie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy obowiązujących w firmie oraz zachęcić ich do przestrzegania tych reguł. Pracownicy i kierownicy powinni zapoznać się z dokumentem **Global EESH Codes**, aby dowiedzieć się więcej na temat oczekiwań firmy w tym zakresie oraz tego, jak je spełnić.



ROZWIĄZANIE

Jesteśmy jako firma dumni z dobrej opinii w zakresie przestrzegania zasad bezpieczeństwa i higieny pracy. Rzadko mamy w tej dziedzinie problemy, ponieważ stosujemy środki zapobiegawcze i skutecznie wdrażamy dobre praktyki dotyczące BHP. Nie zdajemy się na tutejsze szczęście. Stosujemy zasadę „Respecting Human Dignity”, której częścią jest dbałość o zdrowie oraz bezpieczeństwo innych i nasze własne. Obowiązujące w firmie Polityka środowiskowa i Polityka bezpieczeństwa i higieny pracy są wyrazem naszej troski o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników w każdym miejscu pracy. Przestrzeganie tych zasad jest bardzo ważne, niezależnie od tego, jak błahę się wydają. Należy pamiętać, że nawet te reguły, które wydają się najbardziej nieistotne, zostały utworzone z określonych powodów.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Zgłaszanie wypadków i obrażeń w miejscu pracy oraz innych sytuacji, w których zdrowie pracowników jest zagrożone.
- Używanie sprzętu ochronnego zgodnie z wymogami BHP.
- Uczestnictwo w wymaganych szkoleniach na temat bezpieczeństwa i higieny w miejscu pracy.
- Dokładne rejestrowanie danych i zgłaszanie sytuacji, które mają wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo pracowników.
- Współpraca z dostawcami i innymi partnerami biznesowymi w kwestii promowania bezpieczeństwa oraz higieny w miejscu pracy – zarówno w naszej firmie, jak i w ich firmach.
- Rygorystyczne przestrzeganie zasad dotyczących zdrowia i bezpieczeństwa w miejscu pracy, nawet gdyby zagrażałoby to realizacji innych celów biznesowych (w tym również tych o wysokim priorytecie). W przypadku konfliktu priorytetów sprawę należy omówić z przełożonym.
- Nierozpoczynanie żadnej czynności w przypadku braku pewności co do wymaganych procedur dotyczących ochrony zdrowia i bezpieczeństwa.

WAŻNE UWAGI

- Wypadki często zdarzają się osobom, które pracują w firmie od lat, a nie tylko nowym pracownikom. Z tego względu należy zawsze zwracać uwagę na bezpieczeństwo, aby chronić siebie i innych. Należy też uważać, by nie stać się złym przykładem dla innych.
- Osoby współpracujące z dostawcami lub innymi partnerami biznesowymi powinny w razie przebywania w ich siedzibie zapoznać się z obowiązującymi tam praktykami BHP.
- Należy też zwracać uwagę na swój aktualny stan zdrowia (brak odpowiedniego wypoczynku, zażywanie leków), jeśli może on wpłynąć na zdrowie lub bezpieczeństwo pracownika i innych osób. Wypadki zdarzają się wtedy, kiedy się ich najmniej spodziewamy i zaczynamy lekceważyć warunki bezpieczeństwa. Jeśli wydaje się pracownikowi, że jego obecny stan zdrowia nie jest odpowiedni do pracy, należy porozmawiać z przełożonym.



UCZCIWE POSTĘPOWANIE

w stosunku do partnerów biznesowych
i innych podmiotów

38	Odpowiedzialne pozyskiwanie informacji na temat konkurencji
41	Właściwe korzystanie z informacji należących do innych podmiotów
43	Uczciwa konkurencja
45	Postępowanie w stosunku do konkurencji
48	Postępowanie w stosunku do partnerów dystrybucyjnych i dostawców
51	Odpowiedzialne przekazywanie informacji
54	Respektowanie praw własności intelektualnej
56	Zakaz wręczania łąpówek i dokonywania niewłaściwych płatności

Efektywna praca na rzecz naszych klientów zależy od naszej zdolności do nawiązywania i utrzymywania relacji z klientami, dostawcami, partnerami dystrybucyjnymi i kontrahentami z całego świata. Uczciwość, równe szanse i „gra zgodna z regułami” to wartości, jakimi kierujemy się zarówno w naszych kontaktach z partnerami biznesowymi, jak i innymi podmiotami. Jesteśmy oddani tym wartościom. Postępując uczciwie i dbając o równe szanse dla wszystkich, budujemy związki oparte na wzajemnym szacunku i zaufaniu. Uznajemy za sukces tylko to, co zostało osiągnięte w uczciwy sposób. Tworzymy środowisko biznesowe, w którym docenia się nowatorskie rozwiązania i kreatywność, ponieważ służą one naszym klientom.



OPIS PRZYPADKU

Podczas rozmowy kwalifikacyjnej pracownica konkurencyjnej firmy pokazała Ci materiały dotyczące jej obecnej pracy. Materiały te wyglądały na poufne informacje konkurencji, które prawdopodobnie bardzo by pomogły Twojemu działowi w rywalizacji. To, że te informacje trafiły w Twoje ręce, nie było Twoją winą. Zastanawiasz się więc, czy poprosić kandydatkę, aby zostawiła Ci te materiały, ponieważ „pozwole to lepiej ocenić jej kandydatkę”.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ODPOWIEDZIALNE POZYSKIWANIE INFORMACJI NA TEMAT KONKURENCJI

Zrozumienie potrzeb naszych klientów jest dla nas sprawą kluczową. Analizujemy informacje o konkurencji i inne informacje na temat rynku, aby rozpoznać potrzeby klientów i ocenić, jak powinniśmy dostosować lub udoskonalić nasze produkty i usługi. Postępując w ten sposób, okazujemy szacunek dla praw firm konkurencyjnych oraz zasad uczciwej konkurencji. Pokazując, że możemy wygrać zgodnie z regułami fair play, podtrzymujemy naszą reputację jako firmy, która opiera się na uczciwości i wysokiej jakości.

NASZ STANDARD



Zbieranie i wykorzystywanie jedynie tych informacji o konkurencji, które pochodzą z oficjalnych źródeł i do których mamy prawo dostępu

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Korzystanie tylko z materiałów opublikowanych lub powszechnie dostępnych jako źródeł informacji o konkurencji. Mogą to być m.in. raporty badawcze, materiały marketingowe czy gazety.
- Pilnowanie, by podmioty, od których otrzymujemy informacje o konkurencji, rozumiwały, że nasza firma korzysta jedynie z informacji uzyskanych w sposób legalny.
- Podczas rozmowy z obecnymi czy potencjalnymi klientami o ich potrzebach zwracanie uwagi, by informacje, jakie nam przekazują, nie były poufne. Wyjątkiem jest sytuacja, gdy mamy uprawnienia dostępu do tych poufnych informacji.
- Informowanie nowych pracowników, że muszą stosować się do wszelkich umów prawnych dotyczących ochrony poufności informacji lub innych zobowiązań, jakie mają wobec poprzednich pracodawców lub podmiotów trzecich.
- W przypadku zatrudnienia osoby, która wcześniej pracowała dla konkurencji, przestrzeganie zakazu zwracania się do takiego pracownika z prośbą, aby ujawnił poufne informacje dotyczące poprzedniego pracodawcy.
- Nieprzyjmowanie informacji na temat konkurencji bezpośrednio od firmy konkurencyjnej. Byłby to nie tylko nielegalny sposób pozyskania informacji o konkurencji, ale także wymiana informacji z firmą konkurencyjną sugerująca, że istnieje jakiś nieoficjalny rodzaj umowy między konkurencyjnymi podmiotami. Ważne informacje na ten temat znajdują się także w sekcji „**Postępowanie w stosunku do konkurencji**”, na str. 45.
- Nie wolno kłamać ani podawać się za kogoś innego w celu uzyskania informacji o konkurencji.
- Nie wolno też zlecać ośrodkom badania rynku, firmom konsultingowym czy innym podmiotom trzecim działań niedozwolonych.
- Nigdy nie należy prosić partnera biznesowego o przekazanie informacji o konkurencji, które zostały mu przekazane w zaufaniu. Nie wolno też przyjmować tego typu informacji.

ROZWIĄZANIE

Ciężka praca, nowatorskie pomysły i zdolność do rozumienia potrzeb klientów to podstawa naszej konkurencyjności. Nie są nią nieoficjalnie informacje. O ile omówienie pewnych spraw z nowym pracownikiem, takich jak doświadczenie zawodowe tej osoby i jej ogólna wiedza fachowa, jest właściwe, nie należy prosić takiej osoby o ujawnienie poufnych danych należących do innej firmy ani złamanie obowiązku ochrony pewnych tajnych informacji. Jeśli wejdiesz w posiadanie poufnych informacji związanych z konkurencją, skontaktuj się z działem prawnym, aby uniknąć wszelkich podejrzeń, że informacje te zostały zdobyte w niewłaściwy sposób.





WAŻNE UWAGI

- Przed zapytaniem o informacje o konkurencji lub przyjęciem informacji tego typu od naszego agenta, detalisty, dystrybutora czy konsultanta, który wcześniej pracował dla konkurencyjnej firmy, należy rozważyć właściwość takiego postępowania i skonsultować się z działem prawnym.
- Należy zachować ostrożność wobec agenta, detalisty, dystrybutora czy innego podmiotu trzeciego, który nie chce zdradzić źródła informacji o konkurencji. Może to oznaczać, że informacje te zostały zdobyte w nielegalny sposób.
- Informacje o konkurencji, które pojawiają się nieoczekiwanie z anonimowego źródła, należy zawsze traktować ostrożnie. Przed przejrzaniem takich informacji należy skonsultować się z działem prawnym.



OPIS PRZYPADKU

Na swoim biurku znajdujesz pakiet materiałów poufnych, które należą do jednego z partnerów biznesowych. Masz świadomość, że nasi partnerzy często udzielają nam informacji o swoich planach i produktach, aby promować nowe rodzaje współpracy biznesowej między naszymi firmami. Informacje te będą pomocne, ponieważ zamierzasz wprowadzić na rynek nowy produkt.

Jak podjąć właściwą decyzję?



WŁAŚCIWE KORZYSTANIE Z INFORMACJI NALEŻĄCYCH DO INNYCH PODMIOTÓW

Uczciwość w stosunku do naszych partnerów biznesowych oznacza dotrzymanie umów i respektowanie ich praw oraz interesów. Podobnie jak my oczekujemy, że inni będą szanować nasze prawo do ochrony poufnych informacji, tak też sami staramy się odpowiednio traktować informacje należące do naszych klientów, partnerów dystrybucyjnych, dostawców i innych partnerów biznesowych.



NASZ STANDARD

Ostrożność w pozyskiwaniu, wykorzystywaniu i przekazywaniu informacji należących do innych i postępowanie w tym zakresie zgodnie z wytycznymi dotyczącymi właściwego ich użytkowania

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Zachowywanie ostrożności podczas przyjmowania informacji poufnych odnoszących się do potencjalnej konkurencji, ponieważ może to zrodzić konflikt dotyczący tego, kto jako pierwszy wpadł na dany pomysł.
- Pytanie klientów i partnerów biznesowych o warunki użytkowania poufnych informacji, które dostarczają naszej firmie w celach biznesowych.
- W przypadku przekazywania informacji dotyczących innych podmiotów – jasne informowanie, że należą one do ich właścicieli.
- Zabezpieczenie się umową o zachowaniu poufności przed przyjęciem informacji poufnych. W razie wątpliwości należy zawsze skontaktować się z działem prawnym.
- Niekorzystanie z informacji poufnych należących do innego podmiotu bez znajomości wytycznych lub ograniczeń dotyczących ich właściwego wykorzystywania.

WAŻNE UWAGI

- Przed przyjęciem poufnych informacji dotyczących partnera biznesowego należy zapoznać się z warunkami ich użytkowania, które ta firma zaakceptowała. Należy też upewnić się, że nasza firma jest w stanie zastosować się do tych warunków i że nie ograniczają one w nieoczekiwany sposób naszej działalności, np. zawężając firmie możliwość wprowadzenia do oferty podobnego produktu czy idei biznesowej.
- Należy pamiętać o ostrożności w stosunku do wszelkich informacji, które wydają się być publicznie niedostępne, nie należą do firmy i co do których nie ma pewności, kto jest ich właścicielem. Może to być znak, że nie zostały one pozyskane od innej firmy we właściwy sposób. Nigdy nie należy zakładać, że współpracownicy przeanalizowali już te informacje pod kątem tych wytycznych.



ROZWIĄZANIE

Warto skonsultować się z działem prawnym, jeśli nie wiadomo, jakie jest źródło informacji lub jeśli nie ma żadnych wskazówek co do tego, jakie prawo firma ma do ich wykorzystywania. Akceptowanie informacji poufnych może wymagać od firmy przestrzegania pewnych zobowiązań w stosunku do partnera, a firma może nie chcieć zaakceptować takich warunków. Choć dane informacje mogły zostać pozyskane we właściwy sposób i firma może mieć prawo ich użytkowania, weryfikowanie warunków i praw z nimi związanych to wyraz uczciwości i szacunku dla naszego partnera biznesowego.



UCZCIWA KONKURENCJA

Mamy świadomość tego, jak ważna jest konkurencja rynkowa, która zachęca firmy do wprowadzania innowacyjnych rozwiązań najlepiej służących potrzebom naszych klientów oraz społeczeństwu. Dzięki przestrzeganiu zasad uczciwej konkurencji, która umożliwia rozwój konkurencyjnych rynków, zachowujemy naszą zdolność do innowacji i kreowania wartości dla klientów. Gdy stosujemy się do tych zasad, nie tylko lepiej służymy społeczeństwu, ale pomagamy naszej firmie i partnerom biznesowym wykreować większą wartość dla klienta. Przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji we wszystkich krajach, w których prowadzimy działalność, jest dla nas kwestią priorytetową. Nasze zobowiązanie do prowadzenia uczciwej konkurencji nie tylko buduje zaufanie ze strony naszych partnerów biznesowych i klientów, ale też pomaga nam stać się silniejszą i bardziej nowatorską firmą.



Przepisy związane z uczciwą konkurencją są dość złożone i różnią się w zależności od jurysdykcji. Czasami może być trudno określić, co jest, a co nie jest ich naruszeniem. W niektórych krajach obowiązują przepisy, które dotyczą również obszarów poza ich granicami i mogą narzucać bardziej restrykcyjne środki przymusu i kary.

Znajomości firmowej polityki dotyczącej uczciwej konkurencji oraz jej zastosowania w wykonywanej pracy **szczególnie** wymaga się od pracowników działów sprzedaży, marketingu, badawczo-rozwojowego, planowania produkcji oraz od personelu zajmującego się zaopatrywaniem w sprzęt lub surowce bądź negocjacjami z partnerami dystrybucyjnymi/dostawcami. **Więcej informacji na ten temat można znaleźć w dokumencie: Globalne wytyczne w zakresie uczciwej konkurencji LG Electronics.**

PODSTAWOWE INFORMACJE

Ogólnie zasady uczciwej konkurencji ograniczają następujące działania lub ich zakazują:

- zawieranie między firmami konkurencyjnymi albo między firmą a jej klientami, partnerami dystrybucyjnymi lub dostawcami umów lub porozumień, które w nieuczciwy sposób ograniczałyby konkurencję;
- nadużywanie przez firmę swojej pozycji w łańcuchu dostaw lub na rynku w celu zdobycia nieuczciwej przewagi nad innymi firmami, zwłaszcza w przypadku relacji z mniejszymi firmami;
- potencjalne fuzje, przejęcia, tworzenie spółek typu joint venture lub zawieranie innych przymierzy, które mogą ograniczyć uczciwą konkurencję, bez uprzedniej zgody i wiedzy rządu czy organów nadzorujących.

Jednostki, które naruszają zasady uczciwej konkurencji, podlegają karom sądowym, w tym surowym karom więzienia i bardzo dużym grzywnom. Dotyczy to wszystkich osób zaangażowanych w takie działania. Również konsekwencje dla firmy są bardzo surowe, ponieważ mogą obejmować ogromne kary dla korporacji, pozwy zbiorowe i restrykcje dotyczące sposobu prowadzenia działalności w danym kraju. Z powyższych względów firma z dużą ostrożnością podchodzi do działań biznesowych, które mogą naruszać te reguły.

Aby uniknąć problemów, należy stosować się do następujących wytycznych:

1. Sytuacje biznesowe należy oceniać w sposób niezależny, opierając decyzje na obiektywnej ocenie i uważnej analizie dostępnych faktów i opcji.
2. W przypadku uzyskania informacji o niezgodnym z prawem postępowaniu firmy konkurencyjnej należy poinformować o tym dział prawny naszej firmy.
3. W razie braku pewności, jakie działanie będzie właściwe, należy zwrócić się o pomoc do odpowiedniej osoby lub działu.
4. Dział prawny należy informować o wszelkich kontaktach z organami ścigania. Nie należy przekazywać żadnych dokumentów czy innych materiałów bez zgody działu prawnego.



OPIS PRZYPADKU

Jeden z partnerów dystrybucyjnych firmy prosi Cię o sprzedaż po bardzo niskiej cenie. Nie chce ustąpić i twierdzi, że firma konkurencyjna także sprzedała mu towar po takiej cenie, a nawet sugeruje, że cenę taką od razu mu zaproponowano. O ile na rynku nie nastąpiła jakaś poważna zapaść, o której nie wiesz, uważasz, że jest bardzo mało prawdopodobne, aby konkurencja zaproponowała taką cenę. Zastanawiasz się, czy nie zweryfikować tej ceny w konkurencyjnej firmie, aby upewnić się, że partner dystrybucyjny mówi prawdę.

Jak podjąć właściwą decyzję?



UCZCIWA KONKURENCJA: POSTĘPOWANIE W STOSUNKU DO KONKURENCJI

Szanujemy naszą konkurencję i pragniemy unikać sytuacji, w których mogą mieć miejsce niewłaściwe kontakty. Ogólnie rzecz biorąc, kontakty między firmami konkurencyjnymi mogą powodować wątpliwości co do uczciwej konkurencji. Naszym podstawowym obowiązkiem jest służyć klientom. Robimy to, przestrzegając zasad, które zachęcają nas do ciągłego doskonalenia produktów i odnoszenia sukcesów na silnym, konkurencyjnym rynku.



NASZ STANDARD

Nie zawieramy żadnych kontraktów, umów ani formalnych, nieformalnych czy dorozumianych porozumień z firmami konkurencyjnymi bez zgody działu prawnego. Przed podjęciem decyzji o wejściu firmy w relację z konkurencją należy zasięgnąć odpowiedniej porady. Organy nadzorujące mogą zinterpretować takie posunięcie jako naruszające zasady uczciwej konkurencji

PODSTAWOWE INFORMACJE

Niewłaściwe umowy nie muszą dotyczyć jedynie cen dla klientów. Umowy mogą dotyczyć wszystkich działań mogących mieć wpływ na cenę, takich jak:

- Ustalanie cen – uzgadnianie w dowolnej formie cen dla partnerów dystrybucyjnych lub klientów, w tym m.in. stosowanie formuł cenowych, obniżek i rabatów lub uzgadnianie cen dla dostawców.
- Zmowy przetargowe – uzgadnianie zawartości oferty składanej w ramach przetargu ogłaszanego przez klienta lub partnera biznesowego, np. uzgadnianie ceny lub innych warunków umieszczanych w ofercie przetargowej. Zazwyczaj praktyki takie stosuje się, aby dana firma konkurencyjna wygrała jeden przetarg, a inna – kolejny.
- Zawieranie umów dotyczących działań operacyjnych, produkcji lub dystrybucji – uzgadnianie poziomu produkcji/dystrybucji lub innych ograniczeń z nimi związanych albo uzgadnianie innych działań operacyjnych.
- Podział sektora rynkowego, obszaru lub klientów – umowy dotyczące podziału rynków, obszarów czy przydziału klientów w celu ograniczenia wpływu konkurencji.
- Grupowe bojkoty – umowa o nieprowadzeniu interesów z pewnymi klientami indywidualnymi lub z grupami klientów, dystrybutorów lub dostawców na przykład do momentu, gdy taka grupa nie zgodzi się na mniej korzystne ceny lub inne warunki.

Umowy takie nie muszą ani zostać zrealizowane, ani nawet nie muszą być zawarte z intencją wywiązania się z nich, aby były nielegalne. Nawet same próby zawarcia umowy, której żadna ze stron nie miała zamiaru dotrzymać, mogą być postrzegane jako spiskowanie w celu naruszenia przepisów o uczciwej konkurencji.



ROZWIĄZANIE

Wymiana informacji dotyczących cen z firmą konkurencyjną nigdy nie jest właściwym rozwiązaniem. Poza tym w większości krajów takie praktyki są nielegalne. Nasza pozycja na rynku i sposób działania powinny opierać się na naszych własnych decyzjach cenowych oraz, co ważniejsze, na prawdziwej wartości, jaką nasze produkty i usługi stanowią dla klientów. Musimy mieć świadomość, że możemy konkurować cenowo jedynie na podstawie danych pozyskanych legalnie.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Należy unikać udziału w spotkaniach z przedstawicielami firm konkurencyjnych, które nie mają określonego celu biznesowego lub ustalonego planu legalnych tematów dyskusji.
- W sytuacji, gdy na legalnym spotkaniu firm konkurencyjnych ktoś poruszy temat cen lub inne ryzykowne tematy należy:
 - jasno stwierdzić, że ta dyskusja jest niezgodna z polityką firmy;
 - opuścić spotkanie, upewniając się, że deklaracja i wyjście zostały zarejestrowane;
 - bezzwłocznie poinformować dział prawny o zaistniałej sytuacji.
- Nie należy wymieniać szczegółowych informacji z firmą konkurencyjną bez zgody działu prawnego lub bez ogólnej zgody firmy na regularną wymianę informacji tego rodzaju. Na przykład nie należy wymieniać informacji dotyczących:
 - ceny
 - wielkości produkcji
 - listy klientów
 - obszaru sprzedaży
 - warunków finansowania

WAŻNE UWAGI

- Należy unikać wszelkich rozmów, wymiany informacji czy innego rodzaju komunikacji z firmą konkurencyjną. Nawet najbardziej niewinne kontakty mogą zostać błędnie zinterpretowane i narazić na szwank reputację firmy.
- Pewne działania podejmowane we współpracy z firmami konkurencyjnymi, takie jak wspólne przedsięwzięcia lub prowadzenie programów badawczych, mogą być dozwolone, jeśli ich celem jest służenie klientom w sposób, którego żadna z firm nie mogłaby realizować samodzielnie. Jednakże przed zainicjowaniem pierwszej dyskusji na temat takiego układu z firmą konkurencyjną należy skonsultować się z działem prawnym.



OPIS PRZYPADKU

Nasza firma jest wyłącznym klientem pewnego dostawcy. W ramach naszych kontaktów było dość dużo nieporozumień, które dostawca mógł odebrać jako niesprawiedliwe traktowanie. W każdym razie stosunki z tym dostawcą nie służą firmie i chcesz zakończyć tę relację.

Jak podjąć właściwą decyzję?

UCZCIWA KONKURENCJA: POSTĘPOWANIE W STOSUNKU DO PARTNERÓW DYSTRYBUCYJNYCH I DOSTAWCÓW

Uczciwa konkurencja dotyczy postępowania w stosunku do firm konkurencyjnych oraz naszych dostawców, partnerów dystrybucyjnych, kontrahentów i innych partnerów biznesowych. Nasze relacje z tego rodzaju podmiotami powinny przede wszystkim koncentrować się na potrzebach klientów oraz na skutecznej współpracy z partnerami biznesowymi, a nie na nieuczciwym ograniczaniu handlu. W tym celu staramy się budować wzajemne zaufanie i rozwijać współpracę z naszymi partnerami biznesowymi, dbając o zapewnienie im równych szans oraz o uczciwość i jasność we wszystkich naszych transakcjach biznesowych.

NASZ STANDARD



Uczciwe postępowanie we wszystkich relacjach biznesowych z partnerami dystrybucyjnymi, dostawcami i innymi partnerami biznesowymi oraz ostrożne sugerowanie cen detalicznych naszym partnerom dystrybucyjnym oraz ustalanie warunków sprzedaży z dostawcami

PODSTAWOWE INFORMACJE

Niewłaściwe działania dotyczące naszych partnerów biznesowych mogą obejmować następujące działania:

- **odmowa współpracy** – odmowa prowadzenia działalności handlowej z potencjalnym lub dotychczasowym partnerem bez uzasadnionej przyczyny. Takie działania mogą sugerować próbę podzielenia rynku we współpracy z firmą konkurencyjną;
- **nieuczciwe wykorzystywanie pozycji firmy** – wykorzystywanie wyższej pozycji firmy w stosunku do dostawcy lub partnera dystrybucyjnego w celu wymuszenia nieuczciwych cen, odmowy lub opóźnienia płatności, narzucanie celów sprzedaży, rewizja warunków handlowych, ingerowanie w zarządzanie lub inne nieuczciwe działania;
- **dyskryminacja dotycząca cen lub dotacji** – ustalanie cen dla niektórych partnerów dystrybucyjnych na podstawie kryteriów spoza normalnie stosowanych cenników bez uzasadnionej przyczyny. Do takich działań można również zaliczyć zapewnianie wsparcia niefinansowego;
- **prowadzenie działalności biznesowej wyłącznie z określonymi partnerami lub na określonych obszarach** – ustalanie warunków, które w nieuzasadniony sposób ograniczają swobodę prowadzenia działalności biznesowej naszych partnerów. Obejmuje to również prowadzenie działalności biznesowej pod warunkiem, że nasz partner nie będzie współpracował z firmą konkurencyjną, oraz określanie obszarów wyłącznej sprzedaży;
- **utrzymywanie cen odsprzedaży** – wymaganie od partnera dystrybucyjnego, aby sprzedawał produkty firmy po określonej cenie, rezygnacja ze sprzedaży produktów temu partnerowi z powodu jego decyzji cenowej lub karanie partnera dystrybucyjnego za nieutrzymywanie cen odsprzedaży na podstawie skargi innego partnera biznesowego;
- **umowy wiązane** – wymaganie od partnera sprzedawania firmie lub kupowania od niej jakiegoś produktu w zamian za to, że firma będzie kupowała coś lub sprzedawała partnerowi; taki układ może dotyczyć zarówno hurtu, jak i określonych produktów;
- **dumping** – ustalanie zbyt niskich cen dla partnerów dystrybucyjnych lub klientów, np. poniżej kosztów, lub kupowanie po zbyt niskich cenach od dostawców w celu wyeliminowania konkurencji.

Więcej informacji o naszych zasadach i standardach obowiązujących w zakresie współpracy z partnerami biznesowymi można znaleźć w dokumencie LG Electronics Procurement Policy.

ROZWIĄZANIE

Firma ma prawo wybierać swoich partnerów biznesowych. Chcemy także w sposób rozsądny pomagać naszym partnerom odnosić sukcesy. Jeśli będziemy podejmować takie decyzje w oparciu o rzeczywiste dane i właściwą ocenę sytuacji, prawdopodobnie nie naruszymy zasad uczciwej konkurencji. W takiej sytuacji należy postarać się przekonać dostawcę, że dana decyzja została podjęta na podstawie uczciwej i rozsądnej oceny. Należy także upewnić się, że swoją decyzję można uzasadnić konkretnymi działaniami dostawcy. Dobrą praktyką jest przeanalizowanie sytuacji z pracownikami działu prawnego przed zerwaniem stosunków z danym dostawcą.





WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Przed ustaleniem nowych standardów cenowych dotyczących zaopatrzenia lub podjęciem innych decyzji związanych ze sposobem współpracy z partnerami biznesowymi należy zapoznać się z dokumentem Globalna polityka zaopatrzenia – dobra księga, aby upewnić się, że proponowane rozwiązania nie pociągną za sobą nieuczciwego traktowania naszych partnerów biznesowych.
- Należy też przeanalizować z pracownikami działu prawnego wszelkie nowe strategie marketingowe, promocyjne i cenowe, które mogą sprawić, że firma będzie stosowała różne warunki wobec partnerów biznesowych.
- Należy też jasno informować o powodach, standardach i kryteriach, na podstawie których nasza firma podejmuje decyzje dotyczące istotnych zmian cen, wielkości dostaw czy innych warunków współpracy. Ważne jest, aby nasi partnerzy rozumieli, że firma opiera swoje decyzje na uczciwych i obiektywnych kryteriach.
- Decyzje dotyczące konkurowania z partnerami biznesowymi lub decyzje o zakończeniu istniejącej relacji biznesowej należy podejmować w oparciu o sprawiedliwe i obiektywne kryteria. Ważne jest też, by być w stanie dostarczyć dokumentację, która potwierdziłaby, że tego rodzaju decyzja została podjęta na podstawie uzasadnionych przesłanek i że jest ona zgodna z prawem.
- Nie wolno wymuszać na partnerach dystrybucyjnych sprzedaży po określonych cenach detalicznych. Można zasugerować ceny detaliczne, należy jednak absolutnie unikać gróźb i sugestii dotyczących możliwego zerwania stosunków, jak również instrumentów motywacyjnych oraz kar, które mogłyby stać w sprzeczności z prawami ochrony konkurencji.
- Nie należy spotykać się z dwoma partnerami biznesowymi (lub z ich większą liczbą) w tym samym czasie w celu przedyskutowania kwestii, które mogą zaszkodzić konkurencji, np. w celu wyboru partnera dystrybucyjnego czy podziału obszarów sprzedaży.
- Nie wolno bez skonsultowania się z działem prawnym zawierać żadnych umów ani porozumień, które mogłyby potencjalnie być niezgodne z zasadami uczciwej konkurencji.

WAŻNE UWAGI

- Wszelkie kontrakty, umowy i porozumienia zawierane przez firmę z partnerami mogą obejmować warunki pociągające za sobą naruszenie standardów firmowych czy innych przepisów prawnych.
- Niekiedy partnerzy biznesowi firmy mogą jednocześnie być dla niej firmami konkurencyjnymi. W takich sytuacjach przepisy uczciwej konkurencji stają się jeszcze trudniejsze do zastosowania i problematyczne kwestie powinny być konsultowane z działem prawnym.
- Szczególnie dotyczy to przypadków, gdy mniejsza firma jest w znacznym stopniu uzależniona od naszej firmy. W takich przypadkach jest znacznie bardziej prawdopodobne, że działania skierowane przeciwko naszemu partnerowi mogą zostać uznane za nadużycie pozycji w łańcuchu dostaw.
- W sytuacji odmowy współpracy z określonym partnerem biznesowym bez uzasadnionej przyczyny organy nadzorujące przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji oraz firma, której odmówiono współpracy, mogą podejrzewać, że nasza firma spiskuje w celu podziału klientów lub w sposób nielegalny próbuje wzmocnić swoją dominującą pozycję.



OPIS PRZYPADKU

Po rozmowie z partnerem dystrybucyjnym jesteś przekonany, że firma konkurencyjna zamierza podnieść ceny. Dochodzisz do wniosku, że to może znaczyć, iż nasza firma także może podnieść swoje ceny. Zastanawiasz się, czy nie napisać do przełożonego sugestii, że „firma powinna podnieść ceny, ponieważ – z tego, co wiesz – konkurencja podnosi swoje ceny”.

Jak podjąć właściwą decyzję?



UCZCIWA KONKURENCJA: ODPOWIEDZIALNE PRZEKAZYWANIE INFORMACJI

Firma stale podkreśla swoje zaangażowanie w przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji – również w zakresie komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. To, co piszemy i mówimy, określa sposób, w jaki rywalizujemy z innymi firmami i stanowi wyraz naszych starań, aby żadne z naszych działań nie naruszało reguł uczciwej konkurencji. Staramy się unikać nawet cienia podejrzeń o naruszenie zasad uczciwej konkurencji. Dlatego też należy zawsze przestrzegać reguł uczciwej konkurencji w przekazywaniu informacji związanych z działalnością firmy.



NASZ STANDARD

Ostrożność we wszystkich formach – ustnych i pisemnych – komunikacji firmowej i uważanie, by nie sugerować, że firma jest zainteresowana porozumieniami, które naruszałaby zasady uczciwej konkurencji

PODSTAWOWE INFORMACJE

Komunikacja firmowa przybiera wiele form, a każda z nich może pozytywnie lub negatywnie wpływać na reputację firmy. Te formy komunikacji mogą obejmować na przykład:

- pisemne notatki, wiadomości e-mail, notatki na tablicach typu flipchart oraz wiadomości błyskawiczne;
- oficjalne prezentacje dla partnerów, klientów, dostawców, kierownictwa i współpracowników;
- oświadczenia złożone na spotkaniach z partnerami i spotkaniach branżowych oraz podczas wywiadów prasowych czy nawet zwykłych rozmów.



ROZWIĄZANIE

Pytanie klientów przez handlowców i innych pracowników o to, jakie są ceny firmy konkurencyjnej, oraz pozyskiwanie informacji o rynku za pośrednictwem podmiotów trzecich, takich jak ośrodki badania rynku, jest legalne i właściwe. Natomiast niewłaściwe jest uzyskiwanie takich informacji bezpośrednio od konkurencji. Podczas przekazywania tego rodzaju poufnych informacji należy jasno wskazać ich źródło, aby uniknąć wątpliwości co do sposobu ich pozyskania. W tym przypadku informacje zostały zdobyte w sposób właściwy, ale notatka zaadresowana do przełożonego sugeruje, że zostały one uzyskane w nieodpowiedni sposób, czyli bezpośrednio od firmy konkurencyjnej. Należy więc odpowiednio przeformułować notatkę.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji podczas przekazywania informacji o firmie i jej działalności, zarówno w formie pisemnej, jak i ustnej.
- Zakładanie, że organy prawne mogą uzyskać wgląd we wszystkie formy komunikacji firmowej.
- Unikanie nieprecyzyjnych sformułowań, które mogą dawać mylne wrażenie co do działań firmy związanych z kwestią konkurencji.
- Unikanie komentarzy na temat trendów rynkowych, takich jak ceny, które mogłyby sugerować, że firma zawarła porozumienie z konkurencją.
- Podawanie w dokumentach źródła wszelkich informacji o konkurencji, aby było jasne, że zostały one pozyskane w odpowiedni sposób. Ważne informacje na ten temat znajdują się także w sekcji **„Odpowiedzialne pozyskiwanie informacji na temat konkurencji”**, na str. 38.
- Przestrzeganie zakazu dyskredytowania firm konkurencyjnych oraz ich produktów czy usług. Wszelkie porównania produktów i usług muszą być oparte na faktach oraz poparte dowodami. Ważne informacje na ten temat znajdują się także w sekcji **„Odpowiedzialny marketing”**, na str. 12.
- Nieużywanie określeń, które mogłyby dawać mylne wrażenie na temat naszego postępowania w stosunku do konkurencji. Oto przykłady określeń, na które należy uważać:
 - „wyprzeć konkurencję”
 - „zaszkodzić konkurencji”
 - „zdominujemy rynek”
 - „współpraca z firmami konkurencyjnymi”
 - „uzyskaliśmy porozumienie” z konkurencją

WAŻNE UWAGI

- Należy przestrzegać nakazów prawnych i innych wymogów dotyczących przechowywania dokumentacji firmowej związanej z procesami sądowymi, wnioskami ze strony organów nadzorujących lub innymi działaniami prawnymi, nawet jeśli zgodnie z procedurami firmowymi dotyczącymi przechowywania dokumentów materiały te zostały przeznaczone do zniszczenia. Niewłaściwe zniszczenie takich materiałów może poważnie zaszkodzić firmie.

Więcej informacji na ten temat można znaleźć w sekcji **„Prawidłowe rejestrowanie i przechowywanie danych”**, na str. 75.



OPIS PRZYPADKU

Jeden z produktów firmy fantastycznie się sprzedaje za granicą dzięki przebojowej kampanii reklamowej z udziałem pewnej gwiazdy. Ponieważ gwiazda ta jest znana również w Twoim kraju, jesteś przekonany, że wykorzystanie tych materiałów reklamowych będzie niedrogim i skutecznym sposobem zwiększenia sprzedaży. Wiesz, że firma nabyła licencję zezwalającą na opublikowanie materiałów z udziałem tej znanej osoby, więc wszystko, co należałoby zrobić, to dostosować wersję językową i styl tych materiałów reklamowych do warunków lokalnych.

Jak podjąć właściwą decyzję?

RESPEKTOWANIE PRAW WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

Uczciwa konkurencja oznacza respektowanie praw własności intelektualnej należących do osób trzecich. Tak jak sami oczekujemy od innych, że będą szanowali nasze prawa własności intelektualnej, tak też my jako firma postępujemy uczciwie wobec praw własności intelektualnej innych podmiotów i zachowujemy ostrożność podczas rozwijania własnych pomysłów. W firmie zajmującej się zaawansowanymi technologiami, w której dobre pomysły muszą być szybko realizowane w celu zachowania konkurencyjności na rynku, sposób, w jaki okazujemy szacunek dla praw własności intelektualnej innych podmiotów jest wyrazem naszego zaangażowania w przestrzeganie tych zasad.

NASZ STANDARD



Respektowanie praw własności intelektualnej należących do osób trzecich i używanie tego rodzaju informacji lub materiałów tylko wtedy, gdy mamy do tego prawo, tzn. po uzyskaniu zezwolenia od ich właściciela

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Sprawdzanie, czy prawo własności do materiałów, informacji, multimediów (np. zdjęć, muzyki i filmów) czy pomysłów, które pozyskujemy lub planujemy wykorzystać, nie należy do innych podmiotów oraz jakie wymagania należy spełnić, aby móc wykorzystać te materiały.
- Uważanie, by w pełni rozumieć warunki użytkowania własności intelektualnej, które firma nabyła.
- Przestrzeganie zakazu korzystania z projektów, technologii, nośników i informacji, które należą do innej firmy lub jednostki, bez uzyskania zezwolenia na ich użytkowanie.
- Przestrzeganie zakazu wykorzystywania lub przekazywania tajemnic handlowych innego podmiotu, których pracownik lub firma nie nabyli w legalny sposób.

WAŻNE UWAGI

- Należy zwracać uwagę na ewentualne wykorzystywanie technologii, która jest własnością intelektualną innego podmiotu, w komponentach dostarczanych przez naszych dostawców i używanych w naszych produktach końcowych.
- Należy zachować ostrożność w odniesieniu do obrazów, materiałów audio i wideo oraz innych materiałów dostępnych w Internecie, które wydają się być dostępne do bezpłatnego wykorzystywania. Nie wolno zakładać, że można ich używać bez uzyskania zezwolenia.
- Należy także zachować ostrożność w zakresie korzystania z kodu typu „open-source”. Choć kod typu „open-source” zasadniczo można kopiować i/lub włączać w nasze oprogramowanie, to należy pamiętać, że taki sposób korzystania z niego jest dozwolony wyłącznie przy zachowaniu określonych warunków licencjonowania (np. otwarcie własnego kodu źródłowego).
- Należy też mieć świadomość, że materiały rozpowszechniane pocztą e-mail przez współpracowników mogą być własnością intelektualną innego podmiotu, a ich sposób ich użytkowania i udostępniania może być ograniczony. Zasadniczo lepiej uznawać, że artykuły, raporty badawcze i inne opublikowane dokumenty stanowią własność intelektualną innego podmiotu.

Więcej informacji na ten temat można znaleźć w dokumentach **Patent Operations Management Principles** oraz **Software Compliance Policy**.

Ważne informacje na ten temat znajdują się także w sekcji „**Ochrona własności intelektualnej firmy**”, na str. 69.

ROZWIĄZANIE

Chcemy respektować prawa własności intelektualnej należącej do innych podmiotów. Dotyczy to nie tylko naszej konkurencji, ale także naszych partnerów biznesowych. Obejmuje to także sprawdzanie, co możemy, a czego nie możemy zrobić na podstawie porozumienia zawartego z naszymi partnerami biznesowymi. W tym przypadku ważne jest, aby mieć świadomość, że niemal wszystkie zezwolenia na publikację są ograniczone do określonych obszarów geograficznych. Budujemy zaufanie w relacjach z naszymi partnerami, zachowując ostrożność w kwestii wykorzystywania ich praw własności intelektualnej.





OPIS PRZYPADKU

Dostawa ważnych surowców została wstrzymana przez władze celne na kilka tygodni.

Władze celne nie określiły żadnych przyczyn opóźnienia.

Pomimo naszych wysiłków występują problemy z nawiązaniem kontaktu z urzędnikiem zajmującym się tą sprawą w celu rozwiązaniu problemu.

Nagle pojawia się „agent celny”, który twierdzi, że jeśli powierzmy mu tę sprawę, to odprawa celna transportu zostanie przeprowadzona następnego dnia.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ZAKAZ WRĘCZANIA ŁAPÓWEK I DOKONYWANIA NIEWŁAŚCIWYCH PŁATNOŚCI

Nasze przywiązanie do zasad Jeong-Do Management i filozofii „Wygrywanie, przestrzegając zasad” wymaga od nas zachowania najwyższych standardów uczciwości i przejrzystości w transakcjach z klientami i partnerami biznesowymi oraz w kontaktach z naszą społecznością. Oznacza to, że wszyscy musimy zawsze działać w sposób uczciwy i przejrzysty, nie korzystając z łapówek i innych niewłaściwych środków podczas realizacji celów biznesowych.

NASZ STANDARD



Bez względu na to, gdzie prowadzimy działalność, nie oferujemy ani nie obiecujemy łapówek ani nie zabiegamy o nieuczciwe korzyści biznesowe

PODSTAWOWE INFORMACJE

Łapówka to oferta, obietnica lub wręczenie urzędnikowi państwowemu pieniędzy lub wartościowego przedmiotu z zamiarem nieuczciwego wpłynięcia na urzędnika w celu uzyskania lub zachowania kontraktu lub innej korzyści biznesowej.

- Określenie „urzędnik państwowy” odnosi się nie tylko do przedstawicieli agencji rządowych, lecz także pracowników i przedstawicieli przedsiębiorstw z sektora państwowego, przedstawicieli partii politycznych, kandydatów na stanowisko polityczne oraz urzędników organizacji publicznych/dobroczynnych, które uważa się za odpowiednik podmiotów państwowych. Należy pamiętać także, że nawet, jeśli odbiorca nie jest urzędnikiem państwowym, wręczenie pieniędzy lub wartościowych przedmiotów z zamiarem nieuczciwego wpłynięcia na realizację jego obowiązków służbowych również jest uważane za niezgodne z prawem
- „Wartościowe przedmioty” obejmują nie tylko wpłaty gotówkowe, upominki, posiłki i bilety wstępu na imprezy, lecz także wszelkiego rodzaju zwroty kosztów, zniżki na zakup naszych produktów lub usług, obietnice zatrudnienia, a nawet osobiste przystugi
- „Korzyści biznesowe” obejmują przywileje/porozumienia w obszarze ceł i podatków, wizy uprawniające do przekroczenia granicy, zatwierdzenia, a także możliwości rozwoju działalności nabyte w drodze przetargów rządowych itp.

Wręczenie łapówek stanowi poważne przestępstwo w każdym z krajów, w których prowadzimy działalność. Kary za ich wręczenie mogą być surowe zarówno dla osoby odpowiedzialnej, jak i dla firmy. Wiele krajów nie tylko karze za korupcję o zasięgu krajowym, lecz także ściga z całą stanowczością przypadki łapówek o zasięgu międzynarodowym, korzystając w tym celu z narzędzia, jakim jest jurysdykcja eksterytorialna. Na przykład kraje takie, jak Stany Zjednoczone, nakładają surowe kary za działania korupcyjne na firmy spoza Stanów Zjednoczonych w oparciu o jeden przelew bankowy przekazany za pośrednictwem amerykańskiego banku lub w oparciu o jedną wiadomość e-mail, która przeszła przez amerykański serwer. Nawet jeśli w danym kraju łapówki są uznawane za rzecz zwyczajową, nie należy dopuszczać do siebie myśli, że ich wręczenie jest bezpieczne i dozwolone.

Nawet jeśli łapówkę wręczy nasz przedstawiciel lub pracownik spółki typu joint-venture, firma może zostać pociągnięta do odpowiedzialności, jeśli ma lub powinna mieć świadomość takiego działania.

ROZWIĄZANIE

Rozważając zatrudnienie agentów, konsultantów lub innych stron trzecich w celu rozwiązania problemów prawnych lub administracyjnych z lokalnymi organami państwowymi/samorządowymi należy uważać, aby osoby te nie korzystały z łapówek ani innych nieuczciwych środków. Ważne jest, by pamiętać, że zostaniemy pociągnięci do odpowiedzialności nie tylko za nasze własne działania, ale też za działania stron trzecich, które działają w naszym imieniu.





WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Angażując stronę trzecią, konsultanta lub agenta, który ma zająć się kontaktami z urzędnikami państwowymi, np. w zakresie ceł, podatków, wiz i zezwoleń:
 - Należy sprawdzić, czy agenta i danego urzędnika państwowego nie łączą relacje rodzinne ani inne specjalne relacje
 - Należy sprawdzić, czy opłata, jakiej żąda agent jest rozsądna oraz czy poszczególne ponoszone wydatki są konieczne do zrealizowania jego zadania
- Niedrogie artykuły promocyjne i skromne, sporadyczne posiłki oraz udział w imprezach mogą stanowić wyraz grzeczności i współpracy. Jednakże, tego rodzaju posiłki, upominki i udział w imprezach muszą spełniać następujące wymagania:
 - Muszą bezspornie mieścić się w granicach rozsądku, tak by nie można ich było uznać za hojne, oraz nie mogą powodować, że odbiorca poczuje się zobligowany do odwzajemnienia się za ten gest
 - Muszą być wręczane w otwarty, przejrzysty sposób, co pozwoli uniknąć ryzyka nieporozumień związanych z niewłaściwymi płatnościami
- Zwracając koszty podróży lub inne wydatki urzędnika państwowego, można oferować wyłącznie zwrot kosztów, które zostały rzeczywiście poniesione i które były konieczne do realizacji uzasadnionych działań związanych z pełnioną przez urzędnika funkcją, takich jak wydarzenia mające na celu promocję produktu.

WAŻNE UWAGI

- W przypadku zaangażowania lokalnego niezależnego eksperta w celu rozwiązania problemu związanego z przepisami prawa, podatkami, cłami lub zezwoleniami rządowymi, należy sprawdzać, czy ekspert nie wręcza łapówek ani nie bierze udziału w innych niewłaściwych działaniach w celu uzyskania korzyści dla firmy. Należy uważać na:
 - Ekspertów polecanych przez urzędników zajmujących się daną kwestią lub należących do ich rodziny oraz ekspertów, którzy nie są w stanie przedstawić odpowiednich kwalifikacji poza wcześniejszą znajomością z danym urzędnikiem
 - Sytuacje, gdy ekspert prosi, aby umowa o świadczeniu usług pozostała w tajemnicy, lub gdy odmówi zaakceptowania postanowień antykorupcyjnych
 - Zbyt wysokie prowizje lub wnioski o zwrot wydatków; mało precyzyjne lub podejrzone faktury; słabo udokumentowane wnioski o zwrot wydatków
 - Sytuacje, w których ekspert (lub urzędnik) żąda bez konkretnej przyczyny przestania zwrotu wydatków do innego, niepowiązanego kraju lub na konto strony trzeciej albo dokonania zwrotu w gotówce lub w inny sposób uniemożliwiający śledzenie przepływu środków pieniężnych
 - Sytuacje dotyczące umów, które wymagają znacznego zaangażowania organów państwowych (np. transakcje w obszarze nieruchomości lub papierów wartościowych), gdy urzędnik żąda kontaktów wyłącznie za pośrednictwem eksperta
- Nawet w przypadku wręczenia datków dobroczynnych prywatnym organizacjom, jeśli dyrektor organizacji jest uważany za urzędnika państwowego (lub jego odpowiednik) lub jeśli datki jest dokonywany na życzenie urzędnika państwowego, to w pewnych okolicznościach sytuacja ta może także zostać uznana za wręczenie łapówki

TROSKA

o społeczności, w których żyjemy

62	Ochrona środowiska
65	Odpowiedzialne postępowanie w ramach handlu międzynarodowego

Ważną rolę w sukcesie naszej firmy odgrywają stosunki dobrosąsiedzkie. Społeczności, w których żyjemy i pracujemy, zapewniają nam pracowników, przyjazne środowisko oraz szacunek, które są podstawą naszego sukcesu. W zamian my jako korporacja staramy się być dobrym sąsiadem. Reagujemy na oczekiwania tych społeczności i aktywnie wyznaczamy i osiągamy cele oraz ustanawiamy standardy, których zadaniem jest podniesienie jakości życia naszych sąsiadów.



OPIS PRZYPADKU

Jeden z partnerów zajmujących się przetwarzaniem odpadów złożył Ci propozycję rozszerzenia warunków umowy biznesowej. Choć usługi oferowane przez tę firmę są bardziej kompleksowe, proponowana cena jest podejrzanie atrakcyjna. Wiesz jednak, że zawarcie takiej umowy znacznie obniżyłoby koszty, a jeśli nawet jakieś kwestie budzą wątpliwości, to odpowiedzialny za nie będzie partner, a nie nasza firma. Rozważasz więc podpisanie umowy.

Jak podjąć właściwą decyzję?

OCHRONA ŚRODOWISKA

Firma stale wykazuje się dbałością o ochronę środowiska. Zdajemy sobie sprawę z tego, że coś, co dziś wydaje się być jednostkowym problemem, może w przyszłości przynieść społeczeństwu lokalnym rozległe i długoterminowe skutki. Troska o społeczeństwa, w których żyjemy, oraz o naturalne środowisko zmusza nas do tego, abyśmy w sposób przemyślany podchodzili do kwestii ochrony środowiska. Staramy się podchodzić odpowiedzialnie do wpływu naszej działalności na środowisko. Próbujemy także przyczynić się do tego, aby partnerzy z naszego łańcucha dostaw podchodzili do kwestii środowiska z równym zaangażowaniem.

NASZ STANDARD



Prowadzenie całej działalności w sposób, który jest wyrazem naszej troski o ochronę środowiska, zwłaszcza w odniesieniu do produktów naszych dostawców oraz procesów produkcyjnych

PODSTAWOWE INFORMACJE

Firma bardzo dba o ochronę środowiska, podejmując m.in. inicjatywy z zakresu ekoprojektowania, oznakowania ekologicznego i analizy cyklu życia oraz realizując programy ekologiczne. Co roku publikujemy raport nt. zrównoważonego rozwoju, w którym zamieszczamy informacje o realizacji celów związanych z naszymi inicjatywami na rzecz środowiska.

Naszą odpowiedzialność za środowisko powinniśmy opierać na standardach korporacyjnych, nawet jeśli lokalne przepisy prawne są mniej surowe niż nasze normy. Wymogi dotyczące ochrony środowiska nieustannie się zmieniają, a szkody wyrządzone środowisku są odczuwalne przez bardzo długi czas. To znaczy, że nawet jeśli wpływ, jaki wywieramy na środowisko jest dziś zgodny z przepisami, w przyszłości będzie on oceniany na podstawie surowszych standardów.

Więcej informacji na temat naszego zaangażowania w ochronę środowiska, można znaleźć w następujących dokumentach:

- **Corporate Principles On Eco-Friendly Products**
- **Standards of Hazardous Substance Management for LGE Products**
- **Global EESH Codes**
- **Business Partner Eco-Friendliness Certification Standards**



ROZWIĄZANIE

Zarządzanie kosztami to coś więcej niż tylko krótkoterminowe korzyści. Nasza odpowiedzialność za środowisko dotyczy całego łańcucha dostaw oraz naszych społeczności lokalnych. Chcemy mieć pewność, że jako firma nie będziemy mieć na nie niekorzystnego wpływu. Z tego względu powinniśmy podchodzić ostrożnie do budzących wątpliwości umów czy działań naszych partnerów, które mogłyby w dłuższej perspektywie być szkodliwe dla naszej firmy i naszych interesariuszy.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Zgłaszanie przełożonemu wszelkich wątpliwości dotyczących wpływu na środowisko jakiegokolwiek aspektu rozwoju produktu, którym pracownik się zajmuje.
- W przypadku zarządzania działaniami operacyjnymi, które wpływają na środowisko – przestrzeganie programów i procedur firmowych w zakresie:
 - ustalania wymiernych celów dotyczących redukcji wpływu działań operacyjnych na środowisko,
 - monitorowania i weryfikacji postępów w realizacji tych celów, np. przez analizowanie danych związanych z ochroną środowiska.
- Śledzenie zmian w lokalnych przepisach dotyczących ochrony środowiska i pilnowanie, by o tych zmianach został poinformowany odpowiedni personel działu ochrony środowiska i BHP, tak aby firma miała wystarczająco dużo czasu na dostosowanie produktów i działań operacyjnych.
- Nowe lub zmienione działania operacyjne firmy nigdy nie powinny być niezgodne z celami dotyczącymi ochrony środowiska.
- Zwracanie uwagi na budzące wątpliwości działania ze strony dostawcy, kontrahenta czy nawet partnera dystrybucyjnego (i unikanie lekceważenia tych działań tylko dlatego, że jednostka odpowiedzialna nie jest częścią firmy). Jeśli działania partnera biznesowego naruszają przepisy prawne lub wymogi dotyczące ochrony środowiska, należy powiadomić o tym swojego przełożonego lub odpowiedniego pracownika działu ochrony środowiska i BHP.

WAŻNE UWAGI

- Wszystkie aspekty firmowych procesów projektowania produktu, zaopatrywania w surowce, produkcji, marketingu, dystrybucji oraz gospodarki odpadami mają wpływ na ochronę środowiska. Nawet jeśli obowiązki służbowe pracownika nie są bezpośrednio związane z żadnym z powyższych procesów, powinien on brać pod uwagę sposób, w jaki jego praca wpływa na którykolwiek z nich oraz na odpowiedzialność firmy wobec środowiska.
- Ważne jest wyczulenie na to, czy działania partnera biznesowego są zgodne z przepisami dotyczącymi ochrony środowiska. Choć działalność partnera może być oficjalnie uznana za przyjazną dla środowiska, firma i tak powinna rozważyć monitorowanie działań operacyjnych partnera lub dostarczanych przez niego produktów, aby zyskać pewność, że zachowuje on zgodność ze standardami, na podstawie których uzyskał certyfikat.



OPIS PRZYPADKU

Twój dział importuje wiele produktów wykorzystujących zaawansowane technologie, które trudno jest zaliczyć do którejś z tradycyjnych kategorii. Zawsze pytasz lokalny urząd celny, jak należy zakwalifikować tego rodzaju produkty. Zazwyczaj jednak uzyskanie odpowiedzi trwa kilka tygodni. Spowalnia to proces importu obsługiwany przez Twój zespół. Ponieważ urząd celny na ogół i tak potwierdza Twój sposób klasyfikowania importowanych produktów, zastanawiasz się, czy przed wypełnieniem dokumentów importowych dla danego produktu warto czekać na potwierdzenie przez kilka tygodni.

Jak podjąć właściwą decyzję?



ODPOWIEDZIALNE POSTĘPOWANIE W RAMACH HANDLU MIĘDZYNARODOWEGO

Ponieważ jesteśmy firmą o zasięgu globalnym, nasza międzynarodowa działalność ma wpływ nie tylko na naszych klientów, ale także na społeczności z różnych regionów świata, w których prowadzimy handel. Zrozumienie i przestrzeganie przepisów lokalnych chroniących bezpieczeństwo danego kraju oraz przepisów międzynarodowych to jeden ze sposobów, za pomocą których troszczymy się o społeczności, które wspierają naszą działalność biznesową.



NASZ STANDARD

Jeśli z danym stanowiskiem pracy związane jest przewożenie jakichkolwiek materiałów czy produktów do innych krajów, pracownik zobowiązany jest poznać przepisy dotyczące importu, eksportu, embarga czy bojkotu obowiązujące w tych krajach. Powinien także zapoznać się z określonymi restrykcjami związanymi z wywożeniem poza granice danego kraju niektórych kategorii sprzętu lub przekazywaniem poufnych informacji osobie, która nie jest obywatelem tego kraju

PODSTAWOWE INFORMACJE

Zwłaszcza pracownicy, których praca jest ściśle związana z eksportem lub importem, powinni znać i rozumieć wymogi związane z handlem oraz inne firmowe zasady i procedury – pozwoli to zapewnić zgodność z międzynarodowymi przepisami dotyczącymi handlu.

Kontrola handlowa obejmuje następujące elementy:

- kontrola importu obejmująca dokładność dokumentacji, oznakowanie wskazujące kraj pochodzenia, kategorię produktu oraz deklaracje dotyczące jego wartości (nawet w przypadku towarów bez konkretnej wartości gotówkowej, takich jak trudne do sprzedania komponenty produktów czy technologie);
- kontrola eksportu zazwyczaj obejmująca zezwolenie na wysyłkę produktów do innego kraju. Kontrola eksportu może również dotyczyć przeniesienia danych technicznych lub oprogramowania komputerowego poza granice kraju, np. na laptopie, a nawet przekazania pewnej zastrzeżonej wiedzy czy technologii pracownikowi, który nie jest obywatelem tego kraju. Firma ma wiele strategicznych technologii, które podlegają ograniczeniom eksportowym;
- embarga lub bojkoty polegające na restrykcjach handlowych dotyczących określonych krajów, firm i jednostek.



ROZWIĄZANIE

Używanie nieusankcjonowanych klasyfikacji celnych prawdopodobnie naruszy wymogi przepisów prawnych. W takim przypadku import może zostać zawieszony, a nie tylko opóźniony. Poza tym tego rodzaju incydenty mogą prowadzić do zwiększenia kontroli ze strony inspektorów celnych, powodując w przyszłości jeszcze większe problemy z odprawą celną produktów. Akceptowanie opóźnień związanych z niejasnościami prawnymi to jeden z przykładów naszej dbałości o społeczność, w których żyjemy. Opracowanie procedur operacyjnych, które uwzględniają kilkutygodniowy czas realizacji dostawy, to najlepszy sposób na okazanie tej troski.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Konsultowanie się ze swoim przełożonym lub odpowiednim pracownikiem działu wsparcia handlu międzynarodowego w razie wątpliwości dotyczących dokumentacji lub wpisów w dokumentach eksportowych lub importowych.
- Zapoznawanie się z planowanym i docelowym przeznaczeniem wszystkich materiałów przeznaczonych do eksportu.
- Ostrożne podchodzenie do deklaracji klientów, że dokumenty eksportowe/ importowe są prawidłowo i dokładnie wypełnione. Firma może zostać pociągnięta do odpowiedzialności za wszelkie nieprawidłowe informacje.
- Przestrzeganie zakazu przekazywania poufnych technicznych lub zastrzeżonych danych osobie, która nie jest obywatelem kraju pracownika, o ile pracownik nie ma pewności, że ma ona prawo dostępu do tych informacji.

WAŻNE UWAGI

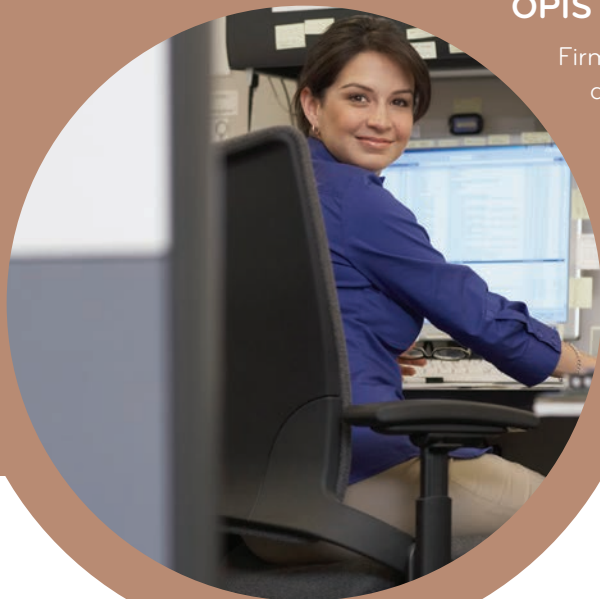
- Należy uważać na wszelkie nieaktualne, niekompletne, nieprawidłowe lub źle wypełnione dokumenty eksportowe lub importowe. Korzystanie z nich może doprowadzić do sankcji, w tym do zakazu albo ograniczenia praw eksportowych albo importowych firmy. Taka sytuacja mogłaby poważnie zaszkodzić zdolności firmy do prowadzenia działalności handlowej. Lepiej sprawdzić dokumentację niż narażać firmę na ryzyko poniesienia znaczących szkód w wyniku kar lub restrykcji.
- Należy zwracać uwagę na podejmowane przez osoby z innych krajów próby zakupu produktów za pośrednictwem kanałów, które są nielegalne w tychże krajach.
- Warto też uważać na osoby, które wykazują niechęć do dostarczenia na czas dokładnych i kompletnych informacji dotyczących eksportu lub importu. Choć sytuacja może być nieszkodliwa, może to sugerować próbę oszukania firmy lub organów nadzorujących.

ZAPEWNIANIE ZYSKU

akcjonariuszom

70	Bezpieczeństwo i poufność informacji
73	Ochrona własności intelektualnej firmy
76	Odpowiedzialna komunikacja elektroniczna
79	Prawidłowe rejestrowanie i przechowywanie danych
82	Odpowiedzialne postępowanie z informacjami poufnymi
85	Odpowiedzialne ujawnianie informacji

Wykreowanie wartości dla interesariuszy to efekt naszego zaangażowania w służenie naszym klientom oraz akcjonariuszom i pozyskiwanie ich zaufania. Możemy zapewnić naszym akcjonariuszom znakomity zysk, koncentrując się na najlepszej obsłudze klientów w celu zapewnienia firmie długoterminowego sukcesu. Realizując ten cel, mamy obowiązek szanować i chronić aktywa firmy powierzone nam przez akcjonariuszy oraz dostarczać im informacje, na podstawie których mogą podejmować świadome decyzje o inwestycjach. Wyznawane przez nas wartości – szacunek i uczciwość wobec naszych klientów oraz chęć służenia im – sprawiają, że firma jest dla naszych akcjonariuszy inwestycją, z której mogą być dumni.



OPIS PRZYPADKU

Firma wynajęła zewnętrzną firmę informatyczną do zbudowania dla naszych laboratoriów bazy danych związanych z projektami badawczo-rozwojowymi. Byłoby znacznie łatwiej dla obu firm, gdyby podczas projektu ta firma zewnętrzna miała pełny dostęp do naszych danych badawczo-rozwojowych z jej własnej siedziby. Ponieważ nad tym projektem pracuje zaledwie kilka osób z zewnątrz, sądzisz, że podpisanie umowy o zachowaniu poufności z każdą z nich wystarczająco zabezpieczy interesy naszej firmy.

Jak podjąć właściwą decyzję?

BEZPIECZEŃSTWO I POUFNOŚĆ INFORMACJI

Bezpieczeństwo poufnych informacji firmowych odgrywa kluczową rolę w tym, jak skutecznie służymy naszym klientom i współpracujemy z partnerami biznesowymi. Naszą konkurencyjność na rynku zachowujemy dzięki zabezpieczaniu pewnych poufnych i zastrzeżonych informacji oraz ich ochronie przed zagrożeniami z zewnątrz. Wartość tych informacji zależy od tego, czy zapobiegniemy ich niepożądanemu ujawnieniu. Pracownicy, którzy mają dostęp do poufnych informacji lub innych tajnych danych firmowych, powinni podejmować odpowiednie kroki, aby je właściwie wykorzystywać i zabezpieczać. Takie działania pomogą firmie ochronić jej cenną własność i przyczynią się do zachowania jej konkurencyjności.

NASZ STANDARD



Pracownicy powinni znać firmowe zasady dotyczące użytkowania, udostępniania i zabezpieczania firmowych informacji poufnych oraz zastrzeżonych i są zobowiązani do przestrzegania tych reguł. Powinni też przyjmować osobistą odpowiedzialność za zabezpieczenie posiadanych poufnych informacji firmowych i zapobieganie ich nieautoryzowanemu ujawnieniu

PODSTAWOWE INFORMACJE

Ważne jest, aby pracownicy rozumieli firmowe zasady w zakresie bezpieczeństwa informacji i ich przestrzegali. Chronią one poufne i inne cenne informacje naszej firmy przed nieautoryzowanym ujawnieniem i zagrożeniami z zewnątrz. Zasady te dotyczą:

- bezpieczeństwa personelu oraz środków prawnych, których celem jest ochrona naszych poufnych informacji przed nieautoryzowanym ujawnieniem przez obecnych lub byłych pracowników i naszych partnerów biznesowych;
- bezpieczeństwa i poufności dokumentów;
- zabezpieczeń fizycznych stosowanych w celu kontroli dostępu do pomieszczeń firmowych oraz ochrony elektronicznych nośników, na których przechowywane są informacje;
- zabezpieczeń chroniących nasze komputery oraz sieci informatyczne przed zagrożeniami z zewnątrz.

Definicja firmowych informacji poufnych nie jest ograniczona tylko do materiałów oznaczonych jako „Poufne”. Obejmuje także wszystkie informacje firmowe, do których dostęp powinien być kontrolowany w celu ochrony interesów firmy. Nasza firma stosuje następujące kryteria do klasyfikowania informacji firmowych:

- Kategoria „Poufne” – obejmuje informacje o najważniejszych technologiach i zarządzaniu, których ujawnienie mogłoby poważnie zaszkodzić firmie. Informacji zaklasyfikowanych jako „Poufne” nie można udostępniać żadnym pracownikom lub podmiotom zewnętrznym niebędącym ich posiadaczami, z wyjątkiem sytuacji, gdy zostało to zatwierdzone w ramach odpowiednich procedur.
- Kategoria „Tylko do użytku wewnętrznego” – obejmuje **informacje związane z wszystkimi naszymi codziennymi działaniami biznesowymi są zazwyczaj klasyfikowane jako „Tylko do użytku wewnętrznego”**. To oznacza, że informacje i materiały, które tworzymy podczas naszej pracy, mogą być udostępniane tylko tym współpracownikom, którym są one potrzebne; nie można ich ujawniać osobom spoza firmy bez uprzedniego uzyskania zezwolenia oraz bez podjęcia prawnych środków bezpieczeństwa.

ROZWIĄZANIE

Dobrym pierwszym krokiem w łatwym udostępnieniu innej firmie informacji firmowych jest zawarcie z nią umowy o zachowaniu poufności. Należy jednak uwzględnić także wagę informacji, do których ta firma zewnętrzna uzyska dostęp. Niektóre informacje firmowe są tak tajne, że w przypadku ich niepożądanego ujawnienia firma poniesie niepowetowane straty, niezależnie od tego, czy podejmie środki prawne w celu otrzymania zadośćuczynienia. Jest to jeden z powodów, dla których ważne jest, aby pracownicy znali firmowe zasady bezpieczeństwa i poufności informacji. W przypadku pytań dotyczących tych istotnych kwestii należy skonsultować się z przełożonym.





WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Przestrzeganie firmowych procedur bezpieczeństwa dotyczących udostępniania informacji firmowych innym podmiotom. Obejmuje to uzyskanie odpowiedniego zezwolenia oraz zawarcie umowy o poufności z odbiorcą tych informacji i zapewnienie jej przestrzegania.
- Przesyłanie kopii (korzystając z funkcji „DW”) poufnych informacji wysyłanych pocztą e-mail do podmiotu zewnętrznego do wiadomości osoby, która zezwoliła na ich przekazanie, np. do przełożonego lub do kierownika projektu.
- Fizyczne zabezpieczanie pomieszczeń firmowych, zwłaszcza w przypadku przyjmowania gości w miejscu pracy, przestrzeganie firmowych zasad dotyczących używania nośników, na których są przechowywane dane, oraz sprzętu nagrywającego na terenie firmy.
- Ochrona swojego komputera przed nieautoryzowanym dostępem, oraz korzystanie z wyznaczonego oprogramowania zabezpieczającego system, regularne uaktualnianie go i stosowanie odpowiednich ustawień.
- Bezwzględne przestrzeganie zakazu pozostawiania materiałów firmowych zawierających poufne informacje bez opieki lub w miejscu, gdzie inne osoby mogą uzyskać do nich łatwy dostęp, np. na swoim biurku lub w niezamkniętej szafce na dokumenty.
- Przestrzeganie zakazu zabierania materiałów firmowych do domu lub wysyłania ich na prywatny adres e-mail lub na konto internetowe do przechowywania danych bez zastosowania się do odpowiednich procedur firmowych dotyczących takich sytuacji.
- Przestrzeganie zakazu rozmawiania z przyjaciółmi czy znajomymi na temat poufnych informacji firmowych.
- Ochrona poufności danych dotyczących pracy podczas ubiegania się o stanowisko w innej firmie zarówno w trakcie zatrudnienia, jak i nawet po jego zakończeniu.

WAŻNE UWAGI

- Warto dokładnie zastanowić się w przypadku przekazywania partnerowi biznesowemu informacji o firmie. Nawet jeśli została podpisana umowa o poufności, należy pomyśleć, jakie mogą być potencjalne konsekwencje ujawnienia poufnych informacji, i zachować ostrożność, przekazując je innym podmiotom.
- Pracownicy powinni mieć świadomość poufności informacji firmowych, z którymi mają do czynienia, i postępować z nimi odpowiednio oraz przechowywać je we właściwy sposób. Należy zabezpieczać wszelkie informacje, które nie są przeznaczone do publicznej wiadomości.
- Nawet w przypadku działań związanych ze sprzedażą i promocją istnieje ryzyko, że firma utraci część swojej przewagi konkurencyjnej, jeśli informacje tego rodzaju zostaną ujawnione przedwcześnie. Dlatego należy przestrzegać wytycznych dotyczących marketingu i mieć świadomość, co wolno powiedzieć podczas działań promocyjnych.

Przydatne informacje na ten temat można znaleźć w następujących sekcjach:

- „**Ochrona i poufność danych osobowych**”, na str. 21.
- „**Właściwe korzystanie z informacji należących do innych podmiotów**”, na str. 41.
- „**Ochrona własności intelektualnej firmy**”, na str. 69.



OPIS PRZYPADKU

Po latach badań firma jest o krok od zrewolucjonizowania branży za pomocą wyjątkowo nowatorskiego projektu produktu. Firma rozpoczęła już procedury rejestracji praw patentowych do projektu w kilku kluczowych krajach. Jeden z naszych konkurentów planuje wkrótce wprowadzić na rynek podobny produkt. Chcesz uniknąć niebezpieczeństwa, że konkurencja będzie szybsza, i zastanawiasz się, czy nie wypuścić tego nowego produktu na rynki w innych krajach przed ukończeniem procedur patentowych.



Jak podjąć właściwą decyzję?

OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ FIRMY

Własność intelektualna firmy – w postaci jej projektów produktów, technologii i informacji – ma kluczowe znaczenie dla powodzenia firmy. W perspektywie długoterminowej możemy dobrze służyć naszym klientom jedynie wtedy, gdy będziemy chronić prawa własności intelektualnej firmy, które zapewniają jej przewagę konkurencyjną wynikającą z nowatorskich produktów. Musimy uważnie postępować z projektami i pracami chronionych prawem autorskim innych osób, jednak z równą ostrożnością powinniśmy obchodzić się z własnością intelektualną naszej firmy.



NASZ STANDARD

Zabezpieczanie własności intelektualnej firmy przed niewłaściwym wykorzystaniem, a zwłaszcza ochrona jej tajemnic handlowych przed ujawnieniem w nieodpowiedni sposób

PODSTAWOWE INFORMACJE

Własność intelektualna obejmuje:

- projekty, technologie, wynalazki oraz inne materiały i informacje, które są chronione prawami patentowymi, patentami projektowymi, znakami towarowymi oraz prawami autorskimi;
- tajemnice handlowe, takie jak projekty produktów i technologie, które zapewniają firmie przewagę nad konkurencją, o ile nie zostaną ujawnione. Tajemnicy handlowej nie wolno nigdy ujawniać ani wewnątrz, ani na zewnątrz firmy bez odpowiedniego upoważnienia.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Rozumienie, co jest uważane za własność intelektualną firmy, i pomaganie zabezpieczać ją przy pomocy praw patentowych, znaków towarowych i praw autorskich (należy zapoznać się z wytycznymi **Patent Operations Management Principles**).
- Konsultowanie się z przełożonym lub z odpowiednimi pracownikami zajmującymi się własnością intelektualną w przypadku osób pracujących nad nowymi koncepcjami, projektami czy technologiami, które prawdopodobnie powinny być chronione prawami własności intelektualnej.
- **Bezwzględne przestrzeganie zakazu** ujawniania poufnych informacji, które mogą być uważane za tajemnice handlowe, bez uprzedniego uzyskania zgody ze strony firmy oraz bez odpowiednich kontraktów zabezpieczających je przed wykorzystaniem przez innych.



ROZWIĄZANIE

Należy założyć, że w krajach, w których nie przeprowadzimy procedur rejestracyjnych, inne firmy **będą** kopiować nasze projekty. Choć oczywiście chcemy jak najszybciej wprowadzać innowacyjne produkty na rynek, musimy chronić nasze projekty i inną własność intelektualną przed niewłaściwym użyciem. Są to poważne decyzje biznesowe i tego rodzaju sytuacje należy omawiać z kierownictwem wyższego szczebla.

WAŻNE UWAGI



- Dostawcy lub inni partnerzy biznesowi mogą dostarczać firmie projekty, technologie, wyniki badań lub inne informacje, które prawdopodobnie powinny być chronione prawami własności intelektualnej. Przed skorzystaniem z nich należy wyjaśnić, kto ma albo będzie miał prawa własności do nich. W pewnych przypadkach można odmówić przyjęcia danych informacji, jeśli pracujemy nad zbliżonym projektem, który będzie stanowił naszą własność intelektualną, a zaakceptowanie tych informacji mogłoby zaszkodzić naszej pracy lub prawom.
- Należy zwracać uwagę na sytuacje, w których jednostka lub inna firma używa własności intelektualnej naszej firmy bez jej zezwolenia lub bez właściwego oznakowania.



OPIS PRZYPADKU

Twoja współpracownica i jednocześnie przyjaciółka została ostatnio przeniesiona do innego zespołu. Nadal się ze sobą często komunikujecie za pośrednictwem poczty e-mail zarówno w sprawach służbowych, jak i prywatnych. Uważasz, że jest właściwą osobą do wystuchiwania Twoich narzekań na kontakty z pewnym partnerem dystrybucyjnym, z którym kiedyś współpracowała.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA ELEKTRONICZNA

Pewne zasoby technologiczne przyspieszają komunikację i procesy biznesowe, umożliwiając nam szybsze postępy i sprawniejsze reagowanie na potrzeby klientów oraz innych osób. Komputery, systemy komunikacyjne i inne zasoby elektroniczne umożliwiają nam lepsze koordynowanie działalności naszych znajdujących się w różnych strefach czasowych placówek na całym świecie oraz sprawniejszą współpracę z dostawcami i partnerami dystrybucyjnymi. Jednak w przypadku ich niewłaściwego użycia te same zasoby mogą stać się zagrożeniem dla naszych działań operacyjnych i zaszkodzić naszej reputacji. Ponieważ technologie te rozwijają się błyskawicznie, musimy lepiej wykorzystywać ich zalety, jednocześnie unikając związanych z nimi zagrożeń. Poza tym, korzystając z tych zasobów, musimy zachować szacunek dla innych.

NASZ STANDARD



Odpowiedzialne korzystanie z firmowych systemów komunikacji elektronicznej oraz – zasadniczo – ograniczanie do korzystania z nich wyłącznie do celów biznesowych, a także ochrona ich przed nieautoryzowanym dostępem lub użytkowaniem

PODSTAWOWE INFORMACJE

Komunikacja elektroniczna obejmuje m.in.:

- komunikację realizowaną za pośrednictwem służbowych telefonów komórkowych i stacjonarnych;
- wysyłanie wiadomości e-mail z firmowego konta e-mail;
- korzystanie z usług wiadomości błyskawicznych, SMS lub MMS finansowanych przez firmę;
- korzystanie z firmowych systemów informatycznych, takich jak sprzęt komputerowy i urządzenia peryferyjne, oprogramowanie i sprzęt sieciowy.

Firma ma prawo do przeprowadzania inspekcji sposobu użytkowania należącego do niej sprzętu elektronicznego, np. do sprawdzania komunikacji prowadzonej za pośrednictwem firmowych urządzeń oraz przechowywanych w nich danych, i korzysta z tych uprawnień. Dotyczy to również danych niezwiązanych z pracą. Firma może także wykorzystywać dane przechowywane w tych systemach wedle swojego uznania, w tym ujawniać je innym lub je usuwać. **Nie należy oczekiwać prywatności podczas użytkowania tego rodzaju zasobów firmowych, nawet w przypadku komunikacji prywatnej.**



ROZWIĄZANIE

Wielu pracowników to jednocześnie współpracownicy i przyjaciele. Choć zasoby elektroniczne firmy służą głównie do zadań służbowych, wykorzystywanie ich w minimalnym stopniu do celów prywatnych jest dopuszczalne. Należy jednak pamiętać o zagrożeniach związanych z użytkowaniem takich zasobów. Korespondencję przeznaczoną dla współpracowników można łatwo przez pomyłkę wysłać do niewłaściwych adresatów, a gdy już do tego dojdzie, nie można tego cofnąć. Użytkowanie firmowych zasobów elektronicznych do celów prywatnych w minimalnym zakresie jest dozwolone, ale nigdy nie powinno obejmować przesyłania nieodpowiednich treści.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Ograniczanie korzystania z firmowych zasobów elektronicznych do użytku do celów służbowych. Okazjonalne użycie takich zasobów do celów prywatnych powinno być ograniczone do minimum i nie powinno kolidować z zajęciami służbowymi.
- Dbanie, by wszystkie formy komunikacji odbywającej się przy użyciu zasobów firmowych były profesjonalne i zgodne z zasadami szacunku dla innych osób, nawet w przypadku komunikowania się z przyjaciółmi z firmy. Zawsze należy brać pod uwagę fakt, że komunikację elektroniczną można łatwo odtworzyć i przekazać niepowiązanym podmiotom trzecim.
- Krytyczne przeczytanie wiadomości e-mail albo innej wiadomości tekstowej przed wysłaniem. To pozwoli uniknąć postawienia siebie i firmy w trudnej sytuacji z powodu prostych pomyłek edytorskich albo użycia wyrażenia, które może zostać mylnie zinterpretowane.
- Niekorzystanie z zasobów firmowych do uzyskiwania dostępu lub pobierania danych:
 - których właścicielami są inne podmioty, a pracownik nie ma prawa ich pozyskania;
 - które mogą zostać uznane za dyskryminujące, napastliwe, obraźliwe lub propagujące nienawiść;
 - które obejmują zawartość szkodliwą (np. wirusy) mogącą uszkodzić nasze systemy informatyczne.
- Przestrzeganie zasady, że nie wolno wykorzystywać zasobów firmowych do wysyłania wiadomości zawierających treści seksualne, wyraźnie dyskryminujące lub inne treści nacechowane nienawiścią.
- Ostrożne korzystanie z funkcji przesyłania kopii wiadomości („DW”). Przed wysłaniem do kogoś kopii wiadomości należy upewnić się, że ta osoba powinna zostać uwzględniona w komunikacji. Przed dodaniem adresu jakiejś osoby w polu „DW” warto zastosować test „czy powinien wiedzieć”.

WAŻNE UWAGI

- Wszystkie formy komunikacji realizowane za pośrednictwem firmowych zasobów elektronicznych stanowią własność firmy i muszą być traktowane jak poufne informacje firmowe, o ile ich właściciel nie zostanie wyraźnie wskazany (np. dostawca jako właściciel projektu produktu).



OPIS PRZYPADKU

Otrzymujesz od działu prawnego firmy nakaz zachowania dokumentu (document preservation notice) dotyczący pewnej sprawy sądowej w Stanach Zjednoczonych, o której nie było Ci wiadomo. Wymagany okres przechowywania wskazanego dokumentu upłynął miesiąc wcześniej i został on zniszczony. Jednak wciąż jesteś w posiadaniu jego kopii. Zastanawiasz się, czy zniszczyć tę kopię zgodnie z firmowymi zasadami przechowywania dokumentacji czy też zastosować się do nakazu zachowania dokumentu.

Jak podjąć właściwą decyzję?



PRAWIDŁOWE REJESTROWANIE I PRZECHOWYWANIE DANYCH

Dokumenty firmowe zawierają ważne informacje dotyczące naszej działalności. Powinny one umożliwiać nam analizę celów i strategii, określanie zasobów i mierzenie wyników, pomagając nam w ten sposób lepiej służyć wszystkim interesariuszom i współpracować z nimi. Podejmując decyzje, w dużym stopniu polegamy na dokładności i prawidłowości naszych dokumentów. Z tego względu jest konieczne, abyśmy uważnie postępowali z tymi ważnymi zasobami firmy i je odpowiednio przechowywali.



NASZ STANDARD

Postępowanie zgodne z firmowymi zasadami i procedurami dotyczącymi opracowywania, przechowywania i niszczenia dokumentów firmowych

PODSTAWOWE INFORMACJE

Według szerokiej definicji dokumenty firmowe to informacje lub nośniki, które dokumentują dowolny aspekt działalności biznesowej firmy. Dokumenty firmowe to np.:

- dokumenty, których używamy podczas komunikacji i podejmowania decyzji biznesowych, takie jak raporty, zezwolenia i różne formy korespondencji;
- materiały związane z transakcjami z innymi podmiotami, takie jak pokwitowania, faktury oraz umowy;
- rejestry faktów lub wydarzeń, takie jak logi, wyniki testów i oświadczenia;
- inne nośniki używane do przechowywania informacji dotyczących operacji biznesowych.

Jest wiele przypadków, w których prawa i przepisy wymagają od firmy przechowywania pewnych rodzajów dokumentów przez określony czas.



ROZWIĄZANIE

W tym przypadku nakaz zachowania dokumentu jest ważniejszy od procedur firmowych. Nikomu nie wolno niszczyć dokumentów firmowych objętych nakazem sądowym ich zachowania, a firma powinna zawiesić wszystkie procedury niszczenia dokumentów dotyczące takich dokumentów. Podjęcie takich środków jest niezwykle ważne, ponieważ pokazuje organom prawnym chęć współpracy ze strony firmy. Ponieważ istnieje ryzyko sankcji prawnych za nieprzestrzeganie takiego nakazu, te środki chronią także reputację firmy oraz jej finanse.

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA



- Przestrzeganie wszystkich przepisów, wymogów prawnych i firmowych zasad dotyczących rejestrowania i przechowywania danych. Na przykład w niektórych krajach przepisy dotyczące ochrony środowiska wymagają przechowywania przez określoną liczbę lat zapisów transakcji oraz potwierdzeń realizacji operacji utylizacji odpadów, które zostały wykonywane przez firmy zewnętrzne.
- Pilnowanie, by po upływie okresu ważności dokumentów wszystkie ich kopie fizyczne posiadane przez pracownika zostały zniszczone, a wszystkie ich kopie elektroniczne przechowywane w komputerze pracownika – usunięte.
- Przestrzeganie zakazu zmiany, usuwania czy niszczenia jakichkolwiek dokumentów, w przypadku których procedury dotyczące niszczenia zostały zawieszony w związku z nakazem sądowym lub wnioskiem ze strony organu nadzorującego. W razie wątpliwości należy kontaktować się z działem prawnym firmy.
- Dopilnowanie, by przekazać dokumenty zawierające informacje o swoich poprzednich zadaniach osobie, która zastąpi pracownika w przypadku przydzielenia pracownikowi innych obowiązków służbowych.

WAŻNE UWAGI

- Należy poważnie traktować nakazy zachowania dokumentów, które dział prawny firmy może wydawać od czasu do czasu. W wielu przypadkach procesy sądowe zależą od istnienia dokumentów. Z tego względu zastosowanie się do tych nakazów może okazać się kluczowe w uchronieniu firmy przed konsekwencjami prawnymi.

PODSTAWOWE INFORMACJE DOTYCZĄCE ZAWIERANIA UMÓW

Sposób zawierania umów z partnerami dystrybucyjnymi, agentami, dostawcami i innymi partnerami biznesowymi stanowi ważną część nawiązywania z nimi trwałych relacji, które pomagają firmie służyć jej klientom. Przestrzeganie firmowych procedur dotyczących zawierania umów jest istotnym elementem zapewniania uczciwych relacji z naszymi partnerami i dokładnej wiedzy na temat naszych praw oraz obowiązków. Jeśli do obowiązków pracownika należy zawarcie jakiejś umowy z partnerem biznesowym, należy:

- upewnić się, że pisemna umowa określa warunki relacji biznesowej;
- dopilnować, by pracownicy działu prawnego przejrzyli i zatwierdzili umowę;
- zarejestrować i dołączyć do akt ostateczną, podpisaną wersję kontraktu zgodnie z firmowymi procedurami dotyczącymi zawierania umów.



OPIS PRZYPADKU

Koleżanka z pracy powiedziała Ci, że słyszała, iż zarząd firmy został poprzedniego dnia poinformowany o ważnej inicjatywie, która prawdopodobnie znacząco wpłynie na przyszłe zyski firmy. Ponieważ informacje o tych nowinach nie pochodzą bezpośrednio od zarządu, nie wiesz, czy są one prawdziwe. Zastanawiasz się, czy nie wspomnieć o nich innemu współpracownikowi, aby sprawdzić, czy są one zgodne z prawdą.

Jak podjąć właściwą decyzję?

ODPOWIEDZIALNE POSTĘPOWANIE Z INFORMACJAMI POUFNYMI

Pewne poufne informacje biznesowe odgrywają kluczową rolę w naszym sukcesie. Nasi interesariusze ufają, że będziemy odpowiednio chronić tego rodzaju firmowe informacje. Niewłaściwe wykorzystanie informacji poufnych dla osobistych korzyści lub ujawnienie ich innym może poważnie nadwyrężyć to zaufanie i zaszkodzić zarówno firmie, jak i reputacji osoby, która się tego dopuściła. Nieodpowiednie wykorzystanie informacji poufnych dotyczących innych firm również naraża naszą firmę na ryzyko.

NASZ STANDARD



Ściśta ochrona wszelkich informacji poufnych należących do firmy, klientów czy partnerów biznesowych oraz przestrzeganie zakazu obrotu papierami wartościowymi firmy w oparciu o te informacje oraz przekazywania ich innym bez odpowiedniego zezwolenia

PODSTAWOWE INFORMACJE

Informacje poufne są na tyle istotne, że – w przypadku upublicznienia – mogą wywrzeć wpływ na cenę papierów wartościowych firmy. Informacje takie mogą obejmować m.in.:

- wyniki finansowe i operacyjne lub trendy związane z tymi wynikami;
- główne decyzje biznesowe oraz takie wydarzenia, jak zawarcie ważnych porozumień biznesowych z nowym partnerem czy utrata jednego z głównych nabywców;
- przygotowywane fuzje, przejęcia, przedsięwzięcia typu joint venture lub inne porozumienia biznesowe;
- informacje o zwiększeniu lub zmniejszeniu kapitału oraz innych znaczących zmianach w strukturze finansowej firmy.



ROZWIĄZANIE

Po pierwsze, nie należy omawiać tej kwestii z nikim innym, ponieważ tak ważne informacje są prawdopodobnie poufne. Należy również powiedzieć współpracownicy, która podzieliła się z Tobą tą historią, aby uważała na to, co mówi innym, ponieważ wszyscy pracownicy mają obowiązek ochrony takich informacji przed ujawnieniem. Gdyby takie informacje poufne dotarły do osób, które niewłaściwie by je wykorzystywały, mogłoby to zaszkodzić reputacji firmy i doprowadzić do surowego ukarania każdego pracownika winnego ujawnienia takich informacji.



WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Ochrona informacji poufnych należących do firmy lub partnera biznesowego przed nieautoryzowanym ujawnieniem. Zgłaszanie pracownikowi działu prawnego wszelkich przypadków ujawnienia tego rodzaju informacji bez zezwolenia.
- Przestrzeganie zakazu kupowania i sprzedawania papierów wartościowych firmy w przypadku dysponowania informacjami poufnymi na temat tej firmy.
- Przestrzeganie zakazu przekazywania informacji poufnych osobom, które mogłyby wykorzystać je w celu sprzedaży/kupna papierów wartościowych danej firmy.

WAŻNE UWAGI

- Niekiedy firma musi ujawnić pracownikom wyniki działań operacyjnych lub inne ważne informacje firmowe. Zawsze należy zastanowić się, czy są to informacje poufne. Jeśli tak, nie należy ujawniać ich osobom spoza firmy, z wyjątkiem sytuacji, gdy firma już upubliczniła te informacje.



OPIS PRZYPADKU

Przyjaciel, który jest dziennikarzem informacyjnym, poprosił Cię „prywatnie” o potwierdzenie plotek na temat stanu finansowego firmy. Nie pracujesz w dziale finansowym i nie masz pojęcia, jaki jest faktyczny stan finansowy firmy. Wydaje Ci się, że możesz spokojnie potwierdzić, że słyszałeś tę samą plotkę, ale że to tylko plotka.

Jak podjąć właściwą decyzję?



ODPOWIEDZIALNE UJAWNIANIE INFORMACJI

Właściwe ujawnianie informacji o firmie może służyć jej interesom i budować jej wizerunek. Ujawnienie takich informacji pomaga opinii publicznej i klientom docenić to, co robimy dla nich i wszystkich naszych interesariuszy. Odpowiednie upublicznienie informacji może także przyciągnąć akcjonariuszy i zachęcić ich do inwestowania w firmę. Co więcej, firma jest prawnie zobligowana do ujawniania informacji na temat zdarzeń, które mogą wpłynąć na cenę jej akcji giełdowych, i tak też czyni.



NASZ STANDARD

Rozumiemy, że nie wolno ujawniać pewnych ważnych informacji na temat naszych działań operacyjnych lub stanu finansów żadnym podmiotom zewnętrznym, dopóki firma nie zdecyduje się tych danych upublicznić

WŁAŚCIWY SPOSÓB POSTĘPOWANIA

- Zapoznanie się z firmowymi standardami dotyczącymi bezpieczeństwa informacji i przestrzeganie ich. Zachowywanie poufności danych omawianych na spotkaniach zarządu i na innych zebraniach kierownictwa wyższego szczebla, o ile firma nie upubliczniła tych informacji.
- W przypadku żądania informacji dotyczących działań operacyjnych firmy przez organ nadzorujący, dziennikarza lub prawnika spoza firmy – poinformowanie tych podmiotów o chęci współpracy i skontaktowanie się z osobą właściwą do kontaktu z tymi osobami.
- Przestrzeganie zakazu rozmowy z dziennikarzami bez uprzedniego skonsultowania się z firmowym działem ds. public relations.
- W przypadku wygłaszania prywatnej opinii, np. na spotkaniu biznesowym lub na internetowym forum dyskusyjnym, unikanie sugerowania, że reprezentuje się firmę.



ROZWIĄZANIE

Zbyt często niepotwierdzone plotki stają się „zaakceptowanym faktem” nie tylko w umysłach pracowników, ale także w oczach prasy. Firma stara się przekazywać odpowiednie i precyzyjne informacje na temat swoich działań operacyjnych, aby spełnić pewne wymogi prawne oraz zachować zaufanie swoich akcjonariuszy i innych interesariuszy. Z tego względu ważne jest, aby umożliwić firmie komunikowanie takich informacji zgodnie z ustalonymi procedurami, a nie w formie niepotwierdzonych plotek rozsiewanych przez pracowników.

WAŻNE UWAGI



Należy zachować ostrożność w niżej wymienionych sytuacjach lub w innych sytuacjach, których ujawnienie mogłoby wpłynąć w znaczący sposób na działalność firmy lub spowodować zmianę cen jej akcji giełdowych. W razie wystąpienia którejkolwiek z poniższych sytuacji należy poinformować przełożonego, tak aby firma mogła określić, czy powinna upublicznić związane z tą sytuacją informacje:

- firma jest w trakcie fuzji, przejęcia lub rozdziału;
- firma dokonuje poważnej inwestycji kapitałowej, takiej jak rozbudowa zakładów produkcyjnych;
- firma dokonuje znacznej inwestycji kapitałowej w inną firmę lub pozbywa się swojej części kapitału akcyjnego;
- przeciwko firmie został skierowany poważny pozew sądowy, pozew zbiorowy dotyczący sporu z akcjonariuszami lub jest ona przedmiotem sporu o uprawnienia do zarządzania;
- na firmę została nałożona duża grzywna lub kara;
- firma musi na szeroką skalę wycofać produkt z rynku;
- firma przeprowadza na szeroką skalę przejęcie lub pozbywa się aktywów materialnych, np. zakładu produkcyjnego czy sprzętu.

Więcej informacji na temat zdarzeń i sytuacji, które wymagają publicznego ujawnienia, można znaleźć w dokumencie Public Disclosure Operations Principles.

